

**Ciencias Contables y Administrativas**

***LUDIVINA S.R.L***

**Liduvina Benítez López**

**Asunción-Paraguay  
2016**

# ÍNDICE

Agradecimiento.....	1
Resumen Ejecutivo Ludivina S.R.L.....	2
Capítulo I .....	4
1.1 Introducción a la idea del proyecto: .....	4
1.2 Requerimientos jurídicos. ....	4
1.2.1 Razón Social de la empresa:.....	4
1.2.2 Tipo de Sociedad.....	4
1.2.2.1 Requisitos para apertura de una sociedad de Responsabilidad Limitada .....	4
1.2 Localización de la empresa u organización.....	21
1.2.1 Resultados arrojados.....	24
Capítulo II .....	25
2.1 Objetivo General de la Investigación .....	25
2.2 Objetivos específicos de la investigación y sus requerimientos de la información.....	28
2.3 Tipos de investigación.....	31
2.4 Desarrollar el procedimiento de recolección datos.....	34
2.6 Determinación del tamaño de la muestra .....	41
Conclusión.....	78
Capitulo III .....	79
3.1 Análisis de la macro segmentación.....	79
Análisis de los competidores.....	81
3.2 Análisis de la micro segmentación.....	83
Ciclo de vida del producto.....	86
3.3 Análisis de la demanda.....	89
3.4 Pan de marketing .....	93
3.4.1. Análisis situacional .....	93
2. Definición de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenaza.....	96
3. Realizar el listado plano, definir fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. ..	97
3. Realizar la matriz de interacción.....	98
Objetivos de marketing.....	101
Objetivos de ventas.....	102
3.4.3.- Estrategias.....	103
3.4.4.- Planes de Acción .....	104
3.4.4.1Cuadro de inversión mensual de plan de marketing .....	104
Plan de inversión de marketing .....	107
Capitulo IV.....	108
4.1.- Análisis de la estructura Competitiva del sector (Porter).....	108
4.1.1 Desarrollo del análisis de la estructura Competitiva del sector (Porter).....	112
4.1.2 Conclusión del análisis de la estructura Competitiva del sector (Porter).....	114
4.2.- Plan de administración: .....	115

4.2.1 Análisis Situacional – Matriz FODA .....	115
4.2.2 Realizar el listado plano, definir fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.....	118
4.2.2.1 Matriz de interacción de LUDIVINA S.R.L.....	119
4.2.2.2 Matriz FODA de LUDIVINA S.R.L.....	119
4.3 Estrategias administrativas según Porter .....	121
4.4 Estrategia genérica según Ansoff.....	121
Incremento de la penetración del mercado .....	122
Desarrollo del mercado.....	122
Desarrollo de productos.....	122
Diversificación.....	123
4.5 Objetivos.....	123
4.5.1 Objetivos de Ludivina a corto plazo.....	124
4.5.2 Políticas, procedimiento y reglas.....	124
4.5.3 Procedimientos.....	124
4.5.3.1 Exposición de la política de LUDIVINA S.R.L.....	126
4.5.4.- Planes de acción.....	127
4.6.- Estructura Organizacional.....	130
4.6.1 Estructura organizacional de Ludivina S.R.L.....	138
4.6.2 Manual de funciones de LUDIVINA S.R.L. ....	138
4.6.3 Manual de procedimientos y Flujograma de la empresa LUDIVINA S.R.L. ....	144
4.6.4 Recursos humanos (salarios, cargas sociales).....	
4.6.5 Layout.....	153
4.6.6.- Costo de Producción. ....	155
4.6.7 Plan de Cuentas.....	156
4.6.7 Plan de cuentas de la empresa LIDUVINA S.R.L. ....	164
4.6.8 Manual de cuentas de la empresa LIDUVINA S.R.L.....	177
4.6.9.- Aspecto económico.....	187
Capítulo V.....	200
5. Plan Financiero de la empresa .....	200
5.1 Cuadro de inversiones.....	201
5.2 Cuadro de cronograma de Inversiones.....	202
5.3 Cuadro de Depreciación.....	203
5.4 Cuadro de Servicio de la Deuda .....	204
5.5 Cuadro de RRHH.....	206
5.6 Cuadro de cronograma de producción .....	207
5.7 Cuadro de Ingresos.....	208
5.8 Cuadro de Egresos.....	208
5.9 Cuadro de punto de equilibrio.....	209
5.10 Cuadro de cálculo de Capital de Trabajo .....	211
5.11 Cuadro de Estado de Resultado Proyectado con financiamiento.....	211

5.12 Cuadro de Estado de Resultado Proyectado sin financiamiento.....	212
5.13 Cuadro de Flujo proyectado con financiamiento.....	214
5.14 Cuadro de Flujo proyectado sin financiamiento.....	215
5.15 Cuadro de Origen y Aplicación de Fondos Proyectado con financiamiento.....	216
5.16 Cuadro de Origen y Aplicación de Fondos Proyectado sin financiamiento .....	216
5.17 Balance Proyectado con financiamiento .....	216
5.18 Balance Proyectado sin financiamiento .....	216
5.19 Indicadores Economicos (Ratios) .....	216
5.20 Conclusiones de los cuadros financieros .....	216
Capítulo VI.....	222
6. Responsabilidad social empresarial. ....	222
Responsabilidad Social de la empresa LUDIVINA S.R.L.....	222
6.1 Impacto ambiental. ....	223
Impacto Ambiental de la empresa LUDIVINA S.R.L.....	223
6.2 Impacto Socio-Económico.....	223
Impacto Socio-Económico de la empresa LUDIVINA S.R.L.....	224
6.3 Impacto Cultural.....	225
Impacto Cultural de la empresa LUDIVINA S.R.L.....	225
6.4 Aspectos Éticos.....	226
Aspectos Éticos de la empresa LUDIVINA S.R.L.....	226
6.5 Plan de expansión. ....	226
Plan de expansión de LUDIVINA S.R.L.....	226
6.6 Plan Estratégico de Salida. ....	228
Plan Estratégico de Salida de LUDIVINA S.R.L.....	228
Conclusión de la empresa LUDIVINA S.R.L.....	229
Anexo de la empresa LUDIVINA S.R.L. ....	230
Bibliografía .....	231

## RESUMEN

Este plan de negocio busca determinar si resulta factible y rentable la implementación de una empresa dedicada al rubro de diseño y confección de prendas femeninas (lencerías), así como su comercialización de los mismos a las empresas dedicadas al mismo rubro del territorio nacional, ubicado en el Dpto. Central.

Para establecer la factibilidad del proyecto se realiza un estudio de mercado para identificar y cuantificar el mercado meta. Mediante un análisis interno y externo del negocio se determina los factores que tienen incidencia en la factibilidad.

Para poder llegar al cliente objetivo se elabora un plan de marketing para la empresa comercial.

Además de esto, para determinar la rentabilidad del proyecto se realiza un estudio económico financiero evaluando al proyecto mediante el VAN y la TIR usando el método del valor presente ajustado.

El plan de negocio también realiza una descripción del proceso de diseño y producción, las consideraciones técnicas y manufactureras de los procesos de producción de la empresa Ludivina, además de la planificación de los recursos humanos.

Es necesario también evaluar los impactos ecológicos, socio-económicos, culturales y éticos de la implantación del proyecto, lo cual se describe detalladamente en el cuerpo de este plan de negocio.

Finalmente se procede a realizar una salvedad de cuáles serían los planes de expansión al final de los 5 (cinco) años o en su defecto, si no se alcanzaran las metas trazadas, el plan estratégico de salida.

El mercado objetivo está conformado por los clientes potenciales que son las empresas comerciales dedicadas al diseño y confección de las mismas, que utilizan dichos, insumos y materia prima para su elaboración y lograr a la satisfacción de los clientes cumpliendo con los estándares de calidad.

Ludivina S.R.L. siguiendo su esquema base, plantea ofrecer productos de calidad y comodidad con micro-atributos específicos a las empresas comerciales con un vínculo contractual exclusivo que se llevara a cabo antes de iniciar el proceso de elaboración las especificaciones acordadas con los clientes potenciales.

La elaboración de diseños y producción de las prendas femeninas (lencerías) tendrá lugar en la ciudad de Asunción específicamente sobre la Avda. España c/Santísimo sacramento Finalmente, luego de realizar la evaluación económica y financiera del proyecto se obtiene un VAN de 1.587.905.852 (mil quinientos ochenta y siete millones, novecientos cinco mil, ochocientos cincuenta y dos) y un TIR de 54% haciendo el proyecto rentable.