

**Administración de Empresas**

**Productora Audiovisual  
Alongo Producciones**

**Alberto Benítez Ocampos**

**Asunción - Paraguay  
2020**

# ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>6</b>
<b>AGRADECIMIENTOS.....</b>	<b>7</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>8</b>
<b>1 Capítulo I .....</b>	<b>10</b>
<b>1.1 Introducción a la idea de proyecto .....</b>	<b>10</b>
<b>1.2 Requerimientos Jurídicos de acuerdo al tipo de Sociedad a constituirse.....</b>	<b>10</b>
1.2.1 Razón Social:.....	11
1.2.2 Tipo de Sociedad: S.A .....	11
1.2.3 Constitución Jurídica.....	12
<b>1.3 Localización de la empresa u organización.....</b>	<b>21</b>
1.3.1 Macro Localización .....	21
1.3.2 Micro Localización .....	21
<b>2 Capítulo II .....</b>	<b>22</b>
<b>2.1 Objetivo General de la investigación .....</b>	<b>22</b>
<b>2.2 Objetivos Específicos y requerimientos .....</b>	<b>22</b>
2.2.1 OBJETIVOS COMPORTAMENTALES.....	22
2.2.2 CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA .....	22
2.2.3 OBJETIVOS AFECTIVOS.....	23
<b>2.3 Definir los tipos de investigación a utilizarse .....</b>	<b>23</b>
2.3.1 Investigación Exploratoria .....	23
2.3.2 Investigación Concluyente.....	23
<b>2.4 Procedimiento de recolección de datos.....</b>	<b>24</b>
<b>2.5 Determinación del plan y tamaño de la muestra.....</b>	<b>29</b>
2.5.1 Población .....	29
2.5.2 Marco Muestral: .....	29
2.5.3 Tamaño de la muestra:.....	29
2.5.4 Selección de los procedimientos de muestreo.....	30
<b>2.6 Análisis de datos.....</b>	<b>31</b>
<b>2.7 Conclusión.....</b>	<b>42</b>
<b>2.8 Costo de la investigación.....</b>	<b>42</b>
<b>3 Capítulo III .....</b>	<b>43</b>
<b>3.1 Análisis de la Macro Segmentación .....</b>	<b>43</b>
<b>3.2 Análisis de la Micro Segmentación .....</b>	<b>44</b>
<b>3.3 Análisis de la demanda .....</b>	<b>47</b>
<b>3.4 Análisis de las 5 fuerzas de Porter. ....</b>	<b>54</b>
<b>3.5 Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff. ....</b>	<b>56</b>
<b>3.6 2 atributos que contribuyen a la diferenciación con la competencia.....</b>	<b>58</b>
<b>4 Capítulo IV.....</b>	<b>59</b>
<b>4.1 Plan de Marketing .....</b>	<b>59</b>
4.1.1 Análisis situacional.....	59
4.1.2 Análisis Foda .....	65
4.1.3 Matriz de Interacción .....	66

4.1.4 Matriz Foda.....	68
<b>4.2 Objetivos, estrategias y plan de acción.....</b>	<b>69</b>
4.2.1 Resumen de inversión de cada objetivo.....	74
4.2.2 Estimativo de facturación.....	75
<b>5 Capítulo V.....</b>	<b>76</b>
<b>5.1 Lineamiento Estratégico .....</b>	<b>76</b>
<b>5.2 Plan de Administración.....</b>	<b>76</b>
5.2.1 Análisis Situacional .....	79
5.2.2 Matriz de Interacción .....	80
5.2.3 Matriz Foda.....	83
5.2.4 Cuadro de Activos y recursos .....	88
5.2.5 Cuadro de Proyección anual.....	89
<b>5.3 Estructura Organizacional .....</b>	<b>90</b>
5.3.1 Organigrama .....	90
5.3.2 Layout.....	96
5.3.3 Manual de Funciones.....	97
5.3.4 Manual de Procedimientos.....	109
5.3.5 Fluxogramas.....	112
5.3.6 Recursos Humanos.....	169
<b>5.4 Activos Fijos: .....</b>	<b>175</b>
<b>5.5 Análisis de estructura de costos.....</b>	<b>177</b>
<b>5.6 Plan de cuentas.....</b>	<b>178</b>
<b>6 Capítulo VI.....</b>	<b>181</b>
<b>6.1 Aspecto Económico .....</b>	<b>181</b>

## RESUMEN

El presente estudio tiene como finalidad conocer la factibilidad de la creación de una productora audiovisual encargada de la realización de proyectos audiovisuales de calidad para clientes potenciales, sean estos las grandes, medianas y pequeñas empresas, teniendo en cuenta aspectos claves como la compra de equipos e implementos tecnológicos, procesos, contratación de recurso humano calificado, que faciliten el ingreso en el mercado con precios y calidad siendo competitivos a los productos existentes.

Primero se realizó un estudio de los requerimientos jurídicos de acuerdo al tipo de sociedad, en este caso, una Sociedad Anónima, y la constitución jurídica.

También se realizó la localización estratégica de la empresa y sus factores de localización. Seguidamente se realizó un estudio de mercado para determinar la demanda del servicio en el mercado local, utilizando el tipo de investigación exploratoria, donde se estudió la frecuencia de adquisición del servicio, el promedio de gasto que están dispuesto a pagar las empresas, y el atributo más valorado.

En el capítulo 3 se realizó un estudio de la situación actual del país, analizando estadísticas macroeconómicas para conocer el posicionamiento de las empresas audiovisuales. Se realizaron estudios sobre el mercado de referencia, misión y visión, el tipo de segmentación, ciclo de vida, competidores y el análisis de la demanda. Consecuente a esto, en el capítulo 4 se realizó el Plan de Marketing, realizando un análisis situacional, análisis foda, sus objetivos, estrategias y planes de acción.

En el capítulo 5, alongo producciones definió el lineamiento estratégico, estableciendo un organigrama en base a lo que respecta una sociedad anónima, con la asamblea general de accionistas, el síndico, el directorio, el gerente general y los respectivos gerentes encargados de sus áreas, como producción, administración y comercial.

Se realizó un análisis situacional de la empresa, estudiando las fortalezas y debilidades, las oportunidades y amenazas, y en base a éste estudio, se realizaron estrategias para hacer frente a las amenazas, y aprovechar las oportunidades, hacer frente a las debilidades, y mejorar las fortalezas.

En el capítulo 5, se podrá visualizar el Lay-out de la empresa, el manual de funciones de cada cargo, y los principales procedimientos. Se detalla el cuadro de activos fijos, plan de cuentas de la empresa, y un análisis de la estructura de costos.

Consecuente a este, en el capítulo 6, se detalla el análisis macroeconómico, se realizó un estudio del sector específico donde se va a desenvolver la empresa, siendo éste el sector terciario, donde se puede situar al sector audiovisual como tal.

Análisis sobre el aspecto económico, indicadores sobre el producto interno bruto del país, balanza comercial, la fluctuación del tipo de cambio, comportamiento de la reserva monetaria y el superávit o déficit fiscal del país.

Finalmente, en el capítulo 7, se realizó un análisis financiero donde se proyectan los diferentes presupuestos necesarios para obtener el flujo de caja y la inversión inicial de acuerdo a las variables socioeconómicas del país. Se analizan criterios de evaluación como el valor actual neto y la tasa interna de retorno con el costo implícito del capital financiado con bancos.