

Administración de Empresas

**“Casola Pizzas”
Pizzas Artesanales Caseras**

Roció Soledad Leguizamón Casola

**Asunción - Paraguay
2018**

INDICE

CAPITULO 1 – “CONCEPTO DE NEGOCIO”

1.	Descripción de la empresa.....	10
1.1.	Visión.....	10
1.2.	Misión.....	10
1.3.	Valores.....	11
1.3.1.	Modelo de Valores.....	11
1.4.	Objetivos.....	12
1.4.1.	Importancia de los objetivos.....	12
1.4.2.	Objetivos Generales.....	12
1.4.3.	Objetivos Específicos.....	12
1.5.	Localización.....	13
1.5.1.	Macro localización (IMAGEN).....	13
1.5.2.	Micro localización (IMAGEN).....	14
1.5.3.	Método de los Factores Ponderados.....	15
2.	Ventaja competitiva.....	18

CAPITULO 2 - “ASPECTOS JURIDICOS”

1.	Proceso de Apertura del Negocio.....	19
2.	Acta de Constitución de la Empresa – Inscripciones.....	20
3.	Plan Fiscal (CUADRO).....	42
4.	Presupuesto Jurídico Inicial.....	43

CAPITULO 3 - “ASPECTOS ECONOMICOS”

1.	Macro economía.....	44
1.1.	Tasa de Desempleo.....	44
1.2.	Producto Interno Bruto (PIB).....	46
1.3.	Variación del Dólar.....	47
1.4.	Tasa de Inflación.....	48
1.5.	Variación del salario mínimo.....	49
2.	Micro economía.....	51
2.1.	Elasticidad de la Oferta.....	52
2.2.	Elasticidad de la Demanda.....	53

CAPITULO 4 - “ASPECTOS ADMINISTRATIVOS”

1.	Estructura organizativa.....	54
1.1.	Organigrama General.....	55
1.2.	Organigrama según Henry Mintzberg.....	56
1.3.	Las Configuraciones Estructurales según Henry Mintzberg.....	58
2.	Modelo de configuración estructural (CUADRO).....	59
2.1.	Estrategias de recursos humanos.....	61
2.2.	Manual de Organización de Funciones.....	63
2.3.	Manual de Procedimientos.....	66
2.4.	Modelo y descripción del manual de Procedimientos.....	67
2.5.	Fluxograma.....	68
2.5.1.	Modelo y descripción del fluxograma.....	69

2.6.	Layout.....	71
2.7.	Definiciones básicas de contabilidad.....	72
CAPITULO 5 - “ANÁLISIS DE MERCADO”		
1.	Investigación de Mercado.....	77
1.1.	Identificar y definir el problema u oportunidad.....	77
1.2.	Objetivos de la investigación de mercado.....	77
1.3.	Diseño de la investigación.....	79
1.4.	Método de recolección, procesamiento y análisis de mercado..	80
1.5.	Diseño de la muestra.....	81
1.6.	Recolección de datos.....	84
1.7.	Procesamiento de datos.....	85
1.8.	Análisis de datos.....	88
1.9.	Resultado de la investigación.....	92
2.	Principales competidores.....	93
3.	Análisis de la estructura competitiva del sector (Michael Porter).	93
CAPITULO 6 - “PLAN DE MARKETING”		
1.	Análisis FODA (Cuadro).....	99
2.	Marketing Estratégico.....	102
2.1.	Estrategias según Igor Ansoff.....	102
2.2.	Estrategias según Michael Porter.....	105
3.	Marketing Operativo – Marketing Mix.....	107
CAPITULO 7 - “ASPECTOS OPERACIONALES”		
1.	Importancia en el análisis y evaluación de un Proyecto.....	109
2.	Organigrama del sector productivo.....	110
3.	Procesos de producción.....	111
4.	Principales proveedores.....	113
CAPITULO 8 - “RESPONSABILIDAD SOCIAL”		
1.	Mundo Interior y Exterior.....	114
2.	Impacto ambiental (Imágenes).....	116
3.	Impacto socioeconómico.....	117
4.	Aspectos éticos de sustentabilidad del proyecto.....	118
CAPITULO 9 - “PLAN DE EXPANSION”		
1.	Posibilidades estratégicas de crecimiento.....	119
2.	Riesgos interno de la expansión.....	120
3.	Riesgos externos de la expansión.....	121
4.	Barreras de salida.....	122
CAPITULO 10 - “ASPECTOS FINANCIEROS”		
1.	Inversiones necesarias y financiaciones.....	124
2.	Cronograma de inversiones y financiamiento.....	125
3.	Servicio de la deuda.....	126
4.	Proyección de ventas.....	127
5.	Capital de trabajo bruto y neto.....	129
6.	Proyección de costos y gastos.....	130
7.	Costos del proyecto.....	131
8.	Mano de obra y cargas sociales.....	132

9.	Estado de Resultados.....	134
10.	Flujo de caja proyectado.....	135
11.	Evaluación (VAN – TIR).....	136
11.1.	Con financiación.....	136
11.2.	Sin financiación.....	136
12.	Calculo de depreciaciones y amortización.....	142
13.	Fuente de uso de fondos.....	143
14.	Punto de equilibrio contable y financiero.....	144
15.	Balance Proyectado.....	145
	Conclusión.....	147
	Bibliografía.....	148
	Glosario.....	149
	Anexos.....	150
	Cuadros Financieros.....	153

RESUMEN

Teniendo en cuenta el crecimiento gastronómico actual, el cual es generado principalmente por los cambios en el estilo de vida de la sociedad, se presenta el proyecto **“CASOLA PIZZAS”**, el cual ofrece una alternativa de comida rápida, saludable, fresca y natural, sin agregados químicos, destacando la elaboración artesanal casera.

Cabe señalar, que en el mercado al cual apunta este emprendimiento, no existen competidores con el mismo tipo de producto, razón por la cual se espera una captación rápida de clientes, logrando así un posicionamiento efectivo.

En cuanto a los posibles riesgos, tenemos la aceptación por parte de los clientes potenciales, principalmente por el temor a probar productos nuevos que podrían no satisfacer sus necesidades y expectativas. A la vez existe la posibilidad de la aparición de nuevos competidores que tengan mayor capacidad de producción, por lo tanto, mejores precios.