

Administración de empresas
AMOR-DIDAS S.R.L.

Alumnas:
María Del Pilar Burgos Benega
Vivian Gabriela Riego Ruiz

Asunción – Paraguay
2017

INDICE

Agradecimiento	1
Introducción.....	8
<i>CAPITULO 1 – CONCEPTO DEL NEGOCIO.....</i>	<i>9</i>
1.1 Descripción de la Empresa	9
1.2 Descripción Y Justificación Del Proyecto.....	9
1.2.1 Visión.	9
1.2.2 Misión.....	10
1.2.3 Valores.....	10
1.2.4 Objetivos.....	10
1.2.5 Importancia de los objetivos.....	11
1.2.6 Objetivos generales:	11
1.2.7 Objetivos específicos:.....	11
1.3 Localización.....	11
1.3.1 Macro localización	12
1.3.2 Micro localización	12
1.4 Métodos de los factores ponderados.....	13
1.4.1 Ventajas Competitivas.....	14
1.5 Estrategia de Porter.....	14
1.6 Matriz Ansoff	14
1.7 Marketing Operativo.....	15
<i>CAPITULO 2- ASPECTOS JURIDICOS</i>	<i>16</i>
2.1 Proceso de apertura del Negocio.	16
2.1.1 Escritura de Constitución y Aporte de Capital.	16
2.1.2 Inscripciones en los registros públicos.....	17
2.1.2.1 Inscripción en el Registro Público de Comercio y en el Registro Público de Personas Jurídicas.....	17
2.1.2.2 Matricula del Comerciante	17
2.1.2.3 Inscripción en el Ministerio de Hacienda	17
2.1.2.4 Inscripción en el Ministerio de Industria y Comercio.	18
2.1.2.5 Patente Municipal.....	18
2.1.2.6 Rubrica de Libros Contables.	19
2.1.2.7 IPS.	19
2.1.2.8 Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.....	20
2.1.2.9 SUACE.	20
2.2 Costos de apertura de una Sociedad de Responsabilidad Limitada.....	20
2.3 Acta de constitución de la Sociedad.	22
2.3 Leyes que afectan al Proyecto.	26
2.3.1 Ley 1183/85 Código Civil.	26
2.3.2 Ley 213 Código Laboral.....	26
2.3.3 Ley 1034/83 del Comerciante.....	26
2.3.4 Ley 1352/88, RUC, Ministerio de Hacienda.	26
2.3.5 Ley 881/81, Régimen Tributario Municipal.....	26
2.3.6 Ley 125/91 y 2421/04, Régimen Impositivo (IVA).	26

2.3.7 Constitución Nacional, Libro I.....	27
2.3.8 Ley 284/7, Tasas Judiciales.....	27
2.3.9 Ley 1294/98, de Marcas	27
2.3.10 Ley 836/80, Código Sanitario.....	27
2.3.11 Otros según tipo de empresa/producto/servicio.....	27
2.4 Plan Fiscal.	28
<i>CAPITULO 3 – ASPECTOS ECONOMICOS</i>	29
3.1 Macroeconomía	29
3.1.1 Tasa de desempleo.....	29
3.1.2 Producto Interno Bruto	30
3.1.3 Variación del dólar.	31
3.1.4 Tasa de Inflación	32
3.1.5 Variación del salario mínimo.	33
3.2 Microeconomía.....	34
3.2.1 Elasticidad de Oferta.	34
3.2.2 Elasticidad de la Demanda.	35
<i>CAPITULO 4 – ASPECTOS ADMINISTRATIVOS</i>	37
4.1 Estructura organizativa.....	37
4.2 Organigrama según Henry Mintzberg.	38
4.2.1 La cumbre o ápice estratégico.	38
4.2.2 La línea Media	39
4.2.3 El núcleo de operaciones.....	39
4.2.4 El staff de apoyo.....	39
4.2.5 La tecno estructura.....	40
4.2.6 Las Configuraciones Estructurales según Henry Mintzberg	41
4.2.6.1 Estructura simple u Organización empresarial.....	42
4.2.6.2 Burocracia mecánica u organización maquina.....	42
4.2.6.3 Burocracia profesional.....	44
4.2.6.4 Organización diversificada (holding).	45
4.2.6.5 Organización innovadora o adhocrática	46
4.3 Estrategias de recursos humanos.	47
4.4. Manual de Organización y Funciones.	49
4.4.1 Contenido general:.....	49
4.5 Manual de Procedimientos.	83
4.5.1 Contenido general:.....	83
4.5.1.1 Descripción del proceso: Compra de materia prima.	84
4.5.1.2 Descripción del proceso: Producción.	86
4.5.1.3 Descripción del proceso: Ventas.	87
4.5.1.4 Descripción del proceso: Pago a proveedores.	88
4.5.1.5 Descripción del proceso: Pago de salarios.	89
4.6 Fluxograma.....	90
4.6.1 Control de Producción – Flujograma.	90
4.6.2 Diagramas de proceso Simbología	91
4.7 Layout.....	92
4.8 Definiciones básicas de contabilidad.....	92

4.8.1 Las funciones de una contabilidad.	92
4.8.2 Principios básicos de la contabilidad.....	93
4.8.3 Activo. Concepto.....	95
4.8.4 Pasivo. Concepto.	95
4.8.5 Patrimonio Neto. Concepto.	95
4.8.6 Libros contables exigidos.....	95
<i>CAPITULO 5 – ANALISIS DE MERCADO</i>	96
5.1 Investigación de mercado.	96
5.2 Identificar y definir el problema u oportunidad.....	96
5.3 Objetivos de la investigación de mercado.	96
5.4 Diseño de la investigación.....	97
5.4.1 Investigación Exploratoria.....	97
5.4.2 Investigación Descriptiva.	97
5.5 Método de recolección, procesamiento y análisis de datos.	97
5.6 Técnicas de recolección de datos:	98
5.6.1 La observación.....	98
5.6.2 La prueba de mercado (método de experimentación).	98
5.6.3 Focus group (grupos especializados, conocedores del tema en cuestión):....	99
5.6.4 Sondeos:	99
5.7 Técnica aplicada por la empresa Amor-Didas S.R.L.:	99
5.7.1 Encuesta, por medio de cuestionarios.....	99
5.8 Diseñar la muestra.	100
5.9 Seleccionar un procedimiento:	101
5.10 Recolectar los datos.....	102
5.10.1 Fuentes de recolección de datos	102
5.11 Procesar los datos.	102
5.12 Analizar los datos.	102
5.13 Resultado de la investigación.	110
5.14 Principales competidores.....	110
5.15 Análisis de la estructura competitiva del sector (Michael Porter).....	111
5.15.1 Competencia Potencial	111
5.15.2 Competencia Actual, Rivalidad entre empresas.....	112
5.15.3 Poder de los Proveedores.....	113
5.15.4 Poder de Clientes.....	114
5.15.5 Productos Sustitutos.	114
5.16 Resumen.	115
<i>CAPITULO 6 – PLAN DE MARKETING</i>	116
6.1. Análisis FODA.	116
6.2 Marketing Estratégico.....	118
6.2.1 Estrategias según Igor Ansoff.....	118
6.2.2 Estrategias según Michael Porter.	119
6.3 Marketing Operativo.....	120
<i>CAPITULO 7 – ASPECTOS OPERACIONALES</i>	123
7.1 Organigrama del sector productivo.	123
7.1.1 Chef.	124

7.1.2 Auxiliares de cocina	124
7.1.3 Mozo Principal	124
7.1.4 Mozo.....	124
7.2 Proceso de producción.....	124
7.3 Principales proveedores.....	125
7.3.1 Proveedores de herramientas y equipos.....	125
7.3.2 Proveedores de muebles y útiles.....	125
7.3.3 Proveedor de equipos informáticos y telecomunicación.	125
7.3.4 Proveedor de utensilios varios.....	126
7.3.5 Proveedores de los insumos necesarios (materias primas), mercaderías.....	126
<i>CAPITULO 8 – RESPONSABILIDAD SOCIAL</i>	127
8.1 Impacto ambiental.	127
8.2 Impacto socioeconómico	128
8.3 Impacto cultural.....	128
8.4 Aspectos éticos de sustentabilidad del proyecto.....	129
<i>CAPITULO 9 – PLAN DE EXPANSION</i>	130
9.1 Riesgos internos de expansión.....	130
9.1.1 La elaboración del producto o servicio.....	130
9.1.2 Fijar precios que sean aceptados por el consumidor.	130
9.1.3 Lugar accesible de comercialización.....	131
9.1.4 Plan de marketing adecuado para hacer conocer la producción.....	131
9.1.5 Políticas de ventas competitivas.....	131
9.1.6 Cuidar de la educación y salud de los empleados, a fin de que sean más productivos.	131
9.1.7 Cuidar de las maquinarias y equipos, con mantenimientos preventivos.	131
9.2 Riesgos externos de expansión.....	132
9.3 Barreras de salida.....	132
9.4 Imagen de marca.....	133
<i>CAPITULO 10 – ASPCTOS FINANCIEROS</i>	134
10.1 Inversiones Necesarias y Financiamiento.....	134
10.2 Cronograma de Inversión y Financiamiento	135
10.3 Servicio de la Deuda.....	135
10.4 Proyección de Ventas	136
10.5 Capital de trabajo requerido.	137
10.6 Proyección de costos y gastos.	137
10.6.1 Costos fijos y variables.....	137
10.6.2 Costos del proyecto.	138
10.7. Mano de obra y cargas sociales.	138
10.8. Estado de Resultados.....	139
10.9. Evaluación (VAN y TIR).	139
10.9.1 Con financiación.....	139
10.9.2 Sin financiación.	140
10.9.3 Tasa de corte.....	140
10.9.4 Prima por riesgo.	141
10.10 Calculo de depreciaciones y Amortizaciones.....	141

10.11. Fuentes y usos de fondos.....	142
10.12. Punto de Equilibrio contable y financiero.	142
10.13. Balance proyectado.....	143
Conclusión.....	144
Aspecto Legal.....	144
Aspecto Financiero.....	144
Aspecto Social.	144
Aspecto Ambiental.	144
Bibliografía.....	145
Anexos.....	146

INTRODUCCIÓN

En el presente proyecto nos encaminamos a la creación de una empresa del rubro Gastronómico en especial en el área de confitería ya que la misma se dedicará a la producción de postres y minutas dulces.

La misma estará ubicada en la ciudad de Asunción, tendrá local para atención al público, en el cual los clientes podrán degustar de los productos en un ambiente cálido y agradable, también el servicio se realizará por pedido con la opción de retirar o recibir por delivery.

Si bien actualmente la competitividad en esta área es bastante alta, buscaremos destacar las fortalezas de la empresa a modo que esta pueda ganar preferencia por parte de sus clientes ya que los productos que ofreceremos son elaborados en su totalidad de manera artesanal con materia prima de excelente calidad y con nuestro principal ingrediente que es el amor por la cocina.