

Administración de Empresas

Pastelería y Panadería Saludable
“MANDYJU S.R.L.”

Alumnas:

Dahiana Elizabeth Carballo Benítez
María Leticia Dávalos González

Asunción – Paraguay
2022

ÍNDICE

Introducción.....	14
1. CAPITULO I – Concepto del Negocio	16
1.1. Descripción de la empresa.	16
1.2. Visión.....	16
1.2.1. Visión – Mandyju S.R.L.....	17
1.2.2. Misión – Mandyju S.R.L.	18
1.2.3. Valores.....	18
1.3. Objetivos.....	19
1.4. Importancia de los objetivos.	19
1.5. Objetivos Generales.....	20
1.6. Objetivos específicos.....	20
1.7. Localización.....	21
1.7.1. Macro localización	21
1.7.2. Micro localización.	21
1.8. Método de los Factores Ponderados	22
1.8.1. Puntuaciones de las distintas alternativas.....	22
1.9. Ventaja Competitiva	24
1.9.1. Tipos Básicos de Ventaja Competitiva.....	24
2. CAPITULO II - Proceso de apertura del Negocio	27
2.1. Escritura de Constitución.....	27
2.1.1. Inscripción En El Registro Único Del Contribuyente	28
2.1.2. Patente Municipal.....	28
2.1.3. Rúbrica De Libros Contables	29
2.1.4. Instituto De Previsión Social	30
2.1.5. Ministerio De Justicia Y Trabajo.....	31
2.1.6. Inscripción En El Ministerio De Industria Y Comercio	31
2.1.7. Sistema Unificado De Apertura Y Cierre De Empresas (SUACE).....	32
2.2. Ley 1183/85 código civil.	33
2.3. Ley 1034/83, Del Comerciante.....	34
2.4. Ley 881/81, Régimen Tributario Municipal.	34
2.5. Ley 125/91 Y 2421/04 Régimen Impositivo (IVA).....	35
2.6. Ley 1294/98, De Marcas.....	35
2.7. Ley 836/80, Código Sanitario.....	35
2.7.1. DISPOSICIONES GENERALES.	35
2.7.2. TITULO II DE LOS ALIMENTOS Y SU HIGIENE.....	36
2.7.3. CAPITULO I DEL CONTROL DE LOS ALIMENTOS	37
2.7.4. CAPITULO II DE LA PREPARACION CULINARIA.	37
2.7.5. CAPITULO III DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS.....	37
2.7.6. CAPITULO IV DE LA CONSERVACION, ALMACENAMIENTO Y TRANSPORTE DE ALIMENTOS.....	38
2.7.7. Impuesto A La Renta Empresarial (IRE).	39
2.8. Presupuesto jurídico inicial.....	40

3. CAPITULO III – Aspecto Económico.....	44
3.1. Macroeconomía.	44
3.1.1. Tasa de desempleo.....	44
3.1.2. Producto interno Bruto (PIB).	44
3.1.3. Variación de dólares.....	44
3.1.4. Tasa de Inflación.	45
3.1.5. Variación del Salario minino.....	45
3.2. Microeconomía.	46
3.2.1. Elasticidad de Oferta.	46
3.2.2. Elasticidad Demanda.	47
4. CAPITULO IV - Aspectos Administrativos.....	51
4.1. Estructura Organizativa.	51
4.2. Organigrama según Henry Mintzberg	51
4.3. Las Configuraciones Estructurales según Henry Mintzberg	53
4.4. Diseño de Puestos.	57
4.5. Personal Requerido.	58
4.6. Estrategias de Recursos Humanos.	60
4.6.1. Proceso de reclutamiento de Personal.	60
4.7. Estrategias Operativas de RRHH.....	61
4.7.1. Reglamento interno.	61
4.8. Obligaciones Generales y Prohibiciones.	64
4.9. Otras obligaciones.....	67
4.10. Normas de Aseo Personal y Seguridad Laboral.....	68
4.11. Principios básicos de atención con calidad.	68
4.12. Contratación	69
4.13. Inducción.....	69
4.14. Capacitación	69
4.14.1. Evaluación de desempeño.....	70
4.14.2. Política de Retiro.	70
4.15. Manual de Organización y Funciones.....	71
4.16. Manual de Procedimientos.....	85
1.5. Fluxograma	93
4.17. Layout.....	97
4.18. Definiciones básicas de contabilidad	99
4.18.1. Funciones básicas.	99
4.18.2. Concepto de activo, pasivo, patrimonio neto.....	104
4.18.3. Libros contables exigidos	106
4.19. Plan de Cuentas.	110
5. CAPITULO V - Investigación de mercado.....	120
5.1. Objetivo general de la investigación:.....	121
5.2. Paso 2 de la investigación - Especificar los objetivos de la información.	121
5.2.1. Objetivos de la investigación.....	121
5.2.2. Objetivo Comportamental.	121
5.2.3. Objetivo Afectivo	123
5.2.4. Objetivo Cognitivo	123

5.2.5. Objetivo Sociodemográfico.....	123
5.3. Diseño de Investigación.....	124
5.3.1. Investigación Exploratoria.....	124
5.3.2. Investigación Concluyente	124
5.3.3. Diseño Descriptivo (Cuestionario).....	124
5.4. Recolección de datos	125
5.5. Diseño de la muestra Paso1: Definir la población	130
5.6. Recolección de los datos de la muestra y análisis.....	131
5.6.1. Demanda Global.....	140
5.6.2. Mercado Potencial.	140
5.6.3. Mercado Potencial Absoluto.	140
5.7. Conclusión General.....	140
5.8. Presupuesto Investigación de Mercados.....	141
5.9. Principales competidores.....	141
5.10. Fortalezas y Debilidades de los competidores	141
5.10.1. Fortalezas.	141
5.10.2. Debilidades	141
5.11. Características que consignan de los competidores.	141
5.12. Análisis de la estructura competitiva del sector (Michael Porter)	142
6. CAPITULO VI - Plan de Marketing.....	147
6.1. Análisis FODA	147
6.2. Matriz F.O.D.A – Mandyju S.R.L.	151
6.3. Marketing Estratégico.....	153
6.4. Estrategias según Ansoff	153
6.5. Desarrollo de mercado	154
6.6. Desarrollo del producto	154
6.7. Diversificación.....	154
6.8. Estrategia a adoptar por Mandyju	155
6.9. Estrategias según Porter.....	155
6.10. Marketing operativo	157
6.10.1. Marketing Operativo Mandyju S.R.L.	162
6.10.2. Las 4 C´s del Marketing.....	169
7. Capítulo VII- Aspectos Operacionales.....	173
7.1. Infraestructura y los equipos necesarios.....	173
7.1.1. Infraestructura.....	173
7.2. Infraestructura Necesaria y Equipos.	178
8. CAPITULO VII- Responsabilidad Social.....	184
8.1. Impacto Ambiental	188
8.2. Impacto Socioeconómico.....	189
8.3. Impacto Cultural	190
8.4. Aspectos Éticos de Sustentabilidad del Proyecto	191
9. CAPÍTULO IX- PLAN DE EXPANSIÓN EMPRESARIAL	193
9.1. Riesgo Empresarial	196
9.1.1. Riesgos internos de expansión.....	196
9.2. Imagen de marca	196

10. CAPITULO X ASPECTOS FINANCIEROS.	199
11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	207
12. BIBLIOGRAFIAS.....	208

INTRODUCCIÓN

El negocio está enfocado en la preparación de postres nutritivos y con menos calorías, además de aportar al organismo lo nutriente necesario y mejorar la calidad de vida de las personas. Por ello, para el cumplimiento de este factor se requieren productos de excelente calidad y variedad, según sus gustos y necesidades por ejemplo productos de bajos en calorías, azúcares y grasas, esto para incentivar a más personas a cuidar su alimentación y cuerpo, que puedan consumir panadería y reposterías saludables.

En la actualidad, con una diversa gama de dulces y el aumento de su demanda, se ha dado paso a la producción industrializada utilizando insumos altos en calorías, con bajo aporte nutricional; usados con la finalidad de abaratar costos y rentabilizar el negocio de postres, afectando de forma directa al aumento de enfermedades como lo son la diabetes, hipertensión, obesidad, etc. Sin embargo, en los últimos años ha aparecido una tendencia que crece espontáneamente en la población mundial, esta tendencia es la del cuidado del cuerpo y de la salud basado en un estilo de vida que implica alimentarse bien y ejercitarse regularmente.

La realización de este proyecto tiene un impacto económico, social, y ambiental en el entorno donde se desarrolla y los tres factores deben ser evaluados para medir y lograr el equilibrio del proyecto, dentro de los objetivos del proyecto se encuentra el beneficio económico, ya que debe ser rentable y viable. De igual forma tiene objetivo social, dado a que construye con la generación de empleo y brinda la posibilidad a la comunidad, de disfrutar un producto delicioso y a la vez saludable. Así mismo el proyecto reconoce que hace parte de un medio ambiente y que debe ser responsable con él, por lo cual tiene también como finalidad la conservación de los recursos que utiliza para el desarrollo de las actividades.