

Ingeniería Comercial

Café Café S.R.L.

Alumnas:

Paula de Fretes

Rossana Jara

Asunción – Paraguay

2016

ÍNDICE

Introducción.....	1
Resumen Ejecutivo.....	2
Capítulo I – Aspecto Jurídico.	
1.1. Introducción a la idea del proyecto.....	4
1.2. Requerimientos Jurídicos.....	9
1.2.1.- Nombre o razón social.....	9
1.2.2. Tipo de Sociedad.....	10
1.2.3. Constitución jurídica.....	12
1.3. Presupuesto jurídico inicial.....	22
1.4. Localización de la empresa u organización.....	25
Capítulo II - Investigación de Mercados	
2.1.- Objetivo general de investigación.....	29
2.2.- Objetivos de la investigación.....	30
2.3.- Tipos de investigación a utilizarse.....	35
2.4.-Procedimiento de recolección de datos.....	38
2.5.- Diseño muestral.....	46
2.5.1.- Definición de la población.....	47
2.5.2.- Marco muestral.....	47
2.5.3.- Determinación del tamaño de la muestra.....	48
2.5.4.- Selección del procedimiento de muestreo.....	49
2.5.5.- Selección de la muestra.....	49
2.6.-Recolección de datos.....	50
2.7.- Codificación y tabulación.....	54
2.8.- Análisis de datos.....	59
2.9.- Conclusiones/Informe.....	69
Capítulo III - Plan de Marketing	
3.1.- Análisis de la Macrosegmentación.....	71
3.2.- Análisis de la Microsegmentación.....	76
3.3.- Análisis de la demanda:	
3.3.1.- Calculo de la demanda Global.....	79
3.3.2.- Cuota de mercado	80
3.3.3.- Calculo del mercado potencial Absoluto.....	81
3.3.4.- Demanda de la empresa.....	82
3.4.– Plan de Marketing	
3.4.1.- Análisis Situacional.....	83
3.4.1.1.- Variables controlables.....	86
3.4.1.2.- Variables no controlables.....	98
3.4.1.3.- Interacciones.....	101
3.4.1.4.- Intersección.....	103

3.4.2.- Objetivos, Estrategias, Planes de Acción y Cuadro de Inversión.....	104
3.4.3.- Cuadro de Presupuestos de Ventas mes x mes del 1er año.....	117
Capítulo IV - Administración	
4.1.- Lineamiento estratégico	
4.1.1.- Declaración de la Visión.....	118
4.1.2.- Declaración de la Misión.....	118
4.1.3.- Análisis de la estructura Competitiva del sector.....	119
4.1.4.- Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff.....	127
4.2.- Plan de administración:	
4.2.1.- Análisis Situacional	
4.2.1.1.- Variables controlables.....	130
4.2.1.2.- Variables no controlables.....	133
4.2.1.3.- Interacciones.....	136
4.2.1.4.- Intersección.....	139
4.2.2.- Objetivos, Estrategias, Planes de Acción y Cuadro de Inversión.....	141
4.3.- Estructura Organizacional.....	
4.3.1.- Organigrama.....	147
4.3.2.- Manual de funciones.....	160
4.3.3.-Fluxogramas	170
4.3.4.- Manual de Procedimiento.....	172
4.3.5.-Recursos humanos.....	176
4.4.- Análisis de estructura de compras/costos.....	182
4.5.-Layout.....	185
4.5.- Plan de cuentas.....	186
Capítulo V – Aspecto Económico	
5.1.- Producto interno bruto.....	192
Capítulo VI – Aspecto Financiero	
6.1.- Cuadros financieros.....	198
Conclusión.....	218
Bibliografía.....	219

RESUMEN

Contando con dos socios, se opta por conformar una Sociedad de Responsabilidad Limitada. La empresa CAFÉ CAFÉ S.R.L., surge para brindar servicio de cafetería con atención personalizada a través de la alta capacidad y eficiencia de los personales destinados a las personas de la ciudad de Asunción.

La selección del nombre proviene de la facilidad con la que al consumidor recordaría el nombre de nuestra empresa.

Como primer objetivo a corto plazo, se pretende ganar una cuota de mercado del 12% calculada sobre la demanda global equivalente a Gs. 903.350.065.

. Los objetivos para largo plazo son la incursión en nuevos mercados y el desarrollo de servicios como ser CAFÉ-BAR ingresar en el rubro de BAR y así expandirnos más según las necesidades del consumidor.

La inversión requerida para este emprendimiento asciende a la suma de Gs. 254.938.219 de los cuales G. 180.000.000 corresponde a fuentes propias y G. 74.938.219, financiado por el Banco Familiar en un plazo de 4 años, con un año de gracia.

La evaluación financiera del proyecto con financiamiento tendrá un Valor Actual Neto (VAN) de Gs.630.829.198, una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 71% y el tiempo de recuperación del capital sería 2 años, 1 mes y 21 días, haciendo que nuestro proyecto sea rentable.