

Licenciatura en Marketing

Contacting Social Media S.R.L

Alumnos:

Sonia Mabel Talavera Maldonado

Pablo Villalba Romero

Asunción – Paraguay

2017

INDICE

DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO	3
CAPITULO I - JURÍDICO	3
1.2 ;Error! Marcador no definido.	
1.2.1 ;Error! Marcador no definido.	
1.2.2 ;Error! Marcador no definido.	
1.2.3 Constitución Jurídica	3
Tabla 1.1- Honorarios del Escribano	3
Tabla 1.2– Costo de Constitución	3
Tabla 1.3 - Costo de los tramites en el Poder Judicial- Dirección General de Registros Públicos	3
Tabla 1.4 - Costos de la Rúbrica de los Libros Contables	3
Tabla 1.5 – Resumen de Costos Jurídicos	3
1.3.1. Localización de la empresa según el método de criterios ponderados	3
CAPÍTULO II - INVESTIGACIÓN DE MERCADO	3
2.1 ;Error! Marcador no definido.	
2.2 ;Error! Marcador no definido.	
2.3 ;Error! Marcador no definido.	
2.4 ;Error! Marcador no definido.	
2.5 ;Error! Marcador no definido.	
2.5.1 ;Error! Marcador no definido.	
2.5.2 ;Error! Marcador no definido.	
2.5.3 ;Error! Marcador no definido.	
2.5.4 ;Error! Marcador no definido.	
2.5.5 ;Error! Marcador no definido.	
2.6 ;Error! Marcador no definido.	
2.7 ;Error! Marcador no definido.	
2.8 ;Error! Marcador no definido.	
Tabla 2.1 - P1 ¿Cuáles son las empresas de marketing digital que usted conoce?	3
Grafico 2.1 - P1 ¿Cuáles son las empresas de marketing digital que usted conoce?	3
Tabla 2.2 – P9.1 Manejo Creativo e Interactivo de las Redes Sociales	3
Grafico 2.2 - Manejo Creativo e Interactivo de las Redes Sociales	3
Tabla 2.3 – P9.2 Diseño Creativo de Páginas Web	3
Grafico 2.3 – Diseño Creativo de Páginas Web	3
Grafico 2.4 – Entrega a Tiempo de los Trabajos	3
Elaboración: Fuente Propia	3
TABLA 2.5 – P9.4 Cumplir lo que se le promete al Cliente	3
Grafico 2.5 – P9.4 Cumplir lo que se le promete al Cliente	3
Tabla 2.6 – P9.5 Dar seguimientos a los Inconvenientes con los Clientes de la Marca	3
Grafico 2.6 – P9.5 Dar seguimientos a los Inconvenientes con los Clientes de la Marca	3
Tabla 2.7 – P8 ¿Con que frecuencia paga dicho monto?	3
Grafico 2.7 – P8 ¿Con que frecuencia paga dicho monto?	3
Tabla 2.8 – P7 ¿Cuánto paga por un servicio de social media actualmente?	3

Elaboración: Fuente Propia	3
Grafico 2.8 – P7 ¿Cuánto paga por un servicio de social media actualmente?	3
Elaboración: Fuente Propia	3
Tabla 2.9 - P6 ¿Cuál es la duración habitual del contrato?	3
Grafico 2.9 – P6 ¿Cuál es la duración habitual del contrato?	3
Tabla 2.10 - P12 ¿Qué tan importante considera usted contar con una plataformas en internet?	3
Grafico 2.10 – P12 ¿Qué tan importante considera usted contar con una plataformas en internet?	3
2.9 Conclusiones / Informe	3
2.11- Valorización del costo de Investigación de Mercado	3
CAPITULO III - LINEAMIENTO ESTRATÉGICO	3
3.1 Análisis de la Macrosegmentación	3
3.1.1 Declaración de la Visión	3
3.1.2 Declaración de la Misión.	3
3.2 Análisis De La Demanda	3
3.2.1 Calculo de la demanda Global	3
Tabla 3.1 - Cálculo de inversión promedio de las empresas de forma anual.	3
Grafico 3.2 - Estructura de la Demanda Global	3
Tabla 3.2 - Inversión promedio por empresa	3
Tabla 3.3 – Cuota de Mercado	3
Tabla 3.4 – Proyección de ventas para el primer año	3
3.3 Análisis de la estructura competitiva del sector de Porter	3
Tabla 3.5 – Descripción de Valor de Atractivo	3
3.3.1 Amenaza de la entrada de los nuevos competidores.	3
Tabla 3.6 – Barreras de Entrada	3
Fuente: Elaboración Propia	3
3.3.2 Poder de negociación de los proveedores.	3
Tabla 3.7 – Poder de los Proveedores	3
Fuente: Elaboración Propia	3
3.3.3 Poder de negociación de los compradores.	3
Tabla 3.8 – Poder de los compradores	3
Fuente: Elaboración Propia	3
3.3.4 Amenaza en tus ingresos por productos sustitutos.	3
Tabla 3.9 – Producto Sustitutivos	3
Fuente: Elaboración Propia	3
3.3.5 Rivalidad entre competidores.	3
Fuente: Elaboración Propia	3
Fuente: Elaboración Propia	3
RESUMEN	3
3.4 Matriz de Ansoff	3
Grafico 3.1 - Matriz de Ansoff	3
3.4.1 Estrategia de penetración de mercado	3
3.4.2 Estrategia de desarrollo de nuevos mercados	3

3.4.3 Estrategia de desarrollo de nuevos productos	3
3.4.4 Estrategia de diversificación	3
CATITULO IV - PLAN DE MARKETING	3
4.1 Análisis situacional	3
Grafico 4.1 – Matriz FODA	3
Grafico 4.2 - FO (Maxi-Maxi)	3
Grafico 4.3 - FA (Maxi-Mini)	3
Grafico 4.4 - DO (Mini-Maxi)	3
Grafico 4.5 - DA (Mini-Mini)	3
4.2 Objetivos y Estrategias a Utilizar	3
Tabla 4.1- Gastos de Inauguración de Contacting SRL	3
Tabla 4.2 – Gastos de Publicidad	3
Tabla 4.3 – Gasto de Promociones en Redes Sociales	3
Tabla 4.4 – Gastos de Sorteo en Facebook	3
Tabla 4.5 - Resumen de Presupuesto General para Plan de Marketing	3
Tabla 4.6 - Cronograma De Plan De Marketing	3
4.3 Identidad Corporativa	3
4.3.1 Manual de marca Corporativa de “CONTACTING S.R.L”	3
CAPITULO V – PLAN DE ADMINISTRACIÓN	3
5.1.1 Análisis Situacional	3
5.1.1.2 - Listado plano.	3
5.1.1.3 – Matriz de Interacción	3
Grafico 5.1 - FO (Maxi-Maxi)	3
Grafico 5.2 - FA (Maxi-Mini)	3
Grafico 5.3 - DO (Mini-Maxi)	3
Grafico 5.4 - DA (Mini-Mini)	3
5.1.1.4 – Matriz FODA	3
5.1.2 - Objetivos del plan administrativo	3
5.2.2 Layout	3
5.2.3 Manual de Funciones	3
5.2.4. - Manual de Procedimientos	3
5.2.5- Fluxograma	3
5.2.6 - Recursos Humanos	3
Tabla 5.1 - Sueldos y Salarios	3
5.3 – Análisis de Estructura de Costos	3
5.4 Plan de Cuentas.	3
CAPITULO VI – ASPECTO ECONÓMICO	3
6.1 - Producto interno bruto	3
6.2 - Reporte de Comercio Exterior a febrero del 2017	3
6.3 - Fluctuación de tipo de cambio	3
6.4 - Superávit 2017	3
6.5 - Inflación	3
CAPITULO VII – FINANCIERO	3
CONCLUSIÓN	3

ANEXOS
BIBLIOGRAFIA

3
3

INTRODUCCIÓN

Contacting Social Media S.R.L

El rápido crecimiento económico abre las puertas a empresas emprendedoras como la nuestra. Hoy en día el marketing digital se ha convertido en una de las principales herramientas de publicidad. Ningún emprendedor del siglo XXI puede planificar y aplicar una estrategia sin tener en cuenta este mercado.

Somos una empresa dotada de profesionales jóvenes e innovadores, dirigida a las micro, pequeñas y medianas empresas que precisen de un asesoramiento en la creación y administración desde un enfoque fresco y dinámico de sus múltiples plataformas sociales y sitios web.

Expertos en desarrollo y gestión de páginas web, e-commerce, tiendas y negocios online, creación y administración de redes sociales como Facebook, Instagram, twitter y youtube. Creemos que brindar un servicio integral a nuestros clientes y compenetrarnos con los mismos es resultado de un personal motivado y contantemente capacitado en un ambiente laboral sano y con oportunidad de crecimiento.