

**Administración de Empresas**

*Riviera Graphic S.R.L*

**María Estela Rivas Ferreira**

**Asunción – Paraguay**

**2015**

## ÍNDICE

1.1.- Introducción a la idea del proyecto.....	9
1.2.- Requerimientos Jurídicos .....	10
1.2.1.- Nombre o razón social.....	10
1.2.2.- Tipo de Sociedad. ....	10
·RUC de la empresa.....	15
·Acta de la última Asamblea.....	15
·Constancia de inscripción en el RUC.....	15
· Sello de la empresa.....	15
·Cédula de Identidad del Representante Legal. ....	15
1.2.3.- Localización de la empresa.....	23
Capítulo II.....	26
2.- Investigación de Mercados. ....	26
2.1.- Objetivos Generales de investigación.....	26
2.3.- Diseño de Investigación y Fuente de Datos.....	27
2.4.- Desarrollo del procesamiento de Recolección de Datos. ....	28
2.7.- Análisis de datos.....	36
Conclusiones.....	46
Capitulo III.....	47
Plan de Marketing.....	48
3.1.- Análisis de la Macrosegmentación.....	48
3.2.- Análisis de la Micro segmentación.....	50
3.3.- Análisis de la Demanda .....	51
3.4.- Plan de Marketing.....	55
3.4.1.- Análisis Situacional .....	55
3.4.2.- Objetivos – Estrategias – Plan de Acción.....	66
Capitulo IV.....	71
Capitulo IV.....	72
Administración.....	72
4.1.- Lineamiento estratégico (Ápice estratégico).....	72
4.1.1- Visión .....	72
4.1.2.- Misión.....	72
4.1.3.- Análisis de la estructura Competitiva del sector (Porter).....	72
4.1.3.1.- Amenaza de nuevos entrantes.....	72
4.1.3.2.- Rivalidad entre competidores. ....	75
4.1.3.3.- Poder de negociación con los proveedores.....	75
4.1.3.4.- Poder de negociación con los clientes. ....	76
4.1.3.5.- Amenaza de productos sustitutivos. ....	77
Conclusiones.....	78
4.1.4.- Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff, ....	78
4.2.- Plan de administración: (Dirección Media).....	80
4.2.1.- Análisis Situacional .....	80

4.2.2.- Matriz de interacción.....	86
4.2.3.- MATRIZ FODA.....	88
4.2.2.- Objetivos – Estrategias – Plan de acción.....	89
Plan de acción .....	90
4.3.- Estructura Organizacional: .....	90
4.3.1.- Organigrama: funcional desde el punto de vista Mintzberg.....	90
4.3.2.- Manual de funciones Rivieira Graphip S.R.L. ....	98
4.3.3.- Manual de procedimiento .....	107
4.3.4.- Fluxogramas .....	109
4.5.- Plan de Cuentas .....	123
Capítulo V.....	128
Capítulo V.....	129
5.1.- Aspecto Económico.....	129
5.1.1.1.- Producto interno Bruto (PIB) .....	129
5.1.1.2.- Balanza comercial (importación/exportaciones) .....	132
5.1.1.3.- Balanza comercial.....	135
5.1.1.4.- Fluctuación del tipo de cambio.....	135
5.1.1.5.- Comportamiento de la Reserva Monetaria .....	137
5.1.1.6.- Déficit Fiscal.....	140
5.1.1.7.- Inflación.....	143
Capítulo VI.....	147
CONCLUSIONES .....	168

## **RESUMEN**

### **Capítulo I**

En el capítulo uno se plantea la idea del negocio, la descripción de los pasos para la creación y constitución de una S.R.L., además se define la ubicación de la empresa a través de Factores Ponderados para determinar estratégicamente la empresa de Impresión Digital denominada Rivieira Graphic S.R.L.

### **Capítulo II**

El capítulo dos demuestra el Estudio de Mercado realizado, el canal, las estrategias para dar a conocer a la empresa.

### **Capítulo III**

En este capítulo se desarrolla el Plan de Marketing, la macrosegmentación, la microsegmentación, además se realizó el análisis situacional a través de la técnica de FODA, se determinó los objetivos, las estrategias y el plan de acción.

### **Capítulo IV**

Corresponde al Capítulo de Administración, en la cual se definen la estructura organizacional, los recursos humanos, el manual de funciones, el manual de procedimientos, los materiales requeridos y el plan de cuentas.

### **Capítulo V**

En este capítulo se detallan los Aspectos Económicos como, la Balanza Comercial, el Producto Interno Bruto y otras variables.

### **Capítulo VI**

En el capítulo seis se refiere a estado financiero requerido para la viabilidad del proyecto, además de cuantificar los recursos humanos y materiales necesarios.