

Ingeniería Comercial

**Análisis de la factibilidad técnica, económica y financiera de la
instalación de un negocio de confección y venta de ropas para
Niños/ Niñas en la ciudad Asunción bajo la denominación
comercial de “Misha S.R.L”**

Carmen Rosalía Rodas Pacheco

**Asunción - Paraguay
2018**

INDICE

Dedicatoria	4
Agradecimiento	5
Resumen	6
Introducción	7
Capitulo Jurídico	8
1 Introducción a la Idea del Proyecto	9
1.2 Requerimiento Jurídico	9
1.2.1 Nombre o Razón Social.....	9
1.2.2 Tipo de Sociedad	10
1.2.3 Constitución Jurídica	11
Escritura de Constitución	11
Inscripción Registro Público de Comercio	12
Matricula del Comerciante	13
Rubrica de Libros Contables	13
Inscripción en el Ministeriode Hacienda	14
Apertura en la Municipalidad de Asunción	15
IPS	16
Ministerio de Justicia y Trabajo	16
Registro de Marca	17
Uso de Marca	18
1.3 Localización de la empresa	25
Capítulo de Investigación de Mercado	29
2 Investigación de Mercado	30
2.1 Objetivo General de la Investigación	30
Objetivo General	30
Hipótesis de “Misha S.R.L”	31
Análisis de la Demanda	31
Descripción de la Muestra	31
2.2 Establecer el/los objetivos de la investigación	32
Objetivos Afectivos	32
Objetivos Comporta mentales	32
Objetivos Cognitivos	32
Objetivos Socio Demográficos	32
Objetivos Específicos	33
2.3 Definir tipos de investigación a utilizarse	34
Investigación Exploratoria	34
Investigación Descriptiva	34
Fuente de Datos	35
Datos Primarios	35
Datos Secundarios	36

Diseño Descriptivo	37
Diseño del Cuestionario	38
2.4 Desarrollar el Procedimiento de Recolección de Datos	44
Diseño del Cuestionario	44
2.5 Determinar el Plan y el tamaño de la muestra	46
2.5.1 Determinar la población	46
2.5.1.1 Elementos	46
2.5.1.2 Unidad Muestral.....	46
2.5.1.3 Alcance	46
2.5.1.4 Tiempo	46
2.5.2 Marco Muestral	47
Mapa de Marco Muestral	47
2.5.3 Tamaño de la muestra	48
2.5.4 Procedimiento del tipo de Investigación y tipo de muestra	49
Tipo de Muestra	50
Muestreo No Probabilística	51
Muestreo Probabilístico	52
2.5.5 Procedimiento de Recolección	55
Resultado de Encuesta	56
Resultado de Encuesta	57
Resultado de Encuesta	58
Resultado de Encuesta	59
Resultado de Encuesta	60
Resultado de Encuesta	61
Resultado de Encuesta	62
Resultado de Encuesta	63
Resultado de Encuesta	64
Resultado de Encuesta	65
Resultado de Encuesta	66
Resultado de Encuesta	67
Resultado de Encuesta	68
Informe Final	69
Lineamiento Estratégico	70
3.1 Análisis de la Macro segmentación	71
3.2 Análisis de la Micro segmentación	72
Análisis de los competidores	73
Análisis de los competidores	74
Análisis de los competidores	75
Ciclo de Vida del Producto o Servicio	76
3.3 Análisis de la Demanda	76
3.3.1 Análisis de la Demanda Global.....	76

3.3.2	Calculo del Mercado Potencial Absoluto	77
3.3.3	Cuota de Mercado	78
3.3.4	Cuadro de Presupuesto de venta por mes para el 1er año	78
	Cuadro de Presupuesto de venta por mes para el 1er año	79
	Cuadro de Presupuesto de venta por mes para el 1er año	80
	Cuadro de Presupuesto de venta por mes para el 1er año	81
	Cuadro de Presupuesto de venta por mes para el 1er año	82
	Proyección Anual	82
3.4	Análisis de 5 Fuerzas Competitivas de Porter	83
3.4.1	Estrategias Genéricas de Porter	83
3.4.1.1	Amenaza de ingreso de nuevos competidores	83
3.4.1.2	Amenaza de posibles productos sustitutos	85
3.4.1.3	Poder de Negociación de los Proveedores	86
3.4.1.4	Poder de Negociación de los clientes	86
3.4.1.5	Rivalidad entre competidores existentes	87
3.5	Matriz Ansoff	92
	Estrategia de Penetración de Mercado	93
3.6	Atributos de Diferenciación	93
	Plan de Marketing	96
3.4	Plan de Marketing	97
3.4.1	Análisis Situacional (FODA)	97
	Variables Internas	97
	Variables Externas	98
	Matriz FODA	100
	Las 7ps del Marketing.....	102
1	Producto	102
2	Promoción	102
2.1	Estrategia Promocional	102
3	Plaza	104
4	Precio.....	105
5	Personas	107
6	Procesos	107
7	Evidencia Física	107
3.4.2	Objetivos de Marketing	109
3.4.3	Cuadro de Resumen de Inversión por cada Objetivo	122
3.4.4	Estimado de Facturación por cada objetivo.....	123
	CapítuloAdministración	124
4.1	Lineamiento Estratégico	125
4.1.1	Visión	125
4.1.2	Misión	126
4.2.1	Análisis Situacional (MatrizFoda del Plan de Administración).....	126

Variables Externas	127
Matriz Foda	128
Organigrama de Misha S.R.L	129
Mecanismos de Coordinación	131
4.2.2 Objetivos	134
4.2.3 Estrategias	134
4.2.4 Planes de Acción	134
Lista de Activos	135
4.3- Estructura Organizacional	137
4.3.1 Tipos de Estructura	137
Políticas y Reglas Interna de “Misha S.R.L”	140
Reglamento Interno	140
4.3.3- Manual de Funciones:	146
Funciones y Perfil del Cargo	147
Funciones y Perfil del Cargo	147
Funciones y Perfil del Cargo	147
4.3.4 Manual de Procedimientos:	150
4.3.5 Fluxograma	153
4.3.6 Recursos humanos (Salarios, Cargas Sociales)	154
4.5 Plan de Cuentas	155
Aspecto Económico	215
5.1 Aspecto Económico:	214
Aspecto Financiero	231
Cuadro 1: Inversiones	232
Cuadro 2: Cronograma de Inversión y Financiamiento	234
Cuadro 3: Depreciaciones y Amortizaciones:	235
Cuadro 4 – Servicio de Deuda	236
Cuadro 5: Mano de Obra	237
Cuadro 6: Cronograma de Producción y Ventas	238
Cuadro 7 Ingresos por Ventas	239
Cuadro 8 Costos Totales	239
Cuadro 9: Punto de Equilibrio	241
Cuadro 10 Capital de Trabajo:	241
Cuadro 11 Estado de Resultado con Financiamiento	243
Cuadro 12 Estado de Resultado sin Financiamiento	244
Cuadro 13 Flujo de Caja Proyectado con Financiamiento.....	244
Cuadro 14 Flujo de Caja Proyectado sin Financiamiento	246
Cuadro 15 Origen y Aplicación de Fondos con Financiamiento	247
Cuadro 16 Origen y Aplicación de Fondos Sin Financiamiento	247
Cuadro 17 Balance Proyectado con Financiamiento	248
Cuadro 18 Balance Proyectado sin Financiamiento	249

Cuadro 19 Ratios Financieros	250
Anexos	252
Bibliografía- Libros de Apoyo	271
Referencias Bibliográficas	272

RESUMEN

“**Misha S.R.L**” es una empresa dedicada a confección de ropa infantil de alta calidad, resistencia al uso en el exterior, comodidad, exclusividad y un estilo diferente a lo que ofrece el mercado estará ubicado en el Paseo Los Laureles sobre la Avda. Eusebio Ayala esq. Tte. Ángel Espinoza, en el Barrio los Laureles.

Su misión: Somos una empresa comprometida con la innovación y la creatividad, ofreciendo diseños exclusivos una amplia gama de productos a nuestros clientes.

Su Visión: Ser la mejor empresa textil de ropas para niños/as capaz de desarrollar en sus colaboradores la creatividad a favor de sus clientes; y lograr ser una empresa altamente productiva, innovadora, competitiva y dedicada en la satisfacción plena de sus clientes. Es una empresa formada por personas con gran conocimiento en el rubro; busca el desarrollo personal de sus recursos humanos y pretende garantizar a los socios un crecimiento en la rentabilidad de su inversión.

La empresa las decisiones la toma el Gerente General previa consulta a la junta de Socios. La coordinación de los trabajos se guiará por la supervisión directa, mediante las órdenes de los jefes y los trabajos se realizarán de acuerdo al manual defunciones. A largo plazo la empresa buscara introducir más variedad en la gama de productos y accesorios relacionado al producto. La inversión inicial de la empresa es de Gs 400.000.000. La utilidad esperada en el primer año es de Gs.168.026.230 lo que significa que la empresa aumentaría su utilidad en los próximos años. Según la planificación financiera realizada el VAN sin financiamientos es de Gs.264.469.388 con TIR del 53,46% en cambio, los resultados con financiamiento el VAN es de 415.481.530 con TIR del 64,41%