

Ingeniería Comercial

Kuña Mbarete

**“Análisis de factibilidad, económica y financiera de un Centro
Prenatal y Postnatal”**

María del Mar Brizuela Morel

**Asunción - Paraguay
2019**

ÍNDICE

Índice.....	5
Resumen Ejecutivo.....	14
Introducción	16
CAPÍTULO I.....	17
JURÍDICO.....	17
1.1. Introducción a la idea del proyecto	18
1.2. Requerimientos Jurídicos de acuerdo al tipo de Sociedad a constituirse.....	18
1.2.1. Nombre o razón social.....	18
1.2.2. Tipo de Sociedad.....	18
1.2.3. Constitución jurídica	18
1.2.3.1. Confección del Acta de Constitución en una escribanía.	19
1.2.3.2. Inscripciones de Registro Público de Comercio.	20
1.2.3.3. Inscripciones en el Registro Público de Personas Jurídicas y Asociaciones.....	21
1.2.3.4. Inscripción en la Matricula del Comerciante.....	21
1.2.3.5. Compra y Rúbrica de libros contables.	22
1.2.3.6. Inscripción en la Dirección de Apoyo del Ministerio de Hacienda (R.U.C.).....	24
1.2.3.7. Apertura en la Municipalidad correspondiente.	25
1.2.3.8. Instituto de Previsión Social.....	27
1.2.3.9. Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.....	27
1.2.3.10. Dirección de propiedad Intelectual.....	29
1.2.3.11. Permiso del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social.....	30
1.2.3.12. Cuadros de gastos totales en Trámites Jurídicos	33
1.3. Localización de la empresa u organización.....	34
CAPÍTULO II	37
INVESTIGACION DE MERCADO	37
2. Investigación de Mercado.	38
2.1. Objetivo general de investigación.....	38
2.2. Objetivo y Requerimientos.....	38
2.3. Tipos de investigación.....	40
2.3.1. Investigación Exploratoria.	40
2.3.2. Investigación Concluyente.....	40
2.4. Procedimiento de recolección de datos.....	42
2.4.1. Diseño de recolección de datos	42
2.5. Determinación del plan y tamaño de la muestra.	48
2.6. Codificación y tabulación.....	50
2.7. Análisis de datos.....	51
2.8. Conclusiones/Informe	64
2.9. Valorizar el costo de la investigación de mercados	64
CAPÍTULO III.....	65
LINEAMIENTO ESTATEGICO.....	65
3.1. Análisis de la Macrosegmentación.	66
3.1.1. Mercado de Referencia.....	66
3.2. Análisis de la Microsegmentación.....	68

3.3. Análisis de la demanda.....	70
3.3.1. Cálculo de la demanda Global.....	71
3.3.2. Cálculo del mercado Potencial Absoluto.....	72
3.4. Análisis de las 5 fuerzas competitivas de Porter.....	78
3.5. Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff.	80
3.6. Atributos de Diferenciación.	82
CAPÍTULO IV.....	83
PLAN DE MARKETING	83
4.1. Plan de Marketing	84
4.1.1. Variables controlables.....	84
4.1.2. Variables No Controlables.	89
4.1.2.1. Competencia.....	89
4.1.2.2. Consumidores.....	89
4.1.2.3. Entorno.	90
4.1.3. Listado Plano.	91
4.1.4. Matriz de Interacción.....	93
4.1.5. Análisis FODA	95
4.1.6. Objetivos del Plan de Marketing.	97
4.1.6.1. Objetivo 1.....	97
4.1.6.2. Objetivo 2.....	100
4.1.6.3. Objetivo 3.	103
4.3.3. Cuadro de Resumen de Inversión por cada Objetivo	105
4.3.4. Proyección estimada de facturación.	105
CAPÍTULO V	106
ADMINISTRACIÓN.....	106
5.1. Lineamiento estratégico	107
5.1.1. Visión.....	107
5.1.2. Misión.....	107
5.2. Plan de administración	107
Matriz FODA.....	113
5.3. Estructura Organizacional.....	117
Estructura según Mintzberg	119
5.3.4. Manual de procedimientos.....	135
5.3.5. Fluxogramas.....	137
5.4. Activos Fijos	146
5.5. Análisis de estructura de costos	147
5.3. Plan de cuentas.....	149
CAPÍTULO VI.....	155
Aspecto Económico.....	155
6.1. Aspecto Económico.....	156
6.1.1. Producto interno Bruto (PIB).....	156
6.1.1.1. Primera revisión del PIB (ABRIL 2018).....	156
6.1.1.2. Segunda revisión del PIB (JULIO 2018)	156
6.1.1.3. Tercera revisión del PIB (SETIEMBRE 2018).....	156
6.1.1.4. Estimación revisión del PIB (AÑO 2019).....	157

6.2. Balanza Comercial	157
6.2.1. Saldo de la balanza	157
Definición de importaciones	158
Definición de exportaciones.....	158
Reporte de las Exportaciones e Importaciones (AÑO 2018)	158
6.2.2. Fluctuación del tipo de cambio.....	158
6.2.3. Comportamiento de la reserva monetaria	159
6.2.4. Déficit fiscal	160
6.2.5. Inflación.....	161
Principales aspectos de la inflación.....	161
CAPÍTULO VII.....	163
PLAN FINANCIERO	163
Cuadro 1: Inversiones:	164
Cuadro 2: Cronograma de Inversión y Financiamiento:	166
Cuadro 3: Depreciaciones y Amortizaciones:.....	167
Cuadro 4: Servicio de Deuda:	168
Cuadro 5: Mano de Obra.....	169
Cuadro 6: Cronograma de Producción y Ventas.....	169
Cuadro 7: Ingresos por Venta:	170
Cuadro 8 Costos Totales	171
Cuadro 9: Punto de Equilibrio.....	172
Cuadro 11 Estado de Resultado con Financiamiento.....	174
Cuadro 12 Estado de Resultado sin Financiamiento.....	175
Cuadro 13 Flujo de Caja Proyectado con Financiamiento.....	176
Cuadro 14 Flujo de Caja Proyectado sin Financiamiento	178
Cuadro 15 Balance Proyectado con Financiamiento.....	179
Cuadro 16 Balance Proyectado sin Financiamiento:.....	181
Cuadro 17 Ratios Financieros:	182
Conclusión.....	183
Bibliografía.....	185
Anexo	188

RESUMEN

Este trabajo permite analizar la factibilidad técnica, económica y financiera del Centro Prenatal y Postnatal en la Ciudad de Asunción. En los últimos años, el uso de los servicios de centros prenatales y postnatales se ha incrementado significativamente, apoyando a aquellos servicios que ofrecen los hospitales y centros médicos, tanto al ambiente como a las personas, apostando así a un rubro muy poco desarrollado y altamente competitivo. En cuanto a la metodología utilizada, se presenta una investigación descriptiva, en el que se detallan los servicios ofrecidos; con un enfoque cuali-cuantitativo o mixto, en el que se describen las características específicas del servicio y analizando las tendencias de las variables financieras.

El proceso de relevamiento para describir la realidad del rubro, servicio y sector se ha llevado a cabo una investigación exhaustiva, para la obtención de datos estadísticos a cerca del rubro, se ha recurrido a centros médicos y hospitales empresa con gran experiencia en el mercado local y actualmente.

La investigación se llevó a cabo entre los meses de marzo y agosto del año 2019. El presente documento se divide en 7 (siete) capítulos que comprenden aspectos como:

El primer capítulo es el aspecto jurídico, donde se detallan los requerimientos jurídicos de acuerdo al tipo de sociedad a constituirse, los documentos y tiempos necesarios para la apertura, además de la localización del emprendimiento.

El segundo capítulo es la investigación de mercado, en él se establecen los objetivos de investigación que orientaran a la toma de decisiones. Se detallan el tipo de investigación a realizarse, procesamiento de datos, la determinación del plan y tamaño de la muestra, la codificación y tabulación, el análisis de datos, al finalizar se realiza un informe con las respectivas conclusiones de los hechos más resaltantes y por último se establece el costo de la investigación.

En el tercer capítulo se desarrolla el lineamiento estratégico, se define el mercado de referencia, análisis de la micro segmentación, análisis de la demanda, se proyecta el plan de ventas, análisis de las cinco fuerzas de Porter, evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff, y se identifica los atributos de diferenciación.

El plan de Marketing permite cumplir los objetivos propuestos por los emprendedores, el plan cuenta con dos elementos, Marketing Estratégico y Marketing Táctico, en el capítulo cuatro del siguiente proyecto, se hace un análisis situacional utilizando el análisis FODA como fuente de objetivos para ello también se hace uso de las siete p del marketing, definiendo cada variable de manera detallada. Se plantean objetivos cada uno con su respectiva estrategia, política, regla, recursos financieros, materiales, humanos y plan de acción.

En el capítulo cinco se desarrolla el plan de administración, para ello se establece los objetivos a través del análisis situacional, además cada objetivo contiene las respectivas estrategias y planes de acción, así como sus respectivos costos. También se expone la estructura organizacional y los recursos necesarios, así como los activos fijos, el análisis de la estructura de costos y el plan de cuentas.

El capítulo seis incluye el aspecto económico del entorno, se detallan indicadores económicos del país donde se hará apertura de la empresa, Producto Interno Bruto (PIB),

balanza comercial (importación/exportaciones), fluctuación del tipo de cambio, Comportamiento de la reserva monetaria, Superávit o déficit Fiscal e Inflación.

El Plan Financiero es el eje de todo plan de negocios, debe dar al lector una visión muy completa acerca del potencial de la compañía, su rentabilidad, sus requerimientos de inversión y los riesgos financieros involucrados. En el último capítulo se desarrolla los puntos financieros claves tales como; Proyección de ingresos, Proyección de Costos y Gastos, Inversiones necesarias y Financiación, Estado de Resultados, Flujo de Caja proyectado, Período de recupero de la Inversión, Rentabilidad del Negocio, Capital de trabajo requerido (bruto y neto), Punto de equilibrio (contable y financiero), Detalle tasa de corte o costo de oportunidad, Fuentes y usos de fondos.