

Administración de Empresas

Restaurante La Stella S.R.L.

Jorge Enrique Berganza Méndez

**Asunción – Paraguay
2020**

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	13
RESUMEN EJECUTIVO	15
CAPÍTULO 1 – CONCEPTO DEL NEGOCIO	17
A. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	17
Visión	18
Misión	18
Valores	19
Objetivos	20
Objetivos Generales.	20
Objetivos específicos.	21
Localización	22
Macro localización.	22
Micro localización.	23
Análisis comparativo por el Método de los Factores Ponderados.	24
B. VENTAJA COMPETITIVA	25
CAPÍTULO 2 – ASPECTOS JURÍDICOS	27
A. PROCESO DE APERTURA DEL NEGOCIO	27
B. ACTA DE CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD	37
C. LEYES QUE AFECTAN EL PROYECTO	45
D. PLAN FISCAL	45
E. PRESUPUESTO JURÍDICO INICIAL	46
CAPÍTULO 3 – ASPECTOS ECONÓMICOS	47
A. MACROECONOMÍA	47
Tasa de desempleo	47
Producto Interno Bruto	53
Variación del dólar	57
Tasa de Inflación	60
Variación del salario mínimo	63
B. MICROECONOMÍA	66
Elasticidad de la Oferta	67
Elasticidad de la Demanda	70
CAPÍTULO 4 – ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	74
A. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	74
Estrategias de Recursos Humanos	80
Diseño de los puestos de trabajo	82
B. MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	93
C. MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	96
D. FLUXOGRAMA	97
E. EL LAYOUT	100
F. DEFINICIONES BÁSICAS DE CONTABILIDAD	103
La Contabilidad	103
Funciones básicas de Contabilidad	104
Principios básicos	104

Concepto de activo, pasivo, patrimonio neto _____	106
Libros contables exigidos _____	107
CAPÍTULO 5 – ANÁLISIS DE MERCADO _____	109
a. Identificación y definición del problema _____	109
b. Objetivos de la Investigación del Mercado _____	109
c. Diseño de la Investigación _____	110
d. Método de recolección, procesamiento y análisis de datos _____	110
e. Diseño de la muestra _____	114
f. Recolección de los datos _____	118
g. Procesamiento de los datos _____	118
h. Análisis de los datos _____	119
i. Resultados de la Investigación _____	130
II) PRINCIPALES COMPETIDORES _____	131
III) ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA COMPETITIVA _____	133
CAPÍTULO 6 – PLAN DE MARKETING _____	138
I) ANÁLISIS FODA _____	138
II) MARKETING ESTRATÉGICO _____	141
a. Estrategias según Igor Ansoff _____	141
b. Estrategias según Michael Porter _____	142
III) MARKETING OPERATIVO _____	143
CAPÍTULO 7 – ASPECTOS OPERACIONALES _____	150
I) ORGANIGRAMA DEL SECTOR PRODUCTIVO _____	152
II) PROCESO DE PRODUCCIÓN _____	154
CAPÍTULO 8 – RESPONSABILIDAD SOCIAL _____	158
I) IMPACTO AMBIENTAL _____	161
II) IMPACTO SOCIOECONÓMICO _____	166
III) IMPACTO CULTURAL _____	167
IV) ASPECTOS ÉTICOS DE SUSTENTABILIDAD DEL PROYECTO _____	169
CAPÍTULO 9 – PLAN DE EXPANSIÓN _____	171
I) RIESGOS INTERNOS DE EXPANSIÓN _____	172
II) RIESGOS EXTERNOS DE EXPANSIÓN. _____	178
III) BARRERAS DE SALIDA _____	180
CAPÍTULO 10 – ASPECTOS FINANCIEROS _____	183
A. INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN _____	183
B. SERVICIO DE LA DEUDA _____	186
C. PROYECCIÓN DE LAS VENTAS _____	187
D. CAPITAL DE TRABAJO _____	189
E. COSTOS Y GASTOS _____	191
F. MANO DE OBRA Y CARGAS SOCIALES _____	193
G. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS _____	194
H. FLUJO DE CAJA PROYECTADO _____	195
Proyecto con Financiación _____	196
Cálculo del tiempo de recuperación del capital (Proyecto con Financiación). _____	196
Cálculo del índice de Deseabilidad (Proyecto con financiación). _____	198

Cálculo de tasa de Corte (Proyecto con financiación). _____	199
Proyecto sin Financiación _____	200
Cálculo del tiempo de recuperación de capital (Proyecto sin financiación). _____	201
Cálculo de Índice de Deseabilidad (Proyecto sin financiación). _____	202
Cálculo de tasa de corte (Proyecto sin financiación). _____	203
I. DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES _____	204
J. UTILIZACIÓN Y FUENTE DE LOS FONDOS _____	205
K. PUNTOS DE EQUILIBRIO _____	206
L. BALANCE PROYECTADO _____	207
CONCLUSIÓN _____	208
BIBLIOGRAFÍA _____	211

RESUMEN

“La Stella S.R.L.” es un local de productos y servicios gastronómicos que estará ubicado en el barrio Ciudad Nueva de la ciudad de Asunción – Paraguay que busca ser reconocido por su excelencia en la elaboración de productos y servicios. Es un local de tipo temático que se especializa en pastas de todo tipo, incluso pastas libres de gluten, ofreciendo a los clientes la máxima calidad, con el añadido de instalaciones que otorguen un alto grado de comodidad y a cuyo local lo caracterice también la excelencia en atención al cliente y talento humano altamente capacitado.

Con lo anterior en mente, se apunta principalmente a clientes locales y de los alrededores dentro de Asunción e, incluso, de Gran Asunción. Para el efecto se considera el uso de servicios de entrega tercerizados, que cuentan con la logística y experiencia requerida. Por otra parte, la principal herramienta de marketing será el uso de las redes sociales, que actualmente permiten lograr un alcance considerable y que el negocio se promociones prácticamente solo, mediante las buenas referencias de los clientes.

Apunta, de manera especial, a clientes que padecen de celiaquía y busca ofrecerles una alternativa cómoda y económica para el consumo de pastas elaboradas de manera que sean aptas para su consumo. Por lo general, estos clientes se encuentran con dificultades importantes a la hora de encontrar sitios gastronómicos en los cuales poder hacer algo tan sencillo como sentarse a disfrutar de un platillo tranquilamente ante la duda de los insumos utilizados para su elaboración y la correcta manipulación de los alimentos (no sólo se debe cuidar de los insumos utilizados, sino también de que estos no entren en contacto con ningún harinaseo u otro insumo que contenga gluten, porque se contamina); no son muchas sus opciones y, si las hay, tienden a ser de un elevado precio.

Este proyecto surge de las experiencias personales de sus impulsores, desde dos enfoques paralelos. Primero, los mismos han observado de forma cercana, dentro de su ámbito familiar, las dificultades que atraviesan las personas celiacas a la hora de la elección y selección de ciertos productos alimenticios, optando en muchos casos a la resignación de, simplemente, ya no poder consumirlos pese a ser de sus alimentos favoritos (las pastas). Segundo, su amor por el buen comer y pasión por las pastas, el sueño de algún día poder contar con un restaurante como aquellos a los que iban con sus familias a disfrutar de platillos simplemente exquisitos; el deseo de poder brindar a los clientes esas mismas sensaciones de alegría y regocijo, de unión y de diversión en familia.

Es oportuno mencionar que este proyecto busca no solo su ingreso sino también su permanencia en el mercado, por lo que se han realizado los estudios pertinentes para predecir y prevenir los riesgos inherentes a todo plan de negocios; se prevé igualmente de planes de expansión una vez culminado el plazo inicial de cinco años para la aplicación del proyecto de inversión.

Otras de las previsiones, además de lograr la permanencia en el mercado y el reconocimiento de la empresa, logrando fidelizar a un número importante de clientes y su futura expansión, luego de cinco años, es el lograr un margen de ganancias relevante para los inversionistas, pues se prevé un retorno de más del 40 %; se asegura, por ello, el uso eficaz y eficiente del dinero con el fin de lograr tanto el beneficio mencionado como

nuevas fuentes de trabajo para la sociedad, mejorar la calidad de vida de los miembros de la comunidad, cuidando del medio ambiente y la imagen ética de la empresa y de sus colaboradores.