

Administración De Empresas

CARDAPIO S.R.L.

Jonathan Emilio Rojas

Asunción - Paraguay

2016

ÍNDICE

1. Capítulo Jurídico	9
1.1. Introducción a la idea del proyecto	9
1.2. Requerimientos Jurídicos	9
1.2.1. Nombre o Razón Social	9
1.2.2. Tipo de Sociedad	9
1.2.3. Constitución Jurídica	9
1.3. Localización de la Empresa u Organización	19
2. Capítulo Investigación de Mercado	21
2.1. Objetivo General de Investigación	21
2.2. Establecer los Objetivos de la Investigación	21
2.2.1. Objetivos Afectivos	21
2.2.2. Objetivos Comporta mental	22
2.2.3. Objetivos Cognoscitivos	22
2.2.4. Objetivos Socios Demográficos	23
2.2.5. Objetivos Análisis de la Demanda.....	23
2.3. Diseño de Investigación y Fuentes de Datos(IME, 5ta edición)	24
2.4. Procedimiento de Recolección de Datos	26
2.5. Diseño de la Muestra	30
2.5.1. Población	30
2.5.2. Identificar el Marco Muestral	30
2.5.3. Tamaño de la Muestra	31
2.5.4. Selección de la Muestra	32
2.5.5. Selección Física de la Muestra	34
2.6. Recolección de Datos	34
2.7. Codificación y tabulación	34
2.8. Análisis de datos	35
2.9. Conclusiones	41
2.10. Valorizaciónde Costo de la Investigación de Mercados	42
3. Lineamiento Estratégico	42
3.1. Lineamiento Estratégico	42
3.1.1. Misión y Visión de la Empresa (Concepto.de)	43
3.2. Análisis de la Demanda(Blogger, 2011)	43
3.3. Análisis de la Cuota de Mercado(Debitoor, 2012 - 2016)	46
3.4. Análisis de las cinco fuerzas de Porter(Crecenegocios, 2015)	48
3.4.1. Amenaza de entrada de competidores nuevos	48
3.4.2. Rivalidad entre competidores	49
3.4.3. Productos Sustitutos	49
3.4.4. Poder de los Clientes	50
3.4.5. Poder de los Proveedores	50
3.4.6. Conclusión	51
3.5. Estrategias de la Matriz de Ansoff(Ansoff)	52
3.5.1. Estrategia de penetración de mercados	52
3.5.2. Estrategia de desarrollo de productos	52

3.5.3. Estrategia de diversificación	52
3.5.4. Estrategia de desarrollo de mercados	52
3.5.5. Conclusión	53
4. Plan de Marketing	53
4.1. Análisis FODA	53
4.1.1. Descripción Variables Controlables	53
4.1.2. Descripción Variables No Controlables	61
4.2. Listado Plano	63
4.3. Listado Interacción	66
4.4. Matriz FODA	67
4.5. Objetivos del Plan de Marketing	68
5. Capítulo Administración	73
5.1. Estructura Organizacional	73
5.2. Organigrama	73
5.3. Partes funcionales de Cardapio S.R.L., según el criterio de Henry Mintzberg	75
5.4. Layout(Significados)	76
5.5. Manual de Funciones	77
5.6. Manual de Procedimientos	85
5.6.1. Procedimiento para reclutar, seleccionar y contratar personal	85
5.6.2. Procedimiento para atención a clientes	87
5.6.3. Procedimiento para preparación de comidas(Alitas)	88
5.7. Flujograma(Definicionabc)	88
5.8. Plan de Administración	91
5.8.1. Variables Controlables	91
5.8.2. Variables No Controlables.....	94
5.8.3. Listado Plano	95
5.8.4. Listado Interacción	97
5.8.5. Matriz FODA	98
5.8.6. Objetivos del Plan de Administración	98
6. Capítulo de Aspecto Económico	101
6.1. Indicadores Producto interno Bruto (PIB)	101
6.2. Balanza Comercial	104
6.3. Fluctuación del Tipo de Cambio	105
6.4. Comportamiento de la Reserva Monetaria	105
6.5. Distribución	106
6.6. Superávit o Déficit Fiscal	106
6.7. Inflación	108
6.8. Crecimiento País y Evolución del Tipo de Cambio	111
6.9. Índice de Pobreza	112
6.10. Índice de Analfabetismo	113
6.11. Índice de Violencia	114
6.12. Índice de Desempleo	115
7. Capítulo de Aspectos Financieros	118
7.1. Inversiones y Financiamiento	118
7.1.1. Activos Fijos	119

7.1.2. Resumen de los Gastos de Pre inversión	120
7.2. Cronograma de Inversión y Financiamiento	120
7.3. Depreciaciones y Amortizaciones	121
7.4. Servicio de Deuda	122
7.5. Mano de Obra	123
7.6. Cronograma de Producción y Ventas	124
7.7. Ingreso por Ventas	126
7.8. Costos Totales	127
7.9. Punto de Equilibrio	128
7.10. Capital de Trabajo	129
7.11. Estados de Resultados Proyectos con Financiamiento	130
7.12. Estados de Resultados Proyectos sin Financiamiento	131
7.13. Flujos de Caja Proyectos con Financiamiento	132
7.14. Flujos de Caja Proyectos sin Financiamiento	133
7.15. Origen y Aplicación de Fondos con Financiamiento	134
7.16. Origen y Aplicación de Fondos sin Financiamiento	135
7.17. Balances Projectados con Financiamiento	136
7.18. Balances Projectados sin Financiamiento	137
7.19. Indicadores Financieros	138
7.20. Plan de Cuentas	139
8. Conclusión	143

INTRODUCCIÓN

Este proyecto está elaborado con la finalidad de introducir un servicio de comidas rápidas, en la ciudad de San Lorenzo, específicamente en la zona del Barrio San Blas, siendo este un sitio de gran oportunidad para instalar un negocio, ya que es una zona que recién se está formando.

También se plantea que el servicio a ofrecer será un servicio innovador y de calidad total en lo que se refiere a la comercialización de productos de consumo directos tales como bebidas y comidas, siendo el principal objetivo del proyecto la búsqueda constante en lograr ofrecer una buena atención al cliente y a la vez un producto de excelente calidad.