

Ingeniería Comercial

Delicias en 4 Ruedas S.R.L

Alumna:

Mabel Aquino Garcete

**SAN LORENZO – PARAGUAY
2021**

ÍNDICE

Agradecimientos.....	4
Dedicatoria.....	5
Índice	6
Índice de Tablas.....	15
Índice de Figuras	19
Índice de Gráficos.....	19
Introducción.....	20
Resumen Ejecutivo.....	21
1. CAPÍTULO I. ASPECTOS JURÍDICOS.....	23
1.1. Introducción a la idea de proyecto.....	23
1.2. Objetivos Generales.....	24
1.3. Objetivos Específicos.....	24
1.4. Requerimientos jurídicos.....	24
1.4.1. Nombre o razón social.....	24
1.4.2. Tipo de sociedad.....	25
1.4.3. Aspectos legales y administrativos para el proceso de apertura y constitución jurídica	25
1.4.3.1. Redacción de la Escritura de Constitución de la Empresa.....	25
1.4.3.2. Inscripción en el Registro Público de Personas Jurídicas y Asociaciones.....	27
1.4.3.3. Matricula de comerciante.....	28
1.4.3.4. Rubrica de libros contables.....	29
1.4.3.5. Ministerio de Hacienda. Subsecretaría de Estado de Tributación.....	30
1.4.3.6. Inscripción en el Registro Administrativo de personas físicas y estructuras Jurídicas y el Registro Administrativo de Beneficiarios Finales (Ley 6446/19).....	30
1.4.3.7. Municipalidad de San Lorenzo	31
1.4.3.7.1 Patente Comercial	31
1.4.3.7.2. Solicitud de colocación de carteles.....	32
1.4.3.7.3 Licencia Comercial.....	32
1.4.3.8. Institución de Previsión Social (I.P.S)	33
1.4.3.9. Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTESS).....	34
1.4.3.10. Dirección de Propiedad Intelectual (Registro de Marcas).....	36
1.4.3.11. Instituto Nacional de Alimentación y Nutrición (INAN)	37
1.5. Costos de Constitución.....	39
1.6 Obligaciones fiscales, municipales y laborales.....	40
2. CAPÍTULO II. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	42
2.1. El proceso de investigación de mercados.....	42
2.1.1. Necesidad de la Información.....	42
2.1.2. Especificar los objetivos de la investigación y las necesidades de información.....	43
2.1.3. Determinar el diseño de la investigación y las fuentes de datos.....	45
2.1.3.1. Investigación exploratoria.....	45
2.1.3.2. Investigación concluyente.....	45
2.1.4. Procedimiento de recolección de datos.....	46

2.1.4.1.	Cuestionario estructurado.	47
2.1.5.	Diseño de la muestra	51
2.1.5.1.	Definir la población.	51
2.1.5.2.	Identificar el marco muestral.	53
2.1.5.3.	Determinar el tamaño de la muestra	55
2.1.5.4.	Seleccionar un procedimiento de muestreo.	55
2.1.5.5.	Seleccionar la muestra	56
2.1.6.	Recolección de los datos.	58
2.1.7.	Presentar los resultados de la investigación de mercados.....	69
2.1.8.	Valorización del costo de la investigación de mercados.....	69
3.	CAPÍTULO III. LINEAMIENTO ESTRATÉGICO.	71
3.1	Análisis de la Macro segmentación	71
3.1.1	Definición de la industria.....	72
3.1.2	Definición de Mercado.....	72
3.1.2.1.	Producto Mercado.....	72
3.2.	Análisis de Micro segmentación	73
3.2.1	Definición del segmento Objetivo	73
3.3.	Declaración de la Misión y Visión.....	74
3.4.	Ciclo de Vida del Producto	74
3.4.1.	Gráfico del ciclo de Vida del Producto	74
3.5.	Análisis de la Demanda	76
3.5.1.	Cálculo de la inversión anual promedio de las empresas.....	78
3.5.2.	Inversión promedio anual por consumidor	79
3.5.3.	Cálculo de la Demanda Global.	79
3.5.3.	Cálculo del Mercado potencial absoluto.....	79
3.5.4.	Cuota de mercado.	80
3.5.5.	Estimación de Ventas.....	80
3.5.5.1.	Cálculo de la Estimación de Venta del Proyecto - 1º Año.....	80
3.5.5.2.	Cálculo de la Estimación de Ventas del Proyecto.	81
3.6.	Análisis de la Estructura Competitiva del Sector. (Las 5 fuerzas Competitivas de Michel Porter)	81
3.6.1.	Amenaza de Nuevos Competidores.	83
3.6.2.	Poder de Negociación con los Clientes.....	83
3.6.3.	Poder de Negociación con los Proveedores.....	85
3.6.4.	Rivalidad entre Competidores.....	85
3.6.5.	Amenaza de Productos Sustitutos.....	87
3.7.	Matriz de las Estrategias de Ansoff.	88
3.7.1.	Estrategia de Penetración de Mercados.	89
3.7.2.	Desarrollo de Nuevos Productos.....	89
3.7.3.	Desarrollo de Nuevos Mercados.....	89
3.7.4.	Estrategia de Diversificación.	89
4.	CAPÍTULO IV. PLAN DE MÁRKETING.	92
4.1.	Análisis Situacional.	92
4.1.1.	Variables Controlables.....	92
4.1.1.1.	Producto	92
4.1.1.2.	Precio	93

4.1.1.3.	Plaza.....	93
4.1.1.4.	Promoción.....	93
4.1.1.5.	Proceso.....	93
4.1.1.6.	Presencia Física.....	94
4.1.1.7.	Personal.....	94
4.1.2.	Variables No Controlables.....	94
4.1.2.1.	Consumidores.....	94
4.1.2.2.	Competencia.....	95
4.1.2.3.	Mercado.....	95
4.1.2.4.	Entorno.....	95
4.2.	Listado Plano FODA.....	95
4.3.	Matriz de Interacciones.....	97
4.4.	Matriz Foda.....	99
4.5.	Objetivos de Marketing.....	100
4.5.1.	Objetivo 1:.....	100
4.5.2.	Objetivo 2:.....	100
4.5.3.	Objetivo 3:.....	101
4.5.4.	Objetivo 4:.....	101
4.5.5.	Planes de Acción.....	102
4.5.6.	Resumen de la Inversión del Plan de Marketing.....	105
4.6.	Identidad Corporativa.....	105
4.6.2.	Tipografías.....	107
4.6.3.	Factura.....	107
4.6.4.	Hoja Membretada.....	108
4.6.5	Caja de reparto.....	108
4.6.6.	Banner.....	108
4.6.7.	Uniformes.....	109
4.7.	Presupuesto de Identidad corporativa.....	109
4.8.	Presupuesto general de marketing.....	110
5.	CAPÍTULO V. ADMINISTRACIÓN.	112
5.1.	Lineamento Estratégico.....	112
5.1.1.	Declaración de la Misión.....	112
5.1.2.	Declaración de la Visión.....	112
5.1.3.	Valores.....	112
5.2.	Plan de Administración.....	112
5.2.1.	Análisis Situacional - Matriz FODA.....	113
5.2.1.1.	Variables Controlables.....	113
5.2.1.2.	Variables No Controlables.....	113
5.3.	Listado Plano FODA Administración.....	114
5.4.	Matriz de Interacción.....	116
5.5.	Matriz FODA.....	116
5.6.	Objetivos de Administración.....	117
5.7.	Estructura Organizacional.....	120
5.7.1.	Organigrama.....	120
5.7.2.	Estructura Funcional.....	121
5.7.3.	Partes funcionales de la Organización, según el criterio de Henry	

Mintzberg	122
5.7.3.1. El Ápice Estratégico.	122
5.7.3.2. El Núcleo Operativo.	122
5.7.3.3. La Línea Intermedia.	123
5.7.3.4. El Staff de Apoyo.....	123
5.7.3.5. Tecnoestructura	123
5.7.3.6. Tipos de Estructura según Henry Mintzberg	123
5.7.3.7. Representación Gráfica de la Estructura funcional de Mintzberg. Delicias en 4 Ruedas S.R.L	124
5.8. Manual de Funciones.	125
5.8.1. Funciones del Gerente General.	126
5.8.2. Funciones de Secretaria de Gerencia.	127
5.8.3. Funciones del Jefe Administrativo.....	128
5.8.4. Funciones del Auxiliar Administrativo.....	129
5.8.5. Funciones del Auxiliar de Compras.....	130
5.8.6. Funciones del Cajero/a.....	131
5.8.7. Funciones del Jefe Comercial.	132
5.8.8. Funciones del Cocinero.....	133
5.8.9. Funciones del Limpiador	134
5.8.10. Funciones del Jefe Comercial.	135
5.8.11. Funciones del Vendedor.	136
5.9. Manual de Procedimientos.....	137
5.9.1. Procedimiento de pago a proveedores.	137
5.9.2. Procedimiento de Ventas.	138
5.9.3. Procedimiento de pago de salarios.....	139
5.10. Flujogramas.....	139
5.10.1. Flujograma del procedimiento de pago a proveedores.	141
5.10.2. Flujograma del procedimiento de ventas.	142
5.10.3. Flujograma del procedimiento de pago de salarios.....	143
5.11. Proceso de Recursos Humanos.	144
5.11.1. Colaboradores.	144
5.11.2. Proceso de reclutamiento del personal.....	144
5.11.3. Modelo de aviso de reclutamiento.	144
5.12. Layout.	145
5.13. Plan de Cuentas de Delicias en 4 Ruedas S.R.L	146
5.14. Estructura de Costos.	152
5.14.1. Recursos Humanos.....	152
5.14.2. Activo Fijo.	153
5.14.3. Gastos de Pre inversión.....	154
6. CAPÍTULO VI. ASPECTO ECONÓMICO.....	156
6.1. Aspecto Económico.	156
6.1.1. Producto Interno Bruto.	157
6.1.2. Contexto Mundial y Regional.	157
6.1.3. Contexto doméstico por el lado de la producción.....	158
6.1.4. Contexto doméstico por el lado del gasto.	158
6.1.5. Variación del Dólar Americano.	158

6.1.6.	Oferta y la demanda	159
6.1.7.	Inflación.	159
6.1.8.	Tasas de interés.	160
6.1.9.	Comercio Internacional.	160
6.1.10.	Tasa de Inflación.	161
6.1.11.	Variación del Salario Mínimo.	162
6.2.	Contexto Político.	162
6.3.	Contexto Social.	162
6.3.1.	Población y distribución.	162
6.3.2.	Índice de pobreza	163
6.3.3.	Indicadores de Ingresos.	164
6.3.4.	Tasa de natalidad y mortalidad.	165
6.3.5.	Tasa de ocupación.	165
6.3.6.	Tasa de desocupación.	165
7.	CAPÍTULO VII	167
7.1	Cuadro de Inversiones y Financiamiento.	167
7.1.1	Resumen de Inversiones en Activos Fijos	168
7.1.2	Resumen de los Gastos de Pre inversión	169
7.2	Cronograma de Inversiones y Financiaciones	170
7.3	Depreciaciones y Amortizaciones.	171
7.4	Servicio de Deuda	172
7.4.1	Préstamo a largo plazo	172
7.4.2	Préstamo a corto plazo	173
7.5	Mano de Obra	174
7.6	Cronograma de Producción y Ventas.	175
7.6.1	Capacidad máxima.	176
7.7	Ingresos por Ventas.	179
7.8	Costos Totales	181
7.8.1.	Costos de materias primas e insumos	183
7.8.2	Otros costos a incurrir.	184
7.9	Punto de Equilibrio	185
7.10	Capital de Trabajo	186
7.11	Estados De Resultados Proyectos Con Financiamiento.	187
7.12	Estados De Resultados Proyectos Sin Financiamiento	188
7.13	Flujos De Caja Proyectos Con Financiamiento	189
7.14	Flujos De Caja Proyectos Sin Financiamiento.	190
7.15	Origen Y Aplicación De Fondos Con Financiamiento	191
7.16	Origen Y Aplicación De Fondos Sin Financiamiento	192
7.17	Balances Projectados Con Financiamiento	193
7.18	Balances Projectados Sin Financiamiento	194
7.19	Indicadores Financieros	195
	CONCLUSIÓN	196
	BIBLIOGRAFÍA	197
	ANEXOS	198
	Acta de Constitución de Sociedad	199

RESUMEN EJECTUVO

Con la elaboración de este proyecto se podrá conocer la factibilidad del proyecto de inversión Delicias en 4 Ruedas S.R.L., el cual nos proporciona un resultado positivo. Se cuenta con las herramientas necesarias para la apertura del emprendimiento y así poder satisfacer las necesidades del mercado a cuál apuntamos.

Delicias en 4 Ruedas. Se enfoca en ofrecer comida rápida el mejor precio del mercado y de la mejor calidad. En el presente proyecto se detallan los pasos a seguir para la apertura de este emprendimiento.

Se inicia con el aspecto jurídico, el cual nos asegura toda la parte legal que se necesita, inscripciones, impuestos y permisos indispensables para la apertura.

Continuamos con la investigación de mercado, paso importante para conocer las necesidades del mercado, y en base a ellas elaborar estrategias para incursionar dentro del rubro.

El plan de Marketing nos dará un enfoque más amplio para dar a conocer nuestros servicios y promociones vigentes y así también conseguir un posicionamiento dentro del mercado.

Dentro del plan Administrativo daremos a conocer el alineamiento estratégico y la estructura organizacional de la empresa, lo cual hace a la imagen y buen funcionamiento de la misma.

También se realizó un estudio de situación económica del país, estudiando así los factores más importantes que hacen a la misma.

En el último capítulo del presente trabajo se expone un estudio financiero que comprende todas las variables para dar a conocer la factibilidad del proyecto de inversión de Delicias en 4 Ruedas.