

Ingeniería Comercial

TECNOCOLOR S.R.L IMPRENTA DIGITAL

Luis Enrique Portillo Vera

Asunción – Paraguay

2020

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO	9
INTRODUCCION	10
CAPÍTULO I - CONCEPTO DEL NEGOCIO	11
1.1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	11
1.2. VISIÓN	12
1.3. MISIÓN.....	12
1.4. VALORES.....	13
1.5. OBJETIVOS.....	14
1.6. LOCALIZACIÓN	16
1.7. VENTAJA COMPETITIVA	20
CAPÍTULO II - ASPECTOS JURÍDICOS	22
2.1. GENERALIDADES DE UNA SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.....	22
2.2. PROCESO DE CONSTITUCIÓN Y APERTURA DE UNA S.R.L.....	24
2.3. ACTA DE CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.....	26
2.4. DISPOSICIONES LEGALES QUE AFECTAN AL PROYECTO	32
2.5. PLAN FISCAL.....	33
2.6. PRESUPUESTO JURÍDICO INICIAL.....	34
CAPÍTULO III - ASPECTOS ECONÓMICOS	38
3.1. MACROECONOMÍA	38
3.1.1. PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB).....	39
3.1.2. TASA DE DESEMPLEO.....	45
3.1.3. TASA DE INFLACIÓN.....	50
3.1.4. VARIACIÓN DEL DÓLAR	52
3.1.5. VARIACIÓN DEL SALARIO MÍNIMO	54
3.2. MICROECONOMÍA.....	56
3.2.1. ELASTICIDAD DE LA OFERTA.....	57
3.2.2. ELASTICIDAD DE LA DEMANDA.....	60
CAPÍTULO IV - ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	63
4.1. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	63
4.2. CONFIGURACIONES ESTRUCTURALES SEGÚN HENRY MINTZBERG	67
4.3. ESTRATEGIAS DE RECURSOS HUMANOS.....	70
4.4. MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES.....	86
4.5. MANUAL DE PROCEDIMIENTOS.....	103
4.6. LAYOUT.....	110
CAPÍTULO V - ANÁLISIS DE MERCADO	115
5.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	115
5.2. DESCRIPCIÓN DE LOS PRINCIPALES COMPETIDORES.....	143
5.3. ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA COMPETITIVA DEL SECTOR.....	145
CAPÍTULO VI - PLAN DE MARKETING	159
6.1. ANÁLISIS FODA	159
6.2. MARKETING ESTRATÉGICO	163
6.2.1. SEGMENTACIÓN DE MERCADO	163

6.2.2. DESARROLLO DE LAS MATRICES ESTRATÉGICAS	169
6.2.3. ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO DE VALOR	176
6.3. MARKETING OPERATIVO.....	185
CAPÍTULO VII - ASPECTOS OPERACIONALES.....	197
7.1. PLAN DE OPERACIONES	197
7.2. PRINCIPALES PROVEEDORES	219
CAPÍTULO VIII - RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.....	222
8.1. IMPACTO AMBIENTAL.....	223
8.2. IMPACTO SOCIOECONÓMICO	225
8.3. IMPACTO CULTURAL.....	226
8.4. ASPECTOS ÉTICOS DE SUSTENTABILIDAD DEL PROYECTO.....	229
CAPÍTULO IX - PLAN DE EXPANSIÓN	233
9.1. RIESGOS INTERNOS DE LA EXPANSIÓN.....	236
9.2. RIESGOS EXTERNOS DE EXPANSIÓN	238
9.3. BARRERAS DE SALIDA	239
9.4. IMAGEN DE MARCA.....	240
9.5. MAPA DE RIESGOS.....	255
CAPÍTULO X - PLAN FINANCIERO.....	260
CONCLUSIÓN	276
BIBLIOGRAFÍA.....	277
ANEXOS.....	279

RESUMEN

El proyecto de inversión que se presentará tiene como objetivo principal diseñar un plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la impresión digital, que ofrecerá una variedad de productos y servicios, de manera a satisfacer las necesidades de los potenciales clientes en forma eficiente y rápida.

Para la determinación de la oportunidad del negocio que se ha propuesto, se realiza un análisis que evaluará todos los factores tanto internos como externos, que afectan a las empresas de este rubro, también se realiza un estudio de mercado y un análisis financiero, muy necesarios para lograr conocer si conviene o no la implementación del proyecto y la puesta en marcha de la empresa.

A través de la utilización de herramientas de investigación y análisis, se puede establecer que actualmente existe una demanda que se encuentra insatisfecha en el sector de impresiones digitales, se puede identificar al mismo tiempo clientes potenciales, sus características sociodemográficas, sus patrones de consumo y sus necesidades actuales. Así mismo, el análisis del entorno competitivo permite conocer la situación actual de las empresas competidoras, su funcionamiento, su ubicación y el nivel de satisfacción que ofrecen a los clientes.

Mediante la realización del estudio técnico se logra determinar el tamaño, se establece la capacidad de instalar la empresa, su localización, los recursos tanto económicos como humanos y también tecnológicos, así como la cadena de suministro y abastecimiento de materiales e insumos necesarios para desarrollar la actividad.

Con la elaboración de la investigación de mercado y el estudio técnico, se puede establecer la inversión inicial para la creación de la empresa y tener un mejor panorama de la proyección de costos que se requiere para implementar el plan de inversión.