

Licenciatura en Marketing

TRANSPORTAR S.R.L.

Alumnas:

Ana Nadir Esquivel Coronel

Irma Elizabeth Santander Centurión

Asunción – Paraguay

2021

ÍNDICE

UNIVERSIDAD COLUMBIA DEL PARAGUAY	1
Dedicatoria.	2
Índice.....	6
Introducción a la idea del proyecto.....	20
CAPITULO I.	21
1. Aspectos Jurídicos.	22
1.1. Requerimientos Jurídico.....	22
1.1.1. Consideraciones Conceptuales.....	22
1.1.2. Nombre o Razón Social.....	24
1.1.3. Tipo De Sociedad.	24
1.1.4. Régimen Impositivo.....	25
1.2. Pasos y Requisitos la apertura de S.R.L en Paraguay	27
1.2.1. Escritura de Constitución de Aporte y Capital.	28
1.2.2. Honorarios del Escribano Público.....	30
1.2.3. Depósito De Garantía En Un Banco Oficial.	31
1.2.4. Inscripción en el Registro Público de Comercio.	32
1.2.5. Matrícula del Comerciante.	33
1.2.6. Rubricación de hojas contables.	34
1.2.7. Publicación en la Gaceta Oficial.....	37
1.2.8. Inscripción en la dirección de apoyo del Ministerio de Hacienda (R.U.C.).....	38
1.2.9. Inscripción en el Registro Administrativo de Personas Físicas y Estructuras Jurídicas y el Registro Administrativo de Beneficiarios Finales.....	40
1.2.10. Apertura en la Municipalidad de Lambaré.....	43
1.2.11. Requisitos para la apertura de Patente Comercial.....	45
1.2.12. Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (M.T.E.S.S.).....	47
1.2.13. Requisitos para Inscripción Sociedades - Personas Jurídicas.....	48
1.2.14. Requisitos para Inscripción de Trabajadores.....	50
1.2.15. Inscripción en el Instituto de Previsión Social. (I.P.S.).	51
1.2.16. Inscripción Patronal - Sistema Registro Electrónico de Información. (R.E.I.).	52
1.2.17. Registro de Marca.	53
1.2.18. Total, de Gastos de Constitución de Sociedad “Transportar S.R.L.”	59
CAPITULO II.	60
2. Investigación de Mercado.	61
2.1. Paso 1 de la investigación - Establecer la necesidad de la información.....	64
2.1.1. Objetivo general de la investigación.....	64
2.2. Paso 2 de la investigación - Especificar los objetivos de la información.....	64
2.2.1. Objetivos de la investigación.	64
2.3. Paso 3 de la investigación. Determinar el diseño de la investigación y las fuentes de datos.	69
2.3.1. Diseño de la investigación.....	70
2.3.2. Fuente de datos.....	74
2.4. Paso 4 de la investigación. Procedimiento de recolección de datos.	75
2.4.1. Diseño de Cuestionario Estructurado.....	76

2.5. Paso 5 de la Investigación - Diseño de la Muestra.....	86
2.5.1. Selección de la Muestra.	86
2.5.2. Identificar el Marco Muestral.....	88
2.5.3. Tamaño de la muestra.....	88
2.5.4. Selección de la muestra.	89
2.5.5. Selección de un procedimiento de muestreo.....	90
2.6. Paso 6 de la Investigación - Recolección de datos.....	92
2.7. Paso 7 de la investigación - Procesar los datos.....	93
2.7.1. Libro de códigos.....	93
2.7.2. Tabulación de datos.....	98
2.8. Paso 8 de la investigación. Análisis de datos.	100
2.9. Paso 9 de la investigación - Presentar los resultados de la investigación.....	119
2.9.1. Presupuesto Investigación de Mercados.....	120
CAPITULO III.	121
3. Lineamiento Estratégico.....	122
3.1. Segmentación del mercado y posicionamiento estratégico.....	122
3.1.1. Ciclo de vida del producto.....	122
3.1.2. Mercado de Referencia.	124
3.1.3. Análisis de la Macrosegmentación.	127
3.1.4. Análisis de la Microsegmentación.....	129
3.1.5. Selección de la estrategia de posicionamiento según análisis factorial.	140
3.1.6. Cálculo de la demanda global.	144
3.1.7. Mercado Potencial.....	145
3.1.8. Mercado Potencial Absoluto.	146
3.1.9. Cuota de Mercado.....	146
3.1.10. Selección de la estrategia de segmentación - Marketing Concentrado.....	148
3.1.11. Demanda de la Empresa Transportar S.R.L.....	149
3.2. Análisis de las 5 Fuerzas De Porter.	150
3.2.1. Aplicación de las 5 fuerzas de Porter para Transportar S.R.L.....	152
3.3. Matriz de Ansoff. Estrategias de Crecimiento.....	158
CAPÍTULO IV.....	161
4. Plan de Marketing.....	162
4.1. Análisis Situacional.....	162
4.1.1. Variables controlables.....	164
4.1.2. Variables no controlables.....	173
4.1.3. Listado plano.....	177
4.1.4. La Matriz de interacciones.	178
4.1.5. Matriz FODA.....	181
4.2. Plan de marketing.....	183
4.2.1. Objetivos del plan de marketing.....	183
4.3. Identidad corporativa.....	221
CAPÍTULO V.....	226
5. Plan De Administración.	227
5.1. Lineamiento Estratégico (Ápice Estratégico).	227
5.1.1. Misión.	227

5.1.2. Visión.....	227
5.1.3. Análisis Situacional Matriz FODA	228
5.1.4. Plan de Administración.....	237
5.1.5. Estructura Organizacional.....	239
CAPÍTULO VI.....	289
6. Económico.....	290
6.1. Paraguay: Panorama general.....	290
Aspectos Financieros.	291
6.2. Cuadros Financieros de Transportar S.R.L.....	293
Conclusión.....	309

INTRODUCCIÓN

Comprometida en brindar servicio de alta calidad y cumplir con la exigencia del cliente, la firma Transportar S.R.L. se constituirá como una empresa prestadora de servicios de fletes y mudanzas, así como de oficinas, del hogar, local comercial, depósito de mercaderías, transporte de mercaderías y enseres en todo el territorio nacional.

Confiado en obtener liderazgo en el mercado local ofreciendo calidad y servicio garantizado, mediante la optimización de los recursos, la tecnología y los procesos, por consiguiente, el enfoque principal será marcar la diferencia entre los competidores, asegurándonos de cumplir la promesa de la compañía brindando precios competitivos, en un ambiente de confianza, seguridad y tranquilidad.

Transportar S.R.L. operará en sus instalaciones ubicadas en una de las zonas de mayor desarrollo de Lambaré, sobre una de las avenidas que conecta en pocos minutos con la capital. Dispondrá de una flota de vehículos para cargas exclusivas y delicadas, cumpliendo con los plazos pactados de entrega y apostando a la mejora continua del servicio.

Si bien existen empresas del rubro consolidadas en el mercado, en Transportar S.R.L. desarrollaremos un sistema propio y adecuado de procesos que deben ser llevadas a cabo para cumplir con la misión de la compañía.