

Administración de Empresas

**Tienda de dulces a base de STEVIA
DULCCIONE S.R.L.**

Luis Savio

**Asunción - Paraguay
2016**

ÍNDICE

Introducción.....	6
Resumen Ejecutivo.....	7
Capítulo I.....	8
Marco introductorio.....	8
1.1. Introducción a la idea del proyecto.....	9
1.1.2. Descripción del Producto.....	10
1.1.3. Naturaleza del proyecto	11
1.1.4. Localización.	12
1.2. Requerimientos Jurídicos	13
1.2.1. Tipo de Sociedad.....	13
1.2.2. Constitución jurídica.....	13
1.2.2.1 Proceso por medio del SUACE.....	14
1.2.2.2. Requisitos para la Apertura y Formalización de Empresas.....	15
1.2.2.3. Flujo de procesos de apertura para empresas jurídica.....	16
1.2.2.4. INAN- Requisitos, Formularios.....	17
1.3. Presupuesto Jurídico Inicial.	17-20
Capítulo II.....	21
Investigación de Mercado.....	21
2.1. Objetivos de la investigación.....	21
2.2. Objetivos de la investigación y necesidades de información	22-24
2.3. Diseño de la Investigación y Fuentes de Datos.....	25-26
2.4. Diseño de la Investigación y Fuentes de Datos.....	27-32
2.4.1. Cuestionarios.....	33-34
2.5. Diseño de la muestra.....	35
2.5.1. Definir la población.....	35
2.5.2. Marco muestral.	36
2.5.3. Tamaño de la Muestra.	37
2.5.4. Selección de un procedimiento de muestreo.....	37-38
2.6. Selección de muestra.....	39
2.8 Análisis de Datos.....	39-52
2.9. Análisis de Datos/ Conclusiones.....	53
2.9.1. Cronograma recopilación de los datos.....	54
Capítulo III.....	55
Plan de Marketing.....	55
3.1. Análisis de la Macrosegmentación.	55-56
3.1.1. Análisis de la competencia.....	57
3.2. Análisis de la demanda.	58
3.2.1. Análisis de la demanda/Grafico.....	59-60
3.3.1. Análisis Situacional FODA.....	61-70
3.3.1.1. Matriz FODA.....	71-73
3.3.2. Objetivos a corto plazo.....	74
3.3.3. Estrategias y planes de acción	75-80

3.3.4. Cuadro de costos Totales	81
Capítulo IV.....	82
Administración.....	82
4.1. Lineamiento estratégico.	82
4.1.1 Misión.....	83
4.1.2 Visión.....	83
4.1.3. Fuerzas competitivas de Porter.....	84-88
4.1.3. Análisis Estratégico: la estructura competitiva del sector al que pertenece la empresa.....	89-92
4.1.3.1. Cuadro de Resumen.....	93
4.1.4. Estrategia Genérica: Planteamiento de Ansoff.....	94
4.2. Análisis situacional FODA Administrativo	95-97
4.2.1. Matriz de Interacción.....	98,99
4.2.1.2. Matriz de FODA.....	100-101
4.2.2. Objetivos.....	102
4.2.3. Estrategias y planes de acción	102-106
4.3. Estructura Organizacional.	107-109
4.3.1 Organigrama Dulccione s.r.l.	110
4.3.1.1. Organigrama según Mintzberg.....	111
4.3.2. Manual de funciones	112-124
4.3.2. Manual de procedimientos.....	125-129
4.3.4. Fluxogramas.	130-132
4.3.5. Cuadro de mano de obra.	133
4.4. Análisis de estructura de costos.	134-147
4.5. Plan de cuentas.....	148-212
Capítulo V.....	213
5.1. Aspectos económicos.....	213
5.1.1. Evolución PIB per capital	213-215
5.1.2. Balanza comercial Importación /Exportación.....	216-221
5.1.3. Fluctuación del tipo de cambio.	222-223
5.1.4. Inflación	223-225
5.1.5. Comportamiento de la reserva monetaria.....	226
5.1.6. Superávit o Déficit Fiscal.	227-228
Capítulo VI.....	229
PLAN FINANCIERO DE LA EMPRESA.....	229
6.1. Inversiones.....	229
6.1.2. Resumen de inversiones en activos fijos.....	230
6.1.3. Resumen de los gastos de pre inversión.....	231
6.2. Cronograma de inversión y financiamiento.....	231
6.3. Depreciaciones y amortizaciones.....	232
6.4. Servicio de deuda.....	233
6.5. Mano de obra.....	234
6.6. Cronograma de programación y ventas.....	235
6.7. Ingresos por ventas.....	236

6.8. Costos totales.....	237
6.9. Punto de equilibrio.....	237
6.10. Capital de trabajo.....	238
6.11. Estados de resultados proyectos con financiamiento.....	239
6.12. Estados de resultados proyectados sin financiamiento	240
6.15. Flujo de caja proyectados con financiamiento.....	241
6.14. Flujo de caja proyectados sin financiamiento.....	242
6.15. Origen y aplicación de fondos con financiamiento.....	242
6.16. Origen y aplicación de fondos sin financiamiento.....	243
6.17. Balances proyectados con financiamiento.....	243
6.18. Balances proyectados sin financiamiento.....	244
6.19. Indicadores financieros.....	245
Conclusión.....	246-247

RESUMEN

La idea surge, por la necesidad de ofertar un servicio gastronómico que se diferencie de los demás para clientes exigentes que buscan consumir productos dulces para satisfacer una necesidad y a la vez cuidar la alimentación.

El cliente se caracteriza por ser residente del entorno, de paso y por el lugar céntrico que ocupa el local, nuestra venta se convierte en una compra por impulso, atendiendo a sus necesidades y demandas.

Los productos que se ofrecen, son postres, elaborados de forma manufacturera, imitando al casero, muy variado atendiendo a las costumbres y tradiciones de este sector poblacional.

Contamos con el aprovisionamiento de las materias primas y en los convenios legales con los proveedores de frutas y cereales.

No existen competidores directos en el entorno del establecimiento, esperamos tenerlos una vez ocurrido el éxito de nuestro negocio.