

Administración de Empresas

**VUELTA AL MUNDO
International Food S.R.L.**

María José Reynaldi Franco

**Asunción – Paraguay
2019**

ÍNDICE

INDICE DE TABLAS	6
INDICE DE GRAFICOS	8
INDICE DE ILUSTRACIONES.....	9
Introducción.	10
Resumen Ejecutivo.....	11
CAPITULO I.....	13
1.1. Introducción a la idea del proyecto.	14
1.2. Requerimientos Jurídicos de acuerdo al tipo de Sociedad a constituirse.....	19
1.2.1. Nombre o razón social:	19
1.2.2. Tipo de sociedad:	19
1.2.3. Constitución jurídica:.....	20
1.3. Localización de la empresa u organización.....	32
CAPITULO II	35
Investigación de Mercados.....	36
2.1. Objetivo general de investigación.	36
2.2. Establecer los objetivos específicos de la investigación.	36
2.3. Definir los tipos de investigación a utilizarse.	39
INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA.	39
INVESTIGACIÓN CONCLUYENTE.....	40
2.4. Procedimiento de recolección de datos.	42
Cuestionario.....	48
2.5. Determinación del plan y tamaño de la muestra.	51
Muestreo.....	51
Tamaño de la muestra.	54
2.6. Codificación y tabulación.....	57
2.7. Análisis de datos.....	57
2.8. Conclusiones / Informe	69
2.9. Valorizar el costo de la investigación de mercados.	70
CAPITULO III.....	71
Lineamiento estratégico.	72
3.1. Análisis de la Macro segmentación.....	72
3.2. Análisis de la Micro segmentación.	75
3.3. Análisis de la demanda.....	78
Calculo de la demanda global.	78
Calculo del mercado potencial absoluto.....	78
Análisis de cuota de mercado.....	79
3.4. Análisis de las 5 fuerzas de Porter.	120
3.5. Evaluación de la estrategia.....	124
Estrategia competitiva de Michel Porter e Igor Ansoff.....	124
Enfoque Michael Porter. Estrategias competitivas.	126
3.6. Atributos de diferenciación.	127
CAPITULO IV.....	128

4.1. Plan de Marketing.	129
4.2. Análisis situacional de la empresa.	130
MATRIZ FODA.....	144
4.3. Objetivos, estrategias y plan de acción.	145
CAPITULO V	151
5.1. Lineamiento administrativo.....	152
5.1.1. Declaración de la visión.....	153
5.1.2. Declaración de la Misión.	153
5.2. Plan de administración.	153
5.2.1. Análisis situacional – Matriz FODA.....	153
5.2.2. Objetivos, estrategias, procedimientos y plan de acción.	158
5.3. Estructura organizacional.....	162
5.3.1. Organigrama.	162
5.3.2. Layout.	171
5.3.3. Manual de Funciones.	173
5.3.4. Manual de Procedimientos.....	188
5.3.5. Fluxograma.	190
5.3.6. Recursos Humanos.....	193
5.4. Activos fijos.	196
5.5. Análisis de la estructura de costos.....	198
5.6. Plan de cuentas.	213
5.1- Producción.....	217
· Receta de productos–procedimiento de elaboración de los platillos principales	217
CAPITULO VI.....	232
Aspecto Económico.....	233
6.1- Aspecto Económico.	233
Indicadores Económicos.	233
CAPITULO VII.....	239
Plan financiero de la empresa.....	240
7.1- Presentar los cuadros financieros para su análisis:.....	240
· Cuadro de inversiones	240
· Cuadro de cronograma de inversiones.....	242
· Cuadro de depreciación	243
· Cuadro del servicio de la deuda.....	244
· Cuadro de RR.HH.....	245
· Cuadro de cronograma de producción.....	246
· Cuadro de ingresos	250
· Cuadro de egresos.....	259
· Cuadro de punto de equilibrio	260
· Cuadro de cálculo de Capital de Trabajo.....	260
· Cuadro de estado de resultado proyectado con y sin financiamiento.....	261
· Cuadro de flujo de caja proyectado con y sin financiamiento.....	262
· Cuadro de balances proyectado con y sin financiamiento.....	263
· Ratios financieros.....	265
7.2- Conclusión de cuadros.....	266

RESPONSABILIDAD SOCIAL.....267

CONCLUSION275

ANEXO.....276

BIBLIOGRAFIA.....290

RESUMEN

El proyecto “Vuelta al Mundo – International Food S.R.L.” describe a una empresa que busca diferenciarse de los demás restaurantes dentro del país. Brindando al consumidor un lugar único donde podrá pasar bien, relajándose, disfrutando de buenas comidas y bebidas, deleitándose por la temática del lugar y el servicio de atención diferenciado.

Vuelta al Mundo – International Food S.R.L. se especializara en servir platillos tradicionales y en ofrecer una atención acorde a la cultura de los distintos países del mundo, siendo los siguientes: Paraguay, Brasil, México, Italia y China/Japón. Esto es lo que hace la diferencia frente a los competidores.

Luego de realizar un estudio de mercado se pudo establecer el público objetivo según la propuesta del negocio, llegando a la conclusión de que estará conformado por personas que buscan probar nuevas sensaciones y nuevos platos, que cuentan con un nivel socioeconómico medio – alto.

La empresa invertirá en publicidad, siendo esta una herramienta importante para posicionarse en el mercado.

En primer lugar, se realizó un el estudio pertinente del mercado, hallando de esta forma las necesidades y las expectativas del consumidor potencial.

Nuestra ventaja competitiva principal será interna que pondrá en relieve la gestión y administración de los servicios, para lograr esto, contaremos con personales altamente capacitados y de esta forma proporcionar el asesoramiento que se requieran. Gracias a esto lograremos una fidelidad en nuestros clientes y una imagen de profesionalismo y fiabilidad a la empresa.

Para determinar el sector donde se ingresará se utilizó el análisis de las fuerzas de Michael Porter a modo de poder estudiar y analizar efectivamente la estructura competitiva, arrojando como resultando que es atractivo en un nivel medio y alto.

La cantidad de empleados que contará la empresa será de 20 (veinte) personas, las cuales 18 son personales directamente dependientes y los 2 restantes son personales independientes de la empresa. El objetivo principal del área de recursos humanos es velar por el funcionario y garantizar el correcto funcionamiento de los diferentes departamentos de la empresa, así como una apropiada coordinación de los mismos, otorgando su apoyo en la organización. Para este correcto proceder se elaboró un manual de funciones en donde detalla las responsabilidades de cada empleado y las actividades que realizaran dentro de la empresa, adjuntando a esta un manual de procedimientos especificando los procesos de los trabajos que deben seguir.

Nos regimos por la Ley a la hora de realizar el cuadro de salarios, donde especifica los beneficios sociales exigidos que contarán los funcionarios, tales como, IPS – 16,50%, en concepto de Vacaciones – 3,17%, por el aguinaldo el 8,33% y un 5,00% por bonificación familiar.

La inversión de este proyecto es de Gs. 556.520.000, de los cuales el 71,88% corresponde a aporte propio y el 28,12% de financiamiento a través del Banco, al cual se le aplica una tasa del 20% con un plazo de 5 años.

Con esta inversión se realizarán las mejoras en las instalaciones del local, equipar todo el lugar con los elementos que se necesitarán, los equipos de informática, el sistema de

seguridad y los gastos de constitución.

Teniendo en cuenta los ingresos proyectados notamos que en el primer año las ventas alcanzarán un total de Gs. 1.115.031.500 (guaraníes mil ciento quince millones treinta y un mil quinientos), obteniendo un incremento del 5% cada año.

La empresa tendrá una utilidad neta del Gs. -133.187.321 en el primer año de operación y como se podrá apreciar va incrementando cada año, reflejando de esta forma un resultado positivo para la empresa.

Al realizar el análisis financiero podemos demostrar que la inversión con financiamiento tendría un Valor Actual Neto de Gs. 370.558.183 y una Tasa Interna de Retorno del 29,83%, encontrándose dentro de los parámetros de una rentabilidad buena para la empresa.

Hemos manifestado también la Responsabilidad Social de la empresa, cuidando el impacto socio – económico que pudiera ocasionar, y el compromiso con el impacto cultural otorgando a la sociedad nuevos conocimientos y mayor apreciación de la cultura de otros países.

En cuanto al Plan de Expansión se estudiaron los factores internos y externos por los que la empresa puede verse afectada, y el plan de salida a seguir en caso de no alcanzar los objetivos propuestos.