

Administración de Empresas

CONFITT S.R.L.

Dalma Melissa Vera Ferreira

**Asunción - Paraguay
2019**

INDICE

I. AGRADECIMIENTO	11
II.RESUMEN EJECUTIVO.....	12
III.INTRODUCCIÓN	14
IV. CAPÍTULO I.....	15
1.1.Introducción a la idea del proyecto	16
1.2.Requerimientos Jurídicos de acuerdo al tipo de Sociedad a constituirse.....	17
1.2.1. Nombre o razón social.....	17
1.2.2. Tipo de Sociedad.....	17
1.2.3. Constitución jurídica	18
1.2.3.1.Escritura de Constitución y Redacción de Estatuto Social	18
1.2.3.2.Inscripciones en los Registros Públicos:	19
1.2.3.3.Inscripción en el Registro Público de Comercio y en Registro Público de Personas Jurídicas.	19
1.2.3.4.Inscripción en la matrícula del comerciante.....	20
1.2.3.5.Rubrica de libros contables.....	20
1.2.3.6.Inscripción en la Dirección de apoyo del Ministerio de Hacienda para la obtención del R.U.C	21
1.2.3.7.Inscripción en la Municipalidad de Luque.....	22
1.2.3.8.Instituto de Previsión Social.....	22
1.2.3.9.Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.	23
1.2.3.10. Dirección de propiedad intelectual (Registro de Marcas).	23
1.2.3.11. INAN (Instituto Nacional de Alimentos y Nutrición).....	25
1.3.Resumen de los costos y plazos de los trámites jurídicos a incurrir	26
1.4.Localización de la empresa u organización.....	26
1.4.1. Macro localización	27
1.4.2. Micro localización.....	27
1.4.3. Conclusión.....	28
V. CAPÍTULO II.....	29
2.1. Investigación de Mercados.....	30
2.2. Objetivo general de investigación.	30
2.3. Establecer los objetivos específicos de la investigación, con sus respectivos requerimientos.	30
2.3.1. Objetivos Comportamentales	30
2.3.2. Objetivos Afectivos.....	31
2.3.3. Objetivos Sociodemográficos.....	31
2.4. Definir los tipos de investigación a utilizarse.....	32
2.4.1. Investigación Exploratoria:	32
2.4.2. Investigación concluyente	33
2.5. Requerimientos.....	33
2.6. Procedimiento de recolección de datos.	34
2.7. Determinación del plan y tamaño de la muestra.	38
2.7.1. Definir la población:.....	38

2.7.2. Identificar el Marco Muestral:.....	39
2.7.3. Determinar el Tamaño de la Muestra:.....	39
2.7.4. Seleccionar un Procedimiento de Muestreo:	40
2.7.4.1. El Procedimiento de Muestreo Probabilístico:.....	40
2.7.4.2. El Procedimiento de Muestreo No Probabilístico:	41
2.7.4.3. Seleccionar la Muestra:	42
2.8. Cuestionario Estructurado	43
2.9. Codificación y tabulación (Ver Anexo)	44
2.10. Análisis de datos.....	44
2.10.1. Conclusiones/Informe.....	53
2.10.2. Costo de la investigación de mercados.....	54
VI. CAPÍTULO III	55
3.1. Lineamiento Estratégico.....	56
3.1.1. Análisis de la Macrosegmentación.....	56
3.1.1.1. Mercado de referencia:.....	56
3.1.1.2. Mercado de referencia ConFitt:.....	56
3.1.1.3. Misión:.....	57
3.1.1.4. Visión:	57
3.2. Análisis de la Microsegmentación.....	58
3.2.1. Microsegmentación:	58
3.3. Ciclo de vida del producto:.....	58
3.3.1. Etapas del ciclo de vida de un Producto.....	59
3.3.2. Evaluación:.....	59
3.4. La competencia:.....	60
3.5. Análisis de la demanda:.....	61
3.5.1. Cálculo de la demanda Global:.....	61
3.5.2. Cálculo de Mercado Potencial Absoluto:.....	61
3.5.3. Cuota de Mercado:	61
3.6. Demanda de la Empresa: Plan de Ventas.....	62
3.7. Proyección del plan de ventas a 5 años.....	74
3.8. Análisis de la 5 fuerzas competitivas de Porter.....	77
3.8.1. Competencia potencial, barrera de entrada	78
3.8.2. Competencia Actual, Rivalidad entre empresas.....	78
3.8.3. Poder de los Proveedores.....	79
3.8.4. Poder de Clientes.....	79
3.8.5. Productos Sustitutos	80
3.8.6. Calificación del análisis atractivo del sector (resumen).....	80
3.8.7. Conclusión.....	80
3.9. Estrategias genéricas de Michael Porter.....	81
3.10. Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff	82
3.10.1. Evaluación:.....	83
3.11. Atributos que constituyen su diferenciación.	83
VII. CAPÍTULO IV	84
4.1. Plan de Marketing	85
4.2. Análisis Situacional.....	85

4.2.1. Variables controlables, las 7 p's del marketing.....	85
4.2.2. Variables no controlables.....	90
4.3. Listado Plano (Foda)	91
4.3.1. Matriz de interacción.....	93
4.3.2. Matriz FODA	95
4.4. Objetivos, estrategias y planes de acción.	96
4.4.1. Cuadro resumen de la inversión de cada objetivo.....	100
4.4.2. Proyección de la inversión a 5 años.	100
4.4.3. Estimado de lo que se espera facturar con cada objetivo.	100
VIII. CAPÍTULO V	101
5.1. Administración Lineamiento estratégico.....	102
5.2. Plan de administración:	102
5.2.1. Análisis Situacional.....	103
5.2.1.1. Variables Controlables	103
5.2.1.2. Variables no controlables.....	104
5.3. Listado Plano (FODA)	106
5.3.1. Matriz de interacción.....	107
5.3.2. Matriz Foda	109
5.3.3. Objetivos, estrategias y planes de acción:	110
5.3.4. Cuadro resumen de la inversión de cada objetivo.....	114
5.3.5. Proyección de la inversión a 5 años.	114
5.4. Estructura Organizacional	115
5.4.1. Organigrama	115
5.4.1.1. Tipos de estructura	115
5.4.1.2. Mecanismo de adaptación y control.....	116
5.4.1.3. Elemento configuracional.....	117
5.4.1.4. Organigrama de ConFitt S.R.L.....	118
5.4.1.5. Análisis organigrama.....	119
5.5. Layout.....	120
5.5.1. Distribución de la Planta	121
5.6. Manual de funciones.....	125
5.7. Manual de procedimientos	137
5.8. Fluxogramas.....	140
5.9. Recursos humanos.....	144
5.9.1. Cuadro Resumen de Salarios, Cargas Sociales, Honorarios.	147
5.10. Activos Fijos:	148
5.11. Análisis de estructura de costos	151
5.12. Servicios públicos.....	163
5.13. Plan de cuentas.	164
5.14. Producción.....	168
5.14.1. Descripción del proceso productivo (Comestibles).....	168
5.14.2. Costo de consumo de gas:	180
5.15. Cálculo de la capacidad máxima de la empresa	180
5.16. Condiciones del sector productivo	181
IX. CAPÍTULO VI	182

6.1. Aspecto Económico.....	183
6.1.1. Producto interno Bruto (PIB)	183
6.1.2. Balanza comercial (importación/exportaciones).....	183
6.1.3. Fluctuación del tipo de cambio	184
6.1.4. Comportamiento de la reserva monetaria.....	184
6.1.5. Superávit o déficit Fiscal.....	185
6.1.6. Inflación.....	186
X. CAPÍTULO VII.....	187
7.1. Plan Financiero de la empresa.....	188
7.2. Conclusión del plan financiero.....	210
XI. CONCLUSIÓN.....	212
ANEXOS.....	213
XII. BIBLIOGRAFÍA	234

RESUMEN

El presente plan de negocios se orienta a la posibilidad de crear una empresa enfocada a satisfacer las necesidades del mercado, teniendo en cuenta un sector muy importante como lo es el rubro gastronómico, específicamente aquellos alimentos elaborados en base a ingredientes nutricionales, puesto que los mismos poseen gran demanda en la actualidad.

El Plan de negocios consta de siete capítulos en los que se estudiaron distintos tópicos según la importancia que reportarán al estudio y está distribuido de la siguiente manera:

CAPÍTULO I: en este primer capítulo se da a conocer la introducción a la idea del proyecto, mencionando a que se dedica, que productos serán elaborados, cuál será su segmento y la ubicación estratégica del mismo, así como también los requerimientos jurídicos que se precisan para la apertura de la empresa teniendo en cuenta el tipo de sociedad a constituirse.

CAPÍTULO II: realiza una investigación de mercados mediante la utilización de un cuestionario estructurado para dar a conocer cuáles son las expectativas de satisfacción referente a los productos y servicios que ofrece la empresa.

CAPÍTULO III: trata del lineamiento estratégico, aquí establece el mercado de referencia, la confección de la misión y visión de la empresa como así también el análisis de la demanda, resaltando puntos importantes como ser la demanda global, el mercado potencial absoluto, la cuota de mercado, y la demanda de la empresa (plan de ventas). Cabe mencionar además que se verá reflejado el tipo de estrategia a utilizarse.

CAPÍTULO IV: elabora un plan de marketing investigando tanto las variables controlables como las no controlables, a partir de ello se realiza un listado plano (análisis foda) de tal manera a establecer objetivos que permitan a la empresa realizar ciertas estrategias de comunicación para lograr una excelente participación en el mercado y atraer clientes potenciales.

CAPÍTULO V: el quinto capítulo detalla puntos muy importantes, en el cual también se desarrolla un listado plano para determinar objetivos de administración mediante estrategias ideales para el logro de los mismos. Aquí además se determina clara y explícitamente lo siguiente:

La estructura organizacional de la empresa, una descripción gráfica y comentada de la disposición física de la planta (layout), manual de funciones y procedimientos contenidos en el organigrama, fluxogramas, descripción de los procesos del departamento de Recursos Humanos (salarios, cargas sociales, proceso de reclutamiento), Descripción de la inversión necesaria en activos

(activos fijos), Análisis de la estructura de costos, Plan de cuentas y la Descripción de todo lo referente al área de producción.

CAPÍTULO VI: describe lo referente a los indicadores económicos del país, entre los mismos se puede mencionar: PIB (Producto Interno Bruto), Balanza comercial (importación/exportaciones), Fluctuación del tipo de cambio, Comportamiento de la reserva monetaria, Superávit o déficit Fiscal, Inflación entre otros datos relevantes.

CAPÍTULO VII: presenta el plan financiero de la empresa mediante el cual se podrá visualizar 17 (diez y siete) cuadros que reflejan de forma explícita la situación financiera

de la empresa, los mismos permiten analizar los datos, posteriormente determinar la viabilidad y rentabilidad del proyecto.