

Administración de Empresas

Restaurante La Gringuita S.R.L.

Yudith Linessa Sigmund Pikulik

Asunción – Paraguay

2014

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	010
RESUMEN EJECUTIVO.....	011
1. CONCEPTO DE NEGOCIO.....	012
1.1. Descripción de la empresa.....	012
1.1.1. Visión.....	012
1.1.2. Misión.....	013
1.1.3. Valores.....	014
1.1.4. Objetivos.....	015
1.1.5. Localización del Restaurante.....	017
1.2. Ventajas competitivas.....	022
2. ASPECTOS JURÍDICOS.....	024
2.1. Sociedad de Responsabilidad Limitada.....	024
2.1.1. Características.....	024
2.2. Proceso de Apertura del Negocio.....	024
2.2.1. Escritura de Constitución de Aporte y Capital.....	024
2.2.2. Inscripción en los Registros Públicos.....	026
2.2.3. Inscripción en la Dirección de Apoyo del Ministerio de hacienda (RUC).....	026
2.2.4. Municipalidad de Asunción.....	027
2.2.5. Inscripción en el Dpto. de Registro De Fiscalización de Sociedades.....	027
2.2.6. Instituto de Previsión Social.....	028
2.2.7. Ministerio de Justicia y Trabajo.....	028
2.2.8. Ministerio de Industria y Comercio.....	029
2.2.9. Rubricación de Libros Exigidos.....	030
2.3. Proceso de Apertura del Restaurante La Gringuita S.R.L.....	031
2.4. Leyes que afectan al Proyecto.....	035
2.4.1. Constitución Nacional.....	035
2.4.2. Ley 1183/85 Código Civil.....	036
2.4.3. Ley 213/93 Código Laboral.....	038
2.4.4. Ley 1034/83 del Comerciante.....	049
2.4.5. Ley 881/81 Régimen Tributario Municipal.....	060
2.4.6. Ley 125/91 y 2421/04 Régimen Impositivo I.V.A.....	063
2.4.7. Ley 284/71 Tasas Judiciales.....	071
2.4.8. Ley 1294/98 De Marcas.....	073
2.4.9. Ley 836/80 Código Sanitario.....	078
2.5. Presupuesto Jurídico.....	081
2.6. Plan Fiscal.....	083
3. ASPECTOS ECONÓMICOS.....	084
3.1. Macroeconomía.....	084
3.1.1. PIB.....	085
3.1.2. Variación del Dólar.....	091
3.1.3. Tasa de Desempleo.....	095

3.1.4. Tasa de Inflación.....	099
3.1.5. Variación del Salario Mínimo.....	104
3.2. Microeconomía.....	107
3.2.1. Componentes claves de la microeconomía.....	108
3.2.2. Elasticidad de la Oferta.....	108
3.2.3. Elasticidad de la Demanda.....	112
4. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....	116
4.1. Estructura Organizativa.....	116
4.2. Configuraciones Estructurales (Mintzberg).....	119
4.3. Diseño de Puestos.....	127
4.4. Reglamentos y Políticas.....	147
4.5. Políticas de la Empresa.....	164
4.6. Estrategias de Recursos Humanos.....	166
4.7. Manual de Organización y Funciones.....	172
4.8. Manual de Procedimientos.....	191
4.9. Fluxograma.....	198
4.10. Layout.....	202
5. ANÁLISIS DE MERCADO.....	204
5.1. Investigación de Mercado.....	204
5.1.1. Identificar el Problema u Oportunidad.....	207
5.1.2. Objetivos de la Investigación de Mercado.....	207
5.1.3. Diseño de la Investigación.....	209
5.1.4. Métodos de Recolección, Procesamiento y Análisis de Datos.....	211
5.1.5. Diseñar la Muestra.....	216
5.1.6. Recolectar los Datos.....	222
5.1.7. Procesar los Datos.....	232
5.1.8. Analizar los Datos.....	232
5.1.9. Resultado de la Investigación.....	249
6. PLAN DE MARKETING.....	254
6.1. Análisis FODA.....	254
6.2. Marketing Estratégico.....	260
6.3. Marketing Operativo.....	266
7. ASPECTOS OPERACIONALES.....	283
7.1. Organigrama del Sector Productivo.....	283
7.2. Proceso de Producción.....	284
7.3. Equipos Necesarios.....	289
7.4. Principales Proveedores.....	295
8. RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	297
8.1. Impacto Ambiental.....	298
8.2. Impacto Socioeconómico.....	299
8.3. Impacto Cultural.....	300
8.4. Impacto Ético de Sustentabilidad del Proyecto.....	301
9. PLAN DE EXPANCIÓN.....	302
9.1. Riesgos Internos de Expansión.....	303

9.2. Riesgos Sistémicos de Expansión.....	305
9.3. Barreras de Salida.....	306
10. ASPECTOS FINANCIEROS.....	309
10.1. Inversiones Necesarias y Financiaciones.....	309
10.2. Cronograma de Inversiones.....	310
10.3. Servicio de Deuda.....	310
10.4. Proyección de Ventas.....	311
10.5. Capital de Trabajo Bruto y Neto.....	316
10.6. Proyecto de Costo y Gasto.....	316
10.7. Cálculo de la Mano de Obra.....	317
10.8. Estado de Resultado.....	318
10.9. Evaluación (VAN-TIR) – Periodo de Recuperación del Capital.....	318
10.10. Cálculo de Depreciaciones y Amortizaciones.....	319
10.11. Fuentes y Uso de Fondos.....	320
10.12. Punto de Equilibrio Contable y Financiero.....	321
10.13. Balance Proyectado.....	321
10.14. Cálculo de la Reserva Legal.....	323
10.15. Indicadores Financieros.....	324
CONCLUSIÓN.....	325
BIBLIOGRAFÍA.....	326
ANEXOS.....	327

RESUMEN

El presente Plan de Negocios consiste en el desarrollo de un proyecto de entrada al mercado de Filadelfia, en la región del Chaco Central Paraguayo para productos gastronómicos, en especial los de comida rápida. Dicho proyecto implica el análisis de las posibilidades de entrada, la rentabilidad del negocio y también las necesidades y gustos de los clientes.

El objetivo central del plan de negocio es recolectar, analizar y presentar suficiente información fiable y relevante acerca del ámbito del mercado gastronómico en la ciudad de Filadelfia.

Se pretende orientar la toma de decisiones gerenciales correctas mediante la información recolectada y los informes tanto a corto como a largo plazo, haciendo énfasis en lo dicho, el negocio necesitará un bajo monto de inversión inicial que se encuentra en Gs. 1.045.575.035.- (Mil cuarenta y cinco millones quinientos setenta y cinco mil treinta y cinco guaraníes). Se prevé un crecimiento anual de las ventas del 19% con el cual se mejorará y ampliará la infraestructura. La inversión inicial se presentará con dos opciones, en la primera será cubierta en un 62% (sesenta y dos por ciento) con aporte propio y en un 38% (treinta y ocho por ciento) a través de préstamos obtenidos de una entidad financiera de Filadelfia. Las ventas estimadas anualmente crecerían un 15% en los primeros años, produciendo una utilidad aproximada de 19% anual.

Los objetivos del Restaurante “La Gringuita S.R.L.” serán: liderar en el mercado gastronómico de la región chaqueña y obtener reconocimiento por la buena atención al cliente, los buenos precios y la excelente comida. Los planes de expansión son de mediano a largo plazo, a mediano plazo se prevé agregar más variedad a la carta de comidas, alcanzando así las necesidades e intereses de un público amplio. A largo plazo se tratará de abrir una sucursal en las localidades cercanas como el Barrio Villa Amistad situado en otra zona de la ciudad.

La ventaja competitiva que se busca generar sobre la competencia, estará basada en un servicio gastronómico de primera calidad con profesionales altamente capacitados, contando con el conocimiento y las herramientas actuales.