

Ciencias Contables y Administrativas

**Comercialización de Indumentarias deportivas
CASOL S.R.L.**

Carolina Soledad Fariña Vallejos

**Asunción – Paraguay
2019**

INDICE

INTRODUCCIÓN 1

RESUMEN EJECUTIVO 2

CAPÍTULO 1 CONCEPTO DEL NEGOCIO

1.1 Descripción de la empresa 5

1.2 Visión 5

1.3 Misión 5

1.4 Valores de la empresa 5

1.5 Objetivos 6

1.5.1 Objetivos Generales 6

1.5.2 Objetivos Específicos 6

1.6 Localización 6

1.6.1 Macrolocalización 6

1.6.2 Microlocalización 7

1.7 Ventajas Competitivas 9

CAPÍTULO 2 ASPECTOS JURÍDICOS

2.1 Proceso de Apertura del Negocio 11 al 15

2.2 Acta de Constitución 15 al 21

2.3 Leyes que afectan el Proyecto

2.3.1 Constitución Nacional 22

2.3.2 Ley 1183/85 Código Civil 22

2.3.3 Ley 213/93 Código Laboral. 23

2.3.4 Ley No. 1034/83 Del Comerciante 23

2.3.5 Ley N.º 1352/88 El Registro Único De Contribuyentes 23

2.3.6 LEY 881/81 Régimen Tributario Municipal 24

2.3.7 LEY 125/91 25

2.3.8 Ley N° 2421/04 Régimen Impositivo (IVA) 25 al 27

2.3.9 Ley 284/7 Tasas Judiciales 27

2.3.10 LEY 1294/98 De Marcas 28

2.4 Plan Fiscal 29

2.5 Presupuesto 29 al 32

CAPÍTULO 3 ASPECTOS ECONÓMICOS

3.1 Macroeconomía

3.1.1 Tasa de desempleo 34

3.1.2 Producto Interno Bruto 35

3.1.3 Variación del dólar 36

3.1.4 Tasa de Inflación 37

3.1.5 Variación del salario mínimo 38

3.2 Microeconomía

3.2.1 Elasticidad de la Oferta 39 al 40

3.2.2 Elasticidad de la Demanda 41 al 42

CAPÍTULO 4 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

4.1 Estructura Administrativa 44

4.2 Organigrama según Henry Minzbert 45

4.3 Configuraciones estructurales según Henry Minzbert 47

4.4 Estrategias de Recursos Humanos

4.4.1 Proceso de reclutamiento del personal 47

4.4.2 Proceso de selección 48

4.4.3 Proceso de contratación 49

4.4.4 Proceso de Inducción 50

4.4.5 Proceso de Capacitación 50

4.4.6 Política de Retiro 50

4.5 Manual de Organizaciones y Funciones

4.5.1 Manual de funciones 52

4.5.2 Manual de procedimiento 53

4.5.3 Flujograma 54

4.6 Layout 55

CAPÍTULO 5 ANÁLISIS DE MERCADO

5.1 Investigación de Mercado

5.1.1 Definición del problema u oportunidad 59

5.1.2 Objetivos de la Investigación 59

5.1.3 Diseño de la Investigación 60

5.1.3.1 Investigación descriptiva 60

5.1.3.2 Recolección de datos 60

5.1.3.3 Procesamiento de los datos 61 al 70

5.1.3.4 Resultado de la Investigación 71

5.2 Análisis de la estructura competitiva del sector

5.2.1 Competencia Potencial 73

5.2.2 Competencia Actual 74

5.2.3 Poder de los Proveedores 75

5.2.4 Poder del cliente 75

5.2.5 Productos Sustitutos 75

5.2.6 Resumen 76

CAPÍTULO 6 PLAN DE MARKETING

6.1 Análisis FODA 76

6.2 Marketing Estratégico 79

6.3 Estrategias Según Igor Ansoff 80

6.4 Estrategias según Michael Porter 81

6.5 Marketing Operativo 83

CAPÍTULO 7 ASPECTOS OPERACIONALES

7.1 Aspectos Operacionales 89

7.2 Organigrama del Sector Productivo	89	
7.3 Proceso de Producción	91	
7.4 Principales Proveedores	91	
CAPÍTULO 8 RESPONSABILIDAD SOCIAL		
8.1 Aspectos Operacionales	93	
8.2 Impacto Ambiental	93	
8.3 Impacto Socio Económico	98	
8.4 Impacto Cultural	98	
8.5 Aspectos Éticos	99	
CAPÍTULO 9 PLAN DE EXPANSIÓN		
9.1 Plan de Expansión	101	
9.2 Riesgos Internos de Expansión	101	
9.3 Riesgos Externos de Expansión	102	
9.4 Barreras de Salida	103	
CAPÍTULO 10 ASPECTOS FINANCIEROS		
10.1 Inversión y Financiamiento	105	
10.2 Cronograma de Inversión y Financiamiento	106	
10.3 Servicio de Deuda	107	
10.4 Proyección de Ventas	108	
10.5 Capital de Trabajo Bruto y Neto	110	
10.6 Proyección de Costos y Gastos	113	
10.7 Costos del Proyecto	115	
10.8 Mano de Obra y Cargas Sociales	116	
10.9 Estados de Resultados	118	
10.10 Flujo de Caja Proyectado	119	
10.11 Evaluación con Financiación	120	
10.11.1 Recuperación de Capital	121	
10.12 Evaluación sin Financiación	123	
10.12.1 Recuperación de Capital	123	
10.13 Tasa de corte	124	
10.14 Prima de Riesgo	125	
10.15 Depreciaciones y Amortizaciones	126	
10.16 Fuentes y Usos de Fondos	127	
10.17 Punto de equilibrio	128	
10.18 Balance Proyectado	129	
CAPÍTULO 11 ASPECTOS CONTABLES		
11.1 Manual de Cuentas	133	
11.2 Plan de Cuenta	138	
CONCLUSION		145
BIBLIOGRAFIA		146

RESUMEN

La empresa CASOL S.R.L. Será una empresa dedicada exclusivamente al diseño y provisión de atuendos Deportivos, enfocando toda su atención en brindar calidad y precio justo para los deportes amateur tanto para empresas, entidades sociales o círculos de amigos. La misma está conformada por 2 divisiones por 11 personas por lo que será una pequeña empresa.

Situada en la calle Choferes del chaco N.º 733 casi Pacheco en el Barrio Recoleta de la Ciudad de Asunción.

Creada con vistas a contribuir con fuentes de empleo, generar desarrollo comercial, económico y social, privilegio óptimo para todos los miembros que la conforman y con el eficiente anhelo de difundir un ejemplo de espíritu empresarial.

Estudiando el mercado en general me percaté que los consumidores optan por diseños de marcas internacionales y por la comodidad al usar el producto ante todo es por eso que me dirigí por comercializar atuendos con diseños innovadores y cómodos.

He optado por la denominación del nombre CASOL S.R.L. como un referente a la creadora de la marca con el propósito a ser lanzado al mercado inspirado en diseñar una línea de producto como también estampando el logo del producto.

El tipo de organigrama a ser utilizado es de una estructura simple donde las decisiones que se adopte serán por los propietarios y los mecanismos de adaptación y control será por supervisión directa.

La estrategia competitiva a ser implementada por nuestra empresa será Liderazgo en costo en un mercado ya existente que sería del deporte implementando en los atuendos la creatividad y la imaginación de sus diseños que logran una constante positiva en sus productos, los cuales brindaran calidad, bienestar y seguridad a su cliente. El diseño de las prendas juega un papel central por su alto valor percibido por los clientes, pero diferente al que de los competidores.

La inversión inicial que requiere el proyecto es de 762.354 Gs. De los cuales 74% este compuesto por capital de los socios y el restante 26% consiste en un préstamo del Banco a 5 años de plazo en una tasa de interés de 15% anual. El objetivo de la empresa a corto plazo planea lograr una rentabilidad promedio del 20% anual con relación al capital invertido. En lo que respecta al objetivo a largo plazo se propone ser una marca líder en el mercado nacional.

En lo que refiere a la inversión que requerirá este proyecto en base a análisis de los resultados obtenidos por el flujo de caja la misma nos detalla que la inversión inicial la estaríamos recuperando en el 2 años 10 meses del ejercicio además podemos resaltar que nuestra utilidad nos brinda resultados positivos que permiten que la empresa pueda crecer año tras año, concluyendo que nuestro proyecto según informe de los resultados finales es viable y factible y su ejecución es recomendable desde todo punto de vista.