

Ingeniería Comercial

**Plataforma de venta de entradas digitales
“Easy Tickets S.R.L.”**

Alumnos:

**Larissa Giovanna Varela Caballero
Guillermo Villamayor Ojeda**

**Asunción - Paraguay
2018**

ÍNDICE

Introducción.....	9
Resumen ejecutivo.....	10
Capítulo I - Jurídico	13
1.1 Introducción a la idea del proyecto	13
1.2 Requerimientos Jurídicos.....	14
1.2.1. Nombre o razón social:	14
1.2.2. Tipo de Sociedad:	14
1.2.3. Constitución jurídica:	14
1.3 Localización de la empresa u organización.....	27
Capítulo II – Investigación de Mercado	30
2.1 Objetivo general de investigación.....	30
2.2 Objetivos y requerimientos de la investigación de mercado	30
2.3 Tipos de investigación	32
2.4 Procedimiento de recolección de datos.....	36
2.5 Determinación del plan y tamaño de la muestra	42
2.6 Codificación y tabulación.....	56
2.7 Análisis de datos.....	57
2.8. Informe	73
2.9. Costo de la investigación de mercados	75
Capítulo III - Lineamiento Estratégico.....	76
3.1 Análisis de la Macrosegmentación.....	76
3.2 Análisis de la Microsegmentación.....	78
3.3 Análisis de la demanda.....	83
3.4 Análisis de las 5 fuerzas competitivas de Porter.....	88
3.5 Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff.....	91
3.6 Atributos de diferenciación.....	93
Capítulo IV – Plan de Marketing	95
4.1 Plan de Marketing.....	95
4.2 Análisis Situacional.....	95
4.3 Objetivos de Marketing	110
Capítulo V – Administración.....	121
5.1 Lineamiento Estratégico.....	121
5.1.1 Declaración de la Visión.....	121
5.1.2 Declaración de la Misión.....	121
5.2 Plan de Administración	122
5.2.1 Análisis Situacional.....	122
5.2.2 Objetivos del Plan Administrativo	128
5.3 Estructura Organizacional.....	135
5.3.1 Organigrama.....	135
5.3.2 Layout.....	146
5.3.3 Manual de Funciones.....	148
5.3.4 Manual de Procedimientos.....	163
5.3.5 Fluxogramas.....	167

5.3.6 Talento Humano	171
5.4 Descripción de Activos Fijos.....	175
5.5 Análisis de estructura de costos	176
5.6 Plan de cuentas.....	176
Capítulo VI – Aspecto Económico.	180
6.1 Producto Interno Bruto (PIB).....	180
6.2 Balanza Comercial	180
6.3 Fluctuación del tipo de cambio.....	181
6.4 Comportamiento de la reserva monetaria	182
6.5 Superávit o Déficit Fiscal	183
6.6 Inflación.....	184
Capítulo VII – Plan Financiero.	185
7.1 Cuadro financieros.....	186
7.1.1 Cuadro de inversiones.....	186
7.1.2 Resumen de Inversión en Activos Fijos.....	186
7.1.3 Resumen de los Gastos de Pre Inversión.....	187
7.1.4 Cronograma de Inversiones y Financiaciones.....	187
7.1.5 Depreciaciones y Amortizaciones.....	188
7.1.7 Servicio de Deuda – Largo Plazo.....	189
7.1.7 Servicio de Deuda – Corto Plazo.....	189
7.1.8 Mano de Obra.....	190
7.1.8 Cronograma de Ventas.....	191
7.1.8 Ingresos por ventas.....	191
7.1.8 Costos Totales.....	192
7.1.9 Equilibrio.....	192
7.1.10 Capital de Trabajo.....	193
7.1.11 Estados De Resultados Proyectos Con Financiamiento.....	194
7.1.12 Estados De Resultados Proyectos Sin Financiamiento.....	195
7.1.13 Flujos De Caja Proyectos Con Financiamiento	195
7.1.14 Flujos De Caja Proyectos Sin Financiamiento	196
7.1.15 Origen y Aplicación De Fondos Sin Financiamiento.....	196
7.1.16 Origen y Aplicación De Fondos Con Financiamiento.....	197
7.1.17 Balances Proyectados Con Financiamiento	197
7.1.18 Balances Proyectados Sin Financiamiento	198
7.1.19 Indicadores Financieros.....	199
7.2 Análisis de Indicadores Financieros.....	200
Anexos.....	202
Bibliografía.....	232

RESUMEN

Como en todo proyecto empresarial, se deben realizar distintos estudios previos para sopesar la viabilidad de llevar a cabo la idea del negocio planteado, la presente tesis consiste en el desarrollo de estos diferentes estudios y los planes para el ingreso al mercado de la empresa Easy Tickets SRL.

La tesis consta de siete capítulos en los que se estudiaron las aristas principales para el desarrollo del proyecto.

Capítulo I - Jurídico

En el capítulo uno, denominado Capítulo Jurídico, inicia con la introducción a la idea del negocio luego se detalla el marco jurídico para la creación de la empresa, partiendo de la constitución de la misma, la razón social y el nombre, los requisitos, beneficios y obligaciones según el tipo de sociedad o denominación elegida. Seguido se detallan las bases, condiciones, tramites, documentación y otros requerimientos necesarios, además se especifican las instituciones a las cuales se debe recurrir, los documentos a presentar en cada una de ellas, los costos de cada tramite a realizar y los tiempos estimados que conlleva cada tramite. En el capítulo también se describe la localización de la empresa en cuanto su ubicación geográfica y el análisis realizado para la elección.

Capítulo II – Investigación de Mercado

Siguiendo con el capítulo número dos de Investigación de Mercado, este inicia explicando cual es el objetivo principal de llevar a cabo la investigación, luego se sigue describiendo los objetivos específicos y los requerimientos de los mismos, más adelante se detallan los tipos de investigación y cuál de ellos se eligió para realizar la investigación de mercado, a través de que procedimiento se recolectaron los datos y el proceso que incluye desde la elaboración del plan y la toma de la muestra, la codificación y tabulación de los datos hasta llegar al análisis y al informe final.

Capítulo III – Lineamiento Estratégico

En el capítulo tres de Lineamiento Estratégico, se realizaron los análisis de la macro y la micro segmentación, se redactó la declaración de la Misión y Visión de la empresa, se presentan los análisis de la demanda y las fuerzas competitivas según Porter, la evaluación de las estrategias de Ansoff y la perspectiva de Easy Tickets en cuanto a los atributos de diferenciación, mostrando el alcance competitivo, las expectativas que proyecta, este análisis permite formarse una idea de cómo estará posicionada la empresa.

Capítulo IV – Plan de Marketing

En el capítulo cuatro del Plan de Marketing, se efectúa el plan de entrada al mercado, especificando los objetivos que tiene la empresa y las expectativas que esta tiene con respecto a dicho mercado, se plasma el análisis situacional tanto interno como externo y un análisis FODA enfocado a marketing incluyendo los planes de acción, las estrategias y los recursos a ser empleados en cada una de las actividades a realizar.

Capítulo IV – Plan de Marketing

El capítulo cinco de Administración, comienza con el lineamiento estratégico trayendo de vuelta la declaración de la misión y la visión, una descripción del análisis situacional de la empresa, un FODA enfocado a la administración, los objetivos junto con las estrategias diseñadas en los diferentes puntos, los planes de acción y los recursos a ser

utilizados en cada uno de ellos. Luego de estos análisis, se realiza la estructura organizacional de la empresa en donde se desarrollan el organigrama, los manuales de funciones de los puestos existentes y el manual de procedimientos, el diagrama de flujo de las funciones y el Layout graficando la disposición de las oficinas y la descripción de los activos por cada sector.

Capítulo V – Administración

Dentro de este capítulo, también se detalla el proceso del área denominada como Talento Humano, cómo se realizarán pagos a los colaboradores y la descripción de sus principales actividades, el papel que desempeña y la importancia dentro de la organización.

Llegando a la culminación del capítulo Administrativo, se adjunta un cuadro con el detalle los activos que posee la empresa, las cantidades que se disponen y los costos de los mismos. Se realiza un análisis de los costos, ya sean gastos de servicios y otros que se realizan para el correcto funcionamiento y mantenimiento de la estructura de la empresa.

Capítulo VI – Aspecto Económico

El capítulo seis es el capítulo en que se detalla el Aspecto Económico, describe el macro entorno en el cual Easy Tickets podría desarrollarse, y se muestra objetivamente los datos relevantes que puedan beneficiar o afectar de manera negativa al emprendimiento. Se enfoca en datos macro económicos como PIB, balanza comercial, el tipo de cambio y sus fluctuaciones. El estado en que se encuentra la economía nacional y como podría llegar esto a influir en el mercado al cual se desea ingresar. **Capítulo VII – Plan Financiero**

Para finalizar se desarrolla el capítulo número siete, que sería el capítulo Financiero, en donde se llevan a cabo una serie análisis que aportan mayor conocimiento de las variables que ayudan a diagnosticar la situación económica y financiera de la empresa, por medio de todos los datos y las informaciones extraídas y llevadas a los distintos cuadros podremos definir que informaciones serán útiles para cumplir los objetivos de la empresa y si la puesta en marcha del proyecto es viable o no.