

**Ciencias Contables y Administrativas**

***“Delicious S.R.L– Restaurant y Churrasquería”***

**Mercedes Arami Giménez Ruiz**

**Asunción – Paraguay**

**2018**

## INDICE

Introducción. ....	7
Resumen Ejecutivo .....	8
CAPITULO 1- Concepto del Negocio.....	11
a. Descripción de la empresa.....	11
b. Visión: .....	12
c. Misión:.....	12
d. Valores Corporativos: .....	13
e. Objetivos. ....	15
f. Localización.....	18
· Macro localización: .....	18
· Micro localización: .....	19
g. Método de los Factores Ponderados.....	21
h. Ventaja competitiva.....	22
Delicious opta por tener ventajas competitivas en:.....	23
CAPITULO 2- Aspectos Jurídicos.....	25
a) Proceso de apertura del Negocio.....	25
b) Acta de constitución de la Sociedad.....	27
c) Leyes que afectan al Proyecto.....	33
d) Plan Fiscal. ....	37
e. Presupuesto jurídico inicial. ....	39
e.1 Gastos de Escribanía .....	39
e.2 Publicaciones .....	39
e.3 Apertura en Dirección General de Registros Públicos; Instituto de Previsión Social (IPS) y Ministerio de Justicia y Trabajo (MJT) .....	40
e.4 Apertura en Municipalidad. ....	40
e.5 Libros impositivos y legales. ....	40
e.6 Rubricación de Libros Contables .....	41
e.7 Inscripción Registro de Marca.....	41
e.8 Confección de documentos.....	41
e.9 Honorarios Profesionales.....	41
Capítulo 3 – Aspectos Económicos .....	43
a. Macroeconomía.....	43
Instrumentos de la política macroeconómica: .....	44
La macroeconomía aplicada al proyecto DELICIOUS: .....	46
· Tasa de desempleo: .....	47
· Producto Interno Bruto (PIB).....	49
· Tasa de inflación.....	53
· Salario mínimo.....	57
b. Microeconomía. ....	59
·Indicadores microeconómicos.....	60
C. Elasticidad.....	61
Elasticidad de Oferta.....	61
Elasticidad de la demanda.....	63

Capítulo 4 – Aspectos Administrativos.....	69
<b>a) Estructura organizativa.</b> .....	70
<b>Tipos de Organigramas:</b> .....	71
II. Organigrama según Henry Mintzberg.....	76
<b>III. Configuraciones estructurales según Mintzberg</b> .....	80
Las Configuraciones Estructurales según Henry Mintzberg .....	82
La estructura simple.....	82
Modelo burocracia maquina.....	83
Modelo burocracia profesional.....	86
La forma divisional .....	88
La adhocracia .....	90
<b>b. Estrategia de recursos humanos.</b> .....	95
I. Proceso de reclutamiento del personal.....	96
II. Proceso de selección.....	97
III. Contratación. ....	97
IV. Inducción, socialización. ....	98
V. Adiestramiento, capacitación. ....	99
VI. Política de retiro.....	101
VII. Diseño de los puestos de trabajo. ....	101
VIII. Manual de organización y funciones: .....	110
Manual de funciones .....	113
IX. Manual de procedimientos. ....	125
X. Flujograma: .....	127
XI. Layout .....	131
Interior .....	133
Exterior.....	134
Área Parrilla.....	134
Capítulo 5 – Análisis de Mercado. ....	137
a) Investigación de mercado.....	137
I. Identificar y definir el problema u oportunidad.....	138
II. Identificar el problema:.....	138
III. Objetivos y requerimientos de información de la investigación de mercado. ....	139
IV. Diseño de investigación y fuentes de datos:.....	142
Tipos: la entrevista y el cuestionario.....	145
ENCUESTA. ....	156
IX. Muestra. ....	160
X. Proceso de Recolección de datos. ....	164
XI. Codificación y Tabulación. ....	164
XII. Análisis de datos.....	169
Análisis de datos adaptado al proyecto.....	170
XIII. Resultados de la investigación.....	171
Análisis de la Estructura Competitiva del sector de Michael Porter. ....	188
I. Modelo de las cinco fuerzas.....	188
<b>Análisis de la estructura competitiva del sector de DELICIOUS S.R.L.</b> .....	192
Capítulo 6 – Plan de Marketing .....	198

D) Análisis FODA. ....	198
<b>II. Marketing Estratégico.....</b>	<b>206</b>
<b>a. Estrategias según Igor Ansoff .....</b>	<b>207</b>
<b>b. Estrategias según Michael Porter. ....</b>	<b>210</b>
<b>III) Marketing Operativo.....</b>	<b>214</b>
La mezcla de marketing. ....	215
<b>1. Producto: .....</b>	<b>216</b>
2. Precio.....	231
3. Plaza .....	237
4. Promoción. ....	238
5. Evidencia Física.....	239
6 .Procesos Internos .....	240
7. Personal Interno .....	240
Capítulo 7 – Aspectos Operacionales.....	242
<b>II) Proceso de producción. ....</b>	<b>247</b>
<b>III) Principales proveedores .....</b>	<b>252</b>
Capítulo 8 – Responsabilidad Social .....	255
<b>I. Tipos de responsabilidades empresariales:.....</b>	<b>257</b>
1. Impacto ambiental de <i>DELICIOUS</i> :.....	263
2. Impacto socioeconómico de <i>DELICIOUS</i> . ....	265
3. Impacto cultural de <i>DELICIOUS</i> :.....	267
4. Aspectos éticos de sustentabilidad del proyecto.....	267
Capítulo 9 – Plan de Expansión .....	271
La estrategia de expansión de la empresa <i>DELICIOUS</i> :.....	274
I) Riesgos internos de expansión. ....	274
II. Riesgos externos de expansión. ....	275
III. Barreras de salida.....	276
Capítulo 10 – Aspectos económicos y financiero.....	279
Conclusiones y Recomendaciones.....	294

## RESUMEN

Mediante el plan de negocios realizado se busca en primer lugar la determinación de la *rentabilidad y factibilidad* de la implementación del restaurant – churrasería.

Para llegar a tal determinación, se debe realizar un posterior *estudio de mercado*, el cual permite previamente la identificación y cuantificación del mercado meta separando del mercado a los consumidores objetivos. Para llegar a los mismos se cree indispensable desarrollar estrategias de mercado mediante la elaboración de planes de marketing, a través de herramientas como publicidad, promoción, merchandising, etc. Los cuales se han considerado en el siguiente plan de negocios.

Para la determinación de la factibilidad, se realiza un estudio interno tanto externo del negocio. Mediante los cuales se logró determinar a través del análisis FODA las oportunidades que nos brinda el mercado, las amenazas presentes acompañado del estudio de 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. Además, se realizó la descripción del proceso productivo, los agentes del mismo, las técnicas, procedimientos, además de la planificación y normas referentes a recursos humanos y contratación de los empleados. Se tomó en consideración muy conveniente e importante el empleo de la responsabilidad social empresarial, además de una investigación sobre el impacto económico, y la mitigación de efectos negativos, y la implementación de políticas

ambientales favorables para el entorno, se investigó además el impacto socioeconómico, en cuanto a las posibilidades 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.

DELICIOUS S.R.L es el nombre del plan de negocios va dirigido a personas de nivel económico medio y alto, busca ofrecer a los mismos un ambiente propicio, afable, atendiendo gustos y preferencias de los clientes. Rige con una política de ingredientes de primera calidad, y cuidadosamente seleccionados, en manos de profesionales también seleccionados meticulosamente para las funciones de producción, ejerciendo estándares de higiene, calidad y presentación.

La finalidad del plan de negocio se basa en la creación del concepto de negocio en la zona determinada, en este caso Zona Carmelitas, utilizando estrategias de marketing para la captación de clientes, introducción del producto ya que la meta se basa en que la empresa logre posicionarse en el mercado y fidelizar clientes.

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 2.404.216 y un TIR anual de 61% sin financiamiento y obteniendo un VAN de 2.378.611 acompañado de un TIR de 72% con financiamiento cuyos resultados son reveladores de factibilidad del negocio.