

Licenciatura en Marketing

"REIMOND RECORDS S.R.L."

Alumno:

Fredy Ramón Benitez González

SAN LORENZO – PARAGUAY

2019

ÍNDICE

Introducción.....	12
Justificación del Proyecto.....	13
CAPITULO I.....	14
1.1 Introducción al Capítulo Jurídico.....	15
1.2 Requerimiento Jurídico.....	15
1.3 Orientación para la Apertura de la Empresa.....	15
1.4 Constitución Jurídica.....	16
1.4.1 Inscripciones en el Registro Público de Comercio.....	16
1.4.2 Requisitos Particulares de Apertura.....	17
1.4.3 Inscripción en el Registro Público de Personas Jurídicas y Asociaciones.....	18
1.4.4 Matrícula del comerciante.....	18
1.4.5 Rúbrica de Libros Contables.....	18
1.4.6 Inscripción en la Dirección de Apoyo del Ministerio de Hacienda.....	19
1.4.7 Apertura en la Municipalidad Involucrada.....	20
1.4.8 Dirección de Propiedad Intelectual (Registro de Marcas).....	20
1.5 Costos de Registros de Empresas.....	21
1.6 Presupuesto Jurídico Inicial.....	22
CAPITULO II.....	23
2.1. Introducción a la Investigación de Mercado.....	24
2.2. Investigación de mercado.....	25
2.3. Objetivo General.....	25
2.4. Objetivos y requerimientos de la investigación.....	25
2.5. Diseño de Investigación y Fuentes de Datos.....	28
2.6. Recolección de datos.....	29
2.7. Diseño de la muestra.....	38
2.8. Procesamiento de Datos.....	43
2.9. Resultados de la investigación.....	59
CAPITULO III.....	61
3.1 Introducción al Plan de Marketing.....	62
3.2 Análisis de la Macrosegmentación.....	62
3.3 Análisis de la Microsegmentación.....	64
3.4 Mercado Objetivo.....	65
3.5 Análisis de la demanda.....	65
3.6 Modelo de Ciclo de Vida del Producto.....	73
3.7 Análisis Situacional - FODA Marketing.....	74
3.8 Objetivos de Marketing - Reimond Records.....	111
3.9 Control y Seguimiento.....	119
3.10 Manual de Identidad Corporativa.....	120
CAPITULO IV.....	129
4.1 Introducción al Capítulo Administrativo.....	130
4.2 Descripción de la empresa.....	130
4.3 Misión.....	130
4.4 Visión.....	130
4.5 Valores.....	131

4.6	Análisis para la localización	131
4.7	Análisis de la estructura competitiva	140
4.8	Matriz de Ansoff, Estrategias de Crecimiento	147
4.9	Análisis situacional	149
4.10	Estructura Organizacional.....	155
4.11	Organigrama	157
4.12	Manual de funciones	160
4.13	Procedimientos.....	167
4.14	Políticas de la empresa.....	180
4.15	Reglamento interno de trabajo	181
4.16	Mano de obra	187
4.17	Reclutamiento de personal.....	189
4.18	Contratación de personal.....	190
4.19	Servicios ofrecidos.....	193
4.20	Precio de venta de los servicios	194
4.21	Margen de Contribución	196
4.22	El impuesto al valor agregado.....	203
4.23	Impuesto a la renta a las actividades comerciales, industriales o de servicios que no sean de carácter personal (IRACIS).....	204
4.24	Plan de cuentas contables.....	205
CAPITULO V		210
5.1	Introducción al Capítulo Económico	211
5.2	La Inflación	212
5.3	Producto Interno Bruto (PIB).....	213
5.4	Superávit y Déficit Fiscal.....	214
5.5	Tasa de Desempleo	214
CAPITULO VI.....		216
6.1	Cuadros Financieros.....	217
6.1.1	Cuadro 1. Inversiones	217
6.1.2	Cuadro 2. Cronograma de Inversión y Financiamiento	222
6.1.3	Cuadro 3. Depreciaciones y amortizaciones	224
6.1.4	Cuadro 4. Servicio de deuda	226
6.1.5	Cuadro 5. Mano de Obra.....	228
6.1.6	Cuadro 6. Capacidad Instalada.....	229
6.1.7	Cuadro 7. Ingresos por ventas.....	232
6.1.8	Cuadro 8. Costos Totales	233
6.1.9.	Cuadro 9. Punto de Equilibrio.	236
6.1.10	Cuadro 10. Capital de trabajo.	237
6.1.11	Cuadro 11. Estado de resultados de proyectos con financiamiento.....	239
6.1.12	Cuadro 12. Estado de resultados de proyectos sin financiamiento.....	240
6.1.13	Cuadro 13. Flujos de caja de proyectos con financiamiento.....	242
6.1.14	Cuadro 14. Flujos de caja de proyectos sin financiamiento.....	244
6.1.15	Cuadro 15. Origen y aplicación de fondos con financiamiento.....	245
6.1.16	Cuadro 16. Origen y aplicación de fondos sin financiamiento.....	246
6.1.17	Cuadro 17. Balances proyectados con financiamiento	246
6.1.18	Cuadro 18. Balances proyectados sin financiamiento	248

6.1.19	Cuadro 19. Indicadores financieros	250
6.2	Resumen de cuadros financieros.....	254
7	Conclusión	255
8	Referencias Bibliográficas	256
9	Anexos y apéndices.....	258
9.1	Imágenes sobre el servicio	258
9.2	Estatutos Sociales - Reimond Records	261
9.3	Solicitudes y formularios	264

INTRODUCCIÓN

La decisión de escoger este tema estuvo basada en la intención de saber si un estudio de grabación dedicado sólo a fines publicitarios podría soportar su convivencia dentro de un mercado no muy popular. Reimond Records es el nombre escogido para un estudio de grabación que realizará un plan de negocios, teniendo de clientes a agencias de publicidad. Reimond Records tiene una visión creativa, tecnológica, y busca estar siempre a la vanguardia de las tendencias, ya sea de los medios de comunicación, en el marketing de las marcas, en los comportamientos de las agencias, etc. En el proyecto se estarán tocando desde puntos legales hasta indicadores financieros, así como también una proyección de ventas, un plan de marketing y otros puntos que buscan hacer de este proyecto una evidencia de su viabilidad.