

**Administración de Empresas**

**“VIZCONDE S. de R.L. de C.V.”**

**Creación, edición y comercialización de una revista impresa y  
una plataforma digital.**

**Alfredo Arthur Moraes Schuh**

**Asunción – Paraguay  
2021**

# ÍNDICE

Agradecimientos.....	2
ÍNDICE.....	3
LISTA DE ABREVIATURAS.....	9
Glosario técnico.....	10
INTRODUCCIÓN .....	13
RESUMEN EJECUTIVO DEL PROYECTO .....	15
CAPITULO 1- Concepto del Negocio .....	16
1.1. Descripción de la empresa.....	16
1.2.3. Misión.....	16
1.2.4. Valores .....	17
1.2.5. Objetivo General .....	17
1.2.6. Objetivo Especifico.....	17
1.2.7. Localización del Proyecto.....	18
1.2.3. Ventaja Competitiva .....	19
CAPITULO 2- Aspectos Jurídicos .....	21
2.1. Proceso de apertura del Negocio .....	21
2.2. Acta de constitución de la Sociedad.....	29
2.3. Plan Fiscal.....	49
Fuente: Elaboración propia. ....	49
2.4. Presupuesto jurídico inicial.....	49
Capítulo 3 – Aspectos Económicos.....	51
3.1. Macroeconomía.....	51
3.2. Producto Interno Bruto (PIB). ....	54
3.4. Variación del dólar.....	56
3.5. Tasa de Inflación. ....	57
3.6. Variación del salario mínimo. ....	59
3.7. Microeconomía.....	61
3.7.1. Elasticidad de Oferta. ....	62
3.7.2. Elasticidad de la Demanda.....	63
Capítulo 4 – Aspectos Administrativos .....	65
4.1. Estructura organizativa.....	65
4.3. Las Configuraciones Estructurales según Henry Mintzberg.....	66
4.4. Organigrama general .....	67
4.5. Recursos humanos. ....	67
4.5.1 Reclutamiento de personal.....	67
4.6. Manual de Organización y Funciones. ....	68
4.7 Manual de Procedimiento Editorial.....	91
Flujograma de Desarrollo de contenido Aprobado .....	95
4.8 Manual de procedimientos Administrativo.....	96
4.9. Layout.....	102
4.10. Definiciones básicas de contabilidad:.....	102
Capítulo 5 – Análisis de Mercado.....	110

5.1. Estructura actual del mercado de contenidos impresos .....	110
5.1.2. El Consumo en el Medio Digital: .....	111
5.1.3. Análisis del mercado .....	112
5.2. Metodología y diseño de la investigación.....	113
5.2.1. Tipo y nivel de investigación.....	113
5.3. Universo .....	113
5.4. Población.....	114
5.5. Alcance de la investigación .....	114
5.6. Muestra .....	114
5.7. Objetivos .....	115
5.7.1. Objetivo general .....	115
5.7.2. Objetivos específicos.....	115
5.8. Investigación de mercado.....	115
5.8.1. Instrumento .....	116
5.8.1.1. Recolección de datos .....	116
5.8.1.2. Criterios de inclusión. ....	117
5.8.1.3. Criterios de exclusión. ....	117
5.8.1.4. Cuestionario: .....	117
5.8.1.5. Resultado .....	118
5.9. Principales competidores. ....	123
5.10. Análisis de la estructura competitiva del sector (Michael Porter) .....	124
Capítulo 6 – Plan de Marketing .....	127
6.1. Análisis FODA. ....	127
6.2. Marketing Estratégico.....	128
6.3. Estrategias según Igor Ansoff .....	129
6.4. Estrategias según Michael Porter.....	131
6.5. Marketing Operativo. ....	132
6.5.1. Producto- Servicio: .....	132
6.5.2. Precio: .....	134
6.5.3. Plaza: .....	136
6.5.4. Promoción: .....	137
Capítulo 7 – Aspectos Operacionales .....	138
7.1. Organigrama del sector productivo. ....	140
7.2. Proceso de producción.....	141
7.3. Principales proveedores.....	143
7.4. Proveedores de los insumos necesarios (materias primas), mercaderías... ..	143
7.5. Proveedores de herramientas y equipos.....	143
7.6. Proveedores de software.....	144
7.7. Alianza estratégica con proveedores .....	144
Capítulo 8 – Responsabilidad Social.....	145
8.1. Impacto ambiental. ....	145
8.2. Impacto socioeconómico.....	146
8.3. Impacto cultural .....	147
8.4. Aspectos éticos de sustentabilidad del proyecto. ....	147
Capítulo 9 – Plan de Expansión .....	149

9.1. Riesgos internos de expansión. ....	149
9.2. Riesgos externos de expansión. ....	150
9.3. Barreras de salida. ....	151
Capítulo 10 – Aspectos Financieros.....	153
10.1 Cuadro de Inversión y Financiamiento .....	153
10.2. Cronograma de Inversión.....	154
10.3. Servicio de la Deuda Sistema Francés.....	154
10.4. Proyección de Ventas.....	156
10.5. Determinación del Capital de Trabajo .....	157
10.6. Proyección de Costos.....	158
10.7. Estado de Resultados Proyectados .....	160
10.8. Evaluación Financiera (VAN y TIR).....	161
10.9. Depreciaciones y Amortizaciones .....	163
10.10. Origen y Aplicación de Fondos.....	164
10.11. Punto de Equilibrio: Financiero y Contable.....	164
4.12. Balance General Proyectado.....	165
Conclusión.....	167
Bibliografía .....	169
ANEXO.....	173

## RESUMEN

VIZCONDE S. de R.L. de C.V. es una empresa comercial dedicada a la creación, edición y comercialización de una revista impresa y una plataforma digital, ubicadas en la colonia de Anzures de la ciudad de México. Calle Herodoto 54, Anzures, ciudad de México, por lo que se puede señalar que es una empresa comercial.

El estudio de factibilidad realizado demuestra que la apertura de VIZCONDE S. de R.L. de C.V., permitirá satisfacer las necesidades de los clientes en el sector de la ciudad y en la región, pues contará con mayor variedad de producto y servicio, tanto en marcas y tecnología de punta.

Otro factor importante es el aporte al desarrollo del sector en donde se ubique la empresa, pues se permitirá también el crecimiento de otros negocios pequeños.

Además de presentar el Estudio Técnico diseñado para la creación, edición y comercialización de una revista impresa y una plataforma digital, se expone el estudio Económico y financiero el cual demuestra que la apertura de la empresa es factible económica y financieramente; adicionalmente se citan los impactos que tendrá el proyecto al ponerse en marcha.

Por último, se dan las conclusiones y recomendaciones convenientes para lograr el éxito del proyecto.

**Palabra clave:** factibilidad, tecnología, modelos, variedad de producto, económico y financiero.