

Licenciatura en Marketing

“Marey Todo MakeUp”

Deiny Sofía Dos Santos Fernández

**Asunción – Paraguay
2019**

ÍNDICE

Introducción.....	7
Contexto Demográfico	7
Contexto Histórico, Social y Cultural	11
El consumo de cosméticos en Paraguay.....	13
E-commerce	14
Social commerce	15
Mujeres y la tendencia en E-commerce.....	15
Idea de proyecto	17
Marco Jurídico.....	19
Capítulo I.	
1.1. Denominación.....	19
1.2. Tipo de Empresa.	19
1.3. Constitución Jurídica.....	22
Capítulo II.	
Investigación de Mercado	38
Paso 1. Identificación del problema / Necesidad de información.....	39
Paso 2. Objetivos y requerimientos.....	40
Paso 3. Diseño de Investigación y fuentes de datos.....	43
Paso 4. Diseño del Instrumento de recolección de información	51
4.1. Fases de diseño de instrumento.	51
4.2. Estructura de instrumento.	52
Paso 5. Diseño y elección de la muestra.....	57
5.1. Población.....	57
5.2. Marco muestral.....	58
5.3. Tamaño de muestra.....	58
5.4. Selección de procedimiento de muestreo.....	59
5.5. Selección de la muestra.....	59
Paso 6. Recolección de información	59
Paso 7. Procesamiento de información.....	61
Paso 8. Análisis de resultados.....	63
Paso 9. Conclusiones/Informe	71
Capítulo III.	
Lineamiento Estratégico	73
1.1. Análisis de Macrosegmentación	73
1.1.1. Conceptualización del mercado de referencia.	74
1.1.2. Estructura de mercado de referencia.....	75
1.2. Análisis de Microsegmentación.....	76
1.2.1. Análisis de segmentación.	76
1.2.2. Elección del segmento.....	81
1.2.3. Posicionamiento.....	88
1.3. Análisis de la demanda.....	91
1.3.1. Cálculo de la demanda Global.....	91
1.3.2. Cálculo del Mercado Potencial Absoluto.....	91

1.3.3. Cálculo de Cuota de mercado.....	92
1.3.4. Proyección de demanda.....	92
1.4. Análisis de competitividad	95
1.5. Análisis de Producto/Mercado.....	99
Capítulo IV.	
Plan de Marketing.....	101
1.1. Análisis Situacional.....	101
1.1.1. Variables controlables – 7Ps	101
1.1.2. Análisis FODA	107
1.1.3. Identidad corporativa	118
Administración.....	119
Capítulo V.	
1.1. La visión	119
1.2. La misión.....	119
1.3. Principios fundamentales	119
1.4. Análisis FODA	120
1.5. Estructura Organizacional	130
1.6. Manual de Funciones y procedimientos.....	134
1.7. Fluxogramas	146
1.8. Layout.....	149
1.9. Plan de Recursos Humanos	149
1.10. Estructura de Costos.....	156
1.11. Plan de Cuentas.....	158
1.12. Localización por factores ponderados.....	160
1.13. Cuadro de Activos.....	161
Capítulo VI.	
1.1. Contexto Económico de Paraguay.....	162
1.2. Plan financiero del proyecto	166
1.2.1. Cuadros Financieros.....	166

RESUMEN

La culminación de la carrera de Licenciatura en Marketing conlleva la elaboración de éste trabajo final, que presenta el desarrollo de las etapas de un proyecto empresarial a partir de una idea de negocio que es Marey Todo MakeUp; futura empresa de servicio de soluciones cosméticas orientado a mujeres de oficinas de la ciudad de Asunción; incluyendo en cada área del desarrollo la investigación y análisis como punto clave para la proyección de viabilidad de la idea.