

Ciencias Contables y Administrativas

Cría y comercialización de carne porcina en el Distrito de San Antonio del Departamento Central de Paraguay

Gustavo Orlando Portillo Sanabria

**Asunción – Paraguay
2017**

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1- CONCEPTO DEL NEGOCIO.....	3
DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	3
FACTORES PONDERADOS DE LOCALIZACIÓN.....	6
VENTAJA COMPETITIVA.....	8
CAPÍTULO 2- ASPECTOS JURÍDICOS.....	9
A. PROCESO DE APERTURA DEL NEGOCIO.....	9
B. ACTA DE CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD.....	10
C. LEYES QUE AFECTAN AL PROYECTO.....	15
D. PLAN FISCAL.....	16
E. PRESUPUESTO JURÍDICO INICIAL.....	16
CAPÍTULO 3- ASPECTOS ECONÓMICOS.....	19
MACROECONOMÍA.....	19
Tasa de desempleo	19
Producto Interno Bruto (PIB)	19
Variación del dólar.....	22
Tasa de Inflación.	23
Variación del salario mínimo.....	24
MICROECONOMÍA.....	25
Elasticidad de Oferta.	26
Elasticidad de la Demanda.	26
CAPÍTULO 4- ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....	27
A. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	27
B. ESTRATEGIAS DE RECURSOS HUMANOS.....	30
C. MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES.....	32
D. MANUAL DE PROCEDIMIENTOS.....	43
E. FLUXOGRAMA.....	46
F. LAYOUT.....	48
G. DEFINICIONES BÁSICAS DE CONTABILIDAD.....	50
CAPÍTULO 5- ANÁLISIS DE MERCADO.....	57
INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	57
Identificación y definición de la problemática.....	57
Objetivos de la investigación de mercado.	58
Diseño de la investigación.	59
Método de recolección, procesamiento y análisis de datos.....	60
Diseñar la muestra.....	60
Recolectar los datos.....	62
Procesar los datos	62
Analizar los datos	63
Resultado de la investigación	70
PRINCIPALES COMPETIDORES.....	71
Análisis de la estructura competitiva del sector (Michael Porter).....	71

CAPÍTULO 6- PLAN DE MARKETING.....	75
ANÁLISIS FODA.....	75
MARKETING ESTRATÉGICO.....	78
Estrategias según Igor Ansoff.....	79
Estrategias según Michael Porter.....	79
MARKETING OPERATIVO.....	81
CAPÍTULO 7- ASPECTOS OPERACIONALES.....	82
ORGANIGRAMA DEL SECTOR PRODUCTIVO.....	83
PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	84
PRINCIPALES PROVEEDORES.....	87
CAPÍTULO 8- RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	94
IMPACTO AMBIENTAL.....	95
IMPACTO SOCIOECONÓMICO.....	96
IMPACTO CULTURAL.....	96
ASPECTOS ÉTICOS DE SUSTENTABILIDAD DEL PROYECTO.....	97
CAPÍTULO 9- PLAN DE EXPANSIÓN.....	97
RIESGOS INTERNOS DE EXPANSIÓN.....	98
RIESGOS EXTERNOS DE EXPANSIÓN.....	100
BARRERAS DE SALIDA.....	100
IMAGEN DE MARCA.....	101
MAPA DE RIESGO.....	102
CAPÍTULO 10- ASPECTOS FINANCIEROS.....	103
INVERSIONES NECESARIAS Y FINANCIACIONES.....	104
CRONOGRAMA DE INVERSIONES Y FINANCIACIONES.....	105
SERVICIO DE LA DEUDA.....	106
PROYECCIÓN DE VENTAS.....	106
CAPITAL DE TRABAJO BRUTO Y NETO.....	107
PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS.....	108
COSTOS DEL PROYECTO.....	109
MANO DE OBRA Y CARGAS SOCIALES.....	109
ESTADO DE RESULTADOS.....	111
FLUJO DE CAJA PROYECTADO CON FINANCIAMIENTO.....	111
EVALUACIÓN DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO (VAN – TIR).....	112
CÁLCULO DE DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES.....	114
FUENTE Y USO DE FONDOS.....	114
PUNTO DE EQUILIBRIO CONTABLE Y FINANCIERO.....	115
BALANCE PROYECTADO.....	116
INDICADORES FINANCIEROS.....	117
RESERVA LEGAL.....	118
CAPÍTULO 11- ASPECTOS CONTABLES.....	118
PLAN DE CUENTAS.....	121
MANUAL DE CUENTAS.....	123
BALANCE GENERAL.....	167
ESTADO DE RESULTADO.....	172
VARIACIÓN DEL PATRIMONIO NETO.....	177

CONCLUSIÓN.....	178
BIBLIOGRAFÍA.....	180
ANEXO.....	182
FORMATO DE ENCUESTA.....	182

RESUMEN

El presente trabajo de investigación de cría y comercialización de carne porcina, aborda inicialmente, el Concepto del negocio, donde se describen los detalles de identificación de la empresa proyectada, en los Aspectos jurídicos se establece los procedimientos legales que involucran en la apertura de un negocio que son reguladas por normativas vigentes en el Paraguay, en los Aspectos Económicos se detallan los actuales indicadores microeconómico y macroeconómico que inciden en la producción de carne porcina, en los Aspectos Administrativos, se muestra la estructura organizacional que indican los cargos requeridos y las funciones de las misma, en el contenido del Análisis de mercado, esta fase involucra la investigación de la oferta y la demanda que contribuyen a enlazar al consumidor con el comercializador a través de la información, en el Plan de marketing proporciona información estratégicas con el objetivo de dar a conocer a los posibles compradores las particulares y características del producto cárnico, en los Aspectos operacionales se detallan las fases operativas que forma parte del flujo de las áreas correspondientes a compras de materias primas o insumos, proceso de producción y la actividad de comercialización, en cuanto a la Responsabilidad social del proyecto, se incluye una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente, en el Plan de expansión se considera un conjunto de componentes diseñados en un análisis de esparcimiento potencial de la empresa, seguidamente en los Aspectos Financieros se indica la viabilidad del proyecto de inversión de cría y comercialización de carne porcina y se establece a través de los indicadores económicos como el Valor Actualizado Neto (VAN); la Tasa Interna de Retorno (TIR), como también las diferentes cuantías relacionados a las fuentes de financiación del proyecto de negocio y finalmente los Aspectos Contables clasifican las cuentas, mide y analiza el patrimonio de la empresa, con el propósito de evaluar los estados contables. Los resultados del análisis indican una oportunidad de ingreso al mercado de carne porcina en el país, teniendo en cuenta que el 90% de la población objeto de estudio consumen habitualmente este producto y lo hace parte de su canasta familia.