

Administración de Empresas

Proyecto Vida Sana S.R.L.

Autores:

Víctor Raúl Martínez Ortiz

Stefano Rossi Catolino

Asunción – Paraguay

Año 2015

INDICE

Capítulo I. Introducción	1
Introducción a la idea del proyecto	2
1.2. Requerimientos Jurídicos	3
1.2.1. Nombre o razón social	3
1.2.2. Tipo de Sociedad	3
1.2.3. Constitución jurídica	4
1.3. Localización de la Empresa	15
Capítulo II. Investigación de Mercados	21
2.1. Objetivo General de la Investigación	22
2.1.1. Beneficios de la Investigación de Mercados	22
2.2. Establecer los objetivos de la investigación	27
2.3. Tipo de Investigación	31
2.4. Procedimiento de recolección de datos	32
2.5. Determinación del plan y tamaño de la muestra	36
2.6. Recolección de datos	38
2.7. Codificación y Tabulación	43
2.8. Análisis de los datos	43
2.9. Conclusiones	67
Capítulo III. Plan de Marketing	70
3.1. Análisis de la Macrosegmentación	71
3.2. Análisis de la micro segmentación	75
3.3. Análisis de la demanda	80
3.3.1. Cálculo de la demanda global	80
3.3.2. Cálculo del mercado potencial absoluto	84
3.3.3. Cuota de mercado	85
3.3.4. Demanda de la empresa como objetivo de ventas	86
3.4. Plan de Marketing	91
3.4.1. Descripción de las variables controlables 7P	91
3.4.2. Variables no controlables	105
3.5. Análisis Situacional. Matriz FODA	108
3.6. Objetivos del Plan de Marketing	112
Capítulo IV. Administración	125
4.1. Lineamiento Estratégico	126
4.1.1. Declaración de la visión	127
4.1.2. Declaración de la misión	129
4.1.3. Análisis de la estructura Competitiva del sector	130
4.1.4. Análisis Situacional	138
4.2.- Plan de administración	146
4.3. Estructura Organizacional	155
4.4. Estructura Organizacional de Mintzberg	166
4.5. LAYOUT	168
4.6. Costo de producción y comercialización	170

4.7. Manual de Funciones	172
4.8. Manual de Procedimientos	184
4.9. Fluxogramas – Código ASME	189
4.10. Recursos Humanos	192
4.11. Cuadro de Inversión Inicial de Activos	193
4.12. Plan de Cuentas	194
4.12. Definiciones Básicas de Contabilidad	201
Capítulo V. Aspecto Económico	206
5.1. Aspecto Económico	207
5.1.1. Producto Interno Bruto (PIB)	207
5.1.2. Balanza comercial (importación/exportaciones)	210
5.1.3. Fluctuación del tipo de cambio	213
5.1.4. Comportamiento de la reserva monetaria	215
5.1.5. Superávit o déficit Fiscal	216
Capítulo VI. Plan Financiero de la Empresa	218
6.1. Inversión y Financiamiento	219
6.2. Cronograma de Inversión y financiamiento	220
6.3. Servicio de la deuda	221
6.4. Ventas del Proyecto	222
6.5. Capital de Trabajo requerido	223
6.6. Costos del Proyecto	224
6.6.1. Estructura de costos fijos y variables	225
6.7. Estados de Resultados del Proyecto	226
6.8.1. Cálculo de la rentabilidad del Proyecto sin financiamiento	227
6.8.1. Cálculo de la rentabilidad del Proyecto con financiamiento	228
6.9. Cálculo de Depreciaciones y Amortizaciones	229
6.10. Fuentes y usos de fondos	230
6.11. Cálculo del Punto de Equilibrio	231
6.12. Balances Proyectados	232
Capítulo VII. Responsabilidad Social Empresarial y Plan de Expansión	233
7.1. Impacto Ambiental	236
7.2 Impacto Socio-Económico	237
7.3. Impacto Cultural	238
7.4. Aspectos Éticos de la Sustentabilidad del proyecto	239
7.5. Plan de Expansión	240
Conclusión	243
Bibliografía	245
Anexos	247

RESUMEN

El negocio propuesto es VIDA SANA S.R.L dedicada a la producción y venta de jugos naturales y postres en dos líneas; una tradicional y otra para diabéticos con los requerimientos nutricionales específicos. Profesionales tecnólogos de producción y nutricionistas elaborarán una serie de propuestas atractivas para los consumidores por su sabor y propiedades, ya sea por la forma de elaboración o por la combinación de las materias primas. Se escoge como denominación de la empresa “Vida Sana” con la intención de que el mismo sea simple, intuitivo y preciso. Habiendo establecido el método de evaluación por puntos se opta por la zona Terminal de Ómnibus - Barrio Nazareth, que obtuvo la mayor calificación ponderada para la localización micro de la sede administrativa y de producción del proyecto empresarial Vida Sana S.R.L. El estudio de mercado reveló que; una gran mayoría de las personas expresa su opinión favorable para la instalación de una empresa de las características de Vida Sana S.R.L. en su zona geográfica de residencia, de trabajo o de estudio. En cuanto al precio, para ambas líneas, los consumidores consideran mayoritariamente como “adecuado” el precio actual de los jugos y postres, estableciendo la elección de compra de dichos productos en rangos que van de Gs. 6.000 a 15.000. En cuanto a las estrategias competitivas de Porter, se opta por la estrategia de Diferenciación, ya que se ha detectado que los consumidores se encuentran ávidos de productos de excelente calidad nutricional. Además, se poseerá otros factores de diferenciación como líneas de comercialización e imagen positiva por sus productos que benefician la salud, la buena alimentación y un sabor muy agradable. Considerando las propuestas de crecimiento de Ansoff, se opta por la estrategia de crecimiento de penetración del mercado, ya que se lanzarán nuevas líneas de productos con alta calidad nutricional que sustituirán a los actuales de baja calidad nutricional que suponen una gran variación y mejora sobre los actuales productos, obteniendo así una mayor cuota del mercado. El estudio financiero revela una necesidad de inversión inicial de Gs. 1.720.000.000 que se cubre con 71% de aporte propio y 29% de aporte del mercado financiero. El punto de equilibrio financiero resultante para el primer año es 60% (financiero) y 64% (contable). El proyecto tiene una T.I.R. de 36% sin financiamiento y 41% con financiamiento, un indicador más de la rentabilidad del mismo, ya que su nivel es muy superior al costo del capital en el mercado, optándose por el sistema con financiamiento para Vida Sana S.R.L. Así mismo el V.A.N. con y sin financiamiento demuestran la alta viabilidad y posibilidad de éxito de Vida Sana S.R.L.