

Administración de Empresas

Female Passion SRL

Romina Celeste Villagra Montiel

**Asunción - Paraguay
2015**

ÍNDICE

<i>Introducción</i>	8
<i>Resumen Ejecutivo</i>	9
CAPITULO I	10
Aspecto Jurídico	10
<i>1.1. Introducción del Negocio</i>	<i>11</i>
1.2. Nombre o Razón Social	12
1.3. Tipo de Sociedad	12
1.3.1. Descripción del proceso de Inscripción de la empresa	12
1.3.2. Orientación para la Apertura del Tipo de Empresa adoptada	13
1.3.3. Constitución Jurídica	13
CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA DENOMINADA “FEMALE PASSION” S.R.L.	14
1.4. Inscripciones registro público de comercio	19
1.4.1. Para la Inscripción en el Registro Público se deberá realizar las siguientes actividades	19
1.4.2. Requisitos particulares para Apertura:	19
1.4.3. Bases para la liquidación de la sociedad y partición de las utilidades.	20
1.5. Inscripción en el registro público de personas jurídicas y asociaciones	20
1.6. Matricula de comerciante	21
1.7. Rúbrica de libros contables	21
1.7.1. Inscripción en la dirección de apoyo del ministerio de hacienda (R.U.C.)	22
1.7.2. Requisitos	22
1.8. Apertura en la municipalidad involucrada (patentes).	22
1.8.1. Requisitos exigidos en la Municipalidad de Asunción:	23
1.9. Instituto de previsión social (I.P.S.)	23
1.10. Ministerio de Justicia y trabajo	24
1.10.1. Requisitos:	24
1.11. Dirección de propiedad intelectual (registro de marcas)	25
1.12. Localización (Micro Macro)	26
1.12.1. Método de Factores Ponderados	26
1.13. Costos de Registros de Empresas	29
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	30
<i>Conclusión</i>	<i>31</i>
CAPITULO III	32
Investigación de Mercados	32
2. Investigación de Mercados	33
2.1. Objetivo general de la Administración	33
2.1.1. Objetivos Afectivos y Comportamentales	33
2.1.2. Descripción de la muestra	33
2.2. Establecimiento de los objetivos de la investigación	34
2.3. Tipo de investigación utilizada.....	36
2.3.1. Investigación Exploratoria	36
2.3.2. Investigación concluyente	36

2.4. Procedimiento de recolección de datos	37
2.5. Determinación del plan y del tamaño de la Muestra	44
2.5.1. Determinación de la muestra.....	44
2.5.2. Seleccionar un procedimiento de muestreo.....	45
2.6. Recolección de datos	45
2.7. Codificación y tabulación.....	46
2.8. Análisis de Datos	49
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	61
Conclusión	62
CAPITULO III.....	63
Plan de Marketing.....	63
3. Plan de Marketing.....	64
3.1. Análisis de la Macro segmentación	64
3.1.1. Industria	64
3.1.2. Mercado	65
3.1.3. Producto mercado	66
3.2. Análisis de la Micro segmentación	67
3.2.1. Mercado Objetivo	67
3.2.2. Ciclo de vida del producto	67
3.2.3. Análisis de la Demanda	68
o Cálculo de la Demanda Global	68
3.2.4. Cálculo del mercado potencial Absoluto	70
o Cuota de mercado	71
3.3. Plan de Marketing	73
3.3.1. Variables Controlables.....	73
3.4. Análisis Situacional	75
3.4.1. Análisis FODA.....	76
3.4.2. Listado Plano	80
3.4.3. Matriz FODA.....	81
3.5. Objetivos.....	82
3.5.1. Los objetivos planteados son los siguientes.....	82
3.6. Plan de Acción.....	86
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	86
Conclusión	89
CAPITULO IV	90
Plan Administrativo.....	90
4. Plan Administrativo	91
4.1. Visión	91
4.2. Misión	91
4.3. Análisis de la estructura Competitiva del sector (Porter).....	91
4.3.1. Análisis del perfil competitivo.....	91
4.3.2. Análisis del entorno.....	92
4.3.3. Análisis General del Atractivo del Sector	94
4.4. Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff	95

4.5. Análisis Situacional	97
4.5.1. Variables Controlables	97
4.5.2. Variables No Controlables	99
4.6. Listado Plano	101
4.6.1. Análisis Situacional	102
4.6.2. Matriz FODA	106
4.7. Objetivos.....	107
4.7.1. Los Objetivos planteados son los siguientes:.....	108
4.8. Planes de acción.....	117
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	118
4.9. Estructura Organizacional	119
4.8.1. Análisis de la Estructura de Female Passion.....	120
4.8.2. Mecanismos de Adaptación y Control.....	120
4.8.3. Ápice Estratégico	121
4.8.4. Organigrama según Mintzberg	123
4.8.5. Organigrama funcional	124
4.8.6. Layout	125
4.10. Manual de funciones.....	126
4.11. Manual de procedimiento	134
4.11.1. Aprovisionamiento de Materiales	134
4.11.3. Pedido de Productos.....	136
4.11.4. Fluxograma del proceso Pedido de Productos.....	137
4.11.5. Ventas.....	138
4.11.6. Fluxograma del proceso de Venta al Contado.....	139
4.12. Proceso de Recursos Humanos.....	140
4.12.1. Proceso de Recursos Humanos.....	140
4.12.2. Análisis de estructura.....	141
4.13. Plan de Cuentas	142
<i>Conclusión.....</i>	147
CAPITULO VI.....	148
Entorno Económico	148
6. Variables Macroeconómicas	149
6.1. La inflación.....	149
6.2. Tipo de cambio	149
6.3. P.I.B.	150
6.4. Salario mínimo	151
6.5. Tasa de desempleo.....	152
6.6. Balanza Comercial.....	153
6.7. Comportamiento de la Balanza Monetaria	154
6.8. Superávit o Déficit Fiscal	154
Conclusión.....	156
CAPITULO VII.....	157
Plan Financiero	157
Cuadro 1 - INVERSIONES.....	158

CUADRO 1 .a - RESUMEN DE INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS	159
CUADRO 1 .b - RESUMEN DE LOS GASTOS DE PREINVERSION	161
<i>Cuadro 3 - DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES</i>	<i>163</i>
<i>Cuadro 3 - DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES</i>	<i>164</i>
<i>Cuadro 4 - SERVICIO DE DEUDA</i>	<i>165</i>
LARGO PLAZO	165
CORTO PLAZO.....	166
<i>Cuadro 5 - MANO DE OBRA</i>	<i>167</i>
CARGA SOCIAL.....	168
<i>Cuadro 6 - CRONOGRAMA DE PRODUCCION Y VENTAS.....</i>	<i>169</i>
<i>Cuadro 7 - INGRESOS POR VENTAS.....</i>	<i>170</i>
<i>Cuadro 8 - COSTOS TOTALES (en miles de guaraníes)</i>	<i>171</i>
RESUMEN DE COSTOS	172
<i>Cuadro 9 - PUNTO DE EQUILIBRIO (en miles de guaraníes)</i>	<i>173</i>
<i>Cuadro 10 - CAPITAL DE TRABAJO (en miles de guaraníes).....</i>	<i>174</i>
<i>Cuadro 11 - ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTOS CON FINANCIAMIENTO (en miles de guaraníes).....</i>	<i>176</i>
<i>Cuadro 12 - ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTOS SIN FINANCIAMIENTO (en miles de guaraníes).....</i>	<i>178</i>
<i>Cuadro 13 - FLUJOS DE CAJA PROYECTOS CON FINANCIAMIENTO (en miles de guaraníes).....</i>	<i>180</i>
<i>Cuadro 14 - FLUJOS DE CAJA PROYECTOS SIN FINANCIAMIENTO (en miles de guaraníes).....</i>	<i>182</i>
<i>Cuadro 15 - ORIGEN Y APLICACIÓN DE FONDOS CON FINANCIAMIENTO (en miles de guaraníes).....</i>	<i>183</i>
<i>Cuadro 16 - ORIGEN Y APLICACIÓN DE FONDOS SIN FINANCIAMIENTO (en miles de guaraníes).....</i>	<i>184</i>
<i>Cuadro 17 - BALANCES PROYECTADOS CON FINANCIAMIENTO (en miles de guaraníes)</i>	<i>185</i>
<i>Cuadro 18 - BALANCES PROYECTADOS SIN FINANCIAMIENTO (en miles de guaraníes)</i>	<i>187</i>
<i>Cuadro 19 -INDICADORES FINANCIEROS (fuentes con financiamiento)</i>	<i>189</i>
Anexos	193

RESUMEN

La empresa Female Passion SRL., viene proyectando la puesta en marcha de un negocio de comercialización de Lencería de Algodón orgánico, enfocada a mujeres que buscan algo novedoso e innovador y por sobre todo algo natural. Se encuentra basado en un sistema de gestión integral, la empresa viene desarrollando sus actividades proporcionando una atención personalizada y productos de calidad. Se encuentra enfocado a sus clientes potenciales que son mujeres de 18 a 55 años de edad de la ciudad de Asunción.

Así mismo la empresa optimiza el uso de sus recursos, disminuyendo los posibles impactos ambientales no deseados y minimizando la contaminación por medio de programas continuos de mejoramiento, que permita asegurar la excelencia operativa en todos sus procesos.

Más que un grupo empresarial, Female Passion SRL., es una comunidad emprendedora que motiva a colaboradores y clientes, a desarrollar su capacidad creativa y laboral para que disfruten de una vida plena y sustentable, además de brindar productos de calidad y confiabilidad, para lograr la plena satisfacción de los clientes.

A diferencia de otras empresas dedicadas al mismo rubro, en donde ofrecen productos sustitutos, la organización cuenta con una característica diferenciadora que es la de ofrecer un producto ecológico, algo nuevo e innovador tanto para el mercado como para el segmento elegido.