

Contaduría Pública

“MODERNA S.A. CAFETERÍA GOURMET”

Alumno:

Oscar Gerardo Paiva Benitez

SAN LORENZO – PARAGUAY

2019

INDICE

Índice	6
Índice de tablas, figuras y gráficos.	12
Introducción.	16
Justificación del Trabajo.	17
1. CAPITULO I - ASPECTOS JURÍDICOS.	19
1.1. Requerimiento Jurídico	19
1.2. Seprelad.	25
1.3. Proceso de inscripción legal de la empresa.	31
1.3.1. Requisitos para la inscripción de la empresa.	31
1.4. SUAE.	31
1.4.1. Inscripción en el Registro Único de Contribuyente.	33
1.4.2. Patente comercial e industrial, licencia, tasas especiales, patentes de letreros, de rodados, etc.	33
1.4.3. Instituto de Previsión Social	33
1.4.4. Ministerio de Justicia y Trabajo.	34
1.4.5. Ministerio de Industria y Comercio. Marcas. Dirección de la propiedad intelectual	35
1.4.6. Solicitud de rubricación de formularios continuos, para libros contables exigidos: Diario, Mayor, Inventario.	36
1.4.7. Registro de Establecimientos. INAN	38
1.4.8. Ministerio del Ambiente y Desarrollo Sostenible.	39
1.5. Plan fiscal de la empresa	39
1.6. Presupuesto jurídica inicial	41
2. CAPÍTULO II - INVESTIGACIÓN DE MERCADO	43
2.1. Descubrimiento y planteamiento de la idea de negocio.	43
2.2. Diseño de investigación, preparación y trabajo de campo.	47
2.3. Procesos de la Investigación.	47
2.4. Objetivo General	48
2.4.1. Objetivos y Requerimientos de la Investigación	48
2.4.1.1. Variables sociodemográfico.	48
2.4.1.2. Objetivos cognitivos.	48
2.4.1.3. Objetivos afectivos	49
2.4.1.4. Objetivos comportamentales	50
2.5. Diseño de la investigación.	51
2.5.1. Investigación Exploratoria.	51
2.5.2. Investigación Descriptiva.	55
2.6. Diseñar la muestra.	56
2.6.1. Definir la población:	56
2.6.2. Marco Muestral	57
2.6.3. Determinación de la Muestra.	58
2.6.4. El procedimiento de muestreo.	58
2.6.4.1. Procedimiento no probabilístico por conveniencia.	58
2.6.5. Seleccionar un procedimiento.	59
2.7. Recolectar los datos.	59
2.8. Procesar los datos.	59
2.9. Conclusiones principales	85
3. CAPÍTULO III - PLAN DE MÁRKETING	87

3.1. Introducción plan de marketing	87
3.2. Análisis de la Macrosegmentación.	87
3.3. Análisis de la Microsegmentación.	88
3.3.1. Mercado Objetivo.	88
3.4. Análisis de la Demanda	89
3.5. Mercado Potencial Absoluto.	93
3.6. Cuota de mercado.	94
3.7. Proyección de Ventas	95
3.8. Modelo del Ciclo de Vida del Producto.	96
3.9. Gráfico de Ciclo de Vida del Producto MODERNA S.A	97
3.10. Análisis Situacional - FODA Marketing	98
3.11. Análisis situacional de la empresa (FODA)	98
3.11.1. Evaluación de las siete P de Marketing	98
3.12. Fortalezas.	100
3.13. Debilidades	101
3.14. Oportunidades	101
3.15. Amenazas.	101
3.16. Listado plano o función sustantiva.	102
3.17. Matriz FODA MKT	105
3.18. Puntos básicos para la elaboración de los objetivos del Plan de Marketing	106
3.19. Objetivos de Marketing	107
3.20. Manual de Identidad Corporativa.	112
3.21. Slogan.	112
3.22. Isologo.	112
3.23. Logotipo.	113
3.24. Hoja membretada.	114
3.25. Tarjeta personal	115
3.26. Comprobante de venta.	116
3.27. Uniforme.	117
3.28. Presupuesto general del Plan de Márketing	118
4. CAPÍTULO IV - ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.	120
4.1. Descripción de la empresa.	120
4.2. Lineamiento Estratégico.	122
4.2.1. Misión.	122
4.2.2. Visión.	122
4.2.3. Valores.	122
4.3. Objetivo general	123
4.4. Objetivos específicos.	123
4.5. Localización.	123
4.5.1. Macro localización.	123
4.5.2. Micro localización. 4.5.2.1. Método de Factores de Ponderación MODERNA S.A	124
4.6. Análisis de la Estructura Competitiva.	128
4.6.1. Análisis de fuerzas de Michael Porter	128
4.6.1.1. Competencia Potencial	130
4.6.1.2. Competencia actual, rivalidad entre empresas	131
4.6.1.3. Poder de los Proveedores.	132
4.6.1.4. Poder de Clientes	133

4.6.1.5.	Productos / Servicios sustitutivos.	133
4.6.1.6.	Resumen de las 5 fuerzas competitivas de Porter	135
4.7.	Estrategias según Igor Ansoff	135
4.8.	Estrategias según Michael Porter	137
4.9.	Objetivos de Administración	138
4.10.	Estructura Organizacional	141
4.11.	Estructura de Mintzberg	141
4.12.	Políticas y reglamentos. Manual de organizaciones y funciones.	144
4.12.1.	Funciones del Gerente General	145
4.12.2.	Funciones del Asistente de Gerencia.	146
4.12.3.	Funciones del Jefe de Departamento de Producción.	147
4.12.4.	Funciones del Jefe del Departamento de Administración y RRHH	148
4.12.5.	Funciones del Jefe del Departamento de Marketing	149
4.12.6.	Funciones del Cocinero.	150
4.12.7.	Funciones del Encargado de Depósito.	151
4.12.8.	Funciones del Cajero.	152
4.12.9.	Funciones del Barista.	153
4.12.10.	Funciones del Repositor	154
4.12.11.	Funciones del Tesorero.	155
4.12.12.	Funciones del Contador	156
4.12.13.	Funciones del Encargado de Compras	157
4.13.	Manual de procedimientos	158
4.13.1.	Procedimiento de Ventas.	158
4.13.2.	Procedimiento de preparación de pedidos.	159
4.13.3.	Procedimiento de compra de insumos y materia prima.	160
4.13.4.	Procedimiento de pagos a proveedores y prestadores de servicios.	161
4.13.5.	Procedimiento de pagos de salarios al personal	162
4.13.6.	Procedimiento de recepción de mercaderías.	163
4.13.7.	Procedimiento de preparación de insumos y productos.	164
4.14.	Fluxograma (principales procedimientos o funciones)	165
4.14.1.	Procedimiento de compra de insumos y materia prima.	166
4.15.	Recursos Humanos	167
4.15.1.	Mano de obra directa.	167
4.15.2.	Mano de obra indirecta.	168
4.15.3.	Proceso de reclutamiento	168
4.16.	Arrendamiento del local	169
4.16.1.	Ubicación.	170
4.17.	Layout	170
4.17.1.	Distribución de la oficina.	173
4.18.	Adquisición de activos.	181
4.19.	Plan de Cuentas	183
4.20.	Carta de Productos.	191
4.21.	Costos de productos.	194
4.22.	Porcentaje de contribución.	204
4.23.	Plan operacional	205
5.	CAPÍTULO 5 - ECONÓMICO	210
5.1.	PIB	210

5.1.1.	Proyección del PIB 2019.	210
5.1.2.	Contexto doméstico por el lado de la producción.	211
5.1.3.	Contexto doméstico por el lado del gasto.	211
5.2.	Inflación.	212
5.2.1.	Resultado inflacionario.	212
5.2.2.	Principales aspectos de la inflación.	213
5.3.	Fluctuaciones del tipo de cambio.	214
5.4.	Balanza Comercial (importaciones/exportaciones)	215
5.4.1.	Exportaciones	215
5.4.2.	Importaciones	217
5.4.3.	Balanza Comercial 2019.	219
5.5.	Comportamiento de la Reserva Monetaria.	219
5.6.	Superávit o déficit fiscal	220
5.7.	Desempleo	221
5.8.	Salario Mínimo.	222
6.	CAPÍTULO VI - PLAN FINANCIERO	225
6.1.	Cuadro 1. Inversiones.	225
6.2.	Cuadro 2. Cronograma de Inversión y Financiamiento.	228
6.3.	Cuadro 3. Depreciaciones y amortizaciones	229
6.4.	Cuadro 4. Servicio de deuda	230
6.5.	Cuadro 5. Mano de obra.	231
6.6.	Cuadro 6. Cronograma de producción y ventas	232
6.7.	Cuadro 7. Ingresos por ventas	236
6.8.	Cuadro 8. Costos totales.	240
6.9.	Cuadro 9. Punto de equilibrio.	241
6.10.	Cuadro 10. Capital de trabajo.	242
6.11.	Cuadro 11. Estados de resultados proyectados con financiamiento	243
6.12.	Cuadro 12. Estados de resultados proyectados sin financiamiento	244
6.13.	Cuadro 13. Flujo de caja proyectado con financiamiento.	245
6.14.	Cuadro 14. Flujo de caja proyectado sin financiamiento.	246
6.15.	Cuadro 15. Origen y aplicación de fondos con financiamiento.	247
6.16.	Cuadro 16. Origen y aplicación de fondos sin financiamiento.	248
6.17.	Cuadro 17. Balance proyectado con financiamiento.	249
6.18.	Cuadro 18. Balance proyectado sin financiamiento.	250
6.19.	Cuadro 19. Indicadores financieros	251
	CONCLUSIONES	252
	BIBLIOGRAFÍA	253
	ANEXOS	255

INTRODUCCIÓN

A continuación, se presenta una descripción y análisis del sector de servicio y comercialización de productos de cafetería en Asunción para la introducción de un nuevo emprendimiento dentro del rubro.

Esta investigación incluye para tal efecto un compendio de normativas y leyes vigentes que respaldan la viabilidad legal proyecto y los pasos desarrollados ante cada entidad del estado para su puesta en marcha. Una investigación de mercado que provee información pertinente para la toma de decisiones de inversión.

Se realiza un análisis estructural del sector, una descripción de los competidores y su perfil competitivo sobre este análisis se desarrolla un plan de Marketing, también un estudio detallado de la localización.

Se desarrolla un plan administrativo que abarca procesos de producción, capital humano, estructura organizacional, infraestructura. Se desarrolla un plan financiero y concluye con los cuadros financieros.