

**Administración de Empresas**

**“Vivir sin gluten”**

*Mini mercado*

**Nadia Rossana González Cañete**

**Asunción - Paraguay**

**2018**

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCION</b>	<b>8</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b>	<b>9</b>
<b>CAPÍTULO 1: CONCEPTO DEL NEGOCIO</b>	
Descripción de la empresa.....	10
Visión de la empresa.....	11
Misión de la empresa.....	11
Valores de la empresa.....	14
Objetivos generales y específicos.....	16
Localización de la empresa.....	17
Macrolocalización.....	17
Microlocalización.....	19
Ventajas competitivas.....	22
<b>CAPÍTULO 2: ASPECTOS JURIDICOS</b>	
Marco legal.....	24
Capital de la empresa.....	26
Tributos. Condiciones.....	26
Proceso de apertura de la empresa.....	27
Trámites para la apertura.....	27
Leyes que afectan el proyecto.....	34
Presupuesto jurídico inicial.....	76
Plan fiscal.....	78
<b>CAPÍTULO 3: ASPECTOS ECONÓMICOS</b>	
Macroeconomía.....	79
PIB.....	79
PIB per cápita.....	84
Variación del dólar.....	86
Tasa desempleo.....	88
Tasa de inflación.....	90
Variación del salario mínimo.....	92
Microeconomía.....	94
Componentes claves.....	94
Elasticidad de la oferta.....	95
Elasticidad de la demanda.....	101
<b>CAPÍTULO 4: ASPECTOS ADMINISTRATIVOS</b>	
<b>ORGANIGRAMAS</b>	
Estructura lineal.....	105
Estructura matricial.....	106
Estructura por departamentalización.....	107
Estructura circular.....	111
Estructura híbrida.....	111
Configuraciones estructurales Mintzberg.....	115
Diseño de puestos.....	124
Reglamentos y políticas.....	131
Políticas de la empresa.....	140
Estrategias de recursos humanos.....	142
Administración de recursos humanos. Teorías de Mc Gregor.....	147
Manual de organización y funciones.....	149
Manual de procedimientos.....	155

Flujograma.....	161
Layout.....	167
Contabilidad- Componentes.....	172
<b>CAPÍTULO 5: ANALISIS DE MERCADO</b>	
Investigación de mercado.....	177
Proceso de investigación de mercados.....	177
Identificar y definir el problema.....	180
Objetivos de la investigación.....	180
Diseño de la investigación.....	181
Método de recolección, procesamiento y análisis de datos.....	184
Diseñar la muestra.....	190
Seleccionar un procedimiento.....	190
Seleccionar la muestra.....	191
Recolectar los datos.....	192
Procesar los datos.....	197
Analizar los datos.....	197
Resultado de la investigación.....	205
Principales competidores.....	206
Análisis de la estructura competitiva de Porter.....	206
<b>CAPITULO 6. PLAN DE MARKETING</b>	
Análisis FODA.....	210
Análisis externo.....	210
Análisis interno.....	211
Marketing estratégico.....	217
Estrategias según Ansoff.....	217
Estrategias según Porter.....	220
Marketing Operativo.....	223
4C del Consumidor.....	234
<b>CAPITULO 7: ASPECTOS OPERACIONALES</b>	
<b>ASPECTOS OPERATIVOS EMPRESA</b>	
Plan de operaciones.....	238
Equipos necesarios.....	246
Muebles y útiles.....	249
Equipos informáticos.....	251
Gastos de instalación.....	251
Principales proveedores.....	252
<b>CAPITULO 8: RESPONSABILIDAD SOCIAL</b>	
Responsabilidad social empresarial.....	257
Características.....	257
Impacto ambiental.....	259
Impacto socioeconómico.....	260
Impacto cultural.....	262
Aspectos éticos de la sustentabilidad del proyecto.....	262
<b>CAPITULO 9: PLAN DE EXPANSION</b>	
Concepto.....	264
Integración vertical.....	265
Integración horizontal.....	265
Riesgos internos de expansión.....	266
Riesgos sistémicos de expansión.....	267
Barreras de salida.....	269
<b>CAPITULO 10: ASPECTOS FINANCIEROS</b>	

<b>Inversiones necesarias y financiaciones.....</b>	<b>271</b>
<b>Cronograma de inversión y financiamiento.....</b>	<b>276</b>
<b>Servicio de deuda.....</b>	<b>277</b>
<b>Ventas del proyecto.....</b>	<b>278</b>
<b>Capital de trabajo requerido.....</b>	<b>283</b>
<b>Estructura de costos fijos y variables.....</b>	<b>284</b>
<b>Costos del proyecto.....</b>	<b>284</b>
<b>Estado de resultados.....</b>	<b>286</b>
<b>Rentabilidad del proyecto.....</b>	<b>287</b>
<b>Depreciaciones y amortizaciones.....</b>	<b>289</b>
<b>Fuentes y usos de fondos.....</b>	<b>290</b>
<b>Punto de equilibrio.....</b>	<b>290</b>
<b>Balances proyectados.....</b>	<b>292</b>
<b>Tasa de corte.....</b>	<b>293</b>
<b>Prima de riesgo.....</b>	<b>293</b>
<b>Reserva legal.....</b>	<b>294</b>
<b>Ratios financieros.....</b>	<b>296</b>
<b>Conclusión y recomendaciones.....</b>	<b>297</b>
<b>Glosario.....</b>	<b>299</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>303</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>307</b>

## RESUMEN

El mercado de los productos sin gluten, ha registrado en los últimos años una gran demanda del público, acompañada de una diversificación de la oferta. Hoy en día, podemos encontrar productos sin gluten en supermercados, restaurantes, almacenes, libros de recetas, platos preparados y congelados, e incluso maquillaje.

El crecimiento histórico de este segmento comenzó como respuesta terapéutica a la enfermedad celíaca. Sin embargo, gran parte de su crecimiento en el presente y futuro está basado en el segmento de lo “saludable”. Muchas personas lo están incorporando en su alimentación buscando tener una dieta “más sana”, bajar de peso, tener más energía, etc.

El siguiente proyecto tiene como objetivo evaluar la viabilidad técnica, económica y financiera de un estudio de factibilidad para la implementación de una empresa comercializadora de productos libres de gluten en la ciudad de Asunción.

En primer lugar, se realiza la investigación de mercado que permite comprobar la demanda de los productos y la oferta que existe en la actualidad. Con este estudio se descubre las estimaciones de clientes potenciales en el mercado, conocimiento de los competidores y denominación de los precios, indicadores necesarios para continuar con los demás estudios.

En el estudio técnico se define el lugar y tamaño óptimo de la empresa, al igual que la infraestructura, equipamientos y el personal.

En el estudio económico- financiero se analizan las inversiones, los costos y gastos que ayudan a ver la viabilidad del proyecto y que culmina con la realización del estado de resultados.

Una vez que se realizan los estudios de mercado, técnico y el económico- financiero se procede a realizar la evaluación integral de estos a fin de definir la implementación o no del proyecto.