

Ciencias Contables y Administrativas

TODO TICKET S.R.L.

“La forma más segura de vender tus entradas”

Enrique Daniel Lugo Zarate

Asunción – Paraguay

2017

ÍNDICE

1 Aspectos Jurídicos	7
1.1 Introducción a la idea del proyecto.....	7
1.2 Requerimientos Jurídicos de acuerdo al tipo de Sociedad a constituirse.....	8
1.2.1 Nombre o razón social: Todo Ticket S.R.L.....	8
1.2.2 Tipo de Sociedad: Sociedad de Responsabilidad Limitada.	8
1.2.3 Constitución Jurídica.....	8
1.3 Localización.....	18
2 Investigación de Mercados	21
2.1 Objetivo General de la Investigación.....	21
2.2 Objetivos y Requerimientos.....	21
2.3 Diseño de Investigación y Fuente de Datos	25
2.3.1 Investigación Exploratoria	25
2.3.2 Investigación Concluyente	25
2.4 Desarrollo del Procedimiento de Recolección de Datos.....	27
2.5 Determinar la Muestra.....	37
2.5.1 Definir la Población	37
2.5.2 Definir el marco muestral.....	38
2.5.3 Determinar el Tamaño de la muestra	38
2.5.4 Selección de la muestra.....	39
2.5.5 Planeación de las operaciones	39
2.6 Codificación y Tabulación	40
2.7 Análisis de Datos.....	40
2.8 Conclusiones / Informe de la Investigación	59
2.9 Valorización de la investigación de mercados	60
3 Lineamiento Estratégico	61
3.1 Análisis de la Macrosegmentación	61
3.1.1 Mercado de Referencia	61
3.1.2 Misión	61
3.1.3 Visión	62
3.2 Análisis de la Microsegmentación.....	62
3.3 Análisis de la Demanda.....	63
3.3.1 Resultado de la Demanda Global	63
3.3.2 Resultado del Mercado potencial.....	64
3.3.3 Cuota de Mercado.....	65
3.3.4 Estimación de ventas.....	66
3.4 Análisis de las 5 Fuerzas competitivas de Porter.....	67
3.5 Evaluación de la estrategia de la Matriz de Ansoff	71
3.6 Diferenciación.....	73
4 Plan de Marketing	74
4.1 Análisis FODA	74
4.2 Objetivos	85
4.3 Estrategias.....	85

4.4 Planes de Acción.....	85
4.5 Inversión en cada objetivo.....	98
4.6 Cuadro Estimativo de lo que se pretende facturar con cada objetivo	99
5 Plan de Administración.....	100
5.1 Análisis Situacional.....	100
5.2 Objetivos	109
5.3 Estrategias.....	109
5.4 Planes de Acción.....	109
5.5 Políticas.....	120
5.6 Reglas.....	121
5.7 Estructura Organizacional	122
5.7.1 Organigrama	122
5.8 Layout	129
5.9 Manual de Funciones	130
5.10 Manual de Procedimientos.....	156
5.11 Fluxogramas	160
5.12 Recursos Humanos.....	163
5.13 Análisis de la estructura de costos.....	168
5.14 Plan de Cuentas.....	168
6 Aspectos Económicos.....	172
6.1 Producto Interno Bruto (PIB)	172
6.2 Fluctuación del Tipo de Cambio.....	173
6.3 Balanza Comercial.....	173
6.3.1 Exportaciones	173
6.3.2 Importaciones	173
6.3.3 Balanza comercial.....	174
6.4 Inflación.....	174
7 Plan Financiero	175
INFORME FINAL	
ANEXOS	
BIBLIOGRAFIA	

INTRODUCCIÓN

La empresa se dedicará a ser un intermediario entre las empresas productoras u organizadoras de eventos y sus clientes mediante el servicio de tercerización de ventas de entradas a través de la instalación de boleterías en el lugar donde los organizadores decidan llevar a cabo sus eventos.

También se ofrecerá el servicio de ventas de las entradas vía web que consistirá en compras mediante tarjetas de crédito que le generarán un código al comprador para que este pueda acercarse con el mismo hasta la boletería del evento e imprimir su entrada.

Otro servicio que se ofrecerá es el de ventas vía “call center” que se realizará mediante tarjetas de crédito y una vez confirmada la compra, se procederá a la impresión de la entrada para luego ser enviada por delivery.

En todos los casos se cobrará un “service charge” por cada entrada vendida que consiste en el monto por los servicios prestados que la empresa le cobra al productor siendo este un monto negociable de acuerdo al precio de la entrada que el productor decida establecer para su evento.

La impresión de las entradas se realizará mediante un tipo de impresora especial llamada “Datamax”, la misma trabaja a calor y no a tinta a fin de evitar la falsificación.