

Ingeniería en Marketing

**Restaurante Peruano
“QUECHUA S.R.L.”**

Antonella Beatriz Pereira Morínigo

**Asunción – Paraguay
2017**

ÍNDICE

ÍNDICE.....	1
Dedicatoria.....	4
Agradecimiento.....	5
INTRODUCCIÓN	6
CAPÍTULO I	6
Jurídico.....	7
1.1 Introducción a la idea del proyecto.....	7
1.2 Requerimientos Jurídicos.....	7
1.3 Localización de la empresa u organización	15
CAPITULO II.....	17
Investigación de mercado	17
2.1 Objetivos de la Investigación y necesidad de la Información:.....	17
2.2 Objetivos y requerimientos.	17
2.3 Diseño de la Investigación y fuentes de Datos.....	19
2.4 Diseño del procedimiento de recolección de datos.....	20
2.5 Determinación del plan y tamaño de la muestra	26
Definir la muestra	26
Identificar el marco muestral	26
DETERMINAR EL TAMAÑO DE LA MUESTRA	27
SELECCIÓN DE UN PROCEDIMIENTO DE MUESTREO	28
2.6 Recolección de datos.....	29
2.7 Codificación y Tabulación.....	29
2.8 Análisis de datos.	33
2.9 Conclusión	48
2.10 Valorizar el costo de la investigación de mercados.....	49
CAPITULO III.....	50
Plan de Marketing.....	50
3.1 Análisis de la Macrosegmentación	50
3.2 Análisis de la demanda	50
3.2.1 Calculo de la demanda global:.....	50
3.2.4 Demanda de la empresa como objetivo de ventas para el primer año del proyecto y de las ventas para los siguientes 4 años que es el horizonte del proyecto.....	52
3.4 Plan de Marketing.....	52
3.4.1 Análisis Situacional.....	52
4.2 Estrategias y Planes de acción	64
CAPITULO IV.....	76
Administrativo	76
4.1.1 Visión.....	76
4.1.2 Misión	76
4.1.3 Análisis de la estructura Competitiva del sector (Porter).....	76
4.1.4 Matriz de Ansoff.....	83
4.2- Plan de Administración: Dirección Media	84
4.2.1- Análisis situacional-Matriz FODA.....	84

4.2.2. Estrategia y planes de acción	91
4.3 Estructura Organizacional.....	95
4.3.1 Organigrama del Restaurant Quechua SRL.	95
4.3.2 Layout	100
4.3.3 Manual de Funciones.....	101
4.3.4 Manual de Procedimientos.....	108
4.3.5 Fluxograma	110
4.3.6 Recursos humanos.....	113
4.4 Plan de cuentas.....	115
CAPITULO V.....	120
Aspecto Económico	120
5.1 Aspecto económico.....	120
5.1.2 Producto interno Bruto (PIB):.....	120
5.1.3 Balanza comercial (importación/exportaciones):.....	121
5.1.4 Fluctuación del tipo de cambio	124
5.1.5 Comportamiento de la reserva monetaria	125
5.1.6 Superávit o déficit Fiscal.....	126
5.1.7 Inflación	127
<i>Capítulo VI</i>	130
<i>Plan Financiero</i>	130
Conclusión	153
Anexo.....	155
Bibliografía	164

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se refiere a la creación de una empresa dedicada al servicio de platos tradicionales del Perú para ello se desarrollará capítulos que demostraran pautas necesarias a la hora de crear y emprender un negocio.

El primer capítulo desarrolla todos los requerimientos jurídicos para establecer el tipo de sociedad, así como todas las instituciones y tramites obligatorios para la creación de la empresa, los costos que inciden para formalizar y legalizar el negocio.

El segundo capítulo establece el problema de investigación estableciendo los objetivos y requerimientos, el tipo de investigación empleada, la evolución de recolección de datos y pasos a seguir como definir la muestra, identificación del marco muestral, como también el tamaño de la misma, la selección del procedimiento y para la finalización del capítulo se analiza los diversos datos obtenidos.

El tercer capítulo orienta en el análisis de la macrosegmentación y análisis de la demanda, donde se examina las distintas variables controlables como no controlables para la preparación de la matriz y establecer estrategias y planes de acción.

El cuarto capítulo explica la visión y misión de la empresa, la estructura competitiva de Porter y la matriz de Ansoff, luego se establece un plan de administración y una estructura organizacional que incluye el organigrama de la empresa, se elabora el Layout acompañado de un manual de funciones, procedimientos y fluxograma.

El quinto capítulo se visualiza el aspecto económico que abarca el PIB, la balanza comercial, fluctuación del tipo de cambio, comportamiento de la reserva monetaria, superávit o déficit fiscal e inflación.

Por último, se desarrolla el plan financiero que comprende los distintos cuadros que abarcan las inversiones y gastos a los que se recurre para el emprendimiento de la empresa.