

Licenciatura en Marketing

INGENIOS S.R.L
“Agencia publicitaria”

Alumnos:
María Paz Giménez
Gabriela Morel

Asunción – Paraguay
2017

ÍNDICE

Dedicatoria	9
Agradecimiento	10
Introducción a la idea del Proyecto	11
CAPITULO 1 - JURIDICO.....	14
1.1 Breve Introducción	14
1.2 Requisitos para la apertura de la empresa	15
1.2.1 Escritura de constitución y aporte de capital.....	15
1.2.1.1. Procedimientos y Requisitos:.....	15
1.2.1.2 Gastos de Honorarios.	16
1.2.2 Inscripción en el Registro Público de personas jurídicas y asociaciones.....	17
1.2.2.1 Procedimientos y requisitos	17
1.2.3 Matricula De Comerciante	18
1.2.3.1 Procedimientos y Requisitos.....	19
1.2.4 Rubrica de libros contables.....	19
1.2.4.1 Procedimientos y Requisitos.....	20
1.2.4.2 Gastos estimados.....	20
1.2.5 Inscripción en la Dirección de Apoyo del Ministerio de Hacienda (RUC).	21
1.2.6 Apertura en la Municipalidad correspondiente.	27
1.2.6.1 Procedimientos y Requisitos.	27
1.2.6.2 Gastos estimados.....	27
1.2.7. Instituto de Previsión Social (I.P.S)	28
1.2.7.1 Requisitos y procedimientos	28
1.2.7.2 Gastos estimados.....	29
1.2.8. Ministerio de Justicia y Trabajo	29
1.2.8. 1 Procedimientos y Requisitos.....	29
1.2.8.2 Gastos Estimados.....	30
1.2.9 Dirección de Propiedad Intelectual (Registro de Marcas)	31
1.2.9.1 Procedimientos y Requisitos.....	31
1.2.9.2 Gastos Estimados.....	33
1.2.10 Resumen de costos para la apertura de INGENIOS S.R.L	33
1.2.11 Modelo de Escritura de Constitución.....	34
1.3 Localización de la empresa	38
CAPÍTULO 2 – INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	41
2.1 Objetivos específicos de la investigación.....	41
2.2 Objetivos de la Investigación y Requerimientos.....	41
2.2.1 Objetivos cognitivos.....	41
2.2.2 Objetivos comportamentales.....	42
2.2.3 Objetivos de la descripción de la empresa.	43
2.2.4. Objetivos de la Demanda.	43
2.3 Diseño de la Investigación.....	44
2.3.1 Investigación Exploratoria.	44
2.3.2 Investigación Concluyente	44
2.4 Recolección de datos.....	46

2.4.1 Cuestionario Estructurado	46
2.5 Definición de la Muestra	54
2.5.1 Definir población.....	55
2.5.2 Identificar el marco muestral.....	55
2.5.3 Calcular el tamaño de la muestra	55
2.5.4 Seleccionar el tipo de muestreo.....	55
2.6 Selección de la muestra	56
2.7 Análisis de Resultado	58
Tabla 2- 1 Agencia de Cartelería que más conoce	58
Grafico 2-1 Agencia de Cartelería que más conoce.....	58
Tabla 2-2 Medio por el cual conoció a la agencia de cartelería	60
Grafico 2-2 Medio por el cual conoció a la agencia de cartelería.....	60
Tabla 2-3 Empresa terceriza productos de cartelería	61
Grafico 2-3 Empresa terceriza productos de cartelería	61
Tabla 2-4 Nivel de importancia de los atributos	62
Grafico 2-4 Nivel de importancia de los atributos.	62
Tabla 2-5 Nivel de importancia sobre el Asesoramiento Creativo	63
Grafico 2-5 Nivel de importancia sobre el Asesoramiento Creativo.	63
Tabla 2-6 Nivel de importancia sobre la Originalidad e Innovación	64
Grafico 2-6 Nivel de importancia sobre la Originalidad e Innovación	64
Tabla 2-7 Nivel de importancia sobre la Responsabilidad y Tiempo de entrega.....	65
Grafico 2-7 Nivel de importancia sobre la Responsabilidad y Tiempo de entrega.....	65
Tabla 2-8 Nivel de importancia de Resistencia del producto.....	66
Grafico 2-8 Nivel de importancia de Resistencia del producto	66
Tabla 2-9 Atributos que una agencia publicitaria de cartelería, no cumple con excelencia hasta	67
Grafico 2-9 Atributos que una agencia publicitaria de cartelería, no cumple con excelencia	67
Tabla 2-10 Inconvenientes que tuvo en algún momento con la agencia de cartelería	68
Grafico 2-10 Inconvenientes que tuvo en algún momento con la agencia de cartelería	68
Tabla 2-11 Productos que se solicita con más frecuencia.....	69
Grafico 2-11 Productos que se solicita con más frecuencia.....	69
Tabla 2-12 Promociones con que le gustaría contar.	70
Grafico 2-12 Promociones con que le gustaría contar.	70
Tabla 2-13- Frecuencia de inversión en cartelería al año.....	71
Grafico 2-13 Frecuencia de inversión en cartelería al año.....	71
Tabla 2-14 Monto promedio anual invertido en cartelería.....	72
Grafico 2-14 Monto promedio anual invertido en cartelería.....	72
Tabla 2-15 Encargados de aceptar y cerrar los presupuestos de cartelería	73
Grafico 2-15 Encargados de aceptar y cerrar los presupuestos de cartelería	73
Tabla 2-16 Cuantos proveedores deben presentar un presupuesto.	74
Grafico 2-16 Cuantos proveedores deben presentar un presupuesto.	74
Tabla 2-17 Donde publicitaria a su empresa.....	75
Grafico 2-17 Donde publicitaria a su empresa.....	75
Tabla 2-18 La ultima agencia de cartelería contratada.	76

Grafico 2-18 La ultima agencia de carteleria contratada.	77
Tabla 2-19 Denominación Social de la empresas.	78
Grafico 2-19 Denominación Social de las empresas.....	78
Tabla 2-20 Años en el mercado.....	79
Grafico 2-20 Años en el mercado.	79
Tabla 2-21 Plazo de Pago.....	80
Grafico 2-21 Método de Pago.	80
2.8 Informe Final	81
CAPÍTULO 3 – LINEAMIENTO ESTRATÉGICO	83
3.1 Análisis de la Macro Segmentación.	83
3.2 Análisis de la Demanda	83
3.3 Análisis de la estructura Competitiva del sector	87
3.4. Matriz de Ansoff.....	93
CAPÍTULO 4 – PLAN DE MARKETING	97
4.1 Análisis Situacional	97
4.1.1 Variables Controlables.....	99
4.1.1.1 Producto	99
4.1.1.2 Precio	102
4.1.1.3 Distribución.....	102
4.1.1.4 Promoción	103
4.1.1.5. Personas	105
4.1.1.6 Evidencia Física	105
4.1.1.7. Procesos.....	106
4.1.2 Variables No Controlables.....	106
4.1.2.1 Competencia	106
4.1.2.2 Clientes	107
4.1.2.3 Entorno.....	107
4.1.3 Listado Plano.....	109
Análisis Interno.....	109
4.1.3.1 Matriz de Interacción	110
4.1.3.2 Matriz FODA	111
4.2 Objetivos del Plan de Marketing	112
4.2.1 Objetivo 1.....	112
4.2.1.1. Estrategia:.....	112
4.2.1.2 Recursos financieros, materiales y humanos	112
4.2.1.3 Plan de Acción	112
4.2.2 Objetivo 2.....	114
4.2.2.1 Estrategia:	114
4.2.2.2 Recursos financieros, materiales y humanos	114
4.2.3. Objetivo 3.....	115
4.2.3.1 Estrategia:	115
4.2.3.2 Recursos financieros, materiales y humanos	115
4.2.3.3 Plan de Acción	115
4.2.4 Objetivo 4.....	116
4.2.4.1 Estrategia.....	116

4.2.4.2. Recursos Financieros, materiales y humanos	116
4.2.4.3. Plan de Acción	116
4.3. Identidad Corporativa	117
4.3.1. Logotipo	118
4.3.2. Tamaño.....	118
4.3.3. Tipografía	119
4.3.4. Cromática del logo	119
4.3.5. Variaciones cromáticas	119
4.3.6. Uso	120
4.3.7. Carpetas Empresariales.....	121
4.3.8. Factura.....	122
4.3.9. Hoja de Membresía	123
4.3.10. Uniforme.....	124
4.3.11. Materiales Promocionales.....	125
4.3.12. Fachada de la empresa.....	126
CAPÍTULO 5 – PLAN ADMINISTRATIVO.....	129
5.1 Plan de Administración	129
5.1.1 Variables controlables.....	129
5.1.1.1 Recursos Humanos.....	129
5.1.1.2 Calidad de la gestión.....	129
5.1.1.3 Costos.....	130
5.1.1.2 Variables no controlables.....	130
5.2 Objetivos del Plan de Administrativo	133
5.1.2 Estrategias	134
5.1.2.1 Objetivo 1.....	134
5.1.2.2 Objetivo 2.....	135
5.1.2.3 Objetivo 3.....	136
5.2. Estructura Organizacional.....	137
5.2.1. Organigrama de Ingenios S.R.L.....	138
5.2.1.1 Elemento Configuracional de la estructura según HeryMintzberg	138
5.2.2. Layout ⁶	141
5.2.2.1 Las reglas del layout	141
5.2.3. Manual de Funciones	143
5.2.4 Manual de Procedimientos.....	162
5.2.5. Fluxogramas.....	165
5.2.6. Recursos Humanos.....	168
5.2.7 Plan de Cuentas.....	174
CAPÍTULO 6 - ASPECTO ECONÓMICO.....	184
6.1. Producto Interno Bruto.....	184
6.1 Balanza comercial (importación / exportaciones)	185
6.3 Fluctuación de tipo de cambio.....	186
6.4 Comportamiento de la reserva monetaria.....	188
6.5 Déficit Fiscal.....	189
CAPITULO 7- PLAN FINANCIERO	192
Tabla 7-1 Cuadro de Inversiones	192

Tabla 7-1-1 Inversiones de Activos Fijos	193
Tabla 7-1-2 Gastos de Pre Inversión	195
Tabla 7-2 Cronograma de Inversión y Financiamiento.....	196
Tabla 7-3 Depreciaciones y Amortizaciones	197
Tabla 7-4 Servicio de Deuda- Largo Plazo	198
Tabla 7-4-1 Servicio de Deuda- Corto Plazo	199
Tabla 7-5 Mano de Obra	200
Tabla 7-6 Cronograma de Ventas.....	201
Tabla 7-7 Ingreso por Ventas.....	202
Tabla 7-8 Costos Totales.....	203
Tabla 7-9 Punto de Equilibrio	204
Tabla 7-10 Capital de Trabajo.....	205
Tabla 7-11 Estado de Resultado con Financiamiento	206
Tabla 7-12 Estado de Resultados sin Financiamiento.....	207
Tabla 7-13 Flujo de Caja con Financiamiento	208
Tabla 7-14 Flujo de Caja sin Financiamiento	209
Tabla 7-15 Origen y Aplicación de Fondos con Financiamiento.....	210
Tabla 7-16 Origen y Aplicación de Fondos sin Financiamiento.....	211
Tabla 7-17 Balances Proyectados con Financiamiento.....	212
Tabla 7-18 Balances Proyectados sin Financiamiento.....	213
Tabla 7-19 Indicadores Financieros.....	214
ANEXOS.....	216
Anexo 1 - Formularios necesarios para la apertura de la empresa.....	216
Anexo 2 - Inscripción en el Registro Público de personas Jurídicas y Asociaciones.....	217
Anexo 3 - Matrícula de Comerciante.	218
Anexo 4 – Rubrica de Libros.	219
Anexo 5 - Inscripción en la Dirección de Apoyo del Ministerio de Hacienda (R.U.C.)	220
Anexo 6 - Apertura en la Municipalidad (Patente)	221
Anexo 7- Instituto de Previsión Social (I.P.S.)	222
Anexo 8- Ministerio de Justicia y Trabajo	224
Anexo 9- Registro de Marca	226
Anexo 10- Modelo Estructurado. Encuesta.....	227
Fuentes Bibliográficas.....	234

INTRODUCCIÓN

El siguiente proyecto es un compendio que trata acerca de la implementación de una agencia publicitaria especializada en cartelería localizada en la ciudad de Luque, con la denominación social de Ingenios Publicitarios S.R.L.

Actualmente la publicidad es fundamental para que una marca quede grabada en la mente de un consumidor, es importante la presencia de las marcas reflejando la imagen que la empresa busca transmitir a los consumidores de sus productos o servicios. Es por esto que luego de una detallada investigación de mercado, y la recopilación de toda la información recolectada en este trabajo, pudimos apreciar los millones de guaraníes invertidos por empresas nacionales e internacionales en cartelería en el Paraguay.

Ingenios S.R.L se encargará de asesorar, diseñar, e ir formando o manteniendo la identidad de las empresas de Asunción y Gran Asunción por medio de nuestros productos de cartelería. Nuestra empresa tercerizará la producción de los productos ofrecidos con proveedores de confianza para enfocarse netamente en la buena relación, acompañamiento a sus clientes y la logística.

Para nosotros la fidelización con el cliente juega un papel importante, esto lo reflejamos en la misión y visión de nuestra empresa, porque no solo buscaremos satisfacer las necesidades de los mismos, sino establecer vínculos duraderos.

Ofreceremos los productos de gigantografías, cenefas back y front light, backpodium, banner, estáticas y plotteados, en donde a través de los ejecutivos de cuenta de Ingenios S.R.L nos encargaremos de proponer, sugerir y recomendar el tipo de cartelería, la ubicación, tamaño, y el diseño de mejor provecho para las empresas que acudan a nosotros, además del montaje de cada uno de los productos ofrecidos, con un equipo de personal capacitado.

Aunque la marca sea muy conocida, y ya se encuentre posicionada en el mercado, la publicidad y los mensajes que las empresas buscan transmitir van cambiando periódicamente, porque todos buscamos la manera de captar la atención de consumidores y nuevos consumidores y sobre todo mantenerlos, es por ello que decidimos crear una agencia especializada en el rubro de la cartelería, que permita seguir creando, conservando y llamando la atención de las masas.

El estudio de mercado que realizamos incluye los datos necesarios que comprueban la factibilidad de este proyecto, con los atributos más ponderados por las más grandes empresas del país, las inversiones anuales realizadas por cada marca, entre otras cosas. El estudio financiero presenta un desglose detallado de la inversión necesaria para la apertura de esta agencia. Contamos con un plan de marketing estratégico anual en donde aplicaremos todos los conocimientos adquiridos a lo largo de nuestra carrera.