

Ingeniería Comercial

“Vida Light – Restaurant”

Alejo Ramón Raúl González Ayala

Asunción – Paraguay

2015

INDICE

Introducción.....	8
Resumen ejecutivo	9
CAPITULO 1- Concepto del Negocio.....	11
Descripción de la empresa	11
Visión:	12
Misión:.....	12
Valores :.....	12
Objetivo general:	13
Localización:.....	13
Macro localización:.....	13
Micro localización:	13
1.7. Método de los Factores Ponderados	14
CAPITULO 2	18
ASPECTOS JURIDICOS	18
Proceso de apertura del Negocio.....	18
Inscripción en el Registro Único de Contribuyente.	18
Acta de constitución de la Sociedad.....	19
2.4. Plan Fiscal.	27
Presupuesto jurídico inicial.....	27
Gastos de Escribanía	28
Publicaciones.....	28
Apertura en Dirección General de Registros Públicos; Instituto de Previsión Social (IPS) y Ministerio de Justicia y Trabajo (MJT).....	29
Apertura en Municipalidad.....	29
Libros impositivos y legales.....	30
Rubricación de Libros Contables.....	30
Inscripción Registro de Marca.....	30
Confeción de documentos.	31
Honorarios Profesionales	31
CAPITULO 3	32
ASPECTOS ECONOMICOS.....	32
3.1. Macroeconomía	32
3.1.1. Tasa de desempleo.....	32
3.1.2. Producto Interno Bruto (PIB).	34
3.1.3. Variación del dólar.....	36
3.1.4. Tasa de Inflación.....	37
3.1.5. Variación del salario mínimo.	39
3.2. Microeconomía.....	40
3.2.1 Elasticidad de Oferta.....	41
3.2.2. Elasticidad de la Demanda.	43
CAPITULO 4	45
ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....	45

4.1. Estructura organizativa.	45
4.2. Organigrama según Henry Mintzberg	47
Las Configuraciones Estructurales según Henry Mintzberg	48
La estructura simple	49
Modelo burocracia maquinal	50
Modelo burocracia profesional	52
La forma divisional	55
La adhocracia	57
Estrategias de recursos humanos.....	61
Manual de Organización y Funciones.	62
Fluxograma.	67
Layout.....	70
Definiciones básicas de contabilidad:	72
4.9.1 La contabilidad	72
4.9.2. Funciones Básicas.....	73
4.9.3. Principios Básicos.....	73
Libros contables exigidos.	78
CAPITULO 5	81
ANALISIS DE MERCADO.....	81
5.1. Investigación de mercado.....	81
5.1.1. Comprende la búsqueda de las siguientes consideraciones:	82
Identificar y definir el problema u oportunidad.	82
Objetivos de la investigación de mercado.	83
Análisis de la oferta.....	84
Análisis de la demanda.....	86
Objetivos Específicos de la Investigación	86
Diseño de la investigación.	87
Tipo de estudio abordado.....	89
Método de recolección, procesamiento y análisis de datos.	89
2.3.4 Diseño de la muestra:.....	90
2.3.5 Seleccionar un procedimiento	92
2.3.6 Recolección de datos	97
2.3.7 Procesamiento de datos.....	104
2.3.8 Análisis de los datos Obtenidos.....	104
Análisis de la estructura competitiva del sector (Michael Porter)	116
1- Competencia Potencial.....	117
2- Competencia Actual, Rivalidad entre empresas	118
3- Poder de los Proveedores.....	119
4- Poder de Clientes	119
5- Productos Sustitutos.....	120
CAPITULO 6	121
PLAN DE MARKETING	121
6.2. Marketing Estratégico.....	126
6.2.1. Estrategias según Igor Ansoff	127
6.2.2. Estrategias según Michael Porter	129

6.3. Marketing Operativo.....	133
6.3.1. Producto:	134
Precio:.....	147
Plaza:	147
Promoción:.....	147
Personas Físicas:	148
Proceso:.....	148
Presencia (evidencia) física:	148
CAPITULO 7	149
ASPECTOS OPERACIONALES	149
Organigrama del sector que realiza la prestación del servicio.....	150
Proceso de producción.....	150
Dimensiones de los espacios.....	152
CAPITULO 8	157
ASPECTOS FINANCIEROS – ECONOMICOS	157
Conclusiones y Recomendaciones.	177
CONCLUSIÓN.....	178
CAPITULO 9	179
RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	179
Impacto ambiental.	181
Impacto Socio-económico	182
Impacto Cultural.....	183
Aspectos éticos de sustentabilidad del proyecto.	185
Capitulo 10 Plan de expansión	186
Riesgos internos de expansión	186
4. Políticas de ventas competitivas: mejor posición que los rivales para asegurar a los clientes y defenderse contra las fuerzas competitivas.	187
5. Lugar accesible de comercialización: el local contara con estacionamiento propio vista a la avenida principal.....	187
6. Cuidar de la salud y educación de los empleados, a fin de que sean más productivos: contaremos con seguro médico y constantes capacitaciones.....	187
7. cuidar de las maquinarias y equipos ,con mantenimientos preventivos evitando cualquier accidente laboral.	187
Riesgos externos de expansión:	188
Barreras de salida	188
Mapa de riesgo:.....	188
Conclusiones y Recomendaciones.	190
BIBLIOGRAFIA	191
ANEXOS.....	194
Reglamento Interno de la Empresa	194

RESUMEN

Este proyecto tiene por objetivo mostrar la oportunidad que se tiene al instalar el Restaurant vida light en el centro de la ciudad de asunción para dar el servicio gastronómico a las personas que viven y laboran en el área.

El plan de negocio realizado, busca primeramente determinar si resulta rentable y factible la implementación del restaurant de comida dietética.

Para llegar a tal determinación, se debe realizar un posterior estudio de mercado, el cual ayuda a identificar y cuantificar el mercado meta.

Para llegar al consumidor objetivo se cree indispensable la elaboración de un plan de marketing, a través de la como publicidad, promoción, etc.

Para determinar la factibilidad, se realiza un estudio interno como externo del negocio a través del análisis FODA el cual revela las oportunidades que nos brinda el mercado, las amenazas presentes los competidores y la fuerza con que se encuentran en el mercado, las fortalezas que posee la empresa para maximizarlas y las debilidades que deben minimizarse.

Para determinar la rentabilidad del negocio se utiliza el estudio económico financiero, mediante la evaluación del proyecto con el VAN y el TIR, que permiten obtener un panorama económico claro.

Se consideró conveniente e importante el empleo de la responsabilidad social empresarial, además de una investigación sobre el impacto económico, y la social y la implementación de políticas ambientales favorables para el entorno, se investigó además el impacto socioeconómico, los puestos de trabajo que el proyecto generará y cuantas personas saldrán beneficiadas por el mismo en promedio.

Mirando al futuro se realizó un plan de expansión en caso de captar una importante brecha en el mercado, a través de la apertura de nuevas sucursales VIDA LIGHT, nombre del plan de negocios va dirigido a personas de nivel económico medio y alto, busca ofrecer alimentos saludables.

Rige con una política de ingredientes de primera calidad, y cuidadosamente seleccionados, en manos de profesionales también seleccionados responsable para las funciones de producción, ejerciendo estándares de higiene, calidad y presentación.

Finalmente, la evaluación económica y financiera del proyecto comprueba la factibilidad y rentabilidad del negocio mediante el Valor Actual Neto cuyo procedimiento permite calcular el valor presente de determinados números de flujos de caja futuros, originados por esta inversión. Y mediante la Tasa Interna de Retorno que permite conocer los rendimientos futuros esperados de dicha inversión en términos de porcentaje e iguala el valor presente neto a cero.

En el siguiente proyecto se obtiene un VAN de y un TIR anual de % sin financiamiento y obteniendo un VAN de acompañado de un TIR de % con financiamiento cuyos resultados son reveladores de factibilidad del negocio.