

Administración de Empresas

**“Maxi Café”
S.R.L.**

Diego Gabino Román Centurión

**Asunción – Paraguay
2016**

INDICE

Agradecimientos 2

Dedicatoria Especial 3

Introducción 7

Capítulo I

Introducción a la idea del proyecto 10

Requerimientos Jurídicos 11

1.2.1.- Nombre o razón social 11

1.2.2. Tipo de Sociedad 11

1.2.3. Constitución jurídica 12

Localización de la empresa u organización 20

Capítulo II – Investigación de Mercados

2.1.- Objetivo general de investigación. 22

2.2.- Establecer el/los objetivos de la investigación. 33

2.3.- Definir los tipos de investigación a utilizarse. 37

2.4.-Procedimiento de recolección de datos 41

2.5.- Determinación del plan y tamaño de la muestra. 47

2.6.-Recolección de datos 57

2.7.- Codificación y tabulación 57

2.8.- Análisis de datos 58

2.9.- Conclusiones/Informe 71

Capítulo III – Plan de Marketing

3.1.- Análisis de la Macro segmentación 73

3.2.- Análisis de la Micro segmentación 77

3.3.- Análisis de la demanda 81

3.4.1.- Análisis Situacional 91

3.4.2.- Objetivos 102

3.4.3.- Estrategias 103

3.4.4.- Planes de Acción 105

Capítulo IV – Administración

4.1.-Declaración de la Visión 109

4.2.- Declaración de la Misión 109

4.3.- Análisis de la estructura Competitiva del sector (Porter) 111

4.4.- Plan de administración: (Dirección Media) 116

4.4.1.- Análisis Situacional – Matriz FODA 117

4.5.- Estructura Organizacional 123

4.5.1.- Organigrama 124

4.5.2.- Manual de funciones 132

4.5.3.- Manual de procedimiento 139

4.5.4.- Flujogramas 144

4.5.5.- Recursos humanos (Descripción del proceso de RRHH, salarios, cargas sociales)
148

4.5.6.- Plan de cuentas 154

4.5.7.- Definiciones básicas de contabilidad 158

Capítulo V – Aspecto Económico

5.1.- Aspecto Económico 163

Capítulo VI – Cuadros Financieros

Cuadros financieros 181

Capítulo VII – Responsabilidad Social Empresarial

7.1. Impacto Ambiental 198

7.2. Impacto Socio – Económico 199

7.3. Impacto Cultural 200

7.4. Aspectos Éticos de la Sustentabilidad del Proyecto 201

7.5. Plan de Expansión 202

Conclusión 208

Anexo 209

Bibliografía 213

RESUMEN

El Presente proyecto se basa en un estudio para la apertura de una cafetería en la ciudad de Asunción – Bo. Las Mercedes, ubicada estratégicamente sobre la Avda. España teniendo en la parte frontal a la ANDE y al lado derecho a la Universidad Columbia también varios negocios a los alrededores, teniendo un alta gamma de posibles clientes durante todo el año. Es fundamental para la calidad, innovación y tecnología que brindemos a los clientes para que podamos obtener resultados más rápidos dentro de nuestro sector.

Para lograr demostrar la viabilidad de nuestro proyecto hemos empleado varias técnicas de estudio, determinando así a nuestros competidores, posibles consumidores, productos sustitutos y más con el análisis de las cinco fuerzas de Porter. Utilizando una metodología de estudio de la situación competitiva de nuestro negocio logramos determinar nuestras fortalezas las cuales debemos utilizar al máximo para hacer crecer nuestro negocio, aprovechando las oportunidades, eliminando nuestras debilidades y sorteando las amenazas con el fin de enfocarnos en los factores claves que conllevaran al éxito de nuestro proyecto.

Con la aplicación de una de las técnicas investigativas como es la encuesta hemos podido corroborar la aceptación de nuestro proyecto. De la misma manera con una proyección mensual y anual de nuestros ingresos y egresos, y de la aplicación de los estados financieros podemos ver reflejada las utilidades.

Con el fin de lograr todos nuestros propósitos emplearemos estrategias de marketing que nos permitirán no sólo la aceptación de nuestros futuros clientes si no también su fidelidad garantizándonos éxitos en ventas y la duración de nuestro negocio en el mercado.

La primera parte trata de la introducción al proyecto, a que se dedica, los productos a ser comercializados; los requerimientos jurídicos, establecer el nombre, tipo de sociedad y establecer la localización del local.

En la segunda parte trata de la investigación de mercados, se establece el análisis situacional, los objetivos y formas de desarrollarse, analizando los atributos de la empresa, se enfoca a las exigencias que deberá cumplir para satisfacer las necesidades del cliente lo cual se manifiesta a través de las encuestas.

En la tercera parte se establece el plan de marketing: se analizan la misión, visión, y competidores en general. Se analiza la demanda y los objetivos de ventas. Se elabora el análisis situacional, tanto como FODA y las variables.

En la cuarta parte se define y establecen la misión y visión de la empresa. Se presenta el análisis de la estructura de Porter para medir los competidores y los productos. Se establece el organigrama de la empresa.

En la quinta parte trata del aspecto económico del país, los indicadores económicos, como el PIB, balanza comercial, fluctuación del tipo de cambio, comportamiento de la reserva monetaria y superávit y déficit.

En la sexta parte se exhiben los cuadros financieros. Podremos resumir que el endeudamiento por la financiación de la inversión será del 36.28% del capital total y el aporte del capital propio será del 63.72%, las ventas irán aumentando en un 10% anual, lo que establece una proyección de ventas del primer año de Gs. 549.000.000.

En la séptima parte trata de la responsabilidad social que mantendrá la empresa, cumpliendo con la contribución social generando puestos de trabajo, apoyando la cultura y lo tradicional y a la utilización de insumos nacionales.