

Ingeniería Comercial

**Pequemoda “S.R.L”
Comercialización y venta de ropa infantil**

Mirna Aquino Garcete

**Asunción- Paraguay
2017**

ÍNDICE

Portada.....	1
Agradecimiento	2
Dedicatoria	3
Índice	4
Índice de tabla	7
Introducción	9
Capítulo I	10
1.1. Introducción a la idea del proyecto	10
1.2. Requerimientos Jurídicos para la apertura de una Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L)	10
1.2.1 Nombre o Razón Social: “Pequemoda S.R.L”	11
1.2.2 Tipo de Sociedad: Responsabilidad Limitada	11
1.2.3 Constitución Jurídica	11
1.2.3.1. Sociedades Anónimas y Responsabilidad Limitada Diferencia.	11
1.2.3.2. Requisitos exigidos por la S.E.T. para las Personas Jurídicas.	12
La inscripción en el RUC por internet desde marzo	12
1.2.3.3. Matrícula del comerciante	12
1.2.3.4. Rubrica de libros contables.	14
1.2.3.5. Inscripción Instituto de Previsión Social (IPS).	16
1.2.3.6. Ministerio de Justicia y trabajo.	17
Tabla 5 Costo de Transmite de Documento de IPS.	18
1.2.3.7. Dirección de propiedad intelectual (registro de marcas).	18
1.3 Localización de la empresa u organización	22
2. Investigación de Mercados Peque moda S.R.L	23
2.1 Paso 1: Objetivo general de investigación.....	23
2.2 Paso 2: Objetivos y requerimientos de Información.	23
2.3 Paso 3: Diseño de Investigación y Fuentes de Datos.	26
2.4 Paso 4: Diseño y recolección de datos.	28
2.5 Paso 4: Selección de un procedimiento de muestreo.	41
2.6 Paso 5: Seleccionar la muestra.....	47
2.7 Paso 7: Codificación y tabulación de datos.	48
2.8 Paso 8: Análisis de datos.	63
2.9 Paso 9: Informe final.	65
3. Capítulo III - Lineamiento estratégico (Ápice estratégico).	66
3.1 Análisis de la Macrosegmentacion.	66
3.1.2 Microsegmentación.	67
3.1.1. Declaración de la Visión – Peque moda S.R.L	67
3.1.2 Declaración de la Misión – Peque moda S.R.L	68
3.1.3. Valores – Peque moda S.R.L	68
3.1.3 Ciclo de vida del Producto.	68

3.2 Análisis de la demanda.	69
3.2.1 Gráfico de la demanda.	70
3.2.2. Cuota de Mercado.	71
3.3 Análisis de la estructura Competitiva del sector (Porter).	72
3.3.1 Análisis de según la estructura de M.Porter.	74
3.4 Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff.	78
4.1 Capítulo IV: Plan de Marketing.	80
4.1.1 Análisis FODA.	80
4.2 Objetivos de Plan de Marketing.	81
4.3 Estrategias.	91
4.4 Cuadro final de costos del plan de Marketing.	95
5. Capítulo V – Administración:	99
5.1 Plan de Administración: La línea media	99
5.1.1. Análisis situacional (Matriz FODA).	99
5.1.2. Objetivos de Administración.	108
5.1.2.1. Objetivo 1.	108
5.1.2.2. Objetivo 2	109
5.1.2.3. Objetivo 3	110
5.1.2.4. Objetivo 4	111
5.2 Estructura Organizacional.	113
5.2.1. Tipo de estructura organizacional.	113
5.2.2. Características de la organización funcional:	113
5.2.2. Layout	121
5.2.3. Manual de Funciones.....	122
5.2.4. Manual de Procedimiento	128
5.2.5. Fluxogramas	130
5.4. Plan de cuentas	135
6. Capitulo VI – Aspecto Económico	139
6.1 Aspectos Económicos	139
6.1.1. Producto Interno Bruto.	139
6.1.2. Balanza comercial (importación/exportaciones):	141
6.1.3. Fluctuación del tipo de cambio	142
6.1.4. Comportamiento de la reserva monetaria:	143
6.1.5. Superávit o déficit Fiscal:	146
6.1.5.1. Alarma: creciente deuda y pocas obras.	146
Conclusión	171
Capitulo: IX- Bibliografía	172
Bibliografía	172
Capitulo: X-Anexo	173
Anexos	173

INTRODUCCIÓN

Por medio de este trabajo se da a conocer la comercialización y ventas de prendas de vestir para bebés y niños de 1 a 5 años, para toda ocasión y temporada; teniendo como objetivo principal dar a conocer nuestra Empresa “Peque moda”

Esta empresa surge antes las diversas necesidades del mercado infantil, encontrar prendas de excelente calidad para niños de 1 a 5 años, con características especiales para recorrer y disfrutar de una manera cómoda y segura la vida al aire libre, con diseños novedosos, variedad de productos para ambos sexos y a precios accesibles, además de encontrarlo en un solo lugar, con buena instalaciones espaciosas, cómodas y aptas para recibir a sus clientes y poder brindarles atención personal y especializada.

Aquí se menciona todo el proceso desde que inicia la empresa hasta que finaliza (comercialización-venta) mencionando en su contenido las distintas estrategias que lleva a cabo Pequemoda en cuanto a su producto y distribución los diferentes tipos de insumos utilizados en nuestra empresa sin dejar de lado el logotipo, visión, misión y objetivos de la empresa.