

Administración de Empresas

“Pollos Don Pedro SRL”

Producción y Comercialización de Pollos Parrilleros

Omar Ariel Eleno Cáceres Snead

Asunción – Paraguay

2014

ÍNDICE

Introducción	2
Índice	3
CAPÍTULO I - MARCO JURÍDICO	
1.1. Requerimientos Jurídicos	12
1.1.1. Nombre o razón social	12
1.1.2. Tipo de Sociedad.	12
1.1.3. Constitución Jurídica.	12
1.1.3.1. Escritura de Constitución de Aporte y Capital.	13
1.1.3.2. Inscripción en los Registros Públicos.	15
1.1.3.3. Inscripción en el Registro Único de Contribuyente.	17
1.1.3.4. Patente Municipal.	19
1.1.3.5. Licencia Ambiental de la SEAM.	20
1.1.3.6. Registro y Habilitación de establecimientos Avícolas (SENACSA).	21
1.1.3.7. Inscripción en el Instituto de Prevención Social (IPS).	22
1.1.3.8. Inscripción en el Ministerio de Trabajo	23
1.1.3.9. Ministerio de Industria y Comercio	24
1.1.4. Costos para proceso de apertura.	26
1.2. Localización de la empresa	27
1.2.1. Método de los Factores Ponderados	27
CAPÍTULO II INVESTIGACIÓN DE MERCADO	
2.1. Objetivos General.	30
2.1.1. Identificación del problema.	30
2.1.2. Objetivos específicos.	30
2.2. Objetivos y Requerimientos.	31
2.2.1. Análisis de la demanda	31
2.2.1.1. Calculo de la cuota de mercado	31
2.2.1.2. Calculo de la Demanda Global	31
2.2.1.3. Calculo del mercado potencial absoluto	32
2.2.1.4. Datos de Empresas	33
2.3. Diseño de investigación y fuente de datos	33
2.3.1. Investigación exploratoria	33
2.3.2. Investigación Concluyente o descriptiva	34
2.4. Procedimiento de Recolección de Datos	35
2.4.1. Diseño Descriptivo	35
2.5. Determinar el Plan y tamaño de la Muestra	43
2.5.1. Definición de la población	43
2.5.2. Identificar el marco muestral	44
2.5.3. Determinar el tamaño de la muestra	45
2.5.3.1. Muestreo Probabilístico	45
2.5.4. Seleccionar un procedimiento de muestreo	46
2.5.5. Seleccionar la muestra	46
2.6. Recolección de Datos	47
2.7. Codificación y tabulación	47

2.8. Análisis de datos	48
2.9. Informe y Conclusión Final	60
CAPÍTULO III – PLAN DE MARKETING	
3.1. Análisis de la Macrosegmentación	62
3.1.1. Mercado de Referencia	62
3.1.2. Producto mercado	63
3.2. Análisis de la Microsegmentación	65
3.2.1. Segmentación de las empresas	66
3.2.2. Ciclo de vida del Producto	67
3.3. Análisis de la Demanda	68
3.3.1. Calculo de la demanda Global	68
3.3.2. Calculo del mercado Potencial Absoluto	69
3.3.3. Calculo de la Cuota de Mercado	70
3.4. Plan de Marketing	72
3.4.1. Análisis Situacional de la empresa	72
3.4.1.1. Variables Controlables (Internas)	73
3.4.1.2. Variables no controlables (Externas)	75
3.4.1.3. Listado Plano	76
3.4.1.4. Tabla de Tabulación FODA	79
3.4.1.5. Matriz FODA	80
3.4.2. Objetivos, Estrategia y Planes de Acción de Marketing	83
3.4.2.1. Objetivo 1	83
3.4.2.2. Objetivo 2	85
3.4.2.3. Objetivo 3	87
3.4.2.4. Objetivo 4	89
3.4.3. Cuadro de Inversión del Plan de Marketing	91
3.4.4. Proyección de ventas del primer año	92
CAPÍTULO IV - ADMINISTRACIÓN	
4.1. Lineamiento estratégico	94
4.1.1. Misión	94
4.1.2. Visión	94
4.1.3. Análisis de la estructura Competitiva del sector	95
4.1.4. Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff	102
4.2. Plan de administración	104
4.2.1. Análisis Situacional – Matriz FODA	104
4.2.1.1. Variables Controlables	104
4.2.1.2. Variables no Controlables	105
4.2.1.3. Listado Plano	106
4.2.1.4. Tabla de Tabulación FODA	108
4.2.1.5. Matriz FODA	108
4.2.2. Objetivos, Estrategias y Planes Acción de administración	110
4.2.2.1. Objetivo 1	110
4.2.2.2. Objetivo 2	103
4.2.2.3. Objetivo 3	116

4.2.2.4. Objetivo 4	118
4.2.3. Cuadro de Inversión Administrativa	120
4.3. Estructura Organizacional	121
4.3.1. Organigrama de Pollos Don Pedro S.R.L.	121
4.3.1.1. Partes fundamentales de una estructura	122
4.3.1.2. Mecanismos de coordinación	127
4.3.1.3. Organización empresarial o estructura simple	128
4.3.2. Manual de funciones	133
4.3.3. Manual de procedimiento	153
4.3.4. Fluxogramas	158
4.3.5. Recursos humanos	163
4.4. Análisis de estructura de compras/costos.	169
4.5. Plan de cuentas.	171
CAPÍTULO V - PRODUCCIÓN	
5.1. El Producto	180
5.2. Requerimientos del Área de producción	182
5.2.1. Instalaciones	182
5.2.1.1. Galpones de parrilleros	183
5.2.1.2. Equipos para los Galpones	186
5.3. Requerimiento del área de apoyo	188
5.3.1. Equipos del área de Galpones	189
5.3.2. Materiales, Maquinarias del Área de Faena	190
5.3.3. Depósitos de Balanceados y Equipos	194
5.3.4. Compost	194
5.3.5. Cámara de Frío	195
5.4. Requerimientos Generales	196
5.4.1. Sistema de Agua	196
5.4.2. Manejo de Luz	197
5.4.3. Programa de Sanitación	198
5.4.4. Control de la contaminación	200
5.5. Procesos del área productiva	202
5.5.1. Proceso de crianza de pollos parrilleros	202
5.5.2. Programa de alimentación	205
5.5.3. Programa de vacunación	209
5.5.4. Programa de Faenamamiento	211
5.6. Plan de Producción	220
5.7. Cuadro de Inversión Productiva	222
CAPÍTULO VI - VARIABLES ECONÓMICAS	224
6.1. Contexto Económico	225
6.2. Contexto Sociopolítico	226
6.3. Contexto Cultural	226
6.4. Informe de Niveles de Desempleo	
CUADRO VII – CUADROS FINANCIEROS	
Cuadro 1 – Cuadro de Inversiones	230

Cuadro 2 – Cronograma de Inversión y Financiamiento.	232
Cuadro 3 – Depreciación y Amortización.	233
Cuadro 4 – Servicio de Deuda a Largo y Corto Plazo	234
Cuadro 5 – Mano de Obra	235
Cuadro 6 – Cronograma de Producción y Ventas. Cuadro	236
Cuadro 7 – Ingresos por Ventas.	236
Cuadro 8 – Costos Totales	237
Cuadro 9 – Punto de Equilibrio.	238
Cuadro 10 – Capital de Trabajo	238
Cuadro 11 – Estados de Resultados Proyectados con Financiamiento.	239
Cuadro 12 - Estados de Resultados Proyectados sin Financiamiento.	240
Cuadro 13 – Flujos de Caja Proyectados con Financiamiento.	241
Cuadro 14 - Flujos de Caja Proyectados sin Financiamiento.	242
Cuadro 15 – Origen y Aplicación de Fondos con Financiamiento.	243
Cuadro 16 - Origen y Aplicación de Fondos sin Financiamiento.	243
Cuadro 17 – Balances Proyectados con Financiamiento.	244
Cuadro 18 - Balances Proyectados sin Financiamiento.	245
Cuadro 19 – Indicadores Financieros.	246
Bibliografía	247
Anexos	
Anexos Jurídicos	249
Anexo de Investigación de Mercado	254

INTRODUCCIÓN

Pollos Don Pedro SRL es una empresa dedicada a la crianza, producción, faena y venta de pollos parrilleros; el producto final es la elaboración de la carne de pollo que cumplan las exigencias conforme a los estándares de calidad, sanidad que puedan satisfacer las necesidades de los clientes.

El consumo de carne de pollo en Paraguay se ha duplicado en los últimos años, como consecuencia el número de personas prefieren la carne de aves, por ello hoy en día la carne de pollo se encuentra en el segundo lugar en cuanto a demanda cárnica se refiere detrás de la vacuna, lo convierte en un negocio interesante debido al constante crecimiento de la demanda en el mercado local.

La granja avícola estará ubicada en el distrito de Areguá del Departamento Central a 700 metros de la ruta Luque – Areguá acceso totalmente asfaltado a minutos del centro de la ciudad de Luque, y ubicada a 28 km de Asunción.

La venta del producto esta direccionada a los locales comerciales como parrilladas, pollerías, restaurantes en general en la zona de Luque y San Lorenzo.