

**Administración de Empresas**

**EcoModa S.R.L.**

**Alumnos:**

**Ingrid Anahí Saelzer Riquelme**

**Karen Anahí Saelzer Riquelme**

**Asunción - Paraguay**

**2017**

## ÍNDICE

### **CONCEPTO DE NEGOCIO 6**

**INTRODUCCIÓN 6**

**DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA 7**

VISIÓN 7

VALORES 7

OBJETIVOS 9

ESTRUCTURA 11

LOCALIZACIÓN 13

**ESTUDIO DE MERCADO 17**

**ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA EMPRESA (FODA) 23**

**DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO 27**

**VENTAJAS COMPETITIVAS 41**

### **ASPECTOS JURÍDICOS DE LA EMPRESA 42**

**LEYES 42**

**DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTROS PÚBLICOS 44**

ACTA DE CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD 44

SOLICITUD DE AUTO INTERLOCUTORIO PARA RUBRICA DE  
HOJAS/FORMULARIOS CONTINUOS 48

RESOLUCIÓN DE AUTO INTERLOCUTORIO 49

INSCRIPCIÓN EN LA DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTROS PÚBLICOS -  
FORMULARIO 14 49

NOTA DE SOLICITUD DE HOJAS CONTINUAS 50

RUBRICACIÓN DE HOJAS Y/O FORMULARIOS CONTINUOS - FORMULARIO  
18. 51

AUTORIZACIÓN DE RUBRICA 51

MINISTERIO DE HACIENDA – SUBSECRETARIA DE ESTADO DE  
TRIBUTACIÓN 51

SOLICITUD DE CLAVE DE ACCESO CONFIDENCIAL DEL USUARIO. 52

ACTA DE MANIFESTACIÓN DE VOLUNTAD – FORMULARIO 625. 53

INSTITUTO DE PREVISIÓN SOCIAL 11.

INSCRIPCIÓN PATRONAL. 53

INSCRIPCIÓN OBRERA 55

INSCRIPCIÓN EN EL SISTEMA REI - INSTITUTO DE PREVISIÓN SOCIAL 55

MINISTERIO DE TRABAJO, EMPLEO Y SEGURIDAD SOCIAL. 55

MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO. 56

MUNICIPALIDAD 57

**REQUISITOS EXIGIDOS POR EL SISTEMA UNIFICADO DE APERTURA DE  
EMPRESAS PERSONAS JURÍDICAS: 57**

### **ASPECTOS ECONÓMICOS 59**

**MACROECONOMÍA 59**

TASA DE DESEMPLEO. 61

PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB) 71

TIPO DE CAMBIO 76

TASA DE INFLACIÓN	87
VARIACIÓN DEL SALARIO MÍNIMO	90
<b>MICROECONOMÍA</b>	<b>92</b>
ELASTICIDAD DE LA DEMANDA	92
ELASTICIDAD DE LA OFERTA	94
<b><u>ANÁLISIS DE MERCADO: ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA</u></b>	<b><u>97</u></b>
<b>ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER</b>	<b>97</b>
PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES	97
PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES	98
AMENAZAS DE NUEVOS COMPETIDORES	99
AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS	100
RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES	101
RESUMEN DE LA ESTRUCTURA DE LAS FUERZAS COMPETITIVAS	102
<b><u>PLAN ADMINISTRATIVO</u></b>	<b><u>103</u></b>
<b>ESTRUCTURA ORGANIZATIVA</b>	<b>103</b>
<b>DISEÑO DE LA SUPERESTRUCTURA</b>	<b>106</b>
<b>DISEÑO DE PUESTOS</b>	<b>109</b>
<b>ESTRATEGIAS OPERATIVAS</b>	<b>111</b>
REGLAMENTOS Y NORMAS DE LA EMPRESA	111
<b>ESTRATEGIA DE RECURSOS HUMANOS, MANO DE OBRA ESTIMADA Y BENEFICIOS A OFRECER A LOS EMPLEADOS.</b>	<b>115</b>
<b>DISEÑO DE FUNCIONES</b>	<b>118</b>
<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	<b>121</b>
<b>LAYOUT</b>	<b>156</b>
<b><u>PLAN DE MARKETING</u></b>	<b><u>157</u></b>
<b>INTRODUCCIÓN - ECOMODA S.R.L.</b>	<b>157</b>
<b>MISIÓN</b>	<b>158</b>
<b>VISIÓN</b>	<b>158</b>
<b>LOS OBJETIVOS A CORTO PLAZO SON:</b>	<b>158</b>
<b>LOS OBJETIVOS A MEDIANO PLAZO SON:</b>	<b>159</b>
<b>LOS OBJETIVOS A LARGO PLAZO SON:</b>	<b>159</b>
<b>MERCADO ACTUAL</b>	<b>160</b>
<b>SEGMENTO DEL MERCADO</b>	<b>160</b>
<b>ANÁLISIS DE LA SEGMENTACIÓN</b>	<b>160</b>
<b>MACRO SEGMENTACIÓN</b>	<b>162</b>
<b>MICRO SEGMENTACIÓN:</b>	<b>164</b>
<b>CLAVES INTERNAS</b>	<b>165</b>
<b>ESTRATEGIA DE MARKETING</b>	<b>166</b>
<b>MATRIZ FODA</b>	<b>166</b>
<b>VALOR DIFERENCIAL</b>	<b>167</b>
<b>ESTRATEGIAS COMPETITIVAS DE PORTER.</b>	<b>167</b>
<b>ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO (ANSOFF).</b>	<b>168</b>
<b>EL MARKETING MIX OPERATIVO.</b>	<b>168</b>
<b>PLAN DE LANZAMIENTO</b>	<b>170</b>
<b><u>PLAN OPERACIONAL DE LA EMPRESA</u></b>	<b><u>171</u></b>
<b>EDIFICIOS</b>	<b>172</b>
<b>PROCESO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>188</b>

**DETALLE DE PROVEEDORES 189**

**PLAN FINANCIERO 190**

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL 208**

**IMPACTO AMBIENTAL 208**

**IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO Y CULTURAL 211**

**ASPECTOS ÉTICOS PARA LA SUSTENTABILIDAD DEL PROYECTO 213**

**¿SOSTENIBILIDAD O SUSTENTABILIDAD? 214**

**ASPECTOS Y ACCIONES DE LA SOSTENIBILIDAD 215**

**ASPECTOS Y ACCIONES DE LA SUSTENTABILIDAD DEL PROYECTO 215**

**PLAN DE EXPANSIÓN 218**

**RIESGOS INTERNOS 218**

**RIESGOS EXTERNOS 219**

**BARRERAS DE SALIDA 219**

**CONCLUSIÓN 220**

**BIBLIOGRAFÍA 221**

## INTRODUCCIÓN

EcoModa S.R.L. se basará en la confección de prendas de vestir de fibra orgánica, libres de toxinas industriales y químicas, que se han obtenido de manera sustentable, su huella de carbono es bastante baja y satisfacen al 100% las normativas de Sustainable Bio Degradable Products (SBP®). La marca que estará representada en cada prenda se denominará “**Mara’y Clothing**” moda ecológica, nace de la pasión por la moda y la naturaleza basado en los principios del comercio justo, por lo que busca ofrecer una vestimenta eco-friendly. Haciendo foco en prendas femeninas y masculinas que abarca desde el estilo clásico-urbano, elegante al casual chic echando un vistazo a variantes juveniles, sport, bohemias y folk entre otras, también apostará a la moda orgánica infantil, creando piezas coloridas, divertidas y siempre teniendo en cuenta que se trata de las propuestas en las vidrieras locales más populares que probablemente consigan mayor aceptación.

La filosofía de la organización se distingue por los principios: Comercio Justo, Ecológico, Ética Social, Inclusión Social, Sustentabilidad y Responsabilidad Social Empresaria. La sociedad estará conformada por los socios, designándose por la cantidad de participaciones sociales de cada uno de ellos. El atelier estará ubicado en la ciudad de Capiatá, con dos sucursales de retail en puntos estratégicos de la ciudad de Asunción, debido a la facilidad de acceso para el transporte de ingreso y egreso de las materias primas, o el producto final, respectivamente.

EcoModa S.R.L., se destacará por la gran variedad de productos que ofrecerá, para empezar las selecciones de prendas de vestir, luego ampliándose aún más hacia otros sectores. Mientras que la demanda se presente, habrá siempre una posibilidad de aumentar las alternativas y comenzar a producir en otras áreas donde los productos orgánicos sean necesarios.

***“Los productos que consumes determinan el mundo en el que quieres vivir”***