

**Ingeniería Comercial**

**CONFITERIA Y PASTELERIA  
BIRROCRIS**

**Cristian Giménez Cabrera**

**Asunción- Paraguay  
2019**

# INDICE

Portada

Dedicatoria I

Agradecimiento II

Índice General III

## CAPITULO 1- MARCO INTRODUCTIVO

1.1 Introducción 12

1.2 Resumen 13

1.3 Visión 14

1.4 Misión 14

1.5 Valores 14

1.6 Objetivos generales 15

1.7 Objetivos específicos 15

1.8 Localización 15

1.9 Método de factor ponderado 16

## CAPITULO 2 – ASPECTOS JURIDICOS

2.1 Aspectos Legales 17

2.2 Normativas Legales del Sector Ambiental 18

2.3 Impuesto al valor al agregado 18

2.4 Quienes pagan impuesto 18

2.5 Actividades que pagan impuesto 19

2.6 Cuanto se paga el impuesto 19

2.7 Consideraciones 19

2.8 libros y registros contables 19

2.9 Requisitos comunes para todo tipo de empresa 20

2.9.1 Apertura de la municipalidad 20

2.9.2 Requisitos 20

2.10 Requisitos de previsión social 21

2.10.1 Requisitos 21

2.11 Ministerio de Justicia y Trabajo 22

2.11.1 Requisitos 22

2.11.2 Como se procederá a Registrar la Marca 23

2.12 Acta Constitucional de Sociedad 24

## CAPITULO 3- ASPECTO ECONOMICO

3.1 Macro Economía 33

3.2 Tasa de Desempleo 34

3.3 FMI 34

3.4 Agentes privados esperan que le PIB crezca 36

3.5 Variación del salario Mínimo 42

3.6 Micro economía 43

3.8 Detalles del precio del proyecto 45

3.9 Elasticidad de oferta y elasticidad de la demanda 46

## CAPITULO 4 – ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

4.1 Organigrama General	47
4.2 Estructura según Henry Mintzberg	48
4.3 Manual de Funciones	49
4.4 Manual de organizaciones y funciones	53
4.5 Flujo de proceso productivo	61
4.6 Estudio de Requerimiento para Funcionamiento	64
4.7 Presupuesto Mensual, Anual de Salarios y Carga Social	65
4.8 Requerimiento en equipamiento	66
4.9 Necesidades para el Proyecto	68
4.10 Definiciones Básicas de Contabilidad	69
4.11 Funciones Básicas de contabilidad	70
4.12 Principio de Contabilidad Generalmente Aceptado	71
4.13 Concepto ACTIVO, PASIVO, PATRIMONIO NETO	72
4.14 LIBROS CONTABLES EXIGIDOS	73
CAPITULO 5 – ANALISIS DE MERCADO	
5.1 Antecedente de investigación	74
5.2 Historia de la Confitería	74
5.3 Antecedente del proyecto relacionado a la confitería	75
5.4 Antecedentes	75
5.5 Antecedentes	75
5.6 Concepto y definición de términos	75
5.7 La empresa	75
5.8 Propósito de la Empresa	76
5.9 Clasificación de las Empresas	76
5.10 Según la Actividad	76
5.11 según la forma jurídica	77
5.12 Según su dimensión	78
5.13 Según el origen del capital	79
5.14 Por la explotación y conformación de capital	79
5.15 por la función social	79
5.16 Según su ámbito de actuación	80
5.17 Funciones de la empresa	80
5.18 Las funciones empresariales genéricas	81
5.19 Elementos de la empresa	81
5.20 Formulación del problema de investigación	83
5.21 Planeamiento del problema	83
5.22 pregunta de investigación	83
5.23 Formulación del problema	83
5.24 objetivos de investigación	84
5.24.1 objetivos específicos	84
5.24.2 objetivos general	84
5.25 Justificación de la investigación	84
5.26 Delimitación del trabajo	85
5.27 Tipo de investigación	85
5.28 Enfoque de la Investigación	85

- 5.29 Diseño de investigación 85
- 5.30 Población y muestra 86
- 5.31 Técnica e instrumentos de recolección de datos 86
- 5.32 Técnica Aplicada 87
- 5.33 Procesamiento y análisis de datos 87
- 5.34 Fuente y recolección de datos 87
- 5.35 Descripción del procedimiento de análisis 88
- 5.36 Estudio del mercado 88
- 5.37 Presentación del producto 89
- 5.38 Productos 89
- 5.39 control de calidad 90
- 5.40 Recetas 91
- 5.41 Origen 95
- 5.42 Vencimiento o grado de conservación 96
- 5.43 Conservación y vencimientos de torta 96
- 5.44 Conservación y vencimiento de masas 96
- 5.45 valor nutritivo 96
- 5.46 Contenido de macro nutrientes 97
- 5.47 Contenido de micro nutrientes 98
- 5.48 Resultados y análisis de datos 98
- 5.49 Análisis de la demanda 111
- 5.50 Principales competidores 111
- 5.51 Análisis de la estructura 111
- 5.52 Calificación de atractivo 112
- 5.53 Competencia Actual 113
- 5.54 Poder de los proveedores 113
- 5.55 Poder del cliente 114
- 5.56 Productos sustitutos 114
- 5.57 Resumen 115

## **CAPITULO 6 – PLAN DE MARKETING**

- 6.1 Plan de marketing 116
- 6.2 Análisis de FODA 117
- 6.3 Marketing estratégico 118
- 6.4 Marketing operativo 118

## **CAPITULO 7 – ASPECTOS OPERACIONALES**

- 7.1 Aspectos operacionales 120
- 7.2 Políticas y canales de distribución 120
- 7.3 Resumen de estudio de mercado 120
- 7.4 Estudio técnico 120
- 7.5 Determinación del tamaño de la organización 120
- 7.6 Descripción del proceso 121
- 7.7 Diagrama de flujo de producción 123
- 7.8 Disposición y tecnología adoptada por el proceso de producción 123
- 7.9 Máquinas y utensilios 124
- 7.9.1 Equipos para medir 124

7.9.2 Equipos para hornear	124
7.9.3 Otros utensilios	125
7.10 Principales proveedores	126
<b>CAPITULO 8 – RESPONSABILIDAD SOCIAL</b>	
8.1 Impacto Ambiental	127
8.2 Ejemplo de dispositivo que contendrá los residuos	128
8.3 Impacto socio económico	128
8.4 Aspectos éticos de sustentabilidad del proyecto	130
<b>CAPITULO 9 – PLAN DE EXPANSIÓN</b>	
9.1 Que es un plan de expansión	137
9.2 Elije la mejor estrategia de expansión	137
9.3 Información de la empresa	138
9.4 Cuales son las fortalezas de tu negocio	138
9.5 Clasificación de riesgos empresariales	140
9.5.1 Riesgos externos	140
9.5.2 Riesgos internos	141
9.6 Mapa de Riesgo	142
9.7 Imagen de la marca	143
<b>CAPITULO 10 – ASPECTOS FINANCIEROS</b>	
10.1 Cuadro de inversión y financiamiento	144
10.2 Cuadro de Cronograma de inversión	145
10.3 Cuadro de servicio de deuda	145
10.4 Cuadro ventas del proyecto	146
10.5 Cuadro capital de trabajo requerido	147
10.6 Cuadro costo del proyecto fijo y variable	148
10.7 Cuadro de estados de resultados	149
10.8 Cuadro de evaluación VAN / TIR Con financiamiento y sin financiamiento	150
10.9 Cuadro de depreciaciones y amortización	151
10.10 fuente y uso de fondos	151
10.11 punto de equilibrio contable y financiero	152
10.12 balance proyectado	153
Glosario	154
Bibliografía	160
Conclusión	161
Recomendación	162
Anexos	163

## **INTRODUCCIÓN**

Este trabajo ha sido elaborado, como un estudio de proyecto para instalación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de Pasteles y productos de confitería.

Los resultados obtenidos de este estudio servirán para obtener un conocimiento profundo de los diferentes ámbitos desde la idea del proyecto, la legalización del negocio, los tributos, los recursos humanos, recursos financieros, logística, etc.

La empresa contara con personal profesional, para poder brindar la mejor atención y los mejores productos, estando en constante capacitación para poder innovar y demostrar nuevas tendencias en el ámbito pastelería y confitería.

Además, la empresa estaría situada en una zona de mucha concurrencia de gente, ya que está ubicada el materno infantil, y varios colegios, escuelas y la Municipalidad a los alrededores