



UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

Aprobada por el Consejo de Universidades por Resolución N° 10/2010

“EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS DULCES”.

Gayozo González, Nilson
Universidad del Sol. Facultad Ciencias Empresariales, Asunción. Paraguay
ganil12@hotmail.com

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo principal, Identificar las condiciones favorables para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de productos dulces del mercado. Este trabajo ha sido elaborado con un enfoque descriptivo, no experimental y un diseño transversal. Se ha utilizado técnicas cuantitativas, recolectando datos en entrevista respaldadas por encuestas los cuales ampliaron la visión para comprender el potencial de la empresa y sus clientes. Entre los resultados más relevantes, se destacó que, los indicadores financieros utilizados han arrojado efectos positivos en la implementación del plan de negocios. El aporte original de esta investigación planteo una estrategia basada en estudios de mercado para asegurar la calidad y accesibilidad de los productos, priorizando la satisfacción del cliente. En conclusión, la implementación de este negocio es viable y beneficiosa, dado el alto interés del mercado. La clave del éxito radica en mantener calidad y precios competitivos, como también así lo positivo abarca desde el crecimiento empresarial hasta la generación de empleo y el desarrollo económico local.

Palabras Clave: Alimenticio. Dulce. Elaboración. Empresa. Productos.



UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

Aprobada por el Consejo de Universidades por Resolución N° 10/2010

ABSTRACT

The main objective of this research was to identify the favorable conditions for the creation of a company dedicated to the production and commercialization of sweet products in the market. This work was developed with a descriptive, non-experimental approach and a cross-sectional design. Quantitative techniques were used, collecting data through interviews supported by surveys, which expanded the understanding of the company's potential and its customers. Among the most relevant results, it is noteworthy that the financial indicators used showed positive effects in the implementation of the business plan. The original contribution of this research proposed a strategy based on market studies to ensure product quality and accessibility, prioritizing customer satisfaction. In conclusion, the implementation of this business is viable and beneficial, given the high market interest. The key to success lies in maintaining quality and competitive prices, as well as the positive impact ranging from business growth to job creation and local economic development.

Keywords: Food. Sweet. Production. Company. Products.



UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

Aprobada por el Consejo de Universidades por Resolución N° 10/2010

1. INTRODUCCIÓN

La investigación sobre la “EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS DULCES”. Aborda el estudio del mercado de productos dulces en la Ciudad de Asunción representa un crecimiento constante debido a la alta demanda de los consumidores que buscan calidad y accesibilidad en este tipo de alimentos. Sin embargo, a pesar de la presencia de diversas confiterías y panaderías, aún persisten desafíos en cuanto a la disponibilidad de productos que cumplan con estándares de calidad óptimos a precios competitivos. Muchos consumidores han manifestado dificultades para encontrar opciones que combinen buen sabor, frescura y costos accesibles, lo que genera una brecha en la oferta del mercado.

Además, la competencia en el sector impone la necesidad de estrategias diferenciadas que permitan a las nuevas empresas posicionarse y atraer clientes. Factores como la ubicación del negocio, la calidad de las materias primas y la atención al cliente juegan un papel fundamental en la sostenibilidad de una empresa dedicada a la producción y comercialización de productos dulces. Este contexto plantea la necesidad de identificar oportunidades de negocio que permitan satisfacer la demanda de los consumidores, fortaleciendo el sector y generando impacto económico y social en la comunidad.

El objetivo general de esta investigación es Identificar las condiciones favorables para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de productos dulces del mercado. A través de un enfoque cuantitativo, esta investigación Identifica las condiciones



UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

Aprobada por el Consejo de Universidades por Resolución N° 10/2010

favorables para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de productos dulces del mercado.

Este trabajo es original porque no solo busca la creación de una empresa de productos dulces, sino que plantea una estrategia empresarial bien fundamentada en estudios de mercado y análisis financiero detallado. Además, incorpora estrategias de diferenciación basadas en la calidad de los ingredientes, la innovación en la presentación de los productos y una política de precios accesibles que busca atraer a una amplia gama de consumidores.

En cuanto a la importancia de este trabajo destaca la contribución a la diversificación del sector gastronómico, fomentando la economía local y ofreciendo oportunidades laborales, como así también fortalecer la cultura del consumo de productos dulces con estándares de calidad accesibles para la población.



UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

Aprobada por el Consejo de Universidades por Resolución N° 10/2010

2. MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación utilizó un enfoque cuantitativo, diseñado para Identificar las condiciones favorables para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de productos dulces del mercado. Esta metodología usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”.

La investigación siguió un enfoque descriptivo, según Sampieri, et.al, la investigación descriptiva busca especificar las propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Este tipo de investigación tiene como propósito describir de manera detallada situaciones o eventos, sin intervenir ni modificar el entorno, proporcionando un panorama claro sobre lo que está ocurriendo.

La población objetivo de la investigación estuvo conformada para este emprendimiento por personas de 18 a 64 años que viven en la ciudad de Asunción en el Barrio la Encarnacena. Según Andrade (2005), La población es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado la cual define a la población como un universo, es decir un conjunto de personas, cosas o fenómenos que se encuentran sujetos a investigación y que tienen en común algunas características definidas



UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

Aprobada por el Consejo de Universidades por Resolución N° 10/2010

Se garantizó la confidencialidad de los participantes. Además, se aseguró que los datos obtenidos serían utilizados únicamente con fines de investigación y que no se compartirían con terceros sin el permiso explícito de los participantes.

3. RESULTADOS

En cuanto al primer objetivo específico “Identificar el resultado de la oferta y la demanda de la venta de productos dulces”. Se identificó una población de aproximadamente 521,025 habitantes en Asunción, con un enfoque específico en el barrio La Encarnación, que cuenta con un alto flujo de estudiantes y oficinistas. Un 84.9% de los encuestados consume productos de confitería, destacando el sabor como el principal factor de atracción (48.1%). El 66% de los encuestados compra productos dulces de manera diaria o semanal, lo que indica una demanda constante. Se identificaron competidores establecidos en la zona, como "La Negrita" y "La Alemana", que ofrecen productos similares. La escasez de confiterías de calidad en la zona presenta una oportunidad para la creación de Ña Luci Confitería, que se enfocará en ofrecer productos de alta calidad a precios accesibles.

En relación al segundo objetivo, “Analizar el valor de inversión que se requiere para la instalación de este negocio”. La inversión inicial necesaria para el proyecto se estima en Gs. 218.738.998, que abarca varios componentes clave. En primer lugar, se destinarán Gs. 8.000.000 para la construcción e instalación, mientras que Gs. 39.520.000 se asignarán a maquinarias y equipos. Además, se contemplan Gs. 10.000.000 para muebles y equipos de oficina, y un total de Gs. 35.114.827 para el capital de trabajo. Es importante destacar que los otros gastos incluyen



UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

Aprobada por el Consejo de Universidades por Resolución N° 10/2010

aspectos como gastos legales, transporte y publicidad. En cuanto al retorno de la inversión, se prevé que la recuperación de la inversión se logre en aproximadamente 3 años y 5 meses, con un Valor Actual Neto (VAN) de Gs. 106.338.872 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 28%.

Mientras que en el tercer objetivo “Lograr posicionarnos entre las mejores distribuidoras y comercializadoras, dando a conocer el producto y que llegue a venderse en los grandes mercados.” La estrategia de marketing se fundamentará en la implementación de campañas promocionales que resalten no solo la calidad y variedad de los productos ofrecidos, sino también la propuesta de precios competitivos que atraerán a un amplio espectro de consumidores. Se buscará posicionar a la confitería como un referente en el mercado a través de una comunicación efectiva que enfatice las características únicas de nuestros productos, tales como ingredientes frescos y recetas artesanales.

Además, la confitería se diferenciará por su atención al cliente excepcional, creando un ambiente acogedor y personalizado que invite a los consumidores a interactuar y disfrutar de una experiencia única. La personalización de productos será un pilar fundamental; ofreceremos a los clientes la posibilidad de adaptar sus pedidos a sus preferencias y necesidades, lo que no solo aumentará su satisfacción, sino que también fomentará un sentido de pertenencia y conexión con la marca.

Se espera que esta estrategia integral no solo mejore la experiencia del cliente, sino que también impulse la fidelización. Al ofrecer un servicio y productos de alta calidad, se generará una base de clientes leales que no solo regresarán, sino que también recomendarán la confitería a



UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

Aprobada por el Consejo de Universidades por Resolución N° 10/2010

amigos y familiares. Como resultado, se anticipa un aumento en la participación de mercado, consolidando nuestra posición en la industria y abriendo oportunidades para futuras expansiones y lanzamientos de nuevos productos.

La implementación de **Ña Luci Confitería** traerá múltiples beneficios tanto a nivel económico como social. En términos de desarrollo local, la generación de empleo directo e indirecto contribuirá al fortalecimiento de la economía, beneficiando a trabajadores, proveedores y otros comercios de la zona. Asimismo, al fomentar el emprendimiento y servir como un modelo de negocio exitoso, la confitería incentivará nuevas iniciativas dentro de la comunidad.

Por otro lado, la oferta de productos dulces de alta calidad y un servicio al cliente excepcional impactará positivamente en la experiencia de los consumidores, brindando un espacio acogedor que promoverá la interacción social y el sentido de comunidad. Este enfoque integral no solo consolidará la empresa en el mercado, sino que también fortalecerá la economía local de manera sostenible, posicionando a **Ña Luci Confitería** como un actor clave en la revitalización del comercio y el bienestar de la comunidad.

Finalmente, el objetivo general, Determinar las condiciones favorables para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de productos dulces del mercado, dando a conocer los productos con diferentes sabores y presentaciones para ser aceptados por los consumidores mediante herramientas de publicidad, promoción que ayudarán a alcanzar las metas establecidas; así poder enfocarse en brindar un servicio rápido, con calidad y puntualidad. La creación de la empresa **Ña Luci Confitería** no solo es viable desde el punto de vista financiero,



UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

Aprobada por el Consejo de Universidades por Resolución N° 10/2010

sino que también tiene el potencial de satisfacer una demanda insatisfecha en el mercado de productos dulces en Asunción. La combinación de un enfoque en la calidad, un análisis detallado de la competencia y una estrategia de marketing efectiva posicionará a la confitería como un jugador clave en el sector.



UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

Aprobada por el Consejo de Universidades por Resolución N° 10/2010

4. CONCLUSIÓN

En cuanto al primer objetivo, el análisis de la oferta y la demanda de productos dulces en el barrio La Encarnación de Asunción evidencia una oportunidad favorable para la creación de **Ña Luci Confitería**. La alta proporción de consumidores de confitería (84.9%) y la frecuencia de compra diaria o semanal (66%) reflejan una demanda constante en la zona. Aunque existen competidores establecidos, la identificación de una escasez de confiterías de alta calidad permite posicionar el nuevo emprendimiento como una alternativa competitiva. En este contexto, ofrecer productos diferenciados en términos de sabor y calidad a precios accesibles será clave para captar y fidelizar clientes, asegurando la viabilidad del negocio en el mercado local.

En relación al segundo objetivo, El análisis del valor de inversión requerido para la instalación de **Ña Luci Confitería** muestra que la inversión inicial estimada de Gs. 218.738.998 es adecuada para cubrir los componentes esenciales del proyecto, como construcción, maquinarias, muebles, equipos de oficina y capital de trabajo. La proyección de recuperación de la inversión en aproximadamente 3 años y 5 meses, junto con un Valor Actual Neto (VAN) positivo de Gs. 106.338.872 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 28%, indica que el negocio tiene un alto potencial de rentabilidad. Estos indicadores financieros reflejan la viabilidad económica del emprendimiento, posicionando a la confitería como una inversión sólida y atractiva en el mercado local.

En cuanto al tercer objetivo Para lograr el posicionamiento de **Ña Luci Confitería** entre las principales distribuidoras y comercializadoras del sector, se ha desarrollado una estrategia de



UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

Aprobada por el Consejo de Universidades por Resolución N° 10/2010

marketing basada en la promoción efectiva, la diferenciación del producto y la excelencia en la atención al cliente. La combinación de campañas promocionales, precios competitivos y una comunicación que resalte la calidad y autenticidad de los productos permitirá atraer a un público amplio y consolidar la marca en el mercado.

Además, la personalización de los productos y la creación de una experiencia de compra única fortalecerán la fidelización de los clientes, fomentando recomendaciones y un crecimiento sostenido. En consecuencia, se espera que la confitería no solo aumente su participación en el mercado, sino que también establezca bases sólidas para futuras expansiones, garantizando su reconocimiento y éxito a largo plazo.

Finalmente, el objetivo general, El estudio realizado permitió determinar que la creación de **Ña Luci Confitería** es una iniciativa viable tanto desde el punto de vista financiero como comercial. La demanda insatisfecha de productos dulces en Asunción, junto con un enfoque en la calidad, la diferenciación y una estrategia de marketing efectiva, brindan condiciones favorables para su implementación y crecimiento.

A través de herramientas de publicidad y promoción, la confitería podrá posicionarse en el mercado, logrando la aceptación de los consumidores mediante una oferta variada de sabores y presentaciones. Además, el compromiso con un servicio rápido, de calidad y puntual reforzará la fidelización de los clientes y consolidará la empresa como un referente en el sector. En conclusión, **Ña Luci Confitería** no solo representa una oportunidad de negocio rentable, sino también una contribución al desarrollo económico local y a la generación de empleo.



UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

Aprobada por el Consejo de Universidades por Resolución N° 10/2010

5. BIBLIOGRAFÍA

Arias, M. (2012). Metodología de la Investigación. Editorial McGraw-Hill.

Chiavenato, I. (2007). Administración de Recursos Humanos. Editorial Pearson Education.

David, F. (2003). Planificación Estratégica. Editorial Pearson Education.

David, Fred R. (2013). Conceptos de Administración Estratégica. 14° ed. Prentice–Hall. México

Flor Romero, Martin. (2013). “*Organización y Procesos Empresariales*”. (O&M). Paraguay:

Editorial Lito color

Mc Graw Hill (2018). Administración. Editorial McGraw-Hill.

Medina, J. & Avila, J. (2002). Teorías Administrativas Contemporáneas. Editorial McGraw-Hill.

Palomo, L. (2008). Administración Estratégica. Editorial Pearson Education.

Park, Il Sung, (2012). “Proceso de Creación y Gestión de la Empresa”. 2da. ed. Asunción, Paraguay.

Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta ed.).

McGraw-Hill.

Thompson, A., Strickland, A. & Gamble, J. (2004). Administración Estratégica. Editorial Pearson Education.