

**Licenciatura en Marketing**

**“Papolo’s Great Sándwiches S.R.L.”**

**Alumnos:**

**Pablo Enmanuel Benítez Milessi  
Susana Victoria Garcete Medina**

**Asunción - Paraguay  
2020**

# ÍNDICE

Portada.....	1
Agradecimientos.....	2
Agradecimientos Especiales.....	3
Epígrafe .....	4
Índice.....	5
Resumen .....	13
Introducción.....	14
1. Concepto de Negocio .....	16
1.1. Descripción de la Empresa.....	16
1.2. Visión.....	16
1.2.1. Visión de la Empresa Papolo’s Great Sándwiches S.R.L.....	17
1.3. Misión .....	17
1.3.1. Misión de la Empresa Papolo’s Great Sándwiches S.R.L.....	18
1.4. Valores .....	18
1.4.1. Valores de la Empresa “Papolo’s Great Sándwiches S.R.L” .....	19
1.5. Objetivos.....	21
1.5.1. Objetivos Generales.....	22
1.5.2. Objetivos Específicos.....	22
1.6. Localización.....	23
1.6.1. Macro localización .....	24
1.6.2. Micro localización .....	24
1.6.3. Método de los Factores Ponderados.....	25
1.7. Ventaja competitiva.....	27
2. Aspectos Jurídicos.....	31
2.1. Proceso de apertura del Negocio.....	31
2.1.1. Escritura de Constitución .....	31
2.1.2. Acta de constitución de la Sociedad .....	32
2.1.3. Inscripción En El Registro Único Del Contribuyente .....	39
2.1.4. Patente Municipal.....	39
2.1.5. Rúbrica De Libros Contables.....	40
2.1.6. Instituto De Previsión Social .....	42
2.1.7. Ministerio De Justicia Y Trabajo.....	42
2.1.8. Inscripción En El Ministerio De Industria Y Comercio.....	43
2.1.9. Sistema Unificado De Apertura Y Cierre De Empresas (SUACE) .....	43
2.2. Leyes que afectan al Proyecto .....	44
2.2.1. LEY 1183/85 CÓDIGO CIVIL .....	44
2.2.2. LEY 213/93, CÓDIGO LABORAL .....	45
2.2.3. LEY 1034/83, DEL COMERCIANTE .....	45
2.2.4. LEY 881/81, RÉGIMEN TRIBUTARIO MUNICIPAL.....	45
2.2.5. LEY 125/91 Y 2421/04 RÉGIMEN IMPOSITIVO (IVA).....	46

2.2.6. LEY 1294/98, DE MARCAS .....	47
2.2.7. LEY 836/80, CÓDIGO SANITARIO .....	47
2.3. Presupuesto Jurídico Inicial.....	48
3. Aspectos Económicos.....	52
3.1. Macroeconomía.....	52
3.1.1. Tasa de Desempleo .....	53
3.1.2. Producto interno Bruto (PIB) .....	54
3.1.3. Variación del dólar.....	55
3.1.4. Tasa de Inflación .....	56
3.1.5. Variación del Salario Mínimo .....	57
3.2. Microeconomía.....	58
3.2.1. Elasticidad Oferta.....	58
3.2.2. Elasticidad Demanda.....	60
4. Aspectos Administrativos.....	64
4.1. Estructura Organizativa.....	64
4.1.1. Organigrama General.....	65
4.1.2. Organigrama según Henry Mintzberg.....	65
4.1.3. Las Configuraciones Estructurales según Henry Mintzberg.....	67
4.2. Diseño de Puestos.....	73
4.2.1. Personal Requerido.....	73
4.3. Estrategias de Recursos Humanos.....	75
4.3.1. Proceso de reclutamiento de Personal.....	75
4.3.2. Estrategias Operativas de RRHH .....	77
4.4. Manual de Organización y Funciones. ....	86
4.5. Manual de Procedimientos.....	102
4.6. Fluxograma.....	110
4.7. Layout.....	115
4.8. Definiciones básicas de contabilidad .....	118
4.8.1. La contabilidad. Definición.....	118
4.8.2. Funciones básicas.....	118
4.8.3. Concepto de activo, pasivo, patrimonio neto.....	124
4.8.4. Libros contables exigidos.....	126
4.9. Plan de Cuentas.....	130
5. Investigación de mercado.....	140
5.1. Análisis de la oferta.....	140
5.2. Estudio de mercado .....	142
5.2.1. Objetivo general de la investigación:.....	142
5.3. Análisis de la demanda .....	143
5.3.1. Descripción de la muestra (sociodemográfica):.....	143
5.4. Tipo de Estudio.....	144
5.5. Tipo de Instrumento .....	145

5.6. Objetivos Afectivos, Comportamentales y Sociodemográficos.....	145
5.6.1. Establecer los objetivos de la investigación.....	145
5.7. Determinación del plan y tamaño de la muestra .....	155
5.8. Resultados De La Encuesta De La Investigación .....	157
5.9. Resultado de la investigación.....	171
5.10. Principales competidores.....	171
5.10.1. Características que consignan de los competidores.....	172
6. Plan de Marketing.....	178
6.1. Análisis FODA .....	178
6.2. Matriz FODA.....	183
6.3. Marketing Estratégico.....	184
6.3.1. Estrategias según Ansoff.....	185
6.3.2. Estrategia adoptada por Papolo’s Great Sándwiches S.R.L .....	187
6.4. Estrategias según Porter.....	187
6.5. Marketing operativo .....	191
6.5.1. Marketing Operativo de Papolo’s Great Sándwiches S.R.L.....	196
6.5.2. Las 4 C’s del Marketing .....	210
7. Aspectos Operacionales .....	213
7.1. Organigrama del sector productivo.....	213
7.1.1. Estructura operativa .....	213
7.2. Servicios y actividades .....	215
7.2.1. Actividades.....	215
7.3. Infraestructura y los equipos necesarios.....	216
7.3.1. Infraestructura .....	216
7.3.2. Equipos necesarios.....	217
7.4. Principales proveedores.....	221
8. Responsabilidad Social .....	223
8.1. Impacto Ambiental.....	227
8.2. Impacto Socioeconómico.....	229
8.3. Impacto Cultural .....	229
8.4. Aspectos Éticos de Sustentabilidad del Proyecto .....	230
9. Plan de Expansión.....	232
9.1. Riesgos Internos de Expansión.....	233
9.1.1. Producto – Servicio .....	234
9.1.2. Precio .....	234
9.1.3. Plaza .....	235
9.1.4. Promoción.....	235
9.1.5. Personas.....	235
9.1.6. Proceso.....	235
9.1.7. Presencia Física .....	236
9.2. Riesgos Externos de Expansión.....	236

9.2.1. La competencia .....	236
9.2.2. Los proveedores.....	237
9.2.3. Los clientes.....	237
9.3. Barreras de salida.....	237
10. Aspectos Financieros .....	241
10.1. Inversiones necesarias y financiamiento .....	241
10.2. Inversión y Financiamiento.....	242
10.3. Cronograma de Inversiones y Financiamientos.....	243
10.4. Proyección de ventas.....	245
10.5. Servicio de la deuda .....	246
10.6. Capital de Trabajo Bruto y Neto.....	247
10.7. Costos del Proyecto .....	248
10.8. Proyección de costos y gastos.....	249
10.9. Mano de obra y cargas sociales.....	250
10.10. Estado de Resultados.....	251
10.11. Flujo de caja con financiamiento .....	253
10.12. Evaluación (VAN – TIR).....	254
10.13. Cálculo de depreciaciones y amortizaciones.....	255
10.14. Punto de equilibrio.....	256
10.15. Balance proyectado .....	257
10.16. Tasa de corte y costo promedio ponderado de capital .....	258
10.17. Análisis de razones financieras.....	259
Conclusiones y Recomendaciones.....	260
Bibliografía .....	263
Bibliografía por capítulos.....	265
.....	269

## **RESUMEN**

Las personas están en una búsqueda constante de un alimento que además de satisfacer su gusto pueda también ser práctico y accesible en lo económico. Esto obliga a los consumidores potenciales a buscar nuevos lugares para cubrir estas demandas.

Gracias a esta necesidad, el proyecto tiene como objetivo satisfacer las necesidades gastronómicas de nuestros clientes y ser reconocidos en el mercado por nuestro producto y servicio innovador y así lograr la preferencia en la ciudad de Asunción. Mediante encuestas se obtendrán informaciones más precisas acerca de la demanda, oferta, satisfacciones y preferencias de los potenciales clientes.

De acuerdo con la investigación, en el barrio Ykua Sati habitan unas 7.072 personas, 42% son hombres y 58% mujeres. Existen 1.446 viviendas con cuatro integrantes en promedio en cada una. El proyecto aplicará como estrategia de mercado la mezcla de mercadotecnia como son las 7P, con la incorporación de un servicio diferenciado a los de la competencia. La empresa estará ubicada en la ciudad de Asunción, en el Barrio Ykua Sati, donde existe una alta preferencia hacia el consumo de alimentos en locales gastronómicos.

La Inversión Inicial de la empresa es de Gs. 733.953.123, con financiamiento de una parte de ella, un 85% capital propio y el 15 % mediante un préstamo bancario. En la Evaluación Financiera con financiamiento el VAN es de G. 537.192.481, a una tasa de exigencia del 20% con una TIR del 43%. El Periodo de Recuperación de la Inversión se estima en 2 años y 11 meses para el escenario con financiamiento. Por otra parte, el proyecto puro nos arroja un VAN de G. 536.022.385, con una TIR del 41% y una tasa de corte del 16%. El periodo de recuperación de capital para este escenario sería de 2 años y 10 meses.