

**Administración De Empresas**

**LILLY`S RETAURANT SRL**

**Christian René Wölk Giesbrecht**

**Asunción - Paraguay**

**2017**

# ÍNDICE

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Capítulo 1- Concepto del negocio .....</b>                | <b>1</b>  |
| 1.1 Descripción de la Empresa.....                           | 2         |
| 1.2 Valores .....  | 3         |
| 1.3 Objetivos.....   | 4         |
| 1.4 Localización.....  | 6         |
| 1.5 Métodos de los factores ponderados .....                 | 8         |
| <b>Capítulo 2- Aspectos Jurídicos.....</b>                   | <b>10</b> |
| 2.1 Acta de constitución .....                               | 11        |
| 2.2 Leyes.....   | 16        |
| 2.3 Descripción del proceso de la empresa .....              | 29        |
| 2.4 Plan fiscal .....  | 33        |
| 2.5 Presupuesto jurídico inicial .....                       | 36        |
| 2.6 Anexo.....   | 40        |
| <b>Capítulo 3- Aspectos económicos.....</b>                  | <b>44</b> |
| 3.1 Macroeconomía.....                                       | 45        |
| 3.1.1 Tasa de desempleo .....                                | 45        |
| 3.1.2 Producto interno bruto (PIB).....                      | 47        |
| 3.1.3 Variación del dólar .....                              | 48        |
| 3.1.4 Tasa de inflación .....                                | 49        |
| 3.1.5 Variación del salario mínimo.....                      | 51        |
| 3.2 Microeconomía.....                                       | 52        |
| 3.2.1 Elasticidad de oferta.....                             | 52        |
| 3.2.2 Elasticidad de Demanda.....                            | 54        |
| <b>Capítulo 4- Aspectos administrativos.....</b>             | <b>56</b> |
| 4.1 Estructura organizativa.....                             | 57        |
| 4.1.2 Organigrama general.....                               | 57        |
| 4.1.3 Organigrama según Henry Mintzberg.....                 | 58        |
| 4.2 Configuraciones estructurales según Henry Mintzberg..... | 60        |
| 4.2.1 Estrategias de recursos humanos.....                   | 61        |
| 4.2.1.1 Proceso de reclutamiento del personal.....           | 61        |
| 4.2.1.2 Proceso de selección.....                            | 63        |
| 4.2.1.3 Contratación.....                                    | 63        |
| 4.2.1.4 Introducción y socialización.....                    | 66        |
| 4.2.1.5 Adiestramiento y capacitación.....                   | 66        |
| 4.3 Manual de organización y funciones.....                  | 67        |
| 4.4 Manual de procedimientos.....                            | 77        |
| 4.5 Fluxograma.....  | 79        |
| 4.6 Layout.....  | 81        |
| 4.7 Definiciones básicas de contabilidad.....                | 82        |
| 4.7.1 Funciones básicas de la contabilidad.....              | 82        |
| 4.7.2 Principios básicos de la contabilidad.....             | 83        |
| 4.7.3  |           |

|   |            |
|---|------------|
| Conceptos.....  | 83         |
| 4.7.4 Libros exigidos.....                                      | 85         |
| <b>Capítulo 5- Análisis de mercado.....</b>                     | <b>86</b>  |
| 5.1 Objetivos de la investigación.....                          | 88         |
| 5.2 Diseño de la encuesta.....                                  | 92         |
| 5.3 Diseño de la muestra.....                                   | 96         |
| 5.4 Recolección de datos.....                                   | 98         |
| 5.5 Procesamiento de los datos.....                             | 98         |
| 5.6 Análisis de los datos.....                                  | 98         |
| 5.7 Principales competidores.....                               | 110        |
| 5.8 Análisis de la estructura competitiva (Michael Porter)..... | 113        |
| 5.9 Calificaciones del atractivo.....                           | 116        |
| <b>Capítulo 6- Plan de marketing.....</b>                       | <b>119</b> |
| 6.1 Análisis FODA.....  | 120        |
| 6.2 Matriz de interacción.....                                  | 121        |
| 6.3 Marketing estratégico.....                                  | 122        |
| 6.4 Estrategias según Igor Ansoff.....                          | 124        |
| 6.5 Estrategias según Michael Porter.....                       | 125        |
| 6.6 Marketing operativo.....                                    | 126        |
| <b>Capítulo 7- Aspectos operacionales.....</b>                  | <b>129</b> |
| 7.1 Organigrama del sector productivo.....                      | 130        |
| 7.2 Proceso de producción.....                                  | 130        |
| 7.3 Principales proveedores.....                                | 131        |
| <b>Capítulo 8- Responsabilidad social.....</b>                  | <b>134</b> |
| 8.1 Impacto ambiental.....                                      | 135        |
| 8.2 Impacto socio-económico.....                                | 136        |
| 8.3 Aspectos éticos.....  | 138        |
| <b>Capítulo 9- Plan de expansión.....</b>                       | <b>140</b> |
| 9.1 Riesgos internos.....                                       | 141        |
| 9.2 Riesgos externos.....                                       | 142        |
| 9.3 Barreras de salidas.....                                    | 143        |
| 9.4 Imagen de marca.....  | 143        |
| 9.5 Mapa de Riesgo.....   | 145        |
| 9.5.1 Riesgo operativo.....                                     | 146        |
| 9.5.2 Riesgo competitivo.....                                   | 146        |
| 9.5.3 Riesgo del entorno.....                                   | 146        |
| 9.5.4 Riesgos Financieros.....                                  | 147        |
| <b>Capítulo 10- Aspectos Financieros.....</b>                   | <b>148</b> |
| 10.1 Inversión y Financiamiento.....                            | 149        |
| 10.2 Cronograma de Inversión.....                               | 150        |
| 10.3 Servicio de deuda.....                                     | 151        |
| 10.4 Ventas del proyecto.....                                   | 152        |
| 10.5 Capital de Trabajo.....                                    | 153        |
| 10.6 Costos del Proyecto.....                                   | 154        |
| 10.7 Estructura de Costos Fijos y Variables.....                | 155        |

|  |            |
|--|------------|
| 10.8 Estados de Resultados .....                         | 156        |
| 10.9 Calculo de la Rentabilidad con Financiamiento.....  | 157        |
| 10.10 Calculo de la Rentabilidad sin Financiamiento..... | 158        |
| 10.11 Calculo de Depreciaciones y Amortizaciones.....    | 159        |
| 10.12 Fuente de uso de Fondos.....                       | 160        |
| 10.13 Punto de equilibrio.....                           | 161        |
| 10.14 Balances proyectados.....                          | 162        |
| <b>11. Conclusión.....</b>                               | <b>163</b> |
| <b>12. Glosario.....</b>                                 | <b>165</b> |
| <b>13. Anexos.....</b>                                   | <b>168</b> |
| <b>14. Bibliografía.....</b>                             | <b>171</b> |

## **INTRODUCCIÓN**

En primer lugar, uno de mis sueños siempre fue y sigue siendo levantar un restaurante en la ciudad de mi origen la Colonia Neuland considerando que desde que salí de la casa de mis padres se levantó el interés hacia el rubro gastronómico en mí, probando nuevas recetas inventadas en casa en cada momento. A este interés se suma la ausencia de buenos y lindos restaurantes en la ciudad de Neuland y eso me hizo soñar de mi propio restaurante de buena calidad y aspecto. Basado en esto decida realizar el proyecto univversa enfocado hacia el rubro gastronómico para tener una idea de las implicancias legales, financieras, sociales y estrategias que conlleva la puesta en marcha de un proyecto así. Con la proyección de este proyecto podemos obtener una idea de la viabilidad de este tipo de negocios en el mercado de la Colonia Neuland, pero aun así no tenemos la garantía que la realidad sea igual a lo plasmado en este proyecto.

Los objetivos en este proyecto son la creación de una empresa gastronómica que produce y comercializa los productos alimenticios en la ciudad y ofrece un ambiente cómodo a sus visitantes. Para alcanzar los objetivos se realizaron muchos trabajos de investigación en busca de informaciones certeras acerca del mercado, la población actual, las variaciones del PIB, del salario mínimo, como también un extenso trabajo de investigación del mercado en donde se realizó un trabajo de campo entrevistando con un cuestionario estructurado a más de 500 personas de la ciudad. Con la recolección de estos datos y combinando el conocimiento teórico de las diferentes materias desarrolladas en los años de estudio de la carrera se logró formar estrategias útiles para hacer que el proyecto sea factible en teoría.