

**Ciencias Contables y Administrativas**

***“La casita de Lucia S.R.L.” Café & Bar***

**María Celeste Cañete**

**Asunción - Paraguay**

**2016**

# ÍNDICE

<b>Capítulo I</b> .....	1
1.1. Introducción a la idea del proyecto.....	1
1.2. Requerimientos Jurídicos.....	1
1.2.1.- Nombre o razón social.....	1
1.2.2. Tipo de Sociedad.....	2
1.2.3. Constitución jurídica.....	2
Escritura de constitución .....	2
Inscripciones registro público de comercio.....	4
Inscripción en el registro público de personas jurídicas y asociaciones.....	5
Inscripción en la dirección de apoyo del ministerio de hacienda (R.U.C.).....	6
Matricula de comerciante.....	6
Rubrica de libros contables.....	7
Apertura en la municipalidad involucrada (patentes).....	8
Instituto de previsión social (I.P.S.).....	10
Ministerio de Justicia y trabajo.....	10
Dirección de propiedad intelectual (registro de marcas).....	11
1.3. Localización de la empresa u organización.....	15
<b>Capítulo II</b> .....	17
<b>Investigación de Mercados</b> .....	17
Objetivo general de investigación.....	17
Hipótesis general.....	17
2.2.- Objetivos específicos de la investigación.....	18
2.3.- Tipos de investigación a utilizarse.....	20
Exploratoria.....	20
Descriptiva.....	21
2.4.-Procedimiento de recolección de datos.....	21
2.5.- Determinación del plan y tamaño de la muestra.....	30
2.6.-Recolección de datos.....	32
2.7.- Análisis de datos.....	34
2.8.- Conclusiones/Informe.....	57
<b>Capítulo III</b> .....	58
<b>Plan de Marketing</b> .....	58
3.1.Análisis de la Macrosegmentación.....	58
3.2.Análisis de la Microsegmentación.....	60
3.3.Análisis de la demanda.....	68
Calculo de la demanda Global.....	58
Calculo del mercado potencial Absoluto.....	59
Cuota de mercado.....	70
Cuadro de Presupuestos de Ventas proyectado a 5 años.....	72
3.4.– Plan de Marketing.....	76
3.4.1.- Análisis Situacional.....	76
1- Descripción de las variables controlables (7p) y no controlables (entorno económico,	

legal, competencia, clientes).....	77
2- Listado plano de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.....	78
3- Matriz de interacción.....	80
4- Matriz FODA.....	82
3.4.2.- Objetivos.....	84
Marketing.....	84
Ventas.....	84
3.4.3.- Estrategias.....	84
3.4.4.- Planes de Acción.....	86
Cuadro de Inversión del Plan de MKT.....	87
<b>Capítulo IV.....</b>	<b>89</b>
<b>Administración / Contabilidad.....</b>	<b>89</b>
4.1.- Análisis de la estructura Competitiva del sector (Porter).....	89
4.2.- Plan de administración:.....	92
4.2.1.- Análisis Situacional – Matriz FODA.....	94
4.2.2.- Estrategias.....	99
4.2.3.- Objetivos.....	100
4.2.4.-Políticas.....	101
Procedimientos.....	101
Reglas.....	101
4.2.4.- Planes de acción.....	102
4.3.- Estructura Organizacional.....	103
4.3.1.Organigrama.....	103
4.3.2.- Recursos humanos (salarios, cargas sociales).....	120
4.3.3.- Layout.....	121
4.3.4.- Costo de Producción y/o Servicio.....	123
4.4.- Plan de cuentas.....	126
4.5.- Aspecto Económico.....	129
Producto interno Bruto (PIB).....	129
Balanza comercial (importación/exportaciones).....	129
Fluctuación del tipo de cambio.....	134
Comportamiento de la reserva monetaria.....	138
Superávit o déficit Fiscal.....	140
<b>Capítulo V.....</b>	<b>144</b>
<b>Plan Financiero de la empresa.....</b>	<b>144</b>
1. Cuadro de inversiones.....	144
2. Cuadro de cronograma de Inversiones.....	147
3. Cuadro de Depreciación.....	148
4. Cuadro de Servicio de la Deuda.....	149
5. Cuadro de RRHH.....	150
6. Cuadro de Ingresos.....	151
7. Cuadro de Egresos.....	153
8. Cuadro de punto de equilibrio.....	154
9. Cuadro de cálculo de Capital de Trabajo.....	155

10. Cuadro de Estado de Resultado Proyectado con y sin financiamiento.....	156
11. Cuadro de Flujo de Caja Proyectado con y sin financiamiento .....	158
12. Cuadro de Origen y Aplicación de Fondos Proyectado con y sin financiamiento....	161
13. Cuadro de Balances Proyectado con y sin financiamiento .....	163
14. Ratios Financieros.....	165
<b>Conclusión.....</b>	<b>166</b>
<b>Capítulo VI. ....</b>	<b>168</b>
<b>Responsabilidad Social Empresarial.....</b>	<b>168</b>
6.1 Impacto ambiental: .....	168
6.2 Impacto Socio-Económico.....	168
6.3 Impacto.....	169
6.4 Aspectos Éticos de la Sustentabilidad del proyecto. ....	169
6.5 Plan de expansión.....	171
Riesgos internos y externos del plan de expansión.....	171
Plan Estratégico de salida.....	171

## RESUMEN

“La casita de Lucia S.R.L.” Café & Bar, se establecerá en el 3er. Barrio de la ciudad de Luque, con el propósito de elaborar y comercializar productos tales como: sándwich de salmón ahumado, sándwich de pollo ahumado, tostadas de jamón y queso, variedades de café, y servicios de gourmet, con excelente atención y personalizada, contribuyendo con la economía de la región, impulsando el desarrollo y brindando oportunidad de trabajo.

La metodología aplicada se enmarca dentro del enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, mientras que el diseño de cuestionario estructurado, que, para el desarrollo analítico se ha procedido al estudio de mercado, definiendo la población y la muestra, aplicando, para el relevamiento de datos, la técnica de la entrevista apoyado por cuestionario de encuestas orientados a los potenciales clientes.

El proyecto requiere de una inversión inicial de 121.421.000 (Ciento veintiún millones cuatrocientos veintiún mil), de los cuales la empresa aportará con recursos propios la suma de G. 97.164.200- (Noventa y siete millones ciento sesenta y cuatro mil doscientos, y la diferencia, G. 24.256.800 (Veinticuatro millones doscientos cincuenta y seis mil ochocientos), será con financiamiento externo.

La oportunidad de mercado es concluyente, pues la demanda es creciente principalmente por el aumento de poblacional de la zona, situación que contribuye la posibilidad de establecer un negocio de producción y comercialización de productos Cafetería y Bar en el 3er. Barrio de la ciudad de Luque, para que la población del lugar recurra y encuentre en su propio barrio lo que realmente desea consumir. Inicialmente se estima en concepto de ventas G. 67.700.000- (Sesenta y siete millones setecientos mil) por mes, significando unos ingresos de G. 1.304.200.000- (Mil trescientos cuatro millones setecientos mil) para el primer año, proyectado con un crecimiento anual del 10%, sostenida por un plan de aumento de la productividad.

Conforme a la evaluación del proyecto, sujeto a un análisis de 5 años, el valor anual neto (VAN) resulta positivo en G. 1.722.296.385 (Mil setecientos veintidós millones doscientos noventa y seis mil trescientos ochenta y cinco); la tasa interna de retorno (TIR) arroja una tasa de 69,87% anual; el período de recuperación de la inversión (PRC) se lograría en 1 año y 10 meses y 27 días, y la razón beneficio/costo es de 3,62. Además, el análisis indica que el punto de equilibrio se lograría en G. 962.491.709- (Novecientos sesenta y dos millones cuatrocientos noventa y un mil setecientos nueve), conforme al estado económico, del primer y durante el ciclo del proyecto. Con esto se demuestra la factibilidad técnica, económica y financiera, y la viabilidad jurídica, ambiental y comercial, para la creación de la empresa de cafetería y bar.