

Ingeniería Comercial

TROPICANA S.R.L.

Mónica Mercedes Pedemonte Fernández

Asunción - Paraguay

2012

INDICE

Agradecimiento	1
Dedicatoria	2
Índice	3
Introducción	7
Resumen Ejecutivo	9
CAPITULO I: CONCEPTO DEL NEGOCIO	12
Descripción de la empresa	12
Visión	13
Misión	13
Valores	13
Objetivos	16
Tipo de Sociedad	17
Estructura	25
Organigrama	27
Tipo de Estructura y Mecanismos de Control	27
Necesidades de los Clientes	28
Objetivo General de la Investigación	28
Objetivos Específicos	28
Requerimientos de Información	29
Tipos de Instrumentos a utilizar en la Investigación	29
Tipos de Datos	32
Tamaño de la Muestra – Población y Muestra	34
Desarrollo del Instrumento Elegido	39
Presentación de los Resultados de la Encuesta	39
Descripción del Producto o Servicio	45
Ventaja Competitiva	48
Análisis Situacional de la Empresa (FODA)	49
Matriz FODA	52
CAPITULO II: ANALISIS DEL MERCADO	53
Análisis de la Oferta	53
Análisis de la Demanda	55
Análisis de Estructura Competitiva del Sector	58
CAPITULO III: PLAN DE MARKETING	64
Las 7 “P” del Marketing	64
Producto	64
Precio	66
Plaza	66
Promoción	67
Personal	67
Presencia	68
Procesos	69
Macro segmentación	70

Micro segmentación 71
Ciclo de Vida del Producto 72
Estrategia según Porter 75
Estrategias según Ansoff 77
Plan de Ventas 80
Plan de Compras 82
Plan de Publicidad 84

CAPITULO IV: PLAN OPERACIONAL DE LA EMPRESA 85

La Estructura Operativa 85
Servicios y Actividades 87
La infraestructura y los Equipos 88
Principales Proveedores 91
Descripción del Proceso de RRHH 93
Cuadro de Salarios y Cargas Sociales 99
Manual de Funciones 99
Manual De Procedimientos 115
Flujogramas 119
Perfil de Puestos 122
Plan de Cuentas 139
Definiciones Básicas de Contabilidad 133

CAPITULO V: PLAN FINANCIERO DE LA EMPRESA 136

Cuadro de Inversiones 136
Cronograma de Inversiones 136
Depreciaciones y Amortizaciones 137
Cuadro de Mano de Obra 138
Servicio de la Deuda 138
Cronograma de Producción 139
Cuadro de Ingresos Proyectados 140
Cuadro de Costos Totales 140
Puntos de Equilibrio 141
Capital de Trabajo Requerido 141
Variación del Capital de Trabajo Requerido 141
Estado de Resultados con Financiamiento 142
Estado de Resultados sin Financiamiento 142
Balance General con Financiamiento 143
Balance General sin Financiamiento 143
Flujo de Caja sin Financiamiento 144
Flujo de Caja con Financiamiento 144
Ratios Financieros 145

CAPITULO VI: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL 146

Impacto Ambiental 146
Impacto Socioeconómico 146
Impacto Cultural 148
Aspectos Éticos de la Sustentabilidad del Proyecto 151

CAPITULO VII: PLAN DE EXPANSION DE LA EMPRESA 151

Plan de Expansión	150
Cambios necesarios para la expansión	150
Riesgos Internos	152
Riesgos Externos	152
Plan Estratégico de Salida	153
Conclusión	156
Bibliografía	158
Anexos	160

RESUMEN

El proyecto TROPICANA S.R.L. se refiere a la implementación de una empresa que produce y comercializa jugos y bebidas elaboradas con frutas naturales, su alto nivel de innovación permite ofrecer también otro tipo de productos no ofrecidos en el mercado por la competencia, todo esto sin perder la característica principal en cuanto a su elaboración como es el uso de frutas naturales y la combinación de los distintos sabores. TROPICANA busca liderar en el mercado al cual se dirige a mediano plazo, brindando alto nivel de calidad en cuanto a la elaboración de sus productos, así también un excelente servicio de atención. El proyecto busca su posicionamiento y sostenibilidad en el mercado a través de la estrategia de liderazgo en costos.

Es una empresa que estará localizada en la zona con mayor movimiento comercial actualmente de la capital. Nuestros productos están dirigidos a todo público, de todas las edades y niveles sociales.

Según el estudio de mercado realizado, existe demanda insatisfecha la cual nos da una perspectiva de que incluso produciendo a su máxima capacidad no se podría satisfacer completamente la demanda.

Este tipo de demanda se encuentra insatisfecha según los estudios de mercado realizados por el grupo de trabajo que intervino en el proyecto, dando una perspectiva global de que incluso trabajando el proyecto a su máxima capacidad, no se podría satisfacer completamente la demanda del mercado, aun así, la empresa podrá extenderse a medida que se consolide en el mercado a través de la adecuada estrategia de marketing que promoció el valor agregado para la percepción del cliente, que logrará por medio de la publicidad y la proyección de una imagen de prestigio y buen gusto, lo que permitirá lograr mayor aceptación del servicio.

Para superar el desempeño de los competidores, se eligió la estrategia de Michael Porter, TROPICANA adopta la estrategia de liderazgo en costos como pieza fundamental en el desempeño frente a los competidores del mercado al cual se desea ingresar.

La empresa TROPICANAS.R.L., cuenta con 11 empleados por lo que será una pequeña empresa con proyección a crecimiento, los mismos gozaran de los beneficios sociales exigidos por la ley. La recarga social mensual es de 24.8% que consiste en: 16.5% IPS, 3.3% Vacaciones y 5% para Bonificación Familiar.

La inversión total del proyecto asciende a la suma de Gs. 127.590.000, de los cuales Gs.87.590.000 (68,65%) son aporte propio de los socios y Gs. 40.000.000 (31,35%) será financiado a través de un banco.

Esta inversión será destinada a la compra de equipos de cocina y de salón, como también a la compra de una unidad móvil, creación de una página web apropiada para el negocio, adquisición de medios electrónicos de pago tanto para el negocio físico como el electrónico, gastos de lanzamiento publicidad, etc.; también la inversión será destinada a trámites para la apertura del negocio y capital de trabajo.

Con respecto a las ventas proyectadas, el índice de comercialización indica el porcentaje de ventas efectivas que se considera mínimo, teniendo para desde el segundo un crecimiento efectivo del 30% anual hasta el año 5 que se considera el año que la empresa ya estará consolidada en el mercado.

El punto de equilibrio contable para el proyecto es de 46,64 % y el punto de equilibrio financiero es de 46,04%. en el primer año.

La utilidad neta del proyecto al final del año 1 será de Gs. -24.103.870 y va creciendo durante todo el ciclo de vida del mismo hasta alcanzar una utilidad de Gs.249.909.131 neta sobre las ventas.

La evaluación financiera del proyecto sin financiamiento tendría un VAN de Gs. 100.037.174 y una TIR del 54% a una tasa de corte del 17% y el tiempo de recuperación del capital sería en 1 año y 8 meses.

La evaluación financiera con financiamiento del proyecto tendría un VAN de Gs. 19.799.935 y una TIR del 59% a una tasa de corte del 17% y el tiempo de recuperación del capital sería en 1 año y 6 meses

Teniendo en cuenta que el proyecto cumple con los requisitos tanto económicos como jurídicos para su puesta en marcha, se considera que el proyecto es viable y sustentable durante todo su ciclo de vida, se recomienda, por lo tanto, la implementación del mismo.