

Ingeniería en Marketing

MAGNOLIA

Acompañando tus momentos

Alumnos:

Cecilia Delfina Romero Villalba

César Adrián Ojeda Duarte

Asunción – Paraguay

2019

INDICE

Agradecimiento.....	3
INDICE DE TABLAS.....	8
INDICE DE GRAFICOS.....	12
Resumen Ejecutivo	14
Introducción	15
CAPITULO I- REGIMEN JURIDICO.....	16
1.1 Introducción al Proyecto	16
1.2 Requerimientos Jurídicos.....	17
1.3 Resumen de gastos de Constitución.....	32
1.4 Localización de la empresa.....	32
CAPITULO II- INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	35
2.1 Investigación de Mercado	35
2.1.1- Paso 1. Definición del problema.....	35
2.1.2- Paso 2. Objetivos y Requerimientos.....	35
2.1.3- Paso 3. Diseño de la Investigación y Fuente de datos.....	37
2.1.4- Paso 4. Recolección de datos	39
2.1.5- Paso 5. Definir la Población	44
2.1.6. Paso 6. Libro de códigos.....	45
2.1.7. Paso 7. Análisis de los resultados.....	48
2.2 Conclusión del Estudio de Mercado	57
CAPITULO III- MARKETING ESTRETEGICO.....	58
3.1.- Análisis de la Macrosegmentación	58
3.2.- Análisis de la Microsegmentación.....	59
3.2.1- Análisis de los segmentos.....	59
3.2.1.1- Respuesta Diferenciada	59
3.2.1.2- Mensurabilidad	62
3.2.1.3- Tamaño suficiente.....	63
3.2.2- Selección.....	64
3.2.2.1- Reglas no compensatorias.....	64
3.2.3- Propuesta de posicionamiento	68
3.3.- Análisis de la demanda	69
3.3.1 Cálculo de la demanda Global	70
3.3.2 Mercado potencial Absoluto	70
3.3.3 Cuota de mercado	71
Demanda Proyectada	72
3.4.- Análisis de las 5 fuerzas competitivas de Porter.....	74
3.5 Matriz de Ansoff	78
CAPITULO IV- PLAN DE MARKETING.....	80
4.1 Plan de Marketing.....	80
4.1.1 Análisis Situacional.....	80
4.1.2 Fijación de objetivos.....	80
4.1.3 Variables controlables.....	81
4.1.4 Variables no controlables	89

4.1.6 Matriz DAFO.....	94
4.1.7 Objetivos	95
CAPITULO V- ADMINISTRACION	103
5.1. Estructura Organizacional.....	103
5.2 Organigrama	103
5.2.1 Lineamiento estratégico (Ápice estratégico).....	104
5.2.2. Línea media.....	105
5.2.3. Núcleo Operativo.....	105
5.2.4. Tecno Estructura	105
5.2.5. Staff de Apoyo	106
5.3. Misión	107
5.4. Visión	107
5.5 Variables controlables.....	108
5.6 Variables no controlables.....	109
5.7. Matriz FODA.....	113
5.8 Objetivos.....	114
5.9. Layout	118
5.10 Manual de Funciones.....	118
5.11 Manual de procedimientos.....	134
5.12. Flujograma	136
5.13 Política de Recursos Humanos.....	139
5.14 Análisis de estructura de costos	142
5.15 Plan de cuentas.....	143
CAPITULO VI- ASPECTO ECONOMICO.....	164
6.1. Aspecto Económico	164
6.1.1 Producto interno Bruto (PIB).....	164
6.1.2 Balanza comercial (importación/exportaciones).....	165
6.1.3 Fluctuación del tipo de cambio	165
6.1.4 Comportamiento de la reserva monetaria	166
6.1.5 Superávit o déficit Fiscal.....	166
CAPITULO VII-PLAN FINANCIERO	167
7.1 Cuadro de Inversiones.....	167
7.2 Cuadro cronograma de inversión y financiamiento	169
7.3 Cuadro de Depreciaciones y amortizaciones.....	170
7.4 Servicio de deuda.....	171
7.5 Cuadro de Mano de obra.....	173
7.6 Cuadro Cronograma de producción y ventas.....	174
7.7 Cuadro de Ingresos por ventas.....	175
7.8 Cuadro de Costos totales.....	176
7.9 Punto de equilibrio.....	180
7.10 Capital de trabajo	181
7.11 Estados de resultados del proyecto con financiamiento.....	182
7.12 Estados de resultados del proyecto sin financiamiento.....	184
7.13 Flujos de caja proyecto con financiamiento.....	186
7.14 Flujos de caja de Proyecto sin financiamiento.....	188

7.15 Balances proyectados con financiamiento	190
7.16 Balances proyectados sin financiamiento	192
7.17 Indicadores financieros-Fuentes con financiamiento.....	194
CONCLUSIONES	197
Bibliografía	198

RESUMEN

Capítulo I: Aspectos Jurídicos

Definiremos el tipo de sociedad, así como los requerimientos y trámites legales necesarios para constituir la empresa

Capítulo II: investigación de mercado

En este capítulo se presenta el análisis de la investigación de mercado de manera a conocer la posibilidad del negocio en la ciudad

Capítulo III: Lineamiento Estratégico

Realizaremos el análisis de la macro y micro segmentación de manera a conocer el segmento objetivo, el análisis de la demanda, así como las proyecciones de esta.

Capítulo IV: Plan de marketing

Desarrollaremos el plan de marketing para el primer año, por medio de las herramientas de análisis, determinaremos los objetivos, estrategias y plan de acción a llevarse a cabo.

Capítulo V: Administración

En este capítulo desarrollaremos la estructura organizacional de la empresa, presentación del organigrama, descripción de las funciones del personal, los procedimientos a seguir y demás cuestiones administrativas.

Capítulo VI: Aspecto Económico

En el siguiente capítulo se abordan los puntos concernientes al entorno económico como la inflación, el producto interno bruto, la balanza comercial y otros factores que puedan influir en las actividades de la empresa.

Capítulo VII: Plan financiero

En el último capítulo se presenta el análisis de los cuadros financieros acerca del ejercicio de la empresa durante el periodo de cinco años en adelante, presentando las proyecciones de ventas, costos totales y conclusiones del proyecto.