

Administración de Empresas

“Elementos de limpieza UPC. SRL”

Valeria Cáceres Bozzano

Asunción - Paraguay

2017

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5
RESUMEN EJECUTIVO	8
Localización	10
Capítulo 1. Concepto del Negocio	12
Visión y Misión	13
Valores	14
Análisis del Cliente	15
Descripción del Servicio y de los Productos	17
Ventaja Competitiva	25
Capítulo 2. Aspectos Jurídicos.	27
Capítulo 3. Aspectos Económicos.	37
Elasticidad de la Demanda	39
Elasticidad de la Oferta	40
Capítulo 4. Aspectos Administrativos.	42
Organigrama según Henry Mintzberg	42
Estrategias de Recursos Humanos	45
Manuel de Organizaciones y Funciones	46
Proceso de Producción	49
Flujograma	51
Capítulo 5. Análisis de Mercado	52
Investigación de Mercado	52
Diseñar la Muestra	54
Análisis de Estructura Competitiva	68
Análisis según Michael Porter	68
Capítulo 6. Plan de Marketing	72
FODA	72
Estrategia según Igor Ansoff	75
Estrategia según Michael Porter	75
Capítulo 7. Aspectos Operacionales	77
Proceso de Producción	78
Control de Calidad	80
Capítulo 8. Responsabilidad Social	87
Capítulo 9. Aspectos Financieros	91
Conclusiones	99
Bibliografía	100
Anexos	101

RESUMEN

La idea de la creación de una Empresa de Producción y Ventas de Elementos de Limpieza hace posible la realización de la empresa “UPC” que fabrica y comercializa productos de aseo industrial con atributos de valor que generan una característica innovadora. Debido a la existencia de varias empresas existentes en el mercado que elaboran los mismos productos a fabricar, se ha buscado un valor diferenciador el cual se determinó al observar las necesidades de los clientes y las fallas que actualmente existen en el mercado, por esta razón los atributos agregados a esta nueva compañía a crear son:

- La concentración de sus componentes químicos, de esta forma se busca aumentar el rendimiento de todos los productos, con la ventaja a mantener el precio del mercado.
- Ofrecer entrenamiento a los empleados (usuarios del producto) con instrucciones constantes del uso de los productos, temas de Seguridad Industrial incluidas en las IBS (Instituto de Bienestar Social)
- Brindar charlas que permitan tener un contacto más personal con cada miembro del equipo (empleados, gerente y administrador(a)) para apoyar e impulsar la construcción de una mini empresa.

Estos atributos son de carácter humano, lo cual son características que va más allá de ofrecer un producto, para brindar una educación en diferentes perspectivas a los miembros involucrados con los productos. Con esta misma perspectiva la Responsabilidad Social de trabajar con Entrenamiento a los empleados encargados de la limpieza, con el fin de ofrecer charlas privadas a los empleados del conjunto en temas relacionados con el crecimiento en la vida personal y laboral de las personas, los cuales son temas que van más allá del trabajo individual y grupal para darle una perspectiva más amplia de las posibilidades de emprendimiento que existen en el país, para esto los empleados de “UPC” y los dueños van a ser el reflejo de las posibilidades que existen en el país de crecimiento independiente.

Como primera instancia se quiere llegar a un segmento determinado del Departamento Central. La idea es conquistar en el transcurso de 3 años un mínimo de 10% hasta un máximo de 30% con el fin de posicionar la compañía UPC dentro del Sector. La participación del mercado depende de factores internos y externos por tal motivo se crearon 3 escenarios posibles a participar otorgando así un margen de error. En el transcurso de los 3 años se espera fidelizar al cliente y cerrar por lo menos 100 contratos de ventas anuales con grandes Empresas para así mantener el punto de equilibrio. La forma de venta es directa, en donde el vendedor visita al administrador y realiza una venta persuasiva para cerrar contratos con las Empresas. De esta forma no se pautará en medios publicitarios para crear recordación en el cliente, sino se proporcionará confianza al cliente y este lo propagará a los demás administradores por medio de la comunicación voz a voz, ahorrando de esta forma dinero en comunicación, sin dejar de lado que existirá una página de Internet y brochures que obtengan información de la compañía.

Como se mencionó anteriormente en la responsabilidad social se va a crear una alianza con la Fundación Unidos por Cristo, para la fabricación por medio de una maquila de los 6 productos que son: Ambientador líquido (desodorante de ambiente), blanqueador (Lavandina al 12%), detergente concentrado, jabón líquido

y suavizante para ropas y cera. Según los datos, proyecciones de ventas, ingresos, gastos y demás Valor Presente Neto (VPN) y una Tasa Interna de retorno (TIR). Lo cual permite ver el negocio con una empresa rentable y competitiva en el mercado nacional e internacional al cumplir con todas lo pertinente para una nueva empresa.