

**Ciencias Contables y Administrativas**

***COTLER PY S.R.L.***

***Fábrica de Camisas***

**Laudelina Ruiz Díaz, De Portal**

**Asunción - Paraguay**

**2015**

# INDICE

## **I. CAPITULO I**

- 1.1 Introducción a la idea del Negocio.
- 1.2 Requerimientos Jurídicos.
- 1.3 Localización de la empresa u organización.

## **II. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.**

- 2.1 Definiciones de: Objetivos de la investigación, Hipótesis General
- 2.2 Objetivos de la investigación
- 2.3 Tipos de Investigación.
- 2.4 Procedimientos de Recolección de Datos.
- 2.5 Determinación del Plan y Tamaño de la Muestra.
- 2.6 Recolección de Datos
- 2.7 Análisis de Datos
- 2.8 Conclusiones

## **III. PLAN DE MARKETING**

- 3.1 Análisis de la Macrosegmentacion
- 3.2 Análisis de la Microsegmentacion
- 3.3 Análisis de la demanda, Análisis situacional, Objetivos, estrategias, Planes de acción.

## **IV. ADMINISTRACION – CONTABILIDAD**

- 4.1 Análisis de la estructura Competitiva.
- 4.2 Plan de administración: Análisis FODA, Estrategias, Objetivos, Políticas, Planes de Acción.
- 4.3 Estructura Organizacional: Organigrama, Recursos Humanos
- 4.4 Plan de Cuenta.
- 4.5 Aspectos Económicos.

## **V. PLAN FINANCIERO DE LA EMPRESA**

- 5.1 Cuadro de Inversión
- 5.2 Cuadro de Cronograma de Inversión
- 5.3 Cuadro de Depreciación
- 5.4 Cuadro de Servicios de la Deuda
- 5.5 Cuadro de RR. HH.
- 5.6 Cuadro de Cronograma de Producción
- 5.7 Cuadro de Ingresos
- 5.8 Cuadro de Egresos
- 5.9 Cuadro de Punto de Equilibrios
- 5.10 Cuadro de Cálculo del Capital de Trabajo.
- 5.11 Cuadro de Estado de Resultado Proyectado, con y sin Financiamientos
- 5.12 Cuadro de Flujo de Caja Proyectado con y sin Financiamiento.
- 5.13 Cuadro de Origen y Aplicación de Fondos Proyectados con y sin Financiamiento.
- 5.14 Cuadro de Balance Proyectado con y sin Financiamiento
- 5.15 Ratios Financieros
- 5.16 Conclusión

## **VI. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

6.1 Impacto Ambiental

6.2 Impacto Socio económico

6.3 Impacto Cultural

6.4 Aspecto Ético de la Sustentabilidad del Proyecto.

6.5 Plan de Acción.

6.7 Plan de Salida.

6.8 Conclusión

**VI ANEXOS.**

**VII BIBLIOGRAFIA.**

## RESUMEN

El Proyecto **COTLER PY S. R. L.** Se refiere a la implementación de una Empresa de Confección de prendas de vestir, exclusivamente para caballeros (Camisas), que brinda un producto innovador en el mercado de la producción, para los las ciudades de Limpio y Mariano Roque Alonso, buscando liderar en el mercado al cual se dirige a mediano y largo plazo.

El taller de confección está ubicado en la ciudad de Limpio, Barrio Villa Jardín, con 120 m2 de construcción, equipadas con todas las tecnologías para la elaboración de sus productos y cumplir con la demanda del mercado.

El producto está dirigido a un segmento de mercado cuyo nivel de ingresos es superior al sueldo mínimo legal paraguayo, por ser personas que tiene tendencias a comprar productos de primera calidad como la que ofrece nuestra empresa.

Este segmento se encuentra insatisfecha según los estudios de merados realizado por el grupo de trabajo que intervino en el proyecto, dando una perspectiva global de que incluso trabajando el proyecto a su máxima capacidad, no se podía satisfacer completamente la demanda del mercado, aun así, la empresa podrá extenderse a medida que se consolide en el mercado a través de la adecuada estrategia de marketing que promocióne el valor agregado para la percepción del cliente, que lograra por medio de la publicidad y la proyección de una imagen de prestigio y buen gusto, lo que permitirá lograr mayor aceptación del producto.

Para superar el desempeño de los competidores, se eligió la estrategia de Michael Porter, **COTLER PY S. R. L.**, adopta la estrategia de diferenciación como pieza fundamental en el desempeño frente a los competidores del mercado al cual se desea ingresar.

A través de una buena campaña publicitaria se puede, lograr la percepción de los compradores de aceptar la característica distintiva de nuestro producto, el objetivo de la diferenciación es crear algo que sea percibido en el mercado como único. Esto no significa que la empresa ignore los costos, sino que no son el objetivo estratégico primordial.

La empresa **COTLER PY S. R. L.** Para empezar, contará con 20 empleados directamente por lo que se considera como una pequeña empresa con proyección a crecimiento y fortaleciendo sus recursos humanos contando con empleados capacitados.

El proyecto pretende insertar al mercado laboral a un total de 20 personas, siendo 14 en el área administrativas-comercial y 6 en el área de producción. En el salario total estimado del personal administrativo-comercial y producción seria de gs. 740.604.000 anual.

Es importante destacar que los empleados dependientes gozaran de todos los beneficios sociales, el resto del personal trabajara como independiente. La carga social mensual es de 33% que consiste en: 16,5% IPS; aporte obrero 9%; 3,3% vacaciones y 5% para Bonificación Familiar.

Este proyecto tiene la ventaja de ser también una fuente de empleo indirecto (efecto multiplicador) ya que la empresa tiene la necesidad de comprar en cantidad materia prima (telas de algodón) para lo cual se requiere la cantidad necesaria de empleados de empleados para cubrir sus demandas, ayudando a su vez a mejorar la calidad de vida de estos.

La inversión total de este proyecto asciende la suma de gs. 440.000.000, de los cuales gs. 240.000.000, (54.55%) son de aporte propio de los socios y gs. 200.000.000, (45,45%) será financiado a través de un Banco.

Esta inversión será destinada a la compra de inmueble, compra de equipos de oficinas (computadores, sistemas de seguridad contra incendio etc.) compra de unidad móvil, compra de maquinarias para la producción, adquisición de equipos electrónicos, pagos de lanzamientos de publicidad etc.; también la inversión será destinada a trámites para la apertura del negocio y capital de trabajo.

Con respecto a las ventas proyectadas, el índice de comercialización indica el porcentaje de ventas efectivas que se considera mínimo, teniendo para el primer año un 65% y luego cada año las ventas efectivas irán creciendo 5% anual hasta llegar al 85% en el año 5 que se considera el año que la empresa ya estará consolidada.

La utilidad neta del proyecto al final del año 1, será de guaraníes -65.073.435 (negativa), en el segundo año ya será positiva de gs. 37.084.272, e irá creciendo durante todo el ciclo de vida del mismo hasta alcanzar el máximo de utilidad neta sobre las ventas al quinto año con gs. 448.352.776.

La evaluación financiera con financiamiento del proyecto tendría un Van de gs. 437.195.057, y un TIR del 43,93% o una tasa de costo de oportunidad del 14,3% de mercado financiero.

Teniendo todos los estudios previos y analizando los resultados, se considera que el proyecto cumple con todos los requisitos tanto económico, financieros, jurídicos y sociales se recomienda la puesta en marcha, pues demuestra que el proyecto es viable y sustentable durante todo su ciclo de vida