

Administración de Empresas

SOY FIT S.R.L

Carlos Tadeo Izquierdo Carrera

Asunción – Paraguay

2017

INDICE

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO	3
INTRODUCCIÓN.....	11
CAPITULO I.....	12
ANTECEDENTES DEL PROYECTO	12
1.1 Descripción de la Empresa	13
1.2 Misión.....	13
1.3 Visión	13
1.4 Valores.....	13
1.5 Objetivos.....	14
1.5.1 Objetivo General.....	14
1.5.2 Objetivos Específicos.....	14
1.6 Estructura.....	15
1.6.1 Organigrama de la Empresa.....	15
1.6.2 Descripción de RR.HH requeridos.....	16
1.6.3 Localización.....	19
1.6.3.1 Micro y Macro Localización	19
1.6.3.2 Factores de Ponderación	21
1.7 Estudio de Mercado	21
1.7.1 Objetivo General.....	21
1.7.2 Objetivos Específicos.....	22
1.7.3 Tipos de fuentes.....	22
1.7.4 Tipo de Muestreo	22
1.7.5 Recopilación de Datos.....	23
1.7.6 Análisis de los Datos.....	28
1.8 Descripción de los productos o servicios.....	39
1.9 Ventaja Competitiva	48
1.10 Análisis situacional de la empresa	48
1.10.1 Análisis FODA.....	48
1.10.1.1 Fortalezas.....	48
1.10.1.2 Oportunidades.....	48
1.10.1.3 Debilidades.....	49
1.10.1.4 Amenazas.....	49
CAPITULO II.....	50
ASPECTOS JURIDICOS DE LA EMPRESA.....	50
2.1 Leyes.....	51
2.2 Descripción del proceso de inscripción de la Empresa.....	52
2.3 Proceso de apertura del Negocio.....	57
2.3.1 Solicitud de rúbrica de libros exigidos a la sociedad	57
2.3.2 Plataforma del SUAЕ (Sistema unificado de apertura de empresas).....	57
2.4 Plan Fiscal.....	62
2.5 Libros impositivos y legales.....	62
2.6 Gastos de Constitución	63

CAPITULO III.....	64
ASPECTOS ECONÓMICOS	64
3.1 Economía.....	65
3.1.1 Macroeconomía	65
3.1.1.1 Producto interno Bruto	65
3.1.1.2 Inflación	67
3.1.1.3 Tasa de Interés	69
3.1.1.4 Salario Mínimo.....	70
3.1.1.5 Empleo y Desempleo	74
3.1.2 Microeconomía.....	76
3.1.2.1 Elasticidad de la demanda.....	76
3.1.2.2 Elasticidad de la Oferta.....	78
CAPITULO IV	80
ANÁLISIS DEL MERCADO.....	80
4.1 Análisis del Mercado.....	81
4.1.1 Análisis de la Oferta.....	81
4.1.2 Análisis de la Demanda	82
4.1.3 Análisis del perfil competitivo: Las 5 fuerzas de Porter	82
CAPITULO V.....	86
PLAN ADMINISTRATIVO	86
5.1 Estructura Organizacional	87
5.1.1 Organigrama de la Empresa.....	87
5.1.2 Organigrama de Funciones.....	88
5.1.3 Organigrama de Puestos	89
5.1.4 Características de la Estructura Organizacional.....	89
5.2 Diseño de la Superestructura	90
5.3 Diseño de puestos.....	93
5.4 Estrategia Operativa y Normas de la Empresa.....	104
5.5 Manuales de procedimientos y funciones.....	116
5.6 Flujograma de Procesos.....	121
5.7 Layout.....	124
CAPITULO VI.....	125
PLAN DE MARKETING.....	125
6.1 Misión.....	126
6.1.1 Visión.....	126
6.1.2 Objetivo a corto plazo.....	126
6.1.3 Objetivo a mediano plazo.....	126
6.1.4 Objetivo a Largo plazo.....	127
6.2 Mercado actual.....	127
6.3 Segmentación de mercado	128
6.3.1 Macrosegmentación	128
6.3.2 Microsegmentación.....	129
6.3.3 Claves internas.....	130
6.4. Análisis de la competencia.....	131
6.4.1 ANÁLISIS FODA	131

6.4.2 Nuestro valor diferencial.....	131
6.5 Estrategias competitivas de Porter	132
6.6 Estrategias de crecimiento de Ansoff.....	132
6.7 Mix de marketing operativo.....	133
6.8 Plan de lanzamiento	140
6.9 Proyección de ventas.....	140
CAPITULO VII.....	141
PLAN OPERACIONAL.....	141
.7.1 Infraestructura	142
7.2 Capacidad de Producción.....	142
7.3 Procesos de Producción	143
7.5 Proveedores.....	156
7.6 Maquinarias y Equipos.....	156
7.7 Mobiliario.....	157
7.8 Utensilios.....	157
CAPITULO VIII.....	158
PLAN FINANCIERO	158
8.1 Cuadro de Inversión y Financiamiento.....	159
8.2 Cronograma de Inversión y Financiamiento.....	160
8.3 Servicio de Deuda.....	161
8.4 Ventas del Proyecto.....	162
8.5 Capital de Trabajo requerido	165
8.6 Estructura de Costos Fijos y Variables.....	166
8.7 Costos del Proyecto	167
8.8 Estado de Resultados Proyectados	168
8.9 Calculo de Rentabilidad del Proyecto con Financiamiento.....	169
8.10 Calculo de Rentabilidad del Proyecto sin Financiamiento.....	170
8.11 Calculo de Depreciación y Amortización.....	171
8.12 Fuentes y Usos de Fondos.....	172
8.13 Calculo del Punto de Equilibrio.....	173
8.14 Balances Proyectados.....	174
CAPITULO IX	175
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	175
9.1 Impacto Ambiental.....	176
9.2 Impacto Socio Económico.....	177
9.3 Impacto Cultural.....	178
CAPITULO X.....	179
PLAN DE EXPANSIÓN.....	179
10.1 Plan de Expansión.....	180
10.2 Riesgos Internos de Expansión	180
10.3 Riesgos Externos de Expansión.....	181
10.4 Barreras de Salida.....	181
Conclusión.....	182
Bibliografía	183

INTRODUCCIÓN

Soy Fit S.R.L es una empresa dedicada al rubro de la Alimentación Saludable, utilizando como materia prima principal uno de los cereales más recomendados para la salud “*la avena*” sustituyendo de esta forma el uso de harinas blancas refinadas.

La avena es uno de los cereales más consumidos desde hace ya mucho tiempo en otros países, sin embargo, es un producto de poco uso habitual en nuestro medio, tanto en el sector gastronómico y doméstico.

No obstante, en la actualidad, se ha dado un notable aumento en su consumo, teniendo en cuenta sus propiedades nutritivas y los distintos usos que se le puede proporcionar.

La avena ha sido nombrada como la “reina de los cereales”, puesto que su contenido en fibras, proteínas, vitaminas, hidratos de carbono y nutrientes es mucho más rica que otros cereales comunes. Es un cereal recomendado en la dieta diaria de las personas, tanto en niños y adultos, deportistas, indicado en la prevención de ciertas patologías como la diabetes, enfermedades del corazón, y otras enfermedades. Rica en vitaminas, alto contenido en minerales, carbohidratos complejos, aminoácidos esenciales y otras propiedades nutritivas que son importantes para la salud.

Soy Fit se encarga de elaborar los productos de la manera más natural posible, utilizando productos orgánicos (frutas y verduras) altamente naturales, sin agroquímicos ni plaguicidas tóxicos, protegiendo así el medio ambiente y la salud de las personas, eliminando de forma radical la utilización de harinas, conservantes y azúcares refinados.

Soy Fit se enfoca en personas que aspiran llevar una vida más saludable, creando conciencia en la sociedad de que somos lo que comemos. Entre los clientes potenciales podemos mencionar a deportistas, personas aficionadas al gimnasio, personas que padecen de alguna enfermedad como la diabetes o son hipertensas y necesariamente deban cuidar de su alimentación, ofreciendo productos elaborados de forma artesanal de buena calidad y bajo los altos estándares de higiene y salubridad.