

**Ciencias Contables y Administrativas**

*M&P Fashion Truck*

**Hugo Osvaldo Rubén Romero Curtido**

**Asunción-Paraguay**

**2016**

# ÍNDICE

Agradecimientos.	Pág.3
Índice.	Pág.4-5
<b>Capítulo 1. Introducción a la Idea del Proyecto.</b>	
1.1.- Introducción a la Idea del Proyecto	Pág.7-14
1.2.- Requerimientos Jurídicos.	Pág.15
1.2.1.- Nombre o Razón social.	Pág.15
1.2.2. Tipo de Sociedad.	Pág.15
1.2.3. Constitución Jurídica.	Pág.15-28
1.3.- Localización de la Empresa u Organización.	Pág.29-30
<b>Capítulo 2. Investigación de Mercado.</b>	
2.1.- Objetivo General de Investigación e Hipótesis.	Pág.32
2.2.- Objetivos Específicos y Requerimientos de la Información.	Pág.32-33
2.3.- Tipos de Investigación.	Pág.34
2.4.-Procedimiento de Recolección de Datos.	Pág.35-38
2.5.- Determinación del Plan y Tamaño de la Muestra.	Pág.39
2.6.- Análisis de Datos	Pág.40-55
2.7.- Conclusiones/Informe.	Pág.56
<b>Capítulo 3. Plan de Marketing.</b>	
3.1.- Análisis de la Macrosegmentación.	Pág.58-59
3.2.- Análisis de la Microsegmentación.	Pág.60-61
3.3.- Análisis de la Demanda.	Pág.61-62
3.4.- Plan de Marketing.	Pág.63
3.4.1.- Análisis Situacional.	Pág.63-85
3.4.2.- Objetivos.	Pág.86-87
3.4.3.- Estrategias.	Pág.88
3.4.4.- Planes de Acción.	Pág.89-90
<b>Capítulo 4. Administración / Contabilidad</b>	
4.1.- Análisis de la Estructura Competitiva del Sector (Porter).	Pág.92-94
4.2.- Plan de Administración.	Pág.95
4.2.1.- Análisis Situacional.	Pág.95-100
4.2.2.- Estrategias.	Pág.101-102
4.2.3.- Objetivos Administrativos.	Pág.103
4.2.4.- Políticas.	Pág.104-128
4.2.5.- Planes de Acción.	Pág.129
4.3.- Estructura Organizacional.	Pág.130
4.3.1.- Organigrama.	Pág.130-131
4.3.2.- Recursos Humanos.	Pág.132
4.3.3.- Layout.	Pág.133-134
4.4.- Plan de Cuentas.	Pág.135-142
4.5.- Manual de Cuentas.	Pág.143-167
4.6.- Aspectos Económicos.	Pág.168-172
<b>Capítulo 5. Plan de Financiamiento de la Empresa.</b>	

5.1. Cuadro de Inversiones.	Pág.174
5.2. Cuadro de Cronograma de Inversiones.	Pág.175-176
5.3. Cuadro de Depreciaciones y Amortizaciones.	Pág.177
5.4. Cuadro de Servicio de la Deuda.	Pág.178
5.5. Cuadro de RRHH.	Pág.179
5.6. Cuadro de Cronograma de Ventas.	Pág.180
5.7. Cuadro de Ingresos.	Pág.181
5.8. Cuadro de Egresos.	Pág.182
5.9. Cuadro de Punto de Equilibrio.	Pág.182
5.10. Cuadro de Cálculo de Capital de Trabajo.	Pág.183
5.11. Cuadro de Estado de Resultado Proyectado con y sin Financiamiento.	Pág.184
5.12. Cuadro de Flujo de Caja Proyectado con y sin Financiamiento.	Pág.185
5.13. Cuadro de Origen y Aplicación de Fondos Proyectado con y sin Financiamiento.	Pág.186
5.14. Cuadro de Balances Proyectado con y sin financiamiento.	Pág.187-188
5.15. Ratios Financieros.	Pág.189
<b>Capítulo 6. Responsabilidad Social Empresarial.</b>	
6.1.- Impacto Ambiental.	Pág.191
6.2.- Impacto Socio-Económico.	Pág.191
6.3.- Impacto Cultural.	Pág.191-192
6.4.- Aspectos Éticos de la Sustentabilidad del Proyecto.	Pág.193
6.5.- Plan de Expansión.	Pág.194-195
6.6.- Plan Estratégico de Salida.	Pág.196
Bibliografía.	Pág.197
Anexos.	Pág.198-214

## INTRODUCCIÓN

Dentro del mundo de la moda las empresas deben orientar sus esfuerzos a ofrecer servicios de valor agregado o nuevas formas de comercializar los productos abriendo nuevos canales de distribución que resulten más accesibles para los futuros compradores.

Ante esto, las oportunidades para nuevas empresas que contemplen esa idea como la base para ingresar al mercado podrán tener amplias fortalezas si las aprovechan para conjugarlas a su beneficio.

En la actualidad mediante la tecnología en la sociedad Paraguaya se tienen conocimientos sobre la moda de los demás países despertando así atracción e interés de sus miembros por contar con esos productos que se observan, llegando hasta el punto de adquirirlos vía internet debido a la calidad que presentan los productos internacionales con respecto a los nacionales. En cuestión de costumbres y estilo de vida el paraguayo siempre opta por comprar productos de marcas internacionales por la variedad de diseños y modelos que presentan y por temor a adquirir un producto nacional que con facilidad pueda ver por más de una persona dentro de su entorno.

Es por eso que M&P Fashion Truck desea introducir al mercado un nuevo método alternativo e innovador de ventas, una tienda móvil unisex que se dedicara a la venta de ropas, calzados, relojes, perfumes y carteras de tenida casual de marcas reconocidas internacionalmente.

Entre las marcas de los productos a comercializar podemos citar las siguientes: calzados de las marcas Polo, Lacoste, Levi's, Aldo, Hush Puppies, Daniel Cassin entre otros; ropas de las marcas Polo, Forever 21, American Eagle, Calvin Klein, Banana Republic, Abercrombie entre otros; perfumes de las marcas Paco Rabanne, Carolina Herrera, Nina Ricci, Givenchy, Christian Dior, Chanel entre otros; relojes de las marca Tissot, Rolex, Q&Q, Polo, Michael Kors, Guess, Tommy Hilfiger entre otros; carteras de las marcas Daniel Cassin, Aldo, Guess, Lacoste entre otros.

M&P Fashion Truck situara su oficina administrativa y deposito sobre las calles Defensa Nacional y Washington del barrio las Mercedes de la ciudad de Asunción.