

**Licenciatura en Marketing**

**Tienda de Ropas Ñande AO S.R.L**

**Alumnos:**

**Víctor Manuel Torres Cárdenas**

**Marcelo Portillo Cristaldo**

**Asunción – Paraguay**

**2017**

## ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO .....	Pag. 8
CONCEPTO DEL PROYECTO .....	Pag. 9
DESCRIPCION DE LA EMPRESA .....	Pag. 10
JUSTIFICACION.....	Pag. 10
MERCADO META.....	Pag. 10
NOMBRE DE LA RAZON SOCIAL .....	Pag. 11
TIPO DE SOCIEDAD.....	Pag. 11
VISION, MISION Y VALORES DE LA EMPRESA.....	Pag. 12
OBJETIVOS:	
Generales.....	Pag. 13
Específicos .....	Pag. 13
LOCALIZACION:	
Macro Localización.....	Pag. 14
Micro Localización .....	Pag. 15
Métodos de Factores Ponderados.....	Pag. 16
Ventaja Competitiva.....	Pag. 17
CAPITULO 2 - ASPECTOS JURIDICOS .....	Pag. 19
Constitución Jurídica, Escritura de Constitución .....	Pag. 20
Tramites de inscripción en los registros Públicos.....	Pag. 24
Solicitud de empleado medio computacional.....	Pag. 26
Plan Fiscal de la empresa .....	Pag. 30
Presupuesto Jurídico Inicial .....	Pag. 31
Código Civil del Paraguay .....	Pag. 33
Código Laboral.....	Pag. 52
Régimen Impositivo (IVA) .....	Pag. 60
Constitución Nacional de los Derechos laborales.....	Pag. 77
Ley de Marcas.....	Pag. 80
CAPITULO 3 – ASPECTOS ECONOMICOS.....	Pag. 97
Conceptos Básicos de la Economía.....	Pag. 98
Tasa de desempleo .....	Pag. 99
Subocupación .....	Pag. 99
PIB – Producto Interno Bruto.....	Pag. 100
Variación del Dólar.....	Pag. 101
Tasa de inflación .....	Pag. 102
Variación del salario mínimo .....	Pag. 103
Elasticidad de la Oferta .....	Pag. 105
Ley de la Oferta.....	Pag. 106
Ley de la demanda.....	Pag. 109
Análisis de la Oferta.....	Pag. 109
CAPITULO 4 - ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....	Pag. 111
Estructura Organizativa.....	Pag. 112
Configuración Estructural de Henry Mintzberg.....	Pag. 113

Estrategias de Recursos Humanos.....	Pag. 114
Proceso de Reclutamiento del personal.....	Pag. 113
Proceso de selección.....	Pag. 114
Contratación .....	Pag. 115
Inducción y Socialización .....	Pag. 117
Adiestramiento y Capacitación .....	Pag. 118
Manual y Organización de funciones.....	Pag. 121
Manual de Procedimientos.....	Pag. 145
Descripción del Proceso .....	Pag. 146
Fluxograma.....	Pag. 147
Layout.....	Pag. 151
Estructura de Minzberg .....	Pag. 152
Ápice Estratégico .....	Pag. 152
<b>CAPITULO 5 – INVESTIGACION DE MERCADO.....</b>	<b>Pag. 155</b>
Investigación de Mercado .....	Pag. 156
Diseño de investigación .....	Pag. 157
Métodos de recolección, procesamiento y Análisis de Datos.....	Pag. 158
Muestreo.....	Pag. 159
Recolección de Datos.....	Pag. 160
Resultados de la investigación .....	Pag. 176
(Michael Porter) Análisis de la estructura Competitiva del sector.....	Pag. 179
Análisis de la demanda.....	Pag. 185
<b>CAPITULO 6 – PLAN DE MARKETING .....</b>	<b>Pag. 187</b>
Análisis FODA.....	Pag. 188
Marketing Estratégico .....	Pag. 190
Estrategias de Igor Ansoff.....	Pag. 191
Estrategias según Michael Porter.....	Pag. 192
Marketing Operativo .....	Pag. 194
<b>CAPITULO 7 – ASPECTOS OPERACIONALES .....</b>	<b>Pag. 198</b>
Organigrama del sector de Comercialización .....	Pag. 199
Principales Proveedores .....	Pag. 201
<b>CAPITULO 8 – RESPONSABILIDAD SOCIAL.....</b>	<b>Pag. 203</b>
Impacto Ambiental.....	Pag. 204
Impacto Socioeconómico .....	Pag. 207
<b>CAPITULO 9 – PLAN DE EXPANSIÓN.....</b>	<b>Pag. 212</b>
Plan de expansión.....	Pag. 213
Plan de Acción .....	Pag. 214
Riesgos internos de expansión .....	Pag. 215
Riesgos externos de expansión.....	Pag. 216
Barreras de salida .....	Pag. 217
Imagen de Marca.....	Pag. 219
Logo de la Organización .....	Pag. 219
Mapa de Riesgo.....	Pag. 220
Evolución de Mercado de referencia.....	Pag. 222
<b>CAPITULO 10 – ASPECTOS FINANCIEROS.....</b>	<b>Pag. 224</b>

Aspectos Financieros.....	Pag. 225
Inversiones necesarias y financiaciones.....	Pag. 226
Cuadros financieros.....	Pag. 228
Conclusión.....	Pag. 247
Bibliografía.....	Pag. 250
Anexos.....	Pag. 251

## **RESUMEN**

Ñande AO SRL tiene como principal objetivo presentarse en el mercado como un punto de referencia para la moda, dirigida a consumidores cada vez más exigentes. La empresa se dedica a la comercialización de prendas de vestir con tendencias de modas actuales.

El local que se ubicará en el barrio Villa Morra de la Ciudad de Asunción ofrecerá distintas líneas de productos, como ser: Camisillas unisex, remeras cuello redondo, remeras cuello V, Remeras con cuello, Strapples, además contara con una sección de accesorios para el gusto de los clientes, el producto se venderá directamente al cliente.

Es importante garantizar la satisfacción requerida por los clientes, por lo que se ha pensado en un servicio adicional de delivery sin costo para compras dentro de la zona de influencia.

La atención será además a través de vendedores capacitados para así garantizar una excelente atención a clientes con el asesoramiento que estos lo soliciten.

La segmentación elegida esta direccionado a personas que en la actualidad trabajen, estudien, que les guste vestir a la moda o simplemente lucir lo actualizado.

El sector constituye una oportunidad de progreso para los negocios y la empresa existentes en dicho rubro. Por lo que se convierte en reto muy interesante el planteamiento de alternativas y estrategias para la satisfacción del mercado.

La eficiencia, eficacia y éxito de todo negocio se centra en la calidad de su bien o servicio que presta a sus clientes, para ello es imprescindible que se haga un análisis muy por menorizado de lo que se está ofreciendo actualmente en el mercado y sobre ello plantear cambios que traten de conquistar nuevos clientes y porque no, nuevos mercados sin descuidar a los clientes ya existentes.

El fortalecimiento del trabajo para crecer financieramente, permitirá poder contar con estrategias competitivas bien definidas que reflejen una ventaja frente a los competidores.