

**Licenciatura en Marketing**

**Análisis de la factibilidad técnica, económica y financiera de la  
Instalación de la Compañía de Diseño y Publicidad MindSide  
E.I.R.L.**

**Andrea Candia**

**Asunción – Paraguay  
2020**

# ÍNDICE

Agradecimientos.....	3
Dedicatoria.....	4
Resumen Ejecutivo.....	9
Introducción.....	10
CAPITULO I.....	11
1 Requerimientos Jurídicos de acuerdo al tipo de Sociedad a constituirse. ....	12
1.1.Nombre o razón social:.....	12
1.1.2Tipo de Sociedad: .....	12
Sociedad Simple:.....	15
1.2Requisitos Apertura Empresa Individual de Responsabilidad Limitada - Persona Jurídica .....	17
1.3Inscripciones registro público de comercio. ....	18
1.4Constitución Jurídica .....	19
1.5Inscripción en el Registro público de comercio.....	20
1.5.1Requisitos.....	20
1.6Inscripción en el registro público de personas jurídicas y asociaciones.....	20
1.6.1Requisitos.....	21
1.7Matricula de comerciante.....	21
1.7.1A.I. PARA RUBRICA DE HOJAS/FORMULARIOS CONTINUOS.....	22
1.7.2Inscripción De A.I. Autorización Judicial Para Rubrica De Hojas/Formularios Continuos.....	23
1.7.3Inscripción en la Dirección de Apoyo del Ministerio de Hacienda (R.U.C.).....	23
Apertura en la municipalidad involucrada (patentes).....	24
Ministerio de Empleo y Seguridad Social .....	26
Inscripción Obrero / Patronal (IPS) - Personas Jurídica.....	27
Dirección de propiedad intelectual (registro de marcas). (Poder Legislativo, 1998) ...	27
Capitulo II.....	30
2 Necesidad de información .....	31
Objetivos y requerimientos.....	31
Variables Cognitivas. ....	32
Variables Afectivas.....	33
Variables Comportamentales.....	33
Variables Comportamentales.....	34
Diseño de la Investigación y fuentes de datos. (Taylor).....	34
Investigación Exploratoria.....	35
Grupo foco:.....	35
Investigación Descriptiva .....	35
Diseño de la Investigación.....	36
Diseño del cuestionario .....	36
Muestreo .....	48

Denificación del tamaño de la muestra. ....	48
Marco muestral.....	49
Calcular el tamaño de la muestra.....	64
Seleccionar un tipo de muestreo: .....	65
Análisis de Fiabilidad .....	71
Codificación y tabulación .....	72
Análisis de datos.....	72
Índice de Tablas y Gráficos .....	72
Gráfico 1.....	72
Informe de la investigación.....	125
Valorización de la Investigación de Mercado. ....	126
CAPITULO III .....	127
3 Análisis de la Macrosegmentación .....	128
Mercado de referencia.....	128
Estructura del mercado de referencia. ....	129
Misión.....	129
Visión .....	130
Análisis de la Microsegmentación .....	130
Las etapas del proceso de la microsegmentación .....	131
Análisis Clúster. ....	131
Ciclo de vida del producto (CVP) .....	147
Análisis de la demanda. ....	149
Calculo de la demanda Global.....	149
Análisis de la 5 fuerzas competitivas de Porter .....	152
Evaluación de la estrategia de la Matriz de Ansoff .....	154
Selección de Mercado Objetivo.....	156
Selección de Segmento Mindside E.I.R.L.....	156
Posicionamiento .....	157
Análisis Factorial.....	157
CAPITULO IV .....	161
4 Plan de Marketing.....	162
Análisis Situacional .....	162
Matriz FODA.....	162
Función Sustantiva. Listado Plano .....	182
Plan de Marketing.....	216
Resumen total de la inversión.....	226
Presentar un estimado de lo que espera facturar con CADA OBJETIVO. ...	226
CAPITULO V .....	228
5 Lineamiento estratégico (Ápice estratégico).....	229
Declaración de la Visión.....	229
Declaración de la Misión.....	229

Plan de administración: (Dirección Media).....	229
Análisis Situacional – Matriz FODA .....	229
Conclusión de la Matriz FODA.....	245
Objetivos.....	245
Estrategias (Como se disponen los recursos para el plan de acción) .....	246
Estructura Organizacional.....	252
Organigrama .....	252
Estructura según Mintzberg – Mindside EIRL.....	255
Layout.....	257
Manual de funciones.....	258
Recursos humanos.....	275
Análisis de estructura de costos.....	276
Plan de cuentas.....	278
Identidad Corporativa .....	304
CAPITULO VI.....	306
6 Proyección del PIB 2020 .....	307
Balanza Comercial.....	309
Fluctuación del tipo de cambio.....	313
CAPITULO VII.....	318
7 Presentar los cuadros financieros para su análisis:.....	319
Cuadro 1 de Inversiones .....	319
Cuadro 1.A. – Resumen de Inversiones de Activos Fijos. ....	320
CUADRO 1 .B - RESUMEN DE LOS GASTOS DE PREINVERSION. ....	321
Cuadro 2 - Cronograma de Inversiones.....	322
Cuadro 3 - DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES.....	322
Cuadro 4 de Servicios De Deuda. ....	324
Cuadro 5 de Mano de Obra.....	325
Cuadro 6 de Cronograma de Producción y Ventas.....	327
Cuadro 7 de Ingresos por Ventas.....	328
Cuadro 8 – Costos totales .....	329
Cuadro 9 De Punto de Equilibrio.....	331
Cuadro 10 de Capital de trabajo.....	332
Cuadro 11 de Capital de trabajo.....	333
Cuadro 12 De Estados de Resultados Proyectos Sin Financiamiento.....	335
Cuadro 13 De Flujos De Caja Proyectos con Financiamiento.....	336
Cuadro 14 - FLUJOS DE CAJA PROYECTOS CON FINANCIAMIENTO.....	337
Cuadro 15 – Balances Proyectos con Financiamiento. ....	339
Cuadro 16 – Balances Proyectos Sin Financiamiento.....	340
Cuadro 17 De Indicadores Financieros. ....	342
CAPITULO VIII .....	344
Responsabilidad Empresarial .....	345

CAPITULO IX .....	346
Responsabilidad Social.....	347
CONCLUSIÓN .....	348
ANEXO .....	349
1 Anexo - Capitulo 1 – Jurídico.....	349
2 Anexo - Capitulo 2 .....	367

## **RESUMEN**

El presente plan de negocios estudia el análisis de la factibilidad técnica, económica y financiera con la finalidad de la Instalación de la Compañía de Diseño y Publicidad Mindside E.I.R.L.

Una empresa de diseño y publicidad enfocada en brindar análisis y estrategia, siendo expertos en elaboración y desarrollo de packaging de acuerdo al insight de los consumidores actuales con el objetivo de generar impacto en el mercado y en el consumidor.

Se ha elaborado la Constitución Jurídica como una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada con una inversión total de Gs. 200.000.000.-

La investigación de mercado para el plan de negocios fue analizado a través de una base de datos de 400 microempresas y empresas dentro del territorio paraguayo.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación, se realizó un análisis estratégico de la Demanda Global, Cuota de Mercado y fueron identificadas las competencias. Una vez obtenidos dichos datos, fue seleccionado el segmento con mayor valor económico.

El posicionamiento cualitativo analizado tiene como objetivo posicionarse como expertos en diseño y packaging dentro del mercado-producto.