

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“Materiales didácticos de Artes Plásticas”

Alumnos:

Juan Gaona

Raúl Zelada

Asunción - Paraguay

2016

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO.....	7
CAPÍTULO I – INTRODUCCIÓN Y ASPECTOS JURÍDICOS.....	9
Denominación	9
Razones de la elección del Tema.....	12
Objetivos Generales.....	13
Producto.....	14
Destinatarios y Usuarios.....	15
Localización	16
Etapas del Plan de Negocios.....	17
Cronograma.....	18
Lista de materiales bibliográficos y documentales a consultar.....	19
REQUERIMIENTOS JURÍDICOS	20
Constitución Jurídica	20
Inscripciones Registro Público de Comercio	22
Inscripción en el Registro Público de Personas Jurídicas y Asociaciones.....	23
Matricula de Comerciante.....	25
Rubrica de Libros Contables.....	26
Inscripción en la Dirección de Apoyo del Ministerio de Hacienda (RUC).....	29
Apertura en la Municipalidad Involucrada (Patentes)	39
Instituto de Previsión Social (IPS).....	41
Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.....	42
Dirección de Propiedad Intelectual (Registro de Marca)	44
Costo de Trámites.....	46
ANÁLISIS FODA	47
MATRIZ FODA.....	49
CAPÍTULO II – INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	50
OBJETIVOS GENERALES	50
Objetivo Cognitivo.....	50
Objetivo Afectivo.....	50
Objetivo Comportamental	51
Objetivo Socio Demográfico.....	52
DESARROLLO DEL PROCEDIMIENTO DE RECOLECCION DE DATOS	54
Determinación del plan y tamaño de la muestra.....	63
Recolección de datos – Cuestionario	64
Codificación para tabulación.....	68
Análisis de datos.....	72
CAPÍTULO III – PLAN DE MARKETING.....	88
ANALISIS DE LA MACROSEGMENTACION.....	88
Industria	88
Mercado	88
Producto/Mercado.....	88
Visión.....	88
Misión.....	88

ANÁLISIS DE LA MICROSEGMENTACION.....	89
Homogeneidad.....	89
Heterogeneidad.....	89
Agrupación de Segmentos por valoración de atributos.....	89
Análisis de la Segmentación.....	90
Tamaño Suficiente.....	90
Mensurabilidad	91
Análisis del Segmento.	91
Respuesta Cognitiva	92
Respuesta Afectiva	92
Respuesta Comportamental.....	93
ANÁLISIS DE LA DEMANDA GLOBAL.....	94
Demanda Global.....	94
Mercado Potencial	94
ANÁLISIS SITUACIONAL	96
VARIABLES CONTROLABLES.....	96
Producto.....	96
Precio.....	96
Promoción	96
Plaza	97
VARIABLES NO CONTROLABLES	98
Mercado	98
Aspecto Político.....	98
Listado Plano	99
ESTRATEGIAS MAXI MINI.....	100
Objetivo de Marketing	102
Objetivo de Venta.....	102
ESTRATEGIAS Y PLANES DE ACCIÓN.....	104
Estrategia de penetración de mercados	105
Objetivo 1	105
Objetivo 2	107
CAPÍTULO IV – ADMINISTRACIÓN	109
LINEAMIENTO ESTRATÉGICO (Ápice estratégico)	109
Visión.....	109
Misión.....	109
FUERZAS DE PORTER	110
Poder de negociación de los consumidores.....	110
Poder de negociación de los proveedores.....	112
Amenaza de entrada de nuevos competidores	113
Amenaza de ingreso de productos sustitutos.....	115
Rivalidad entre competidores.....	116
PLAN DE ADMINISTRACIÓN (DIRECCIÓN MEDIA)	120
VARIABLES CONTROLABLES.....	120
Fijación del Precio, a partir del costo de producción	120
Estrategias de distribución, canales de distribución, costos y efectividad	120

Promoción del producto para ingreso al mercado.....	120
Comunicación con el consumidor, publicidad y servicio al cliente	120
VARIABLES NO CONTROLABLES	121
Demanda	121
Consumidor.....	121
Competencia	121
Entorno Legal.....	121
Listado Plano	122
Matriz FODA	123
OBJETIVOS	123
Objetivos de Administración	123
Objetivo 1 - Capacitación, inducción y adoctrinamiento	124
Objetivo 2 - Establecer un sistema de control interno	125
Objetivo 3 - Establecer un sistema de distribución acorde a las exigencias del cliente ...	126
Objetivo 4 - Optimizar la gestión de producción con proveedores	128
MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES - FINALIDAD.....	130
Alcance	131
ESTRUCTURA ORGÁNICA.....	131
Tipo de estructura: Estructura Simple.....	132
Mecanismo de adaptación y control: Supervisión directa.....	132
Elemento configuracional	133
LAYOUT.....	135
MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES - DESCRIPCIÓN	136
Flujograma.....	152
Recursos Humanos.....	155
Identificación de recursos necesarios.....	155
Reclutamiento	155
Preselección	155
Realización de Pruebas.....	155
Entrevistas.....	155
Contratación.....	156
Esquema de Salarios.....	156
CAPÍTULO V – ASPECTO ECONÓMICO.....	157
CAPÍTULO VI – PLAN FINANCIERO.....	162
Cuadro de Inversiones.....	162
Cuadro de Cronograma de Inversiones.....	164
Cuadro de Depreciaciones	165
Cuadro de Servicio de la Deuda	166
Cuadro de Recursos Humanos	167
Cuadro de Producción.....	168
Cuadro de ingresos.....	169
Cuadro de Egresos.....	170
Cuadro de Punto de Equilibrio	171
Cuadro de Capital de Trabajo.....	172
Cuadro de Estado de Resultado Proyectado con Financiamiento	173

Cuadro de Estado de Resultado Proyectado sin Financiamiento.....	174
Cuadro de Flujo de Caja Proyectado con Financiamiento.....	175
Cuadro de Flujo de Caja Proyectado sin Financiamiento.....	176
Cuadro de Origen y Aplicación de Fondos Proyectado con Financiamiento	177
Cuadro de Origen y Aplicación de Fondos Proyectado sin Financiamiento.....	178
Cuadro de Balance Proyectado con Financiamiento.....	179
Cuadro de Balance Proyectado sin Financiamiento.....	180
Cuadro de Ratios Financieros.....	181

RESUMEN

La Educación sin duda alguna es fundamental para formar profesionales dentro de un determinado ámbito. Pero creemos en que otorgar herramientas para mejorar la educación es una cuestión que debemos tomar en cuenta para contar con mejores profesionales en cada ámbito en el futuro, y estas herramientas a veces se encuentran al alcance de al menos la mayoría, es cuestión de darle una visión diferente a lo que estamos emprendiendo.

El presente proyecto presenta una idea clara de negocio enfocado a estudiantes de la materia de Artes Plásticas específicamente. Hemos observado que este segmento en particular carece de herramientas de soporte para el estudio. Es por eso que hemos puesto empeño para otorgar herramientas de calidad y actualizadas que están acorde al programa del Ministerio de Educación, pero otorgando valor agregado relacionado a los contenidos y a la didáctica aplicada.

El proyecto se desarrolla en seis capítulos que contienen informaciones de investigación de mercado, definición de estrategias y marketing, indicadores económicos y el plan con los cuadros financieros proyectados a 5 años. Dentro de los mismos, se podrá observar el análisis realizado, y cómo funcionará el negocio, los recursos a ser utilizados y la inversión necesaria para la implementación del proyecto.

Las fuentes de ingreso se reflejan en las ventas de los materiales a las instituciones de educación, especialmente en los primeros 6 meses del año que es el tiempo en donde las ventas se acrecientan, esto está relacionado con el inicio de actividades a nivel escolar.

Según el estudio de mercado realizado, el precio de venta promedio es de Gs. 40.000 lo cual nos permitirá tener un retorno de nuestra inversión en 4 años aprox. con una relación beneficio / costo de 1,26 veces.

El estudio de mercado nos mostró una buena aceptación del material que deseamos ofrecer a los clientes.

Se estima una inversión inicial de Gs. 692.131.470- que corresponde a la compra de activos fijos y capital de trabajo para el desarrollo de las operaciones.