

Administración de Empresas

“FRUCKTAILS”

Ana María Florentín Villalba

Asunción – Paraguay

2017

INDICE

INTRODUCCIÓN	7
RESUMEN EJECUTIVO	8
CAPITULO I – ANTECEDENTES DEL PROYECTO	9
Necesidad.....	9
Solución de un problema existente.....	9
Principales competidores.....	27
Introducir nuevo producto/servicio.....	28
Idea inicial del negocios.....	28
Características Generales.....	28
Justificación.....	28
Naturaleza de la idea del negocio.....	29
Sector Económico.....	29
Denominación.....	29
Naturaleza.....	29
Actividades.....	29
Alcance de la idea del negocio.....	29
Mercado global.....	29
Mercado potencial.....	29
Ventaja competitiva.....	29
Análisis de fuerzas de Michael Porter.....	29
MACROECONOMIA	33
Desempleo.....	34
PIB.....	34
Variación del dólar.....	34
Inflación.....	35
Variación del salario mínimo.....	35
MICROECONOMIA	35
Elasticidad de la Oferta.....	35
Elasticidad de la Demanda.....	36
Análisis de demanda.....	37
Clientes potenciales.....	37
Volumen del consumo.....	37
Estadísticas generales relacionadas al consumo.....	37
Relevamiento de interés.....	38
Beneficio esperado.....	38
Tipología y características deseadas.....	38
Envases, embalajes, servicios posventa.....	38
Canales de comunicaciones.....	38
Estimación de precios.....	38
Determinación de vías de acceso.....	39
CAPITULO II – PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL	40
Descripción de la Empresa.....	40
Denominación.....	40

Nombre.....	40
Logo.....	40
Lema.....	40
Tipología de la Empresarial.....	40
Justificación de elección.....	40
Misión.....	41
Visión.....	41
Valores.....	41
Objetivos.....	43
Organigrama General.....	44
Análisis situacional de la Empresa (FODA).....	45
Análisis de factores ponderados para localización.....	47
Selección y justificación de indicadores.....	47
Determinación de peso relativo por indicadores.....	47
Selección y justificación de potenciales lugares.....	48
Ponderación de ubicaciones y selección final.....	48
Estructura de Mintzberg.....	49
Manual de organizaciones y funciones.....	50
Políticas de reglamentos.....	53
Manual de procedimientos.....	55
Fluxograma.....	56
Layout.....	59
Aspectos Jurídicos de la Empresa.....	76
Ley 1183/85 Código Civil.....	76
Ley 213, Código Laboral.....	79
Ley 1034/83, del comerciante.....	81
Ley 1352/88, RUC, Ministerio de Hacienda.....	82
Ley 881/81, Régimen Tributario Municipal.....	84
Ley 125/91 y 2421/04 Régimen impositivo (IVA).....	85
Ley 284/7, Tasas Judiciales.....	86
Ley 1294/98, de Marcas.....	87
Ley 836/80, Código Sanitario.....	88
Plan Fiscal de la Empresaria.....	90
Plan Operacional.....	93
CAPITULO III - PLAN DE COMERCIALIZACIÓN.....	97
Marketing Estratégico.....	97
Macrosegmentación.....	97
Dimensiones del mercados.....	97
Funciones.....	97
Grupo de compradores.....	97
Tecnologías.....	97
Identificación de módulos producto – mercado.....	98
Selección y justificación de estrategias.....	98
Microsegmentación.....	98
Elección de segmentos objetivos.....	98

Elección de posicionamiento.....	98
Selección y justificación de mercado meta.....	98
Estrategia de Ansoff.....	99
Selección y Justificación.....	99
Estrategia de Porter.....	100
Selección y Justificación.....	100
Marketing Operativo.....	101
Mix de marketing para productos(4Ps).....	102
Mix de marketing para servicios (7Ps).....	120
CAPITULO IV – PLANIFICACIÓN FINANCIERA	107
Cuadro 1 – Inversión y financiamiento.....	107
Cuadro 2 – Cronograma de Inversión y financiamiento.....	108
Cuadro 3 – Servicio de deuda.....	109
Cuadro 4 – Ventas del Proyecto.....	110
Cuadro 5 – Capital de trabajo requeridos.....	111
Cuadro 6 – Costos del proyecto.....	112
Cuadro 6.1 – Estructura de costos fijos y variables.....	112
Cuadro 7 – Estados de resultados proyectados.....	113
Cuadro 8 - Calculo de rentabilidad del Proyecto (C.F).....	114
Cuadro 8.1 - Calculo de rentabilidad del Proyecto (S.F).....	115
Cuadro 9 – Calculo de depreciaciones y amortizaciones.....	115
Cuadro 10 – Fuentes y usos de fondos.....	116
Cuadro 11 – Calculo de punto de equilibrio.....	117
Cuadro 12 – Balances Proyectados.....	117
CAPITULO V – PLANIFICACIÓN CONTABLE.....	118
CAPITULO VI – RESPONSABILIDAD SOCIAL (RSE).....	128
Impacto ambiental.....	128
Impacto sociodemográfico.....	128
Impacto cultural.....	129
Aspectos éticos de la sustentabilidad del proyecto.....	129
CAPITULO VII – PLAN DE EXPANSIÓN EMPRESARIAL.....	130
Riesgo interno de expansión.....	130
Riesgo externo de expansión.....	130
CONCLUSIÓN.....	132
BIBLIOGRAFÍA.....	133
ANEXOS.....	134

RESUMEN

El presente proyecto ha sido realizado con el objetivo de buscar la forma de satisfacer y precisar la idea general de los cócteles tradicionales a consumir un cóctel sin alcohol, y de analizar factores implicados en la elaboración y comercialización de una bebida funcional y natural a base de mezclas de frutas tropicales y otros componentes.

El trabajo presenta los antecedentes, objetivos del proyecto, características, usos y beneficios del cóctel a base de frutas tropicales. Luego se describe brevemente de que trata el negocio y su justificación.

Se describe la materia prima, insumos y mano de obra requeridos en el proceso de elaboración de la bebida.

La realización de este proyecto se justifica no solo porque exista una gran demanda por el consumo de cócteles sin alcohol, sino también para ofrecer una alternativa de bebida funcional dentro del mercado de los productos naturales en la ciudad de Asunción.