

Licenciatura en Marketing

“nanos” Ropa Infantil

María Julia Villanueva González

Asunción – Paraguay

2016

INDICE

Dedicatoria	4
Agradecimientos.....	5
Introducción	6
CAPÍTULO 1 - JURIDICO.....	9
1.1 Introducción A la idea del Proyecto.....	9
1.2 Requerimientos Jurídicos.....	9
1.2.1. Nombre o Razón Social:.....	10
1.2.2. Tipo De Sociedad	10
1.2.3. Constitución Jurídica.....	11
1.3 Localización de la Empresa.....	30
CAPÍTULO II - INVESTIGACION DE MERCADO.....	32
2.1 Objetivo General de la Investigación	32
2.2 Objetivos de la Investigación	32
2.3.1 Investigación Exploratoria:	35
2.3.2 Investigación Concluyente:	35
2.3.3 Diseño Descriptivo:.....	35
2.4 Procedimiento de Recolección de Datos.....	36
2.5 Determinación del Plan y Tamaño de la Muestra:	44
2.5.1 Definición de la Población	44
2.5.2 Tamaño de la Muestra	45
2.5.3 Marco Muestral	45
2.5.4 Determinar el Tamaño de la Muestra	46
2.5.5 Selección Del Procedimiento.	47
2.6 Recolección de Datos.	48
2.7 Codificación y Tabulación	53
2.8 Conclusiones Informes.....	69
2.9 Inversión por Estudio de Mercado	70
CAPÍTULO III – PLAN DE MARKETING	72
3.1 Análisis de la Macro Segmentación	72
3.1.1 Calculo de la Demanda Global.....	76
3.1.2 Mercado Potencial.....	76
3.3 Análisis de la Demanda.....	77
3.3.1 Cuota de Mercado	78
3.3.2 Cuadro de Presupuestos de Ventas.....	79
3.4 Plan de Marketing	79
3.4.1 Análisis Foda.....	79
3.4.2 Objetivos	96
3.4.3 Estrategias y Planes de Acción.....	96
CAPÍTULO IV - ADMINISTRACION	105
4.1 Lineamiento Estratégico.....	105
4.1.1 Declaración de la Visión (Macro Segmentación).....	105
4.1.2 Declaración de La Misión (Macro Segmentación).....	105

4.1.3 Análisis de La Estructura Competitiva del Sector (Porter)	106
4.1.4 Evaluación de la Estrategia de la Matriz de Ansoff	115
4.2 Análisis Situacional – Matriz Foda	116
4.2.1 Objetivos	125
4.2.3 Estrategias y Planes de Acción.....	126
4.3 Estructura Organizacional	129
4.3.1 Organigrama.....	129
4.3.2. Manual De Funciones de la Empresa nanos S.R.L.....	136
4.3.3 Manual De Funciones.....	147
4.3.4 Flujograma.....	151
4.3.5.- Recursos Humanos.....	154
4.3.6 Salarios y Cargas Sociales.....	155
4.3.7 Layout.....	157
4.4 Análisis de Estructura de Costos.....	158
CAPÍTULO V - ECONOMICO.....	164
5.1 Aspecto Economico.....	164
5.2 Balanza Comercial Importación/ Exportación	165
5.3 Fluctuación del Tipo de Cambio	166
5.4 Comportamiento de la Reserva Monetaria	167
5.5 Superávit – Déficit Fiscal.....	169
5.6 Inflación	171
CAPITULO VI - PLAN FINANCIERO.....	174
CAPITULO VII - MANUAL DE IDENTIDADES	196
7.1 Manual de Identidades.....	196
Conclusión.....	209
Anexo	210
Bibliografía.....	215

INTRODUCCIÓN

La presente tesis tiene por objetivo determinar la factibilidad del proyecto relacionado con la comercialización de prendas infantiles.

Para la orientación de los lectores presentamos conceptos sobre el estudio de factibilidad de un proyecto y luego su aplicación práctica en la empresa, que recibirá el nombre de “nanos” que estará ubicado en la ciudad de Lambaré.

A través de conocimientos, estudios y experiencias ofrecerán al público prendas para un vestir informal, para niños de la edad de 2 años hasta los 5 años, así también la empresa contratará con otras empresas los servicios de confección de ropas que trabajará en forma conjunta con la empresa, ya que se encargaran de confeccionar la ropa de acuerdo a como la empresa le realice los diseño, para así lograr una confección adecuada de acuerdo a como la empresa lo requiera.

Luego para tal efecto en este proyecto se utilizó los conocimientos adquiridos en la carrera, para lograr que así los análisis sean objetivos y reflejen en realidad los elementos que intervienen en la puesta en marcha de la empresa.

En el primer capítulo, se da a conocer una introducción de la idea del proyecto así también sobre los pasos de la apertura jurídica que lleva todo proyecto de inversión, y también los costos jurídicos que lleva cada tramite por citar algunos, escritura de la constitución, apertura municipal, registro de marca etc.

Mientras que en el capítulo II, se realizó el estudio de mercado mediante encuestas de investigación en la ciudad de Lambaré en el barrio héroes del 70, además incluyen todos aquellos conceptos teóricos relacionados con el tema, tales como: objetivos de la investigación, determinación del plan de tamaño de la muestra, procedimiento de recolección de datos.

En el capítulo III, se realizó el estudio del Plan de marketing que consiste en analizar la macro segmentación, para saber sobre aquellos productos de competencia en el mercado que se consideren intercambiables o sustituibles con nuestros productos, así también para conocer sobre el análisis de la demanda global y el mercado potencial absoluto, luego realizamos el análisis situacional que incluye el FODA, y la matriz FODA para obtener así los objetivos que se llevaran a cabo por estrategias, y planes de acción.

En el capítulo IV, se realizó la misión y la visión de la empresa de acuerdo a la macro segmentación, luego se realizó la estructura competitiva de Porter así también se eligió una estrategia de Ansoff, y se definió FODA, objetivos, estrategias, y planes de acción concluyendo con la estructura de la organización.

Mientras que en el capítulo V habla sobre los aspectos económicos que es muy importante para el proyecto en cuanto a la inflación del país, la producción, ventas etc. En el estudio financiero desarrollado en el capítulo VI, se presenta el plan de inversión, el financiamiento, la estimación de ingresos, costos y gastos que luego son evaluados utilizando los siguientes métodos: VAN, TIR, etc.

Por ultimo en el capítulo VII, muestra la identidad visual de la que identifica a la empresa nanos S.R.L, sobre el logo, logotipo, tipografía, uso adecuado o inadecuado del logo o color etc.

Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones, que constituyen la evaluación final del proyecto.