

**Licenciatura en Marketing**

**Confitería “RINCÓN DOLCE S.R.L”**

**Ana María Belén Gaete Fernández**

**Asunción – Paraguay  
2016**

## ÍNDICE

Agradecimiento.....	4
Introducción .....	5
CAPITULO I Jurídico.....	6
1.1 Introducción a la idea del proyecto.....	7
1.2 Requerimientos Jurídicos.....	7
1.2.1 Nombre o Razón Social.....	7
1.2.2 Tipo de Sociedad.....	7
1.3 Localización de la empresa.....	18
CAPITULO II Investigación de mercado .....	20
2.1 Problema de Investigación .....	21
2.2 Objetivos y Requerimientos.....	21
2.3. Diseño de investigación y fuente de datos.....	24
2.3.1. Investigación Exploratoria .....	24
2.3.2. Investigación Concluyente. ....	24
2.4 Proceso de Recolección de datos. ....	24
2.5 Determinación del plan y tamaño de la muestra.....	31
2.5.1 Definir la muestra.....	31
2.5.2 Identificar el Marco Muestral.....	32
2.5.3 Determinar el tamaño de la muestra.....	33
2.5.4 Selección de un procedimiento de muestreo .....	34
2.5.5 Recolección de datos.....	34
2.6 Codificación y Tabulación.....	35
2.7 Análisis de datos. ....	38
2.8 Conclusión .....	56
CAPITULO III_Marketing .....	58
3.1 Análisis de la Macrosegmentacion.....	59
3.2 Análisis de la Demanda.....	59
3.2.1 Cálculo de la Demanda Global.....	60
3.2.2 Cálculo del Mercado Potencial Absoluto.....	60
3.2.3 Cuota de Mercado .....	61
3.3 Análisis FODA.....	62
3.3.1 Variables Controlables.....	62
3.3.2 Variables no controlables.....	69
3.3.3 Matriz de Interacción .....	72
3.3.4 Conclusión de la Matriz FODA .....	74
3.4 Estrategias y Planes de acción .....	75
CAPITULO IVAdministracion.....	80
4.1.- Lineamiento estratégico (Ápice estratégico) .....	81
4.1.1.- Declaración de la Visión (de acuerdo a la Macrosegmentacion).....	81
4.1.2.- Declaración de la Misión (de acuerdo a la Macrosegmentacion).....	81
4.1.3 Análisis de la estructura Competitiva de Porter.....	81
4.1.4 Matriz de Ansoff .....	87
4.2- Plan de Administración: Dirección Media.....	89

4.2.1- Análisis situacional-Matriz FODA .....	89
4.2.2. Estrategia y planes de acción .....	95
4.3 Estructura Organizacional.....	97
4.3.1 Organigrama de Confitería Rincón Dolce SRL. ....	97
4.3.2 Layout.....	101
4.3.3 Manual de Funciones .....	102
4.3.4 Manual de Procedimientos.....	109
4.3.5 Fluxograma.....	110
4.3.6 Recursos humanos.....	112
4.4 Análisis de la estructura de costos.....	115
4.5 Plan de cuentas.....	117
CAPITULO V Aspecto Económico.....	124
5.1 Producto Interno Bruto (PIB) del año 2015 .....	125
5.2 Balanza comercial Importación/ Exportación.....	125
5.3 Fluctuación del tipo de cambio .....	126
5.4 Comportamiento de la reserva monetaria.....	126
5.5 Superávit – Déficit fiscal.....	127
5.6 Inflación .....	130
CAPITULO VI Plan Financiero .....	132
Manual de Identidad .....	152
Conclusión .....	164
Anexos.....	165
Bibliografía .....	184

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se refiere a la instalación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de productos dulces para ello se desarrollará varios capítulos que son necesarios a la hora de crear o emprender algún tipo de negocio.

El primero consiste en todos los requerimientos jurídicos indispensables para establecer el tipo de sociedad, así como todas las instituciones y papeles obligatorios para la creación de la empresa y los costos en los que se incurre para formalizar y legalizar la empresa.

El segundo define el problema de investigación, estableciendo los objetivos y requerimientos, el tipo de investigación utilizada, el proceso de recolección de datos y pasos a seguir como definición de la muestra, identificación del marco muestral, el tamaño de la misma y selección del procedimiento y por último se analiza los distintos datos obtenidos.

El tercero está enfocado en el análisis de la Macrosegmentación y análisis de la demanda y en donde se analiza las distintas variables controlables como no controlables para la elaboración de la matriz y con ello establecer estrategias y planes de acción.

El cuarto declara la visión y misión, la estructura competitiva de Porter y la matriz de Ansoff donde luego se establece un plan de administración y una estructura organizacional que comprende el organigrama de la empresa, se realiza el Layout, así como un manual de funciones y procedimientos y por último el Fluxograma.

El quinto es el aspecto económico que abarca el PIB, la balanza comercial, fluctuación, comportamiento de la reserva monetaria, superávit e inflación. Y por último el plan financiero comprendido por los distintos cuadros que abarcan todas las inversiones o gastos a los que se recurre para poner en marcha la empresa.