

**Ingeniería Comercial**

**Squeeze S.R.L**

**Rossana Monserrath Díaz Agüero**

**Asunción –Paraguay**

**2017**

# ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS 4

DEDICATORIA 5

INTRODUCCIÓN 11

RESUMEN EJECUTIVO 12

CAPÍTULO 1 13

a- Declaración de la idea del proyecto 13

· Declaración de la Visión 13

· Declaración de la Misión 14

· Valores 15

· Objetivos 16

✓ Objetivos a corto plazo 16

✓ Objetivos a largo plazo 17

✓ Objetivo General de la Investigación 18

✓ Objetivos Específicos 18

· Localización de la empresa 19

b- Ventaja Competitiva 21

CAPÍTULO 2 22

a- Aspectos Jurídicos 22

· Proceso de Apertura del Negocio 22

· Constitución Jurídica 22

· Acta de Constitución de Sociedad 23

· Inscripción en el Registro Público de Comercio 24

· Matrícula de Comerciante 25

· Rúbrica de Libros Contables 26

· Inscripción en el Ministerio de Hacienda (RUC) 27

· Impuesto al Valor Agregado (IVA) 28

· Impuesto a la Renta 30

· Apertura en la Municipalidad de Mariano R. Alonso 31

· Instituto de Previsión Social (IPS) 33

· Ministerio de Justicia y Trabajo 34

CAPÍTULO 3 36

Aspectos Económicos 36

a- Macroeconomía 36

· Tasa de Desempleo 36

· Producto Interno Bruto (PIB) 37

· Variación del Dólar 38

· Tasa de Inflación 39

· Variación del Salario Mínimo 40

b- Microeconomía

· Elasticidad de la Oferta 41

· Elasticidad de la Demanda 42

CAPÍTULO 4 43

- Aspectos Administrativos 43
- a- Estructura Organizativa 43
  - Elementos de la Estructura Organizativa 44
  - ✓ Ápice Estratégico 44
  - ✓ Línea Media 44
  - ✓ Núcleo Operativo 45
  - ✓ Staff de Apoyo 45
  - ✓ Tecnoestructura 46
  - Organigrama Squeeze SRL 47
- b- Configuraciones Administrativas según Mintzberg 48
  - Estructura Simple 48
  - Burocracia Mecánica 48
  - Burocracia Profesional 49
  - Estructura Divisionalizada 50
  - Mecanismos de Control 52
  - ✓ Control 52
- a- Control de Producción 53
- b- Control de Compras 53
- c- Control de Mercadotecnia 54
- d- Control de Ventas 54
- e- Control de Finanzas 54
- f- Control de Recursos Humanos 54
- ✓ Mecanismos de Control 55
  - a- Adaptación Mutua 56
  - b- Supervisión Directa 56
  - c- Estandarización de Procesos 57
  - d- Estandarización de Resultados 57
  - e- Estandarización de Habilidades 57
  - f- Estandarización de las Normas 58
- a- Proceso de Recursos Humanos 58
  - Proceso de Planeación de Recursos Humanos 58
  - Reclutamiento 58
  - Selección 58
  - Contratación e Inducción 59
  - Evaluación de Desempeño 60
  - Remuneración 62
  - Desarrollo de Personas 63
- b- Manual de Organización y Funciones 63
  - Perfil del Puesto 70
- c- Manual de Procedimientos 74
- d- Fluxograma 77
- e- Layout 81
  - Estructura Operativa 81

f- Definiciones básicas de Contabilidad 82

- Contabilidad 82
- Activo 83
- Activo Corriente 83
- Activo No Corriente 83
- Pasivo 84
- Pasivo No Corriente 85
- Pasivo Corriente (corto plazo) 85
- Patrimonio Neto 85
- Estados Financieros 86
- Cuenta Contable 89
- Plan de Cuentas 89

CAPÍTULO 5 92

Análisis de Mercado 92

- 1- Investigación de Mercado 92
    - a- Identificar y definir el problema u oportunidad 92
    - b- Objetivos de la Investigación de Mercado 92
    - c- Diseño de la Investigación 95
    - d- Método de recolección, procesamiento y análisis de datos 97
    - e- Diseñar la muestra 101
      - Codificación y Tabulación 110
  - 2- Análisis de la Oferta- Principales Competidores 126
  - 3- Análisis de la Estructura Competitiva del Sector (Porter) 130
    - Rivalidad entre los Competidores 130
    - Barreras de Entrada 130
    - Poder de los Proveedores 130
    - Poder de los Clientes 131
    - Productos Sustitutos 131
- ✓ Conclusión 134

CAPÍTULO 6 135

Plan de Marketing 135

- 1- Análisis FODA 135
  - Análisis Externo 135 · Análisis Interno 136 · Matriz FODA 137
- 2- Marketing Estratégico 139
  - Ciclo de vida del Producto 142
    - a- Estrategias según Igor Ansoff 144
      - ✓ Penetración en el Mercado 144
      - ✓ Desarrollo del mercado 144
      - ✓ Desarrollo del producto 145
      - ✓ Diversificación 146
    - b- Estrategias según Michael Porter 147
      - ✓ Estrategia de Liderazgo en Coste 147
      - ✓ Estrategia de Diferenciación 148

✓ Estrategia de Enfoque	148
3- Marketing Operativo	149
✓ Producto	149
✓ Precio	149
✓ Plaza	149
✓ Promoción	150
· 3 P's Adicionales	150
✓ Personas	150
✓ Procesos	150
✓ Presentación/ Evidencia Física	150
CAPÍTULO 7	155
Aspectos Operacionales	155
1- Compras	155
2- Servicios y Actividades	158
3- Proveedores	159
CAPÍTULO 8	160
Responsabilidad Social	160
✓ Internos	160
✓ Externos	160
1- Impacto Ambiental	162
2- Impacto Socioeconómico	163
3- Impacto Cultural	164
4- Aspectos éticos de sustentabilidad del proyecto	165
CAPÍTULO 9	167
Plan de Expansión	167
1- Riesgos Internos de Expansión	168
2- Riesgos externos de Expansión	169
a- Barreras de Salida	170
b- Imagen de Marca	171
CAPÍTULO 10	173
Aspectos Financieros	175

## **RESUMEN**

El Presente proyecto se basa en un estudio para la creación de una empresa que elabora y comercializa jugos naturales y otros productos saludables en la ciudad de Mariano R. Alonso, específicamente en los barrios más aledaños como el B° San Jorge, San Ramón y Santa Librada, es una zona donde existen sanatorios, hospitales, consultorios, escuelas y empresas; esto nos beneficia de forma estratégica en la ubicación para poder ofrecer rápidamente nuestros productos ó que los clientes potenciales se acerquen.

La zona de Mariano R. Alonso es un mercado potencial para comercializar los jugos naturales, porque existe un crecimiento importante en la compra de estos productos. Es fundamental la calidad, innovación, tecnología y la atención en este sector ya que los posibles clientes están interesados en obtener satisfacción con lo que consumen con calidad y a buenos precios.

El proyecto se especializará en la elaboración y comercialización de productos frescos y naturales, ya sea en jugos, sándwiches, ensaladas u otros alimentos de igual manera saludables ofreciendo calidad y atención personalizada por las personas que trabajan en Squeeze SRL, ya que las mismas serán capacitadas para transmitir confianza, afabilidad y seguridad a la hora de ofrecer y servir los productos de manera a que se note la calidad de los mismos.

Los estudios de mercado locales indican que existe una gran demanda para estos productos, vamos a penetrar al mercado de forma considerablemente rápida gracias a un modelo de negocio sólido, una planeación a largo plazo y un equipo directivo capaz de materializar esta gran oportunidad.

En primer momento SQUEEZE SRL venderá sus productos en un local del Shopping Mariano, con el tiempo y consolidación de la empresa se pretende la apertura de otras sucursales en zonas como Gran Asunción y otros lugares también estratégicos.