

**Licenciatura en Marketing**

**“Mommy”**

**Alumnas:**

**Nara Danielle Maidana Doria**

**Jimena Analía Fleitas Acosta**

**Asunción, Paraguay**

**2020**

## ÍNDICE

Portada .....	1
Agradecimiento.....	2
Índice.....	4
Introducción a la idea del proyecto.....	9
1. Capítulo Jurídico.....	11
1.1. Requerimientos Jurídicos de acuerdo con el tipo de sociedad a constituirse.....	11
1.1.1. Nombre o razón social: Eirete S.R.L. ....	11
1.1.2. Tipo de Sociedad: S.R.L (Sociedad de Responsabilidad Limitada). ....	11
1.2. Escritura de Constitución. ....	13
1.2.1. Bases para la liquidación de la sociedad y partición de las utilidades.....	14
1.3. Depósito de garantía en banco oficial .....	16
1.4. Inscripciones en el Registro Público .....	17
1.5. Compra y Rúbrica de libros contables. ....	19
1.5.1. Libros Contables obligatorios.....	19
1.6. Matrícula de comerciante .....	22
1.7. Inscripción en la dirección de apoyo del Ministerio de Hacienda (R.U.C.). ....	23
1.7.1. Inscripción en el RUC.....	23
1.8. Publicaciones.....	25
1.9. Apertura en la Municipalidad de Asunción.....	26
1.10. Instituto de Previsión Social.....	28
1.10.1. Inscripción Patronal: .....	29
1.11. Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación .....	30
1.11.1. Inscripción ante el Ministerio De Justicia .....	30
1.12. Resumen total de Gastos Capítulo Jurídico.....	33
1.13. Bibliografía y Webgrafía Capítulo Jurídico. ....	34
2. Investigación de Mercados .....	36
2.1. Paso 1, Análisis de Demanda .....	36
2.2. Paso 2, Objetivos y Requerimientos .....	36
2.2.1. Objetivos Cognitivos .....	37
2.2.2. Objetivos Afectivos .....	37
2.2.3. Objetivos Comportamentales.....	38
2.2.4. Objetivos Sociodemográficos.....	39
2.3. Paso 3, Diseño de la investigación y fuente de datos.....	39
2.3.1. Investigación Exploratoria.....	39
2.3.2. Diseño seleccionado para el proyecto: Entrevistas en profundidad .....	40
2.4. Paso 4, Diseño del instrumento de recolección de datos.....	43
2.5. Paso 5, Diseño de la muestra.....	65
2.6. Paso 6, Seleccionar un procedimiento de muestreo .....	69
2.6.1. Tipos de muestreos .....	69
2.7. Paso 7, Procedimiento de recolección de datos.....	71

2.8. Paso 8, Procesamiento de datos.....	72
2.9. Paso 9, Análisis de datos.....	73
2.10. Valorización del costo de la investigación .....	93
2.11. Bibliografía y Webgrafía Capítulo Investigación de Mercados. ....	94
3. Marketing Estratégico.....	96
3.1. Análisis de la Macrosegmentación.....	96
3.1.1. Mercado de referencia.....	96
3.2. Análisis de la Microsegmentación .....	97
3.2.1. Análisis Cluster.....	97
3.2.2. Análisis de cada segmento.....	98
3.2.3. Estrategias de Marketing.....	102
3.2.4. Argumento de posicionamiento cualitativo .....	102
3.3. Ciclo de vida del producto .....	103
3.3.1. Introducción .....	103
3.3.2. Crecimiento.....	104
3.3.3. Madurez .....	104
3.4. Análisis de la demanda.....	105
3.4.1. Demanda Global .....	105
3.5. Mercado Potencial Absoluto .....	108
3.6. Cuota de Mercado .....	109
3.7. Análisis de las 5 fuerzas competitivas de Porter.....	110
3.7.1. Rivalidad entre empresas.....	111
3.7.2. Barreras de entrada .....	112
3.7.3. Amenaza de Ingreso de Productos Sustitutos.....	113
3.7.4. Poder de Negociación de Proveedores.....	114
3.7.5. Poder de Negociación de los Consumidores.....	116
3.7.6. Resumen General de las 5 fuerzas.....	118
3.8. Evaluación de la estrategia de la Matriz de Ansoff.....	119
3.8.1. Penetración de mercado .....	119
3.8.2. Desarrollo de nuevos mercados.....	120
3.8.3. Desarrollo de productos.....	120
3.8.4. Diversificación.....	121
3.9. Bibliografía y Webgrafía Capítulo Marketing Estratégico. ....	122
4. Plan de Marketing.....	124
4.1. Análisis situacional o del entorno .....	124
4.1.1. Descripción de variables.....	124
4.2. Listado Plano.....	134
4.2.1. Fortalezas.....	134
4.2.2. Debilidades .....	136
4.2.3. Oportunidades.....	136
4.2.4. Amenazas.....	137

4.3. Matrices de interacción .....	139
4.4. Matriz FODA .....	143
4.5. Plan de Marketing .....	145
4.5.1. Objetivo 1.....	145
4.5.2. Objetivo 2.....	149
4.5.3. Objetivo 3.....	152
4.5.4. Objetivo 4.....	155
4.5.5. Objetivo 5.....	157
4.5.6. Objetivo 6.....	160
4.5.7. Objetivo 7.....	163
4.5.8. Resumen de Objetivos .....	166
5. Administrativo .....	168
5.1. Misión.....	168
5.2. Visión .....	168
5.3. Estructura Organizacional.....	169
5.3.1. El núcleo de operaciones .....	169
5.3.2. El ápice estratégico .....	170
5.3.3. La línea media.....	170
5.3.4. La Tecnoestructura.....	171
5.3.5. Staff de apoyo .....	171
5.3.6. Organigrama Mommybox.....	172
5.4. Localización de la empresa .....	174
5.5. Layout.....	175
5.5.1. Layout Mommybox .....	176
5.5.2. Vista Frontal.....	177
5.5.3. Vista Dorso .....	177
5.6. Plan de Administración .....	178
Análisis Situacional – Matriz FODA.....	178
5.7. Activos de la empresa .....	180
5.8. Manual de funciones .....	181
5.8.1. Gerente General .....	181
5.8.2. Jefe Comercial .....	183
5.8.3. Asesor de Ventas.....	184
5.8.4. Jefe Administrativo.....	185
5.8.5. Contador.....	187
5.8.6. Encargado de Compras.....	189
5.8.7. Auxiliar Administrativo.....	191
5.8.8. Limpiador.....	193
5.8.9. Jefe de Servicios .....	195
5.8.10. Reparto .....	196
5.9. Manual de procedimientos y Fluxograma.....	198

5.9.1. Registro de Clientes – Descripción.....	199
5.9.2. Solicitud y aprobación de presupuesto .....	201
5.9.3. Solicitud y aprobación de Orden de Compra.....	202
5.10. Recursos Humanos.....	204
5.10.1. Reclutamiento de personal .....	204
5.10.2. Calculo de Pago de Servicios Básicos.....	215
5.10.3. Calculo de Pagos de Salario.....	216
5.11. Plan de Cuentas .....	217
5.12. Identidad Corporativa .....	221
5.12.1. Imagen Corporativa.....	222
5.12.2. Identidad visual Mommy: .....	222
5.12.3. Color Mommy.....	223
5.12.4. Aplicaciones.....	223
5.12.5. Líneas de productos Mommy.....	225
5.12.6. Costo de Imagen Corporativa.....	227
5.13. Bibliografía y Webgrafía Capítulo Administrativo.....	228
6. Económico .....	230
6.1. PIB.....	230
6.2. Inflación .....	232
6.3. Crecimiento País .....	234
6.4. Evaluación del tipo de cambio en el Paraguay.....	235
7. Financiero .....	238
Conclusión .....	264
Anexos.....	266

## INTRODUCCIÓN

Eirete S.R.L. se desenvolverá dentro del rubro de kits de productos diversos para las Mamás y bebés, estará destinado a embarazadas y personas con hijos y se comercializará de forma online a través del servicio de suscripciones.

Consistirá en la suscripción por un periodo de tiempo determinado al envío vía delivery de productos dirigidos a estos dos segmentos ya mencionados.

### **Los Kits consistirán en:**

- Kits para embarazadas: Se enviarán en una caja de forma mensual, cada caja contendrá de 4 a 5 ítems que serán seleccionados por la empresa previa investigación de mercado y en conjunto con asesores de calidad de acuerdo con 2 factores establecidos: mes de gestación en que se encuentra la embarazada y sexo del bebé.

- Este servicio beneficiará a los usuarios garantizándoles acceder a productos esenciales para cada etapa del embarazo que tal vez desconozcan, guiados por un personal capacitado y a un precio menor que el que conlleva la compra de estos ítems de forma unitaria.

- Kits de pañales: Se enviarán en una caja de forma mensual y contendrá la cantidad de pañales necesarios para el periodo de un mes (160 unidades aproximadas). Este servicio permitirá a los padres abastecerse con la cantidad de pañales necesarios para un mes desde la comodidad de su casa y a un menor precio, dispondremos de pañales de distintos tamaños para poder acompañar al usuario durante todo el crecimiento del niño. Por su parte la empresa se beneficiará con la recurrencia, es decir, no tendremos que esperar a que el cliente vuelva a comprar ya que el mismo estará suscrito durante un periodo de tiempo ya determinado y deberá abonar si o si de forma mensual a través del débito automático con Tarjeta de Crédito o Débito.