

Administración de Empresas

Sweetie S.R.L
Haz el cambio

Dulce Andrea Fretes Torres

Asunción - Paraguay
2019

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1 - CONCEPTO DEL NEGOCIO	2
DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	2
MISION	2
VISIÓN	2
NUESTROS VALORES	3
OBJETIVO GENERAL	4
OBJETIVO ESPECIFICO	4
MACRO LOCALIZACIÓN	5
MICRO LOCALIZACIÓN	5
MÉTODOS DE FACTORES PONDERADOS PUNTUACIONES DE LAS DISTINTAS ALTERNATIVAS.	6,7
VENTAJAS COMPETITIVAS:	8
CAPITULO 2- ASPECTOS JURÍDICOS, TRIBUTARIOS y CONTABLES	9
Acta de constitución de la Sociedad.	10
CONSTITUCIÓN DE LA FIRMA “SWEETIES” SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA-	10-13
LEYES QUE AFECTAN AL PROYECTO.	14
PLAN FISCAL.	15
PRESUPUESTO JURÍDICO INICIAL.	16
HONORARIOS PROFESIONALES	18
CAPÍTULO 3 – ASPECTOS ECONÓMICOS	19
Macroeconomía:	19
Tasa de desempleo:	19
PIB:	20
Evolución histórica del Producto Interno Bruto (nominal)	21
Variación del dólar	21,22
Tasa de inflación:	23
Variación al salario Mínimo:	24
Microeconomía:	25
Elasticidad de Oferta:	25
Elasticidad de la Demanda:	26
CAPÍTULO 4 – ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	27
Organigrama según Henry Mintzberg	28
Las Configuraciones Estructurales según Henry Mintzberg	29
ESTRATEGIAS DE RECURSOS HUMANOS.	30
MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES.	31
Contenido general:	31
SWEETIES S.R.L - MANUAL DE FUNCIONES	32
MANUAL DE PROCEDIMIENTOS.	33-34

DESCRIPCION DEL PROCESO: VENTA A CRÉDITO	35
FLUJOGRAMA	36-39
LAYOUT	40-46
DEFINICIONES BÁSICAS DE LA POLÍTICA CONTABLE Y TRIBUTARIA ADOPTADA POR LA FIRMA SWEETIES S.R.L.:	47
1. Registros Contables	47
2. Elaboración de Estados Financieros	47
3. Elaboración y Gestión para Impuestos Tributarios.	48
CAPÍTULO 5 – ANÁLISIS DE MERCADO. _____	49
Investigación de mercado.....	49
Identificar y definir el problema u oportunidad.....	49
Objetivos de la investigación de mercado.....	49
Diseño de la investigación.	50
Investigación Exploratoria.....	50
Investigación Descriptiva.	50
Método de recolección, procesamiento y análisis de datos.	50
Diseñar la muestra.....	51
1. Población	51
2. Marco Maestral	51
3. Fórmula del tamaño de la muestra:	51-52
4. Seleccionar un procedimiento:	53-54
Analizar los datos.....	54-61
Resultado de la investigación.....	62
Análisis de la estructura competitiva del sector (Michael Porter).....	63-68
CAPÍTULO 6 – PLAN DE MARKETING _____	69
I) Análisis FODA.	69
MATRIZ FODA	70-71
II) Marketing Estratégico.	72-75
III) Marketing Operativo.....	76
CAPÍTULO 7 – ASPECTOS OPERACIONALES _____	77-83
CAPÍTULO 8 – RESPONSABILIDAD SOCIAL _____	84-85
I) Impacto ambiental.	86
II) Impacto socioeconómico	87
III) Aspectos éticos de sustentabilidad del proyecto.....	88
CAPÍTULO 9 – PLAN DE EXPANSIÓN _____	89
I) Riesgos internos de expansión.	89
II) Riesgos externos de expansión.	90
III) Barreras de salida.....	91
IV) Imagen de marca.....	91-92
Mapa de riesgo.....	93
Conclusión sobre objetivo general _____	94
Conclusión del objetivo específico _____	94
CONCLUSION _____	95
Bibliografía: _____	96
Anexo _____	97,107

INTRODUCCIÓN

La creación de la empresa es el resultado de un proceso exhaustivo de evaluación de numerosos puntos de vista y metodología de recopilación de información, en este caso sobre la prestación de servicio de belleza y cuidado integral para la mujer actual.

Emprender un proyecto así es todo un desafío, la mayoría de las empresas incursionan en sitios muchas veces saturados debido a competir frente a verdaderos gigantes del sector, siendo una lucha que cada vez va en aumento en el mercado.

En muchas ocasiones se presentan limitaciones operativas que hacen difícil o impráctico conducir un servicio donde la calidad del mismo es fundamental, el profesional a cargo debe estar al tanto de las nuevas tendencias de la mayor cantidad de variables de ese mercado a fin de que las decisiones tomadas sean más certeras.

En todo momento es muy importante analizar cuidadosamente los aspectos más importantes a fin de tener bases claras especialmente cuando se trata de la imagen personal.