

**Ingeniería Comercial**  
**"INSUTEC S.R.L."**

**Alumnos:**

**Edgar Javier Escobar**  
**Lorena Angélica Insfrán**

**Asunción - Paraguay**  
**2018**

# INDICE

|   |         |
|---|---------|
| Agradecimientos.....                          | Pág. 2  |
| Dedicatorias.....                             | Pág. 3  |
| Lista de Tablas.....                          | Pág. 6  |
| Lista de Gráficos.....                        | Pág. 9  |
| Lista de Figuras.....                         | Pág.10  |
| Lista de Abreviaturas.....                    | Pág.11  |
| Introducción.....                             | Pág.12  |
| Resumen Ejecutivo.....                        | Pág.13  |
| Marco Teórico.....                            | Pág.14  |
| <b>Capítulo 1</b>                             |         |
| 1 Aspectos Jurídicos.....                     | Pág.17  |
| 1.1 Introducción.....                         | Pág.17  |
| 1.2 Requerimientos Jurídicos.....             | Pág.17  |
| 1.3 Localización.....                         | Pág.26  |
| <b>Capítulo 2</b>                             |         |
| 2 Investigación de mercado.....               | Pág.28  |
| 2.1 Objetivo General de la investigación..... | Pág.28  |
| 2.2 Objetivos y requerimientos.....           | Pág.28  |
| 2.3 Tipo de la investigación.....             | Pág.30  |
| 2.4 Procedimiento y recolección de datos..... | Pág.32  |
| 2.5 Plan y tamaño de la muestra.....          | Pág.41  |
| 2.6 Recolección de datos.....                 | Pág.49  |
| 2.7 Análisis de datos.....                    | Pág.54  |
| 2.8 Conclusión de la investigación.....       | Pág.72  |
| 2.9 Inversión de la investigación.....        | Pág.72  |
| <b>Capítulo 3</b>                             |         |
| 3 Plan de marketing.....                      | Pág.73  |
| 3.1 Análisis de macro segmentación.....       | Pág.73  |
| 3.2 Visión y misión.....                      | Pág.75  |
| 3.3 Análisis de la demanda.....               | Pág.75  |
| 3.4 Análisis situacional.....                 | Pág.82  |
| 3.5 Políticas y Reglas.....                   | Pág.114 |
| 3.6 Imagen Corporativa.....                   | Pág.115 |
| <b>Capítulo 4</b>                             |         |
| 4 Plan Administrativo.....                    | Pág.117 |
| 4.1 Lineamiento estratégico.....              | Pág.117 |
| 4.2 Análisis situacional.....                 | Pág.126 |
| 4.3 Estructura organizacional.....            | Pág.141 |
| 4.4 Análisis de estructura de costos.....     | Pág.181 |
| 4.5 Plan de cuentas.....                      | Pág.185 |
| <b>Capítulo 5</b>                             |         |
| 5 Entorno económico .....                     | Pág.189 |

|                                   |         |
|-----------------------------------|---------|
| 5.1 Indicadores económicos.....   | Pág.189 |
| 5.2 Contexto político social..... | Pág.192 |
| <b>Capítulo 6</b>                 |         |
| 6 Aspectos Financieros.....       | Pág.193 |
| Conclusión.....                   | Pág.220 |
| Anexos.....                       | Pág.221 |
| Referencias Bibliográficas.....   | Pág.236 |

## **RESUMEN**

El proyecto trata de la elaboración de una empresa encargada de la comercialización de maquinarias e insumos sublimáticos. Tiene la iniciativa por la visión de un negocio viable y competitivo dentro del mercado. Para ello es importante brindar productos de calidad y con la capacidad de innovación constante por el amplio avance de la tecnología en nuestros tiempos.

Dentro de la investigación deseamos identificar las necesidades del mercado meta proponiendo estrategias fuertes y que cumplan expectativas del consumidor que a su vez ha dejado de percibir en nuestros competidores dentro del rubro de la impresión digital.

Mediante la técnica de investigación de mercado se realizaron encuestas para obtener resultados sobre qué tipo de insumos y maquinarias adquieren los consumidores con mayor frecuencia, su comportamiento de compra y sus proveedores quienes serán nuestros principales competidores.

La Rentabilidad (TIR) del Proyecto Puro (sin financiamiento) es de 44,04%, superior a la Tasa de Corte del 26 %; en tanto que el Beneficio (VAN), de valor positivo, asciende a Gs. 628.145.339. La Rentabilidad (TIR) del Proyecto con financiamiento es del 49,90% superior a la Tasa de Corte del 11,80%; mientras que el Beneficio (VAN), de valor positivo, asciende a Gs. 567.425.900. Para la realización de este proyecto es necesaria una Inversión Inicial de Gs. 250.000.000, tomándose como ventaja la recuperación en un tiempo de 2 años y 6 meses aproximadamente.