

**Administración de Empresas**

***“Delivery Gourmet S.R.L.”***

**Alumnas:**

**Lilian Ester Servín Cuellar**

**Mayra Alejandra Espinoza García**

**Asunción – Paraguay**

**2015**

## ÍNDICE

AGRADECIMIENTO.....	2
AGRADECIMIENTO.....	3
DEDICATORIA.....	4
DEDICATORIA.....	5
INTRODUCCION .....	12
1 CONCEPTO DEL NEGOCIO .....	14
1.1. Descripción de la Empresa.....	14
1.2 Requerimientos Jurídicos.....	14
1.3. Proceso de Apertura y legalización de una Sociedad de Responsabilidad Limitada..	15
1.3.1 Escritura de Constitución y Aporte de Capital.....	15
1.3.1.1 Requisitos de la Escritura de Constitución, de Aporte y Capital.....	15
1.3.1.2 Inscripción en el Ministerio de Hacienda .....	16
1.3.1.3 Inscripción en los Registros Públicos .....	16
1.3.1.4 Registro de Comerciante .....	17
1.3.1.5 Inscripción en el Ministerio de Hacienda - Sub-Secretaría de Tributación.....	18
1.3.1.6 Requisitos para Inscripción de Personas Jurídicas - S.R.L. ....	18
1.3.1.7 Inscripción Patronal - Instituto de Previsión Social .....	19
1.3.1.8 Inscripción en el Ministerio de Justicia y Trabajo.....	20
1.3.1.9 Rúbrica de Libros Contables.....	21
1.3.1.9.1 Requisitos.....	21
1.3.1.9.2 Libros a ser Rubricados.....	21
1.3.10 Ministerio de Industria y Comercio.....	22
1.3.11 Registro de prestadores de servicio del Paraguay .....	23
1.4 Plan fiscal.....	24
1.4.1 El Impuesto al Valor Agregado (IVA) .....	24
1.4.2 Impuesto a la renta .....	25
1.5 Acta de constitución de la sociedad.....	27
1.7 Localización de la empresa .....	31
1.7.1 Método de los Factores Ponderados.....	32
2 INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....	35
2.1- Objetivo general de la investigación.....	35
2.3 Objetivos y Requerimientos de Investigación.....	35
2.4 Diseño de Investigación y Fuentes de Datos.....	36
2.4.1 Investigación exploratoria.....	36
2.4.1.1 Entrevistas en Profundidad.....	37
2.4.2 Investigación Concluyente.....	37
2.4.2.1 Diseño descriptivo.....	37
2.6 Diseño de la Muestra.....	47
2.6.1 Definir la Población.....	47
2.6.2 Identificar el Marco Muestral.....	47
2.6.3 Determinación y tamaño de la muestra.....	47
2.6.4 Seleccionar un Procedimiento de Muestreo .....	48
2.6.5 Selección de la muestra .....	49

1- Tierra Colorada Gastro .....	49
2.7 Recolección de Datos.....	52
2.8 Procesamiento de Datos.....	52
2.9 Codificación y tabulación de los datos. ....	52
2.10 Análisis de los Datos.....	53
2.10.1 Análisis Univariado.....	53
2.10 Conclusión de la Investigación .....	61
2.11 Inversión por los Estudios de Investigación de Mercados.....	62
3 PLAN DE MARKETING.....	64
3.1 Análisis de la Macrosegmentación.....	64
3.3 Microsegmentación .....	67
3.3.1 Tipos de Microsegmentación.....	67
3.3.1.1 Segmentación Geográfica .....	68
3.3.1.2 Factores de comportamiento de nuestros clientes .....	68
3.4 Ciclo de vida del producto .....	68
3.4 Análisis de la Demanda .....	70
3.4.1 Calculo Demanda Global.....	70
3.4.2 Calculo de Mercado Potencial Absoluto.....	70
3.4.3 Análisis de la Cuota de Mercado.....	72
3.4.4 Estimación de la Facturación de los 5 años del Proyecto .....	72
3.4.5 Estimación de la Facturación para el 1º del Proyecto.....	73
3.5 Plan de Marketing .....	74
3.5.1 Análisis Situacional.....	74
3.5.1.1 Variables Controlables .....	74
3.5.1.1.1 Producto/Servicio .....	74
3.5.1.1.2 Precio.....	75
3.5.1.1.3 Promoción .....	75
3.5.1.1.4 Plaza - Distribución.....	76
3.5.1.1.5 Personal.....	76
3.5.1.1.6 Evidencia Física .....	77
3.5.1.1.7 Procesos .....	77
3.5.1.2 Variables No Controlables.....	77
3.5.1.2.1 Mercado .....	78
3.5.1.2.2 Consumidor .....	78
3.5.1.2.3 Competencia.....	79
3.5.1.2.4 Entorno.....	79
3.6 Matriz de Interacciones .....	80
3.6.1 Estrategia FO (Maxi - Maxi).....	80
3.6.2 Estrategia FA (Maxi - Mini) .....	80
3.6.3 Estrategia DO (Mini -Maxi).....	81
3.6.4 Estrategia DA (Mini - Mini) .....	81
3.7 Matriz FODA.....	82
3.8 Objetivos.....	83
3.8 Cuadro Resumen Total de Inversión del Plan de Marketing y Ventas.....	86

4 ADMINISTRACION .....	88
4.1 Lineamiento Estratégico .....	88
4.1.1 Visión de la empresa .....	88
4.1.2 Misión de la empresa.....	89
4.1.3 Análisis De La Estructura Competitividad Del Sector (Michael Porter).....	89
4.1.3.1 Noción de Rivalidad Ampliada.....	90
4.1.3.2 Las amenazas de los competidores potenciales.....	91
4.1.3.3 El Poder de Negociación de los Proveedores .....	91
4.1.3.4 El Poder de Negociación de los Clientes .....	92
4.1.3.5 La Amenaza de los Productos Sustitutivos .....	93
4.1.3.5 Resumen de atractivo del sector de Delivery Gourmet S.R.L. ....	93
4.1.4 Estrategias de Competitividad Según Igor Ansoff .....	94
4.1.4.1 Estrategia de penetración de mercados.....	94
4.1.4.2 Estrategia de desarrollo de productos .....	95
4.1.4.3 Estrategia de desarrollo de mercados .....	95
4.1.4.4 Estrategia de diversificación.....	96
4.2 Plan de Administración .....	98
4.2.1 Análisis Situacional .....	98
4.2.1.1 Variables Controlables -. Debilidades y Fortalezas.....	99
4.2.1.2 Variables No Controlables -. Oportunidades y Amenazas .....	101
4.2.3 Listado Plano .....	102
4.2.5 Matriz Foda.....	104
4.3 Objetivos.....	106
4.3. Estructura Organizacional.....	110
4.3.1 Organigrama General .....	110
4.3.1.1 Las Partes Funcionales de la Organización Según Henry Mintzberg.....	112
4.3.1.1.1. El Ápice estratégico.....	112
4.3.1.1.2. Línea media .....	112
4.3.1.1.3. Núcleo operativo .....	113
4.3.1.1.4. Staff de Apoyo .....	113
4.3.1.1.5. Tecnoestructura.....	113
4.3.1.2 Diseño Organizacional – Mintzberg.....	114
4.3.3 Tipos de estructuras .....	115
4.3.3.1 Estructura Simple.....	115
4.3.3.2 La Burocracia Maquinal.....	115
4.3.3.3 Burocracia Profesional .....	116
4.3.3.4 La Forma Divisional.....	116
4.3.3.5 La adhocracia.....	116
4.3.4. Manual de Funciones .....	117
4.3.5. Manual de Procedimientos.....	127
4.3.6. Flujograma .....	131
4.3.7. Descripción del Proceso de Recursos Humanos.....	134
4.3.7.1 Funciones generales de Recursos Humanos .....	134
4.3.7.1.1 Funciones básicas.....	135

4.3.7.1.2 Funciones de Capacitación .....	136
4.3.7.1.3 Funciones de desarrollo y bienestar .....	136
4.3.8 Estrategia de Recursos Humanos.....	137
4.4. Análisis de estructura de compras/costos .....	138
4.4.1. Compras/costos Departamento de Administración .....	138
4.4.2. Mano de Obra.....	139
4.5 Definiciones Básicas de Contabilidad .....	140
4.5.1 Contabilidad.....	140
4.5.2 Funciones.....	140
4.5.3 Principios y Procedimientos Contables .....	140
4.5.4 Procedimientos Contables.....	141
4.5.5 Activos.....	142
4.5.5.1 Tipos De Activos.....	142
4.5.5.1.1 Activo Corriente.....	142
4.5.5.1.2 Activo no Corriente.....	142
4.5.5.1.3 Activo Financiero.....	143
4.5.6 Pasivos.....	143
4.5.7 Patrimonio neto .....	143
4.6. PLAN DE CLUENTAS.....	144
5 ASPECTOS ECONÓMICOS .....	148
6 ASPECTOS FINANCIEROS .....	158
6.1.1 Cuadro de Inversiones .....	158
6.1.2 Cronograma de Inversiones y Financiaciones.....	159
6.1.3 Depreciaciones y Amortizaciones.....	160
6.1.4 Servicio de Deuda .....	161
6.1.5 Mano de Obra .....	163
6.1.6 Cronograma de Ventas .....	164
6.1.7 Ingresos por Ventas.....	165
6.1.8 Costos Totales.....	166
6.1.9 Punto de Equilibrio.....	167
6.1.10 Capital de Trabajo .....	168
6.1.11 Estados De Resultados Proyectos Con Financiamiento .....	169
6.1.12 Estados De Resultados Proyectos Sin Financiamiento.....	170
6.1.13 Flujos De Caja Proyectos Con Financiamiento.....	171
6.1.14 Flujos De Caja Proyectos Sin Financiamiento.....	172
6.1.15 Origen Y Aplicación De Fondos Con Financiamiento.....	173
6.1.16 Origen Y Aplicación De Fondos Sin Financiamiento .....	174
6.1.17 Balances Proyectados Con Financiamiento .....	175
6.1.18 Balances Proyectados Sin Financiamiento .....	176
6.1.19 Indicadores Financieros.....	177
CONCLUSION.....	179
BIBLIOGRAFÍA.....	190

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de tesis tiene como finalidad obtener la Licenciatura en Administración de Empresas.

El segundo objetivo tiene la necesidad de volcar parte de nuestros conocimientos adquiridos en estos cuatro años de carrera universitaria.

Este proyecto que se denomina “**Delivery Gourmet S.R.L.**” consiste en la investigación y estudio de la factibilidad de implementar un negocio de servicio de delivery para locales gastronómicos, enfocado principalmente a Asunción y Gran Asunción.

El proyecto comienza con una investigación de los factores claves para el éxito del negocio, para posteriormente realizar un análisis macro y micro del entorno donde se desarrollará la empresa.

Se realizará una evaluación interna y se propondrá las estrategias más adecuadas para el éxito del negocio. Adicional se realizará una investigación de mercado, del producto y se desarrollará un plan de marketing.

Por último, se analizará la parte financiera, lo que nos permitirá conocer si el proyecto o la idea de negocio es viable.

Queremos destacar que las informaciones para responder a los puntos mencionados se han extraído de un trabajo de campo y de fuentes secundarias, aplicando las mismas a la idea de negocio de “**Delivery Gourmet S.R.L.**”.