

Ingeniería Comercial

Sakura Chaya

Olga Torales Ramírez

**Asunción - Paraguay
2017**

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	6
CAPITULO 1: ANTECEDENTES DEL PROYECTO	
Descubrimiento de la idea de negocio.....	7
Característica del producto.....	7
Naturaleza de la idea de negocio.....	8
Alcance de la idea de negocio	9
Mercado Global y Potencial	9
Ventaja Competitiva.....	9
Diseño de investigación Pre y trabajo de campo.....	9
Encuesta	9
Análisis de los resultados.....	11
Análisis Económico.....	18
Principales competidores.....	29
Las 5 fuerzas o Diamante de Porter.....	30
Análisis de la demanda	32
Envases, embalajes, servicios postventa.....	33
Canales de comunicación.....	34
CAPITULO 2: PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL	
Descripción de la empresa	35
Misión.....	36
Visión.....	36
Valores.....	37
Objetivos generales.....	38
Objetivos específicos.....	38
Organigrama.....	39
FODA.....	40
Localización	41
Macro y Micro Localización.....	42
Estructura de Mintzberg	44
Políticas de seguridad y Reglamento interno de la empresa.....	45
Manual de organizaciones y funciones.....	47
Fluxograma.....	53
Layout.....	54
Aspectos jurídicos de la empresa.....	55
Plan fiscal de la empresa.....	75
Acta de constitución de la sociedad.....	78
Plan operacional.....	82
Infraestructura y equipos.....	83
CAPITULO 3: PLAN DE COMERCIALIZACIÓN	
Marketing Estratégico	83
Macro y Micro segmentación.....	85
Estrategia de Porter	86
Matriz de Ansoff.....	87

Marketing Operativo.....	88
Marketing MIX.....	88
CAPITULO 4: PLANIFICACIÓN FINANCIERA	
Cuadro 1: Inversión y Financiamiento.....	89
Cuadro 2: Cronograma de Inversión y Financiamiento	90
Cuadro 3: Servicio de deuda	91
Cuadro 4: Proyección de ventas.....	92
Cuadro 5: Capital de trabajo requerido	93
Cuadro 6: Costos del proyecto	94
Cuadro 6.1: Estructura de costos fijos y variables.....	94
Cuadro 7: Estado de Resultados proyectado	95
Cuadro 8: Cálculo de la rentabilidad del proyecto sin financiamiento	96
Cuadro 8.1: Cálculo de depreciaciones y amortizaciones.....	97
Cuadro 9: Cálculo de la rentabilidad del proyecto	98
Cuadro 10: Fuentes y usos de fondos.....	99
Cuadro 11: Cálculo del punto de equilibrio	100
Cuadro 12: Balances Proyectados.....	101
Cuadro 13: Mano de Obra.....	102
CAPITULO 5: PLANIFICACIÓN CONTABLE	
Definiciones básicas	103
Los principios básicos de contabilidad.....	108
Libros y registros contables.....	111
CAPITULO 6: RESPONSABILIDAD SOCIAL	
Impacto ambiental	114
Impacto socio-económico	114
Impacto cultural	114
Aspectos éticos de la sustentabilidad del proyecto.....	114
CAPITULO 7: PLAN DE EXPANSIÓN EMPRESARIAL	
Riesgo interno de expansión.....	115
Riesgo externo de expansión	115
Barreras de salida.....	115
Evolución de mercado de referencia	115
CONCLUSIÓN.....	116
BIBLIOGRAFÍAS.....	117

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto está encaminado a la creación de un negocio con características de un ambiente orientado al estilo japonés, con la elaboración de una gran variedad de té y facturas para acompañar. Que se encontrara ubicada en la ciudad de Asunción donde se observa gran movimiento vehicular y también porque en su cercanía se hallan lugares muy concurridos del tipo de población que fue elegida para este negocio.

La casa de Té es un plan de negocio orientado a la satisfacción de los clientes que buscan un espacio diferenciado. La propuesta es el de “revalorizar” el Té, desde lo personal, desde el placer de tomar una taza de Té, de disfrutar de los sentidos y las percepciones personales los sabores, el aroma, la observación de sus componentes, descubrir “Cómo se puede disfrutar del momento a través de algo tan simple como una taza de Té”.