

Licenciatura en Marketing

Agencia De Marketing Digital Multilingue

Alumnas:

Luz Giuliana Báez Gaona

Jazmín Ortiz

Asunción - Paraguay

2019

INDICE

Agradecimiento

Dedicatoria

Introducción

Índice

Capítulo I Requerimiento Jurídico

1.1 Introducción a la idea del proyecto.

1.2 Requerimientos Jurídicos.

1.2.1 Nombre o razón social.

1.2.2 Tipo de Sociedad.

1.2.3 Constitución Jurídica.

Resumen de costos de trámites para apertura de S.R.L

Capítulo II Investigación de Mercados

2. Diseño de la investigación.

2.1 Objetivo de la investigación.

2.2 Objetivos específicos de la investigación.

2.3 Diseño de la investigación y fuente de datos.

2.4 Procedimiento de recolección de datos.

2.5 Determinación del plan y tamaño de la muestra.

2.6 Recopilación de datos.

2.7 Codificación y tabulación.

2.8 Análisis de datos.

2.9 Conclusiones - Informes.

2.10 Valorización de costo de Mercado.

Capítulo III Lineamiento Estratégico

3.1 Análisis de la Macro Segmentación.

3.2 Análisis de la Micro Segmentación.

3.2.1 Análisis de la segmentación.

3.2.2 Elección de segmentos objetivos.

3.2.2.1 Respuesta diferenciada.

3.2.2.2 Tamaño suficiente.

3.2.1.3 Mensurabilidad.

3.2.2 Selección de Segmentos.

3.2.3 Posicionamiento.

3.2.4 Reglas de decisiones de consumidores.

3.3 Análisis de la Demanda.

3.3.1 Cálculo de la Demanda Global.

3.3.2 Cálculo del Mercado Potencial Absoluto.

3.3.3 Cuota de Mercado.

3.3.4 Demanda de la empresa como objetivo.

- 3.4 Análisis de la estructura competitiva del sector (Porter).
- 3.5 Evaluación de la estructura de la matriz de Ansoff.

Capítulo IV Plan de Marketing.

- 4.1 Análisis Situacional.
 - 4.1.1 Análisis FODA.
 - 4.1.1.1 Producto.
 - 4.1.1.2 Precio.
 - 4.1.1.3 Promoción.
 - 4.1.1.3.1 Publicidad por medios de comunicación.
 - 4.1.1.3.2 Relaciones Públicas.
 - 4.1.1.3.3 Marketing Directo.
 - 4.1.1.3.4 Promoción de ventas.
 - 4.1.1.4 Evidencia Física.
 - 4.1.1.4.1 Procesos Internos.
 - 4.1.1.4.2 Personal Interno.
- 4.2 Objetivos del Plan de Marketing.

Capítulo V Capítulo Administrativo.

- 5.1 Lineamiento estratégico.
 - 5.1.1 Declaración de la Visión.
 - 5.1.2 Declaración de la Misión.
- 5.2 Plan de Administración.
 - 5.2.1 Análisis situacional. Matriz FODA.
- 5.3 Estructura Organizacional.
 - 5.3.1 Organigrama.
 - 5.3.2 Layout.
 - 5.3.3 Localización.
 - 5.3.4 Manual de funciones.
 - 5.3.5 Manual de Procedimientos.
 - 5.3.6 Fluxogramas.
- 5.4 Recursos Humanos.

Capítulo VII Plan Financiero

- 7.1 Cuadro de Inversiones
- 7.2 Cuadro de cronograma de inversiones.
- 7.3 Cuadro de Depreciación y Amortización.
- 7.4 Cuadro de Servicios de Deuda.
- 7.5 Cuadro de Mano de Obra.
- 7.6 Cuadro de cronograma de Producción y Ventas.
- 7.7 Cuadro de Ingresos por Ventas.
- 7.8 Cuadro de Costos Totales.
- 7.9 Cuadro Punto de Equilibrio.
- 7.10 Cuadro de Capital de Trabajo.

- 7.11 Cuadro de Estados de Resultados del Proyecto con Financiamiento.
 - 7.12 Cuadro de Estados de Resultados del Proyecto sin Financiamiento.
 - 7.13 Cuadro de Flujo de Caja con Financiamiento.
 - 7.14 Cuadro de Flujo de Caja sin Financiamiento.
 - 7.15 Cuadro de Balances Proyectados con Financiamiento.
 - 7.16 Cuadro de Balances Proyectados sin Financiamiento.
 - 7.17 Cuadro de Índices Financieros.
- Conclusión.
- Bibliografía.
- Anexos.

INTRODUCCIÓN

Un Plan de Negocios es un documento formal que resume toda la información necesaria para plantear y evaluar el desarrollo de un nuevo proyecto empresarial.

Un emprendedor, a la hora de plantear un nuevo negocio, inicia el proceso de creación del mismo mediante el análisis de ideas básicas de cómo aprovechar una oportunidad que se presenta, analizar el entorno y hacer algunos números sencillos que determinaran la pre factibilidad del proyecto.

Suponiendo que este análisis de pre factibilidad tenga un resultado positivo, el emprendedor deberá comenzar el proceso formal de búsqueda de información relativa al nuevo negocio. Así pues, se analizarán los variables del mercado (clientes, proveedores y competidores), se diseñará una estructura de servicio, se deberá plantear la estrategia de organización sin olvidar los aspectos financieros y económicos del proyecto.

Es así que este proyecto trata sobre la idea de brindar servicios de Marketing Digital Multilingüe para empresas paraguayas exportadoras, nuestro principal objetivo será la de posicionarnos en el mercado de manera tal que destaquen nuestra calidad y capacidad de trabajo reflejados en resultados medibles para nuestros clientes.

La empresa estará ubicada en la ciudad de Asunción, en las Calles Santísima Trinidad entre Tte. Anastacio Delgado y Prócer Francisco González.

En los diversos capítulos se detallan los diferentes factores tenidos en cuenta para la viabilidad del proyecto, aspectos financieros, aspectos económicos y administrativos y desde el aspecto comercial obtendremos los puntos clave que nos ayudarán para la venta y una mayor satisfacción de las necesidades del cliente.