

Universidad de los Andes
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Escuela de Administración y Contaduría Pública
Mérida – Venezuela

INFORME N° 01
CERVECERIA POLAR

Integrantes:

15.517.366	Araque Maria Eugenia C.I.
19.995.598	Campos Quintero Shelly C.I.
	Sulbaràn Wendy C.I. 14.401.859
	Uzcàtegui Pérez Carlos E. C.I.17.340.661
15.516.569	Zerpa Nakary L. C.I.



EMPRESAS POLAR

PRODUCTO: CERVECERIA “POLAR”

Reseña Histórica

La primera cerveza Polar en fabricarse fue en 1941 y fue fundada por Lorenzo Mendoza Fleury saliendo al mercado Cerveza Polar o Polarcita tipo Pilsen.

Su ubicación en Antímano al oeste de Caracas, luego en 1943 ingresa a la Cervecería Polar como maestro cervecero Carlos Roubicek quien modifica la fórmula, desde entonces la marca logró crecer hasta consolidarse como la primera cerveza de Venezuela en ventas, en parte por la ventaja que suponía ser una de las pocas cerveceras nacionales compitiendo con pequeñas cerveceras regionales.

Entre 1999 y 2002 hubo un cambio en el gusto del consumidor venezolano que hizo que la cerveza Polar fuera desplazada del primer lugar de consumo por las cervezas de tipo ligera o light, desde 2003 Polar Ice reemplaza ese lugar de preferencia.

Misión

Satisfacer las necesidades de consumidores, clientes, compañías vendedoras, concesionarios, distribuidores, accionistas, trabajadores y suplidores, a través de sus productos y de la gestión de nuestros negocios, garantizando los más altos estándares de calidad, eficiencia y competitividad, con la mejor relación precio/valor, alta rentabilidad y crecimiento sostenido, contribuyendo con el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad y el desarrollo del país.

Enfoque de la Misión al Marketing:

Su misión está enfocada al **marketing social**, ya que en esta refleja lograr la satisfacción de las necesidades de todo su entorno en general, a través de productos de alta calidad a precios accesibles dirigidos a los consumidores. Además de satisfacer al consumidor, contribuye con la sociedad en la cual se desenvuelve.

Visión

Ser una corporación líder en alimentos y bebidas, tanto en Venezuela como en los mercados de América Latina, donde participaremos mediante adquisiciones y

alianzas estratégicas que aseguren la generación de valor para nuestros accionistas. Estaremos orientados al mercado con una presencia predominante en el punto de venta y un completo portafolio de productos y marcas de reconocida calidad. Proveeremos la generación y difusión del conocimiento en las áreas comercial, tecnológico y gerencial. Seleccionaremos perfiles requeridos, lograremos su pleno compromiso con los valores de Empresas Polar y le ofreceremos las mejores oportunidades de desarrollo.

Valores:

- ü Orientación al mercado: Satisfacer las necesidades de nuestros consumidores y clientes de manera consistente.
- ü Flexibilidad: Actuamos oportunamente ante los cambios del entorno, siempre guiados por nuestra visión, misión, y valores.
- ü Innovación: Tenemos una actitud proactiva ante la generación de nuevas tecnologías y nuevos productos. Poseemos la disposición de aprender , gerenciar y difundir el conocimiento.
- ü Trabajo en Equipo: Fomentaremos la integración de equipos con el propósito de alcanzar metas comunes.
- ü Reconocimiento continuo al logro y la excelencia: Fomentamos y reconocemos constantemente entre nuestros trabajadores y la excelencia y la orientación al logro.
- ü Oportunidades de empleo sin distinción: Proveemos de empleo en igualdad de condiciones.
- ü Integridad y civismo: Exhibimos una actitud consistente ética, honesta, responsable, equitativa y proactiva hacia nuestro trabajo y hacia la sociedad en la cual nos desenvolvemos.
- ü Relaciones de mutuo beneficio con las partes interesadas: Buscamos el beneficio común en nuestras relaciones con las partes interesadas del negocio.

Segmentos de mercado al que se dirige la Cervecería Polar:



Los productos más aceptados y consumidos y de preferencia del público son: la cerveza **Polar Ice** está dirigida a hombres y mujeres de entre 18 y 30 años, espontáneos, amigeros y sociables, que prefieren el sabor de una cerveza suave para relajarse y prolongar el disfrute. Son consumidores que pueden elegir entre una amplia oferta, pero su decisión está determinada por la ocasión de consumo.



Para el consumidor tradicional ofrecen por la cerveza **polar Pilsen**, sorprendiendo constantemente con iniciativas que refuerzan su liderazgo en el segmento tradicional del mercado cervecero venezolano.



Igualmente existen productos, que pertenecen al segmento **premium de las light**, los cuales continúan reforzando su liderazgo. La marca retribuye la confianza de quienes privilegian la calidad y el prestigio que les proporciona su cerveza ligera preferida en los momentos más especiales. Está dirigida a ese adulto contemporáneo que busca ofrecer la mejor cerveza para brindar en ocasiones especiales y convertirse en un anfitrión de primera.



ANALISIS DEL ENTORNO

Las empresas Polar establecen como objetivo en los diferentes ambientes internos y externos una serie de compromisos con las partes interesadas en el negocio:

Ambiente Interno:

La empresa realiza una simplificación de su estructura organizativa. , dividiendo, las unidades estratégicas las cuales son las que focalizan los negocios medulares (malta, cerveza, alimentos), unidades funcionales de apoyo estructuras creadas para proveer servicios a todo lo largo de la organización (finanzas, sistemas, recursos humanos, investigación), y en las unidades corporativas que son las unidades especializadas en actividades estratégicas para la organización, que brindan un servicio similar a la asesoría interna.

Además emprenden la creación de comités periódico, que facilitan la integración, transferencia de conocimiento y el logro de las sinergias necesarias; estos comités se dividen en seis:

- ü Comité de Negocios: buscan esfuerzos estratégicos que requieran la integración de todas las unidades para asegurar el crecimiento armónico de Empresas Polar.
- ü Comité de Clientes: coordinan y consolidan la relación con los grandes clientes por parte de los distintos negocios.
- ü Comité de Distribución: mejoran la distribución mediante la gestión de información y la aplicación de las mejores prácticas internas y externas.
- ü Comité de Investigación y desarrollo: Buscan orientar los esfuerzos de investigación y desarrollo al logro de los objetivos estratégicos de negocio.
- ü Comité de Finanzas: aseguran la eficiencia en la asignación y el manejo de los recursos financieros en Empresas Polar.
- ü Comité de Auditoría: buscan garantizar el correcto funcionamiento de las actividades de auditoría interna y externa de Empresas Polar.
- ü Accionistas: lograr alta rentabilidad y crecimiento sostenido sobre la base de costos competitivos, productos y marcas líderes, y él poder comprometer nuestro personal y la fuerza de ventas.
- ü Trabajadores: contar con un plan de carrera y sistemas de reconocimiento a la excelencia y al mérito que aseguran una compensación justa y la satisfacción del mejor recurso humano posible.
- ü Suplidores: apoyar a nuestros suplidores con altos volúmenes de compra y con precios que permitan un adecuado nivel de rentabilidad con base en una relación de largo plazo.
- ü Tecnológicos:

El cambio en el ámbito interno, lleva a realizar una inversión en la implantación del sistema SAP, como plataforma única, para el control de procesos, ínterlazando todas sus plantas a través de este sistema, e incluso se ha logrado el mejoramiento a la plataforma informática en áreas sensibles (véase entre estas áreas: finanzas, inventarios, producción, contraloría, ventas al detal, nóminas, entre otras).

ü La Polar es una empresa que está caracterizada por ser de vanguardia, manteniéndose al día con los avances tecnológicos debido a que su producto es de alta calidad y deben mantenerlo como tal."Cervecería Polar mantiene un elevado perfil de adaptabilidad que le permite cambiar y renovar la identidad gráfica de sus marcas, tal y como es característico en la industria cervecera mundial. Además el producto "mantiene inalterables su sabor, fresca y calidad". Para acercarse más a sus clientes, consumidores y proveedores, Empresas Polar lanzó su web site corporativo: <http://www.empresas-polar.com> Una página en donde se destacan sus productos de bebidas y alimentos. Este site está diseñado para facilitar las opciones de navegación de los usuarios. Cuenta con tres grandes áreas que agrupan todo el contenido

de Empresas Polar: La Corporación (que describe las áreas de negocios), Productos (características y datos importantes de todas las bebidas y alimentos) e Historia (espacio dedicado para los fundadores).

ü Canales de distribución y comercialización: En cuanto a este producto el canal que utiliza la empresa Polar es de canal directo, es decir, la misma empresa se encarga de distribuir el producto para mantener el control de la entrega de sus productos, del mismo modo disminuye los costos de distribución. Las ventajas de utilizar este tipo de canal es que el distribuidor está familiarizado con el producto, se está seguro de que los transportistas no comercializan marcas competidoras, tienen controlados los inventarios de cada comprador, los precios son más bajos, pueden conceder distribuciones exclusivas.

ü Consumidores: poder ofrecerles productos de excelente calidad, con la mejor relación precio / valor y disponibilidad total, satisfaciendo sus expectativas.

ü Clientes: garantizarles el suministro oportuno de un portafolio de productos y el impulso del punto de venta mediante un excelente nivel de servicio que potencie la rentabilidad del negocio.

ü Compañías Vendedoras, Concesionarios y distribuidores: suministrar una cartera de productos y marcas líderes con apoyo eficiente y confiable a la gestión, contando con una apropiada infraestructura de distribución y fomentando el crecimiento y la rentabilidad de su negocio.

Ambiente Externo:(Sugiero profundizar más en este aspecto. P.e: Los factores sociales pueden ser más preciso, por qué digo esto, fíjense que cuando hablan de la distribución demográfica no están hablando de la demografía como tal, sino de cómo la empresa está estructurada a nivel nacional y de los empleos que generan, en este caso se debe enfocar en cómo LAS TENDENCIAS DEMOGRAFICAS pudieran afectar a la empresa, ojo con eso, eso lo dije en la ultima clase)

ü Factores políticos: La situación actual del país afecta cualquier tipo de producción y la cerveza no está exenta de esta situación. Se considera que el gobierno no interviene de forma directa en la empresa privada pero si regula posiciones (leyes) de publicidad, horarios de establecimientos de ventas y licencias de expendio de licores, etc. Por otra parte, en cuanto a las restricciones de exportación los tratados de gobierno han desmejorado la comercialización del producto en el país. Esta medida incide directamente en los beneficios que se obtenían; como tasas de interés, impuestos y otros.

ü Factores legales: Tendencias fiscales: Existen regulaciones ya que el público al que va dirigido este producto son mayores de edad, por lo tanto, no se debe publicitar a través de medios de comunicación masivos, como la Televisión en Venezuela

ü Social: En cuanto a los factores sociales observamos que las tendencias son las siguientes:

1. Distribución demográfica: Es la única cerveza que posee una presencia completa a nivel nacional. El gran acierto de Cervecería Polar fue entender la necesidad de adaptarla al clima y costumbres del venezolano.

2. Movilidad poblacional: Los puntos están ubicados estratégicamente a todo lo largo y ancho del territorio nacional.

3. Infraestructura: Genera buenos empleos al país, posee edificaciones propias y amplias para asegurar el bienestar a los empleados con normas de higiene y seguridad industrial. Beneficios adicionales como, servicios médicos, plan de pensiones y jubilación, caja de productos y cervezas y maltas.

ü Análisis de la oferta: Los principales competidores de la empresa Polar son: La empresa internacional Brahma y la empresa nacional Regional. Cabe destacar, que actualmente si bien existen otras empresas de este tipo en Venezuela, también tenemos presencia de otras marcas de cervezas como: Tequila, Sol, Budweiser, Haineken, Corona, etc.

ü Análisis de la demanda: Distribución geográfica del mercado consumidor: Es un producto que está ubicado a nivel nacional. El Comportamiento histórico de la demanda: La Cerveza Polar tiene más de seis décadas de Liderazgo en el mercado con una indiscutible preferencia en el paladar venezolano. La proyección de la demanda: Cada día el consumidor se hace más exigente, por lo que, si la empresa Polar se adapta hacia los cambios, se proyecta que el mercado meta continuará consumiendo la cerveza. Se mantienen intactos los elementos distintivos de la marca: el oso Polar, los colores blanco y azul y la tipografía de Polar en forma de arco , y Finalmente, podemos mencionar que el tipo de demanda de la Cerveza Polar es de una demanda satisfecha ya que siempre existe la presencia del producto en el mercado. (SUGIERO BUSCAR INFORMACIÓN ACERCA DE LOS NIVELES DE CONSUMO DE ESTE TIPO DE PRODUCTOS, ESTO SIRVE PARA FUNDAMENTAR ALGUNAS DE LAS COSAS QUE USTEDES AQUI AFIRMAN)

BUSQUEN CIFRAS, SUSTENTE LO QUE DICEN!!! Sugiero ordenar mejor los aspectos de los entornos externo e interno, profundizar!

ANÁLISIS FODA:

FORTALEZAS

- ü Producto de gran trayectoria, reconocimiento y aceptación en el país.
- ü Bebida de consumo masivo y preferencia por los venezolanos.
- ü Amplitud en la segmentación del mercado por la diversificación del producto.
- ü Cervecería Polar tiene como fortaleza fundamental el recurso humano dedicado a las distintas actividades requeridas por las industrias, contando con la orientación de experimentados Maestros Cerveceros y una constante supervisión.
- ü Los Precios son accesible a los consumidores

OPORTUNIDADES

- ü Gracias a el reconocimiento de la marca en mercados internacionales esto garantiza el éxito del producto al introducirlo en plazas que aun no se han explorados.
- ü Por ser una marca de tradición en nuestro país es bien recibido el cambio de imagen y nuevos productos de ser el caso.
- ü Se captan nuevos consumidores ya que existe un gran mercado potencial por ser un país donde impera la población joven.
- ü Expansión de sus productos hacia otros países por ser un mercado amplio y poco competitivo

DEBILIDADES

AMENAZAS

ü Actualmente existe una fuerte competencia. (AMENAZA, ESTO NO DEPENDE DE LA EMPRESA)

ü Control Cambiario dualidad de divisas .(IDEM)

ü La no utilización de medios de comunicación máximos como la radio y la televisión.(REDACTAR DE OTRA FORMA...)



ü La reformas de leyes donde le prohíban el consumo de alcohol a menores de 21 años de edad.

ü El gobierno nacional es de gran preocupación para esta empresa ya que esta presionada para su intervención.

ü La Crisis Económica es un aspecto mundial y esta gran empresa no podía ser exento de ello



Calificación: 12 puntos

Ustedes son un buen grupo, pero deben discutir un poco más.REVISEN EL MATERIAL QUE LES RECOMENDE ACERCA DE COMO HACER UN ANALISIS FODA (COPIAS DONDE CAROLINA). Comparen con los resultados de sus otros compañeros.