

Ingeniería Comercial

D.R. E.I.R.L.

Darío Rubén Acosta Olazar

Asunción-Paraguay

2015

ÍNDICE

Denominación	
Agradecimiento	
Dedicatoria	
Resumen Ejecutivo	
Capítulo 1. Constitución Jurídica.	
Introducción.....	11
Requerimiento Jurídico.....	12
Tipo de sociedad.....	12
Constitución jurídica.....	12
Matricula del Comerciante.....	13
Inscripción del R.U.C.	13
Inscripción en el registro comercial.....	14
Rubrica de los libros contables.....	15
Patente municipal.....	15
Inscripción en el Instituto de Previsión Social.....	16
Inscripción en el Ministerio de Justicia y trabajo.....	16
Localización.....	17
Variables para la fijación del local.....	17
Factores de localización.....	18
Métodos de selección de localización.....	18
Nivel de calificaciones.....	19
Foto vía GPS.....	20
Capítulo II Investigación de Mercados	
Análisis FODA.....	21
Variables controlables tipos y conceptos.....	21
Variables controlables de D.R.E.I.R.L.....	22
Variables no controlables tipos y conceptos.....	24
Variables no controlables D.R.E.I.R.L.....	25
La Hipótesis general.....	30
Definir los tipos de investigación a utilizarse.....	30
Procedimiento de recolección de datos.....	32
Diseño de cuestionario estructurado.....	32
Diseño y selección de muestra.....	34
Codificaciones y tabulaciones.....	36
Conclusión.....	50
Capítulo 3 Plan de Marketing	
Plan de Marketing concepto.....	51
Análisis de la Macro segmentación.....	51
Mercado de referencia.....	51
Visión.....	53

Misión.....	54
Valores.....	54
Análisis de la competencia.....	55
Micro segmentación.....	55
Tipos de micro segmentación.....	56
Ciclo de vida del producto.....	56
Demanda Global.....	58
Demanda potencial.....	60
Cuota de mercado.....	62
Plan de ventas del primer año.....	63
Variables controlables.....	66
Variables no controlables.....	66
Listado plano.....	67
Matriz de interacción.....	68
Matriz FODA.....	70
Objetivos del plan marketing.....	71
Ventas.....	71
Teorías de las 7 Estrategias de Marketing según Kotler.....	71
Las Estrategias de Marketing.....	71
Las Estrategias de Ventas.....	72
Planes de Acción.....	73
Políticas.....	75
Reglas.....	76
Cuadro de inversión del plan de Marketing.....	77
Cuadro de proyección de ventas 5 años.....	77
Capítulo 4. Administracion	
Declaración de la Visión.....	78
Declaración de la Misión.....	78
Análisis de la estructura Competitiva del sector según Porter.....	78
Calificaciones de Atractivo.....	79
Análisis de la estructura competitiva del sector de “D.R. E.I.R.L”.....	79
Variables controlables de D.R. E.I.R.L.....	82
Variables no controlables D.R. E.I.R.L.....	82
Listado Plano.....	83
Matriz de Interacción.....	85
Matriz FODA.....	86
Objetivos.....	87
Objetivos Específicos.....	87
Estrategias.....	87
Políticas.....	93
Reglas.....	93

Procedimiento.....	94
Estructura Organizacional conceptos y tipos.....	95
Organigrama de D.R. E.I.R.L.....	97
Estructura según Henry Mintzberg.....	98
Tipo de estructura de D.R. E.I.R.L.....	98
Tipos de mecanismos de control.....	101
Mecanismos de control de D.R. E.I.R.L.....	111
Manual de funciones.....	101
Manual de procedimientos.....	111
Fluxogramas.....	
Definiciones básicas de la contabilidad.....	118
Plan de cuentas.....	126
Capítulo V	
Aspecto económico.....	128
Capítulo VI Plan financiero para la empresa	
Conceptos básicos.....	137
Cuadros financieros.....	138
Conclusiones.....	155
Capítulo VII Responsabilidad Social Empresarial	
Impacto ambiental.....	156
Impacto socio econó.mico.....	157
Impacto cultural.....	157
Aspectos éticos de la sustentabilidad del proyecto.....	158
Plan de expansión.....	159
Objetivos a largo plazo y planes de expansión.....	160
Riesgos del plan de expansión.....	161
Plan estratégico de salida.....	161
Plan de salida de D.R. E.I.R.L.....	162
Conclusión.....	163
Anexos.....	164
Bibliografía.....	166

RESUMEN

La idea del proyecto nace de debido a que el Paraguay, es uno de los países que más motocicletas utiliza dentro de Sudamérica.

D.R. son los iniciales del dueño del proyecto y de su hermano, estará constituido legalmente como una E.I.R.L debido al capital integrado.

Según las investigaciones hechas a lo largo del proyecto se mencionan que la mayoría de las personas utilizan sus motocicletas para acudir a sus puestos de trabajo, lo cual ya nos marca un mercado meta.

Altos porcentajes de la demanda potencial nos da margen de cuota de mercados

Los resultados arrojados el VAN y las ratios nos demuestran la rentabilidad del proyecto, lo cual motiva más a llevarlo a cabo.