

**Administración de Empresas**

**Confitería Dulces Fit S.R.L.**

**Liz Concepción Delfini González**

**Asunción – Paraguay**

**2018**

## INDICE

Introducción.....	1
<b>CAPITULO I - ASPECTOS JURÍDICOS</b> .....	<b>2</b>
1.1. Introducción a la idea del proyecto.....	3
1.2. Requerimientos Jurídicos de acuerdo al tipo de Sociedad a constituirse .....	3
1.2.1. Nombre o razón social.....	3
1.2.2. Tipo de Sociedad .....	3
1.2.3. Constitución jurídica .....	3
1.2.3.1. Escritura de Constitución y Aporte de Capital. ....	3
1.2.3.2. Inscripciones Registro Público de Comercio e Inscripción en el Registro Público de Personas Jurídicas y Asociaciones. ....	6
1.2.3.3. Matricula de Comerciante. ....	7
1.2.3.4. Compra y Rubrica de libros contables.....	7
1.2.3.6. Inscripción en la Dirección de Apoyo del Ministerio de Hacienda (R.U.C.).....	9
1.2.3.7. Apertura en la Municipalidad involucrada (patentes). ....	10
1.2.3.8. Comunicación de Apertura de empresa con Personería Jurídica en el Ministerio de Industria y Comercio.....	11
1.2.3.9. Inscripción en el Instituto de Previsión Social. ....	12
1.2.3.10. Inscripción en el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. ....	13
1.2.3.11. Dirección de Propiedad Intelectual (DINAPI) .....	13
1.3. Método de los Factores Ponderados.....	16
<b>CAPÍTULO 2 - INVESTIGACIÓN DE MERCADO</b> .....	<b>17</b>
2.1. Investigación de Mercados.....	18
2.1.1. Definición del problema .....	18
2.1.2. Objetivos y Requerimientos .....	18
2.1.2.1. Objetivo Comportamental .....	18
2.1.2.2. Objetivo Afectivo .....	20
2.1.2.3. Objetivo Cognitivo.....	20
2.1.2.4. Objetivo Sociodemográfico.....	20
2.3. Diseño de Investigación .....	21
2.3.1. Investigación Exploratoria .....	21
2.3.2. Investigación Concluyente.....	21
2.3.3. Diseño Descriptivo (Cuestionario).....	22
2.4. Recolección de datos.....	22
2.5. Diseño de la muestra.....	27
2.6. Recolección de los datos de la muestra y análisis.....	28
2.7. Conclusión general .....	43
2.8. Presupuesto Investigación de Mercados.....	44
<b>CAPÍTULO 3 - LINEAMIENTO ESTRATÉGICO</b> .....	<b>45</b>
3.1. Análisis de la Macro segmentación .....	46
3.1.1. Conceptualizando Nuestro Mercado De Referencia. ....	46
3.2. Análisis De La Micro segmentación. ....	48
3.2.1. Tipos De Micro segmentación.....	48
3.3. Análisis de la demanda:.....	50

3.4. Análisis de la Estructura Competitiva. ....	57
3.6. Defina dos atributos que constituyen su diferenciación .....	61
<b>CAPÍTULO 4 - PLAN DE MARKETING</b> .....	<b>62</b>
4.1. Introducción al Plan De Marketing. ....	63
4.2. Variables controlables .....	63
4.2.1 Las 7 P's del Marketing.....	64
4.2.2. Variables no controlables .....	69
4.2.3. Listado Plano .....	70
4.2.4. Matriz de Interacción.....	74
4.3 Matriz FODA.....	75
4.3.1. Objetivos del Plan de Marketing. ....	77
<b>CAPÍTULO 5 - ADMINISTRACIÓN</b> .....	<b>81</b>
5.1. Lineamiento estratégico (Ápice estratégico).....	82
5.1.1. Misión.....	82
5.1.2. Visión .....	82
5.2. Plan de administración: (Dirección Media).....	83
5.2.1. Análisis Situacional – Matriz FODA .....	83
5.2.2. Variables controlables.....	83
5.2.3. Variables no controlables. ....	84
5.2.4. Listado plano FODA. Administración.....	87
5.2.5. Matriz de Interacción.....	88
5.2.6. Matriz FODA.....	89
5.2.7. Objetivos, Estrategias y Planes de Acción .....	90
5.3. Estructura Organizacional .....	92
5.3.1. Organigrama .....	92
5.3.2. Tipo de Organigrama.....	93
5.3.3. Estructura funcional Mitzberg.....	94
5.3.4. Layout descripción gráfica y comentada de la disposición física. ....	98
5.3.5. Manual de funciones.....	100
5.3.6. Manual de procedimiento .....	104
5.3.7. Fluxogramas .....	107
5.3.8. Recursos humanos (Descripción del proceso de RRHH, salarios, cargas sociales).....	112
5.4. Análisis de estructura de costos.....	117
5.5. Plan de cuentas .....	130
<b>CAPÍTULO 6 - ASPECTO ECONÓMICO</b> .....	<b>134</b>
6.1. Aspecto Económico - Indicadores Económicos ( <a href="http://www.bcp.gov.py">www.bcp.gov.py</a> ).....	135
6.1.1. Producto interno Bruto (PIB) .....	135
6.1.2. Balanza comercial (importación/exportaciones) .....	136
6.1.3. Fluctuación del tipo de cambio.....	138
6.1.4. Comportamiento de la reserva monetaria.....	139
6.1.5. Superávit o déficit Fiscal .....	140
6.1.6. Inflación.....	141
<b>CAPITULO 7 – ASPECTO FINANCIERO</b> .....	<b>145</b>
7.1. Presentación de los cuadros financieros:.....	146

7.1.1. Cuadro de inversiones .....	146
7.1.2. Cuadro de cronograma de Inversiones .....	149
7.1.3. Cuadro de Depreciación .....	150
7.1.4. Cuadro de Servicio de la Deuda .....	151
7.1.5. Cuadro de RRHH .....	152
7.1.6. Cuadro de cronograma de producción (NO APLICA).....	153
7.1.7. Cuadro de Ingresos.....	153
7.1.8. Cuadro de Egresos.....	155
7.1.9. Cuadro de punto de equilibrio .....	156
7.1.10. Cuadro de cálculo de Capital de Trabajo .....	157
7.1.11. Cuadro de Estado de Resultado Proyectado con financiamiento .....	158
7.1.12. Cuadro de Estado de Resultado Proyectado sin financiamiento .....	159
7.1.13. Cuadro de Flujo de Caja Proyectado con financiamiento .....	160
7.1.14. Cuadro de Flujo de Caja Proyectado sin financiamiento .....	161
7.1.15. Cuadro de Balances Proyectado con financiamiento .....	162
7.1.16. Cuadro de Balances Proyectado sin financiamiento.....	163
7.1.17. Ratios Financieros .....	164
7.1.19. Cuadro Indicadores Financieros.....	166
7.2. Conclusión.....	167
ANEXOS.....	169

## **INTRODUCCIÓN**

El negocio de los dulces a base de avena va tomando un crecimiento, actualmente comienza a jugar un rol muy importante en las estrategias de las empresas hacia sus clientes. Ya no se trata solo de vender un producto de calidad si no concientizar a los miembros de la comunidad de cuidar y consumir productos no dañinos para la salud.

Debido a esta Dulces FIT S.R.L busca satisfacer los paladares en los hábitos de consumo de dulces lo cual nos permite un aumento de demanda por el tipo de producto que ofrecemos.