

**Ciencias Contables y Administrativas**

**“COFFEE TIME S.R.L”**

**Cynthia Lorena Martínez Sánchez**

**Asunción – Paraguay**

**2019**

## INDICE

INTRODUCCION.....	8
CAPITULO I .....	9
ANTECEDENTES DEL PROYECTO.....	9
1.1 Idea del Proyecto .....	9
1.1.1 Misión.....	10
1.1.2 Visión .....	10
1.1.3 Valores .....	11
Gráfico N° 1 .....	11
1.1.4 Objetivos.....	12
1.1.4.1 Objetivo General.....	12
1.1.4.2 Objetivos Específicos.....	12
1.1.5 Localización.....	12
1.1.5.1 Macro Localización.....	12
Gráfico N° 2.....	12
1.1.5.2 Micro Localización.....	13
Gráfico N° 3 .....	13
Tabla N° 1 Factores Locacionales.....	13
Tabla N° 2 - Microlocalización de Coffee Time S.R.L.....	14
Tabla N° 3 - Resultado de la Microlocalización del proyecto.....	14
CAPITULO II .....	16
ASPECTOS JURIDICOS .....	16
2.1 Proceso de Apertura de Negocio. ....	16
2.1.2 Escritura de Constitución y Aporte de Capital.....	16
2.1.3 Inscripción en el Registro Público de Comercio .....	22
2.1.4 Inscripción en el Registro Público de Personas Jurídicas y Asociaciones .....	22
2.1.5 Publicación del acto de constitución de una S.R.L. ....	22
2.1.6 Publicación en la Gaceta Oficial.....	23
2.1.7 Publicación en un diario de gran circulación .....	23
2.1.8 Depósito en el Banco Central del Paraguay.....	23
2.1.9 Inscripción en la Dirección de Apoyo del Ministerio de Hacienda.....	23
2.1.10 Rubrica de libros contables. ....	24
2.1.11 Inscripción en la Municipalidad.....	24
2.1.12 Registro de Marca.....	26
2.1.13 Instituto de Previsión Social.....	26
2.1.14 Inscripción en el Ministerio de Justicia y Trabajo.....	28
2.2. PRESUPUESTO JURÍDICO .....	29
Tabla N° 4- Detalle General.....	29
Tabla N° 5- Escribanía .....	29
Tabla N° 6- Papelería e Impresos.....	30
Tabla N° 7- Registro de Marca.....	30
Tabla N° 8- Rúbrica de Libros .....	31
Tabla N° 9- Municipalidad de Asunción.....	31
Tabla N° 10- Publicaciones.....	31
2.4 Leyes que afectan al Proyecto.....	32
CAPITULO III.....	33
ASPECTOS ECONÓMICOS.....	33
3.1. Macro entorno económico.....	33
3.1.1 Variables Macroeconómicas .....	34
3.1.1.1 Tasa de Desempleo .....	34
3.1.1.2. PIB.....	35
3.1.1.3. Variación del dólar.....	36
3.1.1.4. Tasa de Inflación.....	37
3.1.1.5. Variación del salario mínimo.....	38

3.2. Microeconomía .....	39
3.2.1. Elasticidad Oferta .....	39
3.2.2.- Elasticidad Demanda .....	40
Bibliografía .....	41
CAPITULO IV.....	42
ASPECTOS ADMINISTRATIVOS .....	42
4. Estructura Organizativa.....	42
4.1. Organigrama General de la Empresa “Coffee Time S.R.L.” .....	42
Gráfico N° 8- ORGANIGRAMA- “Coffee Time S.R.L.” .....	42
4.2. Organigrama según Henry Mintzberg .....	42
4.2.1. El Ápice Estratégico.....	43
4.2.2. La Línea Intermedia .....	43
4.2.3. El Staff de Apoyo .....	43
4.2.4. Núcleo Operativo.....	43
Gráfico N° 9- Organigrama según Henry Mintzberg.....	43
4.3. Las Configuraciones Estructurales según Henry Mintzberg.....	44
4.4. Diseño de la Superestructura.....	44
4.4.1. Diseño del Sistema Decisor.....	44
4.4.2. Estrategias de recursos humanos.....	45
4.4.3. Características esenciales:.....	45
4.4.3.1. Variedad de habilidades:.....	45
4.4.3.2. Significación del puesto:.....	45
4.4.3.3. Identidad del puesto: .....	45
4.5. Perfiles de Puestos.....	46
4.5.1. Perfil para puestos gerenciales:.....	46
4.5.2. Perfil para puestos de mando medio:.....	46
4.5.3. Perfil para puestos operativo: .....	46
4.6. Manual de Organización y Funciones: .....	46
4.7. Fluxograma.....	52
Gráfico N° 10 – Fluxograma de Incorporación del personal.....	54
Gráfico N° 11 - Fluxograma de Provisión de Materiales.....	54
Gráfico N° 12- Fluxograma del procedimiento principal de la empresa.....	56
4.8. Layout.....	56
Gráfico N° 13- Salón de Ventas .....	57
Gráfico N° 14- Área de Cocina .....	57
Gráfico N°15 Área de Oficinas.....	58
4.9.- Definiciones básicas de la contabilidad .....	58
4.9.1.- La Contabilidad.....	58
4.9.2 Funciones .....	59
4.9.3.- Principios Básicos .....	59
4.9.4.- Definición de activo.....	61
4.9.5.- Los libros contables y su registración.....	62
CAPITULO V.....	65
ANALISIS DEL MERCADO .....	65
5.1. Análisis de la Oferta .....	65
5.1.1. Identificar y definir el problema u oportunidad.....	65
5.2. Análisis de la demanda.....	66
5.3. Objetivos de la investigación de mercado.....	66
5.4. Descripción de la muestra (sociodemográfica).....	67
5.5. Tipo de Estudio .....	67
5.6. Tipo de Instrumento.....	67
6.1. La encuesta.....	67
6.1. Diseñar la muestra: .....	68
6.2. Procedimiento seleccionado:.....	69
6.3. Recolección de datos: .....	69

6.4. Procesamiento de datos: .....	69
6.5. Análisis e interpretación de datos. ....	69
6.6. Selección de Análisis de datos .....	71
CAPITULO VI.....	83
PLAN DE MARKETING.....	83
6.1. Análisis FODA .....	83
6.1.1.- Oportunidades.....	85
6.1.2.- Fortaleza.....	85
6.1.3.- Amenazas.....	85
6.1.4.- Debilidades.....	85
6.2. Marketing Estratégico. ....	85
6.2.1.- Macro-segmentación.....	85
6.2.1.1- Dimensionamiento del mercado.....	85
6.3.- Micro-segmentación.....	86
6.3.1.- Aplicación de estrategias de segmentación .....	86
6.3.2. - Selección y justificación del mercado meta.....	86
6.4. Estrategia según Ansoff .....	86
Gráfico N° 17 - Estrategia Ansoff.....	87
6.4.1. En penetración en el mercado:.....	87
6.4.2. En desarrollo del producto: .....	87
6.4.3. En desarrollo del mercado:.....	88
6.4.4. En diversificación: .....	88
6.5. Selección y justificación:.....	88
6.6. Marketing Operativo:.....	88
6.6.1. Producto- Servicio. ....	89
Gráfico N° 18- Productos Varios.....	89
6.6.2. Precio:.....	91
Tabla N° 11- Precios de los Productos.....	92
6.6.3. Plaza: .....	92
6.6.4. Promoción: .....	92
Gráfico N° 19- Redes Sociales.....	93
6.6.5. Personas: .....	93
6.6.6. Procesos:.....	93
6.6.7. Presencia: .....	93
Gráfico 20-Lugar para 2 personas- .....	94
Gráfico N° 21- Zona Bar.....	94
Gráfico N° 22- Lugares Compartidos.....	94
Gráfico N° 23- -Lugar para eventos Corporativos .....	95
Gráfico N° 24- Fachada Frontal del Local.....	95
CAPITULO VII .....	96
7.1 ASPECTOS OPERACIONALES .....	96
7.1.1 Compras de materias primas o insumos. ....	96
7.1.1.2 Actividad de colocación de la producción en el mercado (comercialización). ....	97
7.2 Funciones:.....	97
7.2.1 Jefe de Administración: .....	97
7.2.2 Encargado de Salón: .....	98
7.2.3 Cajero: .....	98
7.2.4 Mozo: .....	98
7.2.5 Personal de Cocina: .....	98
7.3 Proceso de producción.....	99
7.4 El Proceso de Calidad:.....	99
7.5 Proveedores.....	100
7.5.1 Proveedores de los insumos necesarios (materias primas), mercaderías. ....	100
CAPITULO VIII.....	102
8.1. RESPONSABILIDAD SOCIAL (RSE).....	102

8.1.1. Mundo interior como: .....	102
8.1.1.1 Prácticas justas de contratación y de ascensos:.....	102
8.1.1.2 Pagos de salarios justos. ....	102
8.1.1.3 Capacitación de por vida a los empleados colaboradores.....	102
8.1.1.4 Prácticas basadas en valores éticos. ....	102
8.1.1.5 Condiciones de trabajo seguras, etc.....	102
8.1.2 Mundo exterior como:.....	103
8.1.2.1 Generar fuente de trabajo.....	103
8.1.2.2 Proteger al consumidor.....	103
8.1.2.3 Cuidar el medio ambiente. ....	103
8.1.2.4 Impacto ambiental. ....	104
8.1.2.5 Impacto socioeconómico .....	104
8.1.2.6 Impacto cultural .....	104
8.2 Aspectos éticos de sustentabilidad del proyecto.....	105
CAPITULO IX .....	106
9.1. Plan de Expansión.....	106
9.1.1. Diversificación de la producción:.....	106
9.1.2. Expansión:.....	106
9.1.3. Acuerdos Comerciales: .....	106
9.2. Riesgos internos de expansión. ....	106
9.3. Riesgos externos de expansión.....	107
9.4. Barreras de salida.....	108
CAPITULO X - PLAN FINANCIERO .....	109
10.1.- Inversiones e ingresos.....	109
Tabla N° 12 – Inversiones del proyecto.....	109
Tabla N° 13 – Cronograma de inversiones y financiaciones.....	109
Tabla N° 14 – Servicio de la Deuda .....	110
10.2.- Proyección de ventas.....	110
Tabla N° 15 - Proyección de ventas .....	111
10.3.- Capital de trabajo bruto y neto.....	112
Tabla N° 16 – Capital de trabajo.....	112
10.4.- Costos del proyecto .....	112
Tabla N° 17 – Costos y Gastos fijos y variables .....	113
Tabla N° 18 - Proyección de costos y gastos.....	113
10.5.- Mano de obra y cargas sociales.....	114
Tabla N° 19 – Cuadro de mano de obra.....	114
Tabla N° 20 – Cuadro de resultados.....	115
10.7.- Flujo de caja proyectado .....	115
Tabla N° 21 - Flujo de caja con financiamiento.....	116
10.8.- Evaluación (VAN – TIR).....	116
Tabla N° 21 – Rentabilidad del proyecto (con financiamiento) .....	116
Tabla N° 22 – Rentabilidad del proyecto (sin financiamiento) .....	117
10.9.- Período de recuperación del capital .....	117
10.10.- Costo promedio ponderado de capital .....	117
10.11.- Cálculo de depreciaciones y amortizaciones.....	118
Tabla N° 23 - Depreciación y Amortización .....	118
10.12.- Punto de equilibrio .....	119
Tabla N° 24 - Punto de equilibrio.....	119
10.13.- Balance proyectado .....	119
Tabla N° 25 - Balance proyectado .....	120
10.14.- Análisis de razones financieras .....	120
Tabla N° 27 - Razones financieras.....	121
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	122
Conclusión Técnica .....	122
Conclusión Jurídica .....	122

Conclusión	Financiera	.....	122
Conclusión	Social	.....	123
Conclusión	Ambiental	.....	123
BIBLIOGRAFÍA.....			124
Anexos .....			125

## INTRODUCCION

Este Proyecto se enfoca a la tarea de la Investigación, Análisis y Puesta en marcha de una cafetería **denominada** "Coffee Time S.R. L.", la cual estará constituida jurídicamente en una Sociedad de Responsabilidad Limitada en la ciudad de Asunción.

Se elige este sector céntrico de la capital, ya que la misma necesita un lugar con este tipo de ambientes para realizar diferentes tipos de reuniones, pasar con amigos, con la pareja o solo, escuchando buena música, en un ambiente ameno, acogedor y elegante. Un lugar donde pueda uno distenderse, desconectarse de la rutina, en el caso de los Ejecutivos un lugar ideal para las reuniones de negocios y para las mujeres una opción bastante tentadora para el popular Té de Baby Shower. Se realiza el estudio desde el punto de vista Administrativo a fin de destacar la mano de obra calificada con el cual debe contar el local, así como los procedimientos que se necesitan para su buena organización y control de la misma.

Es muy importante considerar el aspecto de Marketing tanto estratégico como operativo, a fin de determinar los aspectos cuantitativos y cualitativos de nuestro Marketing Mix y las estrategias que se utilizarán a fin de resaltar nuestra imagen de la empresa y obtener las armas para competir sanamente con nuestros competidores.

Es importante destacar la importancia del Aspecto Técnico y Financiero, dado que nos arrojó informaciones útiles acerca del costeo y la rentabilidad del Proyecto, que es lo más atrayente para el Inversionista.

Cada Capítulo de este proyecto es de suma importancia para el futuro Inversionista que desea abrir una Cafetería, porque en ella encontrará los datos y herramientas que se necesita para llevarla a cabo con cabalidad.