

Ingeniería Comercial

**Análisis de la factibilidad técnica, económica y financiera de
la instalación de un negocio de servicio de delivery de
viandas de almuerzos en la ciudad de Lambaré del
departamento Central bajo la denominación comercial de
Manjar Viandas S.R.L.**

Alumnas:

**Maira Zuely Sosa Santacruz
Valeria Edith Careaga López**

**Asunción - Paraguay
2018**

ÍNDICE

1. Jurídico.....	1
1.1. Introducción a la idea del proyecto.	1
1.2. Requerimientos jurídicos.....	2
1.2.1. Nombre o Razón social.	2
1.2.2. Tipo de Sociedad.	2
1.2.3. Constitución Jurídica.	3
1.3. Localización de la empresa.	30
1.3.1. Métodos de los factores ponderados.....	31
2. Investigación de mercados.....	35
2.1. Objetivo General de la Investigación	35
2.2. Objetivos y requerimientos.....	36
2.3. Diseño de la investigación y fuente de datos.....	39
2.3.1. Diseño de la investigación exploratoria.	41
2.3.2. Diseño de investigación concluyente.	41
2.3.3. Fuente de datos.....	42
2.3.4. Tipo de diseño que se utilizará para este proyecto.	43
2.4. Procedimiento de recolección de datos.	45
2.4.2. Cuestionario estructurado.	52
2.5. Determinación del plan y tamaño de la muestra.	55
2.5.1. Definir la población.	55
2.5.2. Determinar el alcance.....	55
2.5.3. Definir el Marco Muestral.	56
2.5.4. Tamaño de la Muestra.....	64
2.5.5. Selección de la muestra.....	64
2.6. Codificación y tabulación.....	66
2.7. Análisis de datos: Resultados de la encuesta.....	67
2.8. Análisis final.....	85
2.9. Costo de la investigación de mercados.....	85
3. Lineamiento Estratégico.....	88
3.1. Análisis de la Macrosegmentación.....	88
3.2 Análisis de la Microsegmentación.....	91
3.3. Análisis de la demanda.....	97
3.3.2 Cálculo del mercado potencial Absoluto	98
3.3.1 Calculo de la demanda Global.....	100
3.3.3. Cuota de mercado	101
3.4. Análisis de las 5 fuerzas competitivas de Porter.	104
3.5 Informe de las cinco fuerzas de Michael Porter.	110
3.6 Estrategia Genérica de Porter.	110
3.7 Matriz de dirección del crecimiento de Ansoff.	111
3.7.1 Estrategia de Penetración:	111
3.7.2 Estrategia de desarrollo de nuevos productos.....	111
3.7.3 Estrategia de desarrollo de nuevos mercados	112
3.7.4. Estrategia de diversificación:.....	112

3.8. Argumento de posicionamiento.....	113
4. Plan de marketing.	115
4.1. Análisis situacional	115
4.1.1. Análisis FODA	115
4.1.2. Objetivos del Plan de Marketing:	135
4.1.3. Estrategias y plan de acción	135
4.1.3. Cuadro de resumen de la inversión de cada objetivo.	143
4.2. Identidad corporativa.....	144
4.2.1. Imagen corporativa	144
4.2.1.1. Factores que influyen en la imagen corporativa.	145
5. Administración.....	150
5.1. Lineamiento estratégico.....	150
5.1.1 Misión	150
5.1.2 Visión	150
5.2. Plan de Administración.	151
5.2.1.- Análisis Situacional – Matriz FODA.	151
5.2.2 Objetivos del plan de Administración	158
5.3 Estructura organizacional.	163
5.3.1 Organigrama.	163
5.3.2. Layout.	167
5.3.3 Manual de funciones	170
5.3.4. Manual de procedimientos	182
5.3.5. Flujogramas	186
5.3.6. Recursos Humanos.	192
5.4. Análisis de estructura de costos.....	205
5.4.1. Cálculo del costeo de alimentos.	205
5.4.2. Cálculo de servicios públicos.	216
5.4.3. Cálculo estimado de ventas.	218
5.5 Plan de cuentas.	219
Capitulo VI.....	229
Plan financiero de la Empresa	229
6.1 Cuadros Financieros.	230
Conclusiones.....	251
Anexos.....	254
Bibliografía	263

RESUMEN

En este proyecto se llevará a cabo la creación de la empresa MANJAR VIANDAS S.R.L. dedicada a la venta de viandas de almuerzo por la modalidad de delivery. La idea de negocio surge por la creciente demanda que existe en el mercado de la necesidad y comodidad para los clientes de recibir el almuerzo en el lugar de trabajo o domicilio de manera práctica y eficiente, para ello se deberá aplicar una serie de procesos para establecer los objetivos, planes y metas organizacionales, así también los métodos y acciones de marketing que se deberán realizar para ser conocidos en el mercado y atraer a clientes potenciales, de esta manera la empresa pueda generar los ingresos suficientes para mantenerse e ir creciendo con el transcurso de los años.

Para realizar este plan de negocio, hemos propuesto unos pasos que determinaran la factibilidad y viabilidad económica de desarrollar este proyecto. Entre ellos se destaca una evaluación del mercado de manera general tanto externo como interno.

Se presentarán planes operacionales, comerciales y la capacidad de recursos humanos que se necesitarán para la implementación del proyecto en este rubro gastronómico. Finalmente, un análisis financiero en donde los resultados confirman la factibilidad de este emprendimiento; por los resultados obtenidos, se puede adelantar un resultado del VAN positivo de Gs.284.987.725 con una TIR del 31% mayor a la tasa de corte; por ello se determina que dicho proyecto es económicamente viable.