

**Ciencias Contables y Administrativas**

***DELEIFRUT S.R.L.***

***El sabor que te cautiva***

***“Producción y comercialización de jugos de frutas envasados”***

**Adriana Librada Lugo Insfrán**

**Asunción – Paraguay**

**2016**

# ÍNDICE

Capítulo I	
Capítulo Jurídico.....	Pág.1
1.1. Introducción a la idea del proyecto.....	Pág.1
1.2. Requerimientos Jurídicos.....	Pág.1
1.2.1.- Nombre o razón social.....	Pág.1
1.2.2. Tipo de Sociedad.....	Pág.2
1.2.3. Constitución jurídica.....	Pág.3
Inscripciones registropúblico de comercio.....	Pág.3
Inscripción en el registro público de personas jurídicas y asociaciones.....	Pág.4-6
Matricula de comerciante.....	Pág.6
Rubrica de libros contables .....	Pág.7-9
Inscripción en la dirección de apoyo del ministerio de hacienda (R.U.C.).....	Pág.9-10
Apertura en la municipalidad involucrada (patentes).....	Pág.11
Instituto de previsión social (I.P.S.).....	Pág.12
Ministerio de Justicia y trabajo.....	Pág.13
Dirección de propiedad intelectual (registro de marcas).....	Pág.14-15
Registro Instituto Nacional de Alimentación y Nutrición (INAN).....	Pág.15-17
Cuadro Resumen de Costos de Trámites Jurídicos.....	Pág.18
Plan Fiscal.....	Pág.19
Localización de la empresa u organización.....	Pág.20-21
Capítulo II	
Investigación de Mercados	
2.1.- Objetivo general de investigación.....	Pág.22
2.2.- Objetivos de la investigación.....	Pág.22-24
2.3.- Definir los tipos de investigación a utilizarse.....	Pág.25-28
2.4.-Procedimiento de recolección de datos.....	Pág.28-36
2.5.- Determinación del plan y tamaño de la muestra.....	Pág.37-46
2.6.-Recolección y Análisis de datos de datos.....	Pág.46- 68
2.7.- Conclusiones/Informe.....	Pág.69-70
Capítulo III	
Plan de Marketing.....	Pag.71
3.1.- Análisis de la Macrosegmentación.....	Pág.72-73
3.2.- Análisis de la Microsegmentación.....	Pág.73-78
3.3.- Análisis de la demanda.....	Pág.78-84
3.4.-Plan de Marketing	
Variables, Análisis Situacional.....	Pág.85-99
3.4.2.- Objetivos, Estrategias,Planes deAcción.....	Pág.100-108
Capítulo IV	
Administración.....	Pág.109
4.1.- Lineamiento estratégico.....	Pág.109
4.1.1- Declaración de la Misión.....	Pág.109
4.1.2.- Declaración de la Visión.....	Pág.109-110
4.1.3.- Análisis de la estructura Competitiva del sector (Porter).....	Pág.110- 117

4.1.4.- Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff.....	Pág.118- 120
4.2.- Plan de administración	
Análisis Situacional – Matriz FODA.....	Pág.121- 131
4.2.2.- Objetivos, Estrategias, Planes de acción.....	Pág.131- 137
Cuadro Resumen Plan de Administración. ....	Pág.137
4.3.- Estructura Organizacional.....	Pág.138- 143
4.3.2.- Layout.....	Pág.144- 145
4.3.3.- Manual de funciones.....	Pág.146-186
4.3.4.- Manual de procedimientos.....	Pág.187-188
4.3.5.- Fluxogramas.....	Pág.189-193
4.3.6.-Recursos humanos.....	Pág.194-195
4.4.- Análisis de estructura de costos.....	Pág.196-203
4.5.- Plan de cuentas.....	Pág.204-210
Capítulo V	
Aspecto Económico	
5.1.- Aspecto Económico.....	Pág.210
Producto interno Bruto (PIB).....	Pág.211-212
Balanza comercial (importación/exportaciones).....	Pág.212-213
Fluctuación del tipo de cambio.....	Pág.214-215
Comportamiento de la reserva monetaria.....	Pág.215-216
Superávit o déficit Fiscal.....	Pág.217-218
Inflación.....	Pág.219-220
Capítulo VI	
Plan Financiero de la empresa.....	Pág.221- 246
Bibliografía.....	Pág.247
Anexos.....	Pág.248-258

## INTRODUCCIÓN

Con la firme convicción de que el futuro de nuestro país se encuentra en las inversiones privadas, el presente proyecto, busca posicionarse como una de las empresas productoras, y comercializadoras de Jugos de frutas envasados más importantes del país. Al realizar este proyecto se pretende demostrar la factibilidad y variabilidad técnica, financiera y comercial de la empresa **DELEIFRUT S.R.L.**, que se genera a partir de una idea de negocio, que se espera dure en el tiempo. Este proyecto está abocado a ser una empresa competitiva y dedicada a la satisfacción del cliente de jugos de frutas con excelente calidad, destinada al mercado nacional, generando en este proceso beneficios económicos y sociales en toda la cadena.

Esta idea de negocio se fundamenta sobre el comportamiento observado en el mercado de nuestro país con respecto a empresas del rubro, adquiriendo importancia este tipo de actividad comercial en los últimos años.

Así mismo, pretendemos ser una empresa generadora de desarrollo para los agricultores y proveedores locales, impulsando el uso de la variedad de frutas de nuestro país.