

**Administración de Empresas**

**Román S.R.L. Productora y Comercializadora  
Doña Sara Empanadas**

**Sara Mercedes Román Ruiz Díaz**

**Asunción - Paraguay  
2018**

## INDICE

Dedicatoria.....	3
Agradecimientos .....	4
Resumen .....	10
Introduccion .....	11
<b>CAPITULO I – CONCEPTO DEL NEGOCIO</b>	
Descripción de la Empresa .....	13
Misión .....	13
Visión .....	13
Objetivos .....	15
Localización.....	15
Macro Localización .....	16
Micro Localización .....	16
Método de los Factores Ponderados .....	17
Ventaje Competitiva .....	15
<b>CAPITULO II- ASPECTO JURIDICO</b>	
Proceso de Apertura del Negocio. ....	20
Inscripción en los Registros Públicos .....	23
Matrícula de Comerciante .....	24
Registro Único del Contribuyente – RUC .....	24
Patente Municipal .....	25
Registro de Marca .....	26
Registro en el Instituto de Previsión Social – I.P.S. ....	28
Inscripción en el Ministerio de Justicia y Trabajos .....	28
INAN .....	30
Acta de constitución de la Sociedad. ....	31
Plan Fiscal. ....	36
Presupuesto Jurídico Inicial .....	37
<b>CAPITULO III – ASPECTO ECONOMICO</b>	
Macro Economía.....	39
Tasa de Desempleo .....	39
PIB .....	40
Variación del Dólar .....	41
Inflación. ....	42
Variación del Salario Mínimo .....	43
MICROECONOMIA -Elasticidad de la Oferta.....	45
Elasticidad De La Demanda .....	46
<b>CAPITULO IV- ASPECTOS ADMINISTRATIVOS</b>	
Estructura Organizativa. ....	49
Organigrama .....	49
Henry Mintzberg .....	50
Estrategias De Recursos Humanos. ....	53
Manual de Organización y Funciones. ....	55

Manual de Procedimiento .....	60
Fluxograma .....	61
Layout .....	63
Definiciones Básicas De Contabilidad .....	66
<b>CAPITULO V - ANALISIS DE MERCADO.</b>	
Investigación de Mercado. ....	69
Investigación Descriptiva .....	70
Diseñar la Muestra .....	71
Análisis de Encuestas .....	73
Graficos de la Encuesta .....	74/79
Principales Competidores .....	80
Análisis de la estructura competitiva del sector (Michael Porter) .....	80/83
Resumen de Porter .....	83
<b>CAPITULO VI - PLAN DE MARKETING</b>	
Análisis FODA. ....	85
Marketing Estratégico.....	86
Estrategias según Igor Ansoff .....	88
Estrategias según Michael Porter .....	88
Marketing Operativo.....	89
Producto - Servicio: .....	89
Precio: .....	89
Plaza: .....	90
Promoción: .....	91
Persona .....	91
Proceso .....	91
Presencia(evidencia física) .....	92
<b>CAPITULO VII – ASPECTO OPERACIONALES</b>	
Organigrama del sector productivo .....	94
Proceso de realización del producción. ....	94
Principales proveedores .....	100
<b>CAPITULO VIII - RESPONSABILIDAD SOCIAL</b>	
Responsabilidad Social .....	102
Impacto Ambiental .....	103
Impacto Socioeconómico .....	104
Impacto Cultural .....	105
Aspectos éticos de sustentabilidad del proyecto.....	107
<b>CAPITULO IX - PLAN DE EXPANSION</b>	
Riesgos Internos .....	109
Riesgos Externos .....	110
Barreras de Salida .....	111
<b>CAPITULO X - ASPECTO FINANCIERO</b>	
Inversiones necesarias y financiaciones. ....	113
Cronograma de inversiones y financiaciones .....	115

Servicio de la deuda .....	116
Proyección de ventas .....	118
Capital de trabajo bruto y neto .....	120
Proyección de costos y gastos.Costos fijos y variables .....	123
Costo del Proyecto .....	125
Mano de obra y cargas sociales .....	126
Estado de resultados .....	129
Flujo de caja proyectado .....	130
Evaluación (VAN – TIR) Con Financiamiento .....	131
Evaluación (VAN – TIR) Sin Financiamiento .....	134
Cálculo De Depreciaciones Y Amortizaciones .....	138
Fuente Y Uso De Fondos .....	139
Punto De Equilibrio Contable Y Financiero .....	140
Balance Proyectado .....	142
Ratios.....	143
Conclusiones .....	145
Bibliografía .....	148
Anexo .....	150

## **RESUMEN**

La alimentación, es una necesidad íntimamente ligada al hombre, no solo como base de importancia biológica sino como parte de la cultura general de nuestro pueblo, las empanadas se convirtieron en un elemento esencial de nuestra alimentación en los horarios de la mañana, ya sea para acompañar al terere o para llegar al horario de almuerzo.

Por estos motivos, hemos emprendido este proyecto como una alternativa genera una solución rápida, eficiente con el sabor casero de nuestras casas y así cubrir las necesidades de nuestros clientes potenciales.

El proyecto posee una base sustentable para llevar a cabo una inversión en este ramo, ya que la demanda de este tipo de producto, ha crecido considerablemente, no solo en las oficinas y negocios de nuestro mercado potencial, sino también en las familias en donde están consumiendo en forma diaria las empanadas.