

**Administración de Empresas**

**“GRILL SHOPP”**

**Sociedad de Responsabilidad Limitada**

**Alumnos:**

**Lia Stefania Becker**

**Oskar Unrau**

**Asunción - Paraguay**

**2016**

## ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO.....	9
CAPITULO I.....	10
ANTECEDENTES DEL PROYECTO .....	10
Denominación.....	10
Motivos por la elección del tema.....	10
Objetivos generales.....	10
Objetivos de Marketing .....	11
Objetivos administrativos.....	11
Objetivos financieros.....	11
PRODUCTOS .....	12
REQUERIMIENTOS JURÍDICOS.....	13
Escritura de constitución y aporte de capital .....	13
Estatuto modelo de sociedad de responsabilidad limitada .....	15
Inscripción registro público de comercio .....	16
Inscripción en el registro público de personas jurídicas y asociados .....	17
Matricula Del Comerciante .....	18
Rubrica de libros contables.....	19
Inscripción en la dirección de apoyo del ministerio de hacienda (R.U.C.)...20	
Apertura en la municipalidad involucrada (patentes).....	21
Instituto de previsión social (I.P.S.). .....	22
Ministerio de Justicia y trabajo.....	23
Dirección de propiedad intelectual (registro de marcas).....	24
Constancia de vigencia de Registro Sanitario .....	26
TOTAL GENERAL DE GASTOS JURÍDICOS .....	27
ANEXOS CAPITULO JURIDICO.....	28
Inscripción en el registro público de personas jurídicas y asociados .....	28
Rúbrica de libros contables.....	29
RUC.....	30
INAN .....	31
LOCALIZACIÓN .....	34
CAPÍTULO II.....	35
INVESTIGACIONDE MERCADO.....	35
Paso 1.....	36
Objetivo general .....	36
Paso 2.....	37
Objetivos de la investigación y necesidades de información .....	37
Paso 3.....	40
Diseño de la investigación y fuentes de datos.....	40
Paso 4.....	43
Diseño del Instrumento de Recolección .....	43
Paso 5.....	52
Determinación del plan y tamaño de la muestra.....	52
ENCUESTA .....	55

ANÁLISIS DE DATOS .....	59
Conclusiones / Informe.....	77
CAPITULO III .....	78
Plan de Marketing.....	78
Análisis de la micro segmentación .....	79
Ciclo de vida.....	80
ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	81
PLAN DE MARKETING .....	85
ANALISIS SITUACIONAL.....	86
FODA .....	86
L A S 7P .....	87
VARIABLES CONTROLABLES .....	87
VARIABLES NO CONTROLABLES .....	89
VARIABLES CONTROLABLES .....	90
VARIABLES NO CONTROLABLES .....	94
LISTADO PLANO.....	96
MATRIZ DE INTERACCION .....	99
Matriz FODA.....	101
Objetivos.....	102
Estrategias.....	102
Total de costos marketing.....	110
CRONOGRAMA DE PROMOCIONES .....	111
LOGOS.....	112
Imagen corporativa .....	112
Identidad corporativa o identidad visual (IVC).....	112
Logo.....	113
REDES SOCIALES .....	115
CAPITULO IV .....	116
ADMINISTRACIÓN .....	116
Declaración de la Misión y Visión .....	117
Misión.....	117
Visión.....	117
LAS CINCO FUERZAS DE PORTER.....	118
o Amenaza de ingresos por productos secundarios. ....	118
Cinco fuerzas competitivas de Michael Porter.....	119
MATRIZ DE ANSOFF, ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO.....	122
Estrategias de crecimiento de la Matriz de Ansoff.....	123
FODA ADMNISTRACION.....	125
VARIABLES CONTROLABLES .....	125
VARIABLES NO CONTROLABLES .....	128
LISTADO PLANO.....	130
MATRIZ DE INTERACCION .....	132
MATRIZ FODA.....	136
Objetivos.....	137
Estrategias.....	137

CRONOGRAMA DE ADMINISTRACION .....	139
Políticas Grillshopp .....	141
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	142
Organigrama .....	142
ORGANIGRAMA GRILL SHOPP S.R.L .....	143
Partes y sistemas de la organización: .....	144
Manual de funciones.....	147
MANUAL DE PROCEDIMIENTOS .....	154
Proceso de selección del personal .....	154
MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE CAJERO.....	157
MANUAL DE PROCEDIMIENTOS TESORERIA .....	158
MANUAL DE PROCEDIMIENTOS GERENTE GENERAL.....	159
MANUAL DE PROCEDIMIENTOS AREA DE VENTAS .....	160
FLUXOGRAMA.....	161
Gerente administrativo .....	162
Tesoreria .....	163
Ventas.....	164
Caja.....	165
LAYOUT.....	166
ANÁLISIS DE ESTRUCTURA DE COSTOS.....	169
Plan de cuentas .....	169
PLAN DE CUENTAS GRILL SHOPP S.R.L. ....	171
Activo Corriente .....	171
Activo No Corriente .....	172
Pasivo Corriente .....	173
Resultado Positivo .....	173
Patrimonio Neto.....	173
Resultado Negativo.....	174
MANUAL DE CUENTAS.....	177
ASPECTO ECONÓMICO .....	179
Balanza Comercial.....	180
Fluctuación del tipo de cambio.....	180
Reserva monetaria .....	181
Inflación.....	182
CAPITULO VI .....	184
PLAN FINANCIERO DE LA EMPRESA .....	184
Cuadro 1 – Inversiones.....	185
Cuadro 1 A - Resumen de inversiones en Activos Fijos.....	186
Cuadro 1 B – Resumen de gastos de Preinversión .....	187
Cuadro 2 – Cronograma de inversión y financiamiento.....	188
Cuadro 3 – Depreciaciones y amortizaciones.....	189
Cuadro 4 – Servicio de deuda largo plazo.....	190
Corto Plazo .....	190
Cuadro 5 – Mano de Obra .....	190
Cuadro 6 – Cronograma de producción y ventas .....	192

Cuadro 7 – Ingresos por ventas .....	193
Cuadro 8 – Costos Totales.....	197
Cuadro 9 – Punto de equilibrio.....	198
Cuadro 10 – Capital de trabajo .....	199
Cuadro 11 – Estados de resultados proyectados con financiamiento.....	200
Cuadro 12 – Estados de resultados proyectados sin financiamiento .....	201
Cuadro 13 – Flujos de caja proyectados con financiamiento .....	202
Cuadro 14 – Flujos de caja proyectados sin financiamiento .....	203
Cuadro 15 – Origen y aplicación de fondos con financiamiento .....	204
Cuadro 16 – Origen y aplicación de fondos sin financiamiento.....	205
Cuadro 17 – Balances proyectados con financiamiento.....	206
Cuadro 18 – Balances proyectados sin financiamiento .....	207
Cuadro 19 – Indicadores Financieros.....	208
Anexo – Detalle de compras.....	209
Anexo – Compra de Activos Fijos .....	212

## **RESUMEN**

La presente tesis consiste en un plan de negocios, de la ciudad de Asunción – Paraguay. Grill Shopp S.R.L. es un negocio que se dedica a la venta de carnes y embutidos, como también utensilios para el asado (parrillas, cubiertos, carbón, etc.).

Mucha de la información para realizar el análisis, se obtuvo mediante la realización de una encuesta a los pobladores del barrio donde estará ubicado el negocio (Villa Aurelia).

El capital total para iniciar es de GS 774.680.000, de los cuales GS 696.400.000 son aporte propio.

En el primer año lo único que puede llegar a ser incierto es la estimación de las ventas ya que nos encontramos en una etapa de instrucción al mercado, pero para ello hemos preparado un plan de marketing, y eso nos ayudara a incrementar los resultados de las ventas.

El tiempo de recuperación de capital es de 1 año y 11 meses por que lo se puede decir que a partir del segundo año ya va estar generando ganancias.

Todo el personal contratado tiene experiencia en el rubro y será capacitado constantemente, otro punto a favor es que los propios socios estarán gerenciando el negocio.

Grill Shopp S.R.L., es un negocio destinado al éxito ya que tiene una infinidad de puntos a su favor, uno de los principales es que el producto que ofrece es de la canasta básica, la mayoría de la población consume carne todos los días, y está dentro de la cultura del país “comer asado”.