

Ciencias Contables y Administrativas

*Frigorífico FRIGOVINA. Al servicio de la Gente
Servicios de Faena Bovina con Conservación de Frío de Reses.*

Aida Vanessa Giménez Gutiérrez

Asunción - Paraguay

2016

ÍNDICE

CAPITULO 1

| | |
|--|----------|
| INTRODUCCION | Pág.: 7 |
| 1.1. REQUERIMIENTOS JURIDICOS | Pág.: 8 |
| 1.1.1. NOMBRE O RAZON SOCIAL | Pág.: 8 |
| 1.1.2. TIPO DE SOCIEDAD | Pág.: 8 |
| 1.2.3. CONSTITUCION JURIDICA | Pág.: 9 |
| 1.2.3.01. Constitución de Sociedad deresponsabilidad Limitada | Pág.: 9 |
| 1.2.3.02. Constitución de Sociedades en la Abogacía del Tesoro. | Pág.: 10 |
| 1.2.3.03. Inscripción en los Registros Públicos | Pág.: 12 |
| 1.2.3.04. MATRÍCULA DE COMERCIANTE | Pág.: 13 |
| 1.2.3.05. RUBRICA DE LIBROS CONTABLES Y/O HOJAS CONTINUAS. | Pág.: 14 |
| 1.2.3.06. Inscripción en la dirección de Apoyo del Ministerio de Hacienda | Pág.: 15 |
| 1.2.3.07. PATENTE COMERCIAL E INDUSTRIAL | Pág.: 17 |
| 1.2.03.07.01. PATENTES DE LETREROS | Pág.: 18 |
| 1.2.03.07.02. Impuesto al Faenamamiento. Municipalidad de Limpio | Pág.: 19 |
| 1.2.3.08. INSCRIPCIÓN PATRONAL EN EL INSTITUTO DE PREVISIÓN SOCIAL | Pág.: 19 |
| 1.2.3.09. INSCRIPCIÓN MINISTERIO DE JUSTICIA Y TRABAJO | Pág.: 20 |
| 1.2.3.10 DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL REGISTRO DE MARCA | Pág.: 21 |
| 1.2.3.11. INSCRIPCION SECRETARIA DEL AMBIENTE PARA LA HABILITACION AMBIENTAL | Pág.: 23 |
| 1.2.3.12. INSCRIPCION SERVICIONACIONAL DE CALIDAD ANIMAL | Pág.: 24 |
| 1.2. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA | Pág.: 32 |

CAPITULO II

| | |
|--|----------|
| 2. OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACION ANALISIS DE LA DEMANDA | Pág.: 34 |
| 2.1 PASO 1 DEFINIR EL PROBLEMA DEINVESTIGACION | Pág.: 34 |
| 2.2 PASO 2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION Y NECESIDADES DE LA INFORMACION | Pág.: 34 |
| 2.3 PASO 3 DISEÑO DE INVESTIGACION Y FUENTE DE DATOS. | Pág.: 36 |
| 2.3.1 Investigación Exploratoria | Pág.: 36 |
| 2.3.1.1. Diseño por fuente de datos. | Pág.: 36 |
| 2.3.2 Investigación concluyente | Pág.: 36 |
| 2.3.2.1 Investigación descriptiva | Pág.: 36 |
| 2.4 PASO 4 PROCEDIMIENTOS DE RECOLECCION DE DATOS | Pág.: 37 |
| 2.5 PASO 5 MUESTRA | Pág.: 43 |
| 2.5.1 Paso 1 Definir la población | Pág.: 43 |
| 2.5.2 Paso 2 Definir el marco muestral | Pág.: 43 |
| 2.5.3 Paso 3Tamaño de la muestra | Pág.: 45 |

| | |
|---|-----------|
| 2.5.4 Paso 4 Seleccionar un procedimiento de muestreo | Pág.: 46 |
| 2.5.5 Paso 5 Seleccionar la muestra | Pág.: 47 |
| 2.6 PASO 6 RECOLECCIÓN DE DATOS. | Pág.: 47 |
| 2.7 PASO 7 PROCESAMIENTO DE LOS DATOS. | Pág.: 47 |
| 2.8 PASO 8: ANALISIS DE DATOS | Pág.: 48 |
| 2.9 PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO. | Pág.: 58 |
| | |
| CAPITULO III | |
| PLAN DE MARKETING | Pág.: 60 |
| 3.1 ANALISIS DE LA MACROSEGMENTACION | Pág.: 60 |
| 3.2 ANALISIS DE LA MICROSEGMENTACION | Pág.: 61 |
| 3.3 ANALISIS DE LA DEMANDA | Pág.: 63 |
| 3.3.1 OBJETIVO DE LA DEMANADA GLOBAL | Pág.: 63 |
| 3.3.2. OBJETIVO DE CUOTA DE MERCADO | Pág.: 64 |
| 3.3.3 MPA | Pág.: 65 |
| 3.3.4 Demanda de la empresa como objetivo de ventas para el primer año del proyecto y de las ventas para los siguientes 4 años que es el horizonte del proyecto | Pág.: 66 |
| 3.4 PLAN DE MARKETING. | Pág.: 67 |
| 3.4.1 ANALISIS SITUACIONAL FODA | Pág.: 67 |
| 3.4.2 OBJETIVOS DEL PLAN DEMARKETING | Pág.: 81 |
| | |
| CAPITULO IV | |
| 4.1. Lineamiento estratégico (Ápice estratégico) | Pág.: 87 |
| 4.1.1. Declaración de la Misión | Pág.: 87 |
| 4.1.2. Declaración de la Visión | Pág.: 87 |
| 4.1.3. Análisis de la estructura Competitiva del sector (Michael Porter) | Pág.: 88 |
| 4.1.4. Evaluación de la estrategia de la Matriz de Ansoff | Pág.: 93 |
| 4.2. PLAN DE ADMINISTRACION (DIRECCION MEDIA) | Pág.: 91 |
| 4.2.1. Análisis Situacional - Matriz FODA | Pág.: 91 |
| 4.2.1.1 VARIABLES CONTROLABLES | Pág.: 91 |
| 4.2.1.2 VARIABLES NO CONTROLABLES | Pág.: 97 |
| 4.2.1.3 LISTADO PLANO | Pág.: 101 |
| 4.2.1.5 MATRIZ DE INTERACCION | Pág.: 103 |
| 4.2.1.5 MATRIZ FODA PLANTEAMIENTO DE LOS OBJETIVOS | Pág.: 105 |
| 4.2.2. PLANTEAMIENTO DE LOS OBJETIVOS | Pág.: 107 |
| 4.2.2.1 Las partes funcionales de la organización, según el criterio de Henry Mintzbert. | Pág.: 111 |
| 4.2.3 LAYOUT DE FRIGOVINA S.R.L. | Pág.: 115 |
| 4.2.4 MANUAL DE FUNCIONES | Pág.: 119 |
| 4.2.5 MANUAL DE PROCEDIMIENTOS | Pág.: 134 |
| 4.2.6 FLUXOGRAMA | Pág.: 137 |
| 4.3. PLAN DE CUENTAS | Pág.: 141 |

| | |
|---|-----------|
| CAPITULO V | |
| 5.1. ASPECTOS ECONOMICOS | Pág.: 148 |
| 5.1.1 PRODUCTO INTERNO BRUTO | Pág.: 148 |
| 5.1.2 BALANZA COMERCIAL | Pág.: 148 |
| 5.1.3 FLUCTUACION DEL TIPO DE CAMBIO | Pág.: 149 |
| 5.1.4 COMPORTAMIENTO DE RESERVA MONETARIA | Pág.: 150 |
| 5.1.5 SUPERAVIT O DEFICIT | Pág.: 151 |
| 5.1.6 INFLACION | Pág.: 152 |
| CAPITULO VI | |
| 6.1. CUADROS FINANCIEROS. | Pág.: 154 |
| 6.1.1 INVERSIONES | Pág.: 154 |
| 6.1.1.1 RESUMEN DE INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS | Pág.: 155 |
| 6.1.1.2 RESUMEN DE LOS GASTOS DE PREINVERSION | Pág.: 156 |
| 6.1.2 CRONOGRAMA DE INVERSIONY FINANCIAMIENTO | Pág.: 156 |
| 6.1.3 DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES | Pág.: 157 |
| 6.1.4 SERVICIO DE DEUDA | Pág.: 158 |
| 6.1.5 MANO DE OBRA | Pág.: 159 |
| 6.1.6 CRONOGRAMA DE PRODUCCIÓN Y VENTAS | Pág.: 160 |
| 6.1.7 INGRESO POR VENTAS | Pág.: 160 |
| 6.1.8 COSTOS TOTALES | Pág.: 161 |
| 6.1.9 PUNTO DE EQUILIBRIO | Pág.: 162 |
| 6.1.10 CAPITAL DE TRABAJO | Pág.: 163 |
| 6.1.11 ESTADOS DE RESULTADOSPROYECTOS CON FINANCIAMIENTO | Pág.: 164 |
| 6.1.12 ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTOS SIN FINANCIAMIENTO | Pág.: 165 |
| 6.1.13 FLUJOS DE CAJA CON FINANCIAMIENTO | Pág.: 166 |
| 6.1.14 FLUJOS DE CAJA PROYECTADOS SIN FINANCIAMIENTO | Pág.: 167 |
| 6.1.15 ORIGEN Y APLICACIÓN DE FONDOS CON FINANCIAMIENTO | Pág.: 168 |
| 6.1.16 ORIGEN Y APLICACIÓN DE FONDOS SINFINANCIAMIENTO | Pág.: 169 |
| 6.1.17 BALANCES PROYECTADOS CON FINANCIAMIENTO | Pág.: 170 |
| 6.1.18 BALANCES PROYECTADOS SIN FINANCIAMIENTO | Pág.: 171 |
| 6.1.19 INDICADORES FINANCIEROS | Pág.: 172 |
| 6.1.20 INFORME | Pág.: 173 |
| BIBLIOGRAFIA | Pág.: 174 |
| ANEXOS | Pág.: 175 |

INTRODUCCION

FRIGORIFICO FRIGOVINA SRL., una empresa nueva que ingresa al mercado paraguayo, que se dedicará al servicio de faenamiento de animales bovinos con conservación de frío para consumo interno; con una capacidad instalada de hasta 100 animales/día a principios. Para tal fin se buscará generar la menor cantidad de efluentes, se implementará procesos de tecnologías limpias de los efluentes generados en los procesos de faena de red vacuna.

La empresa FRIGOVINA SRL. Se proyecta como una industria frigorífica de faena bovina con conservación de frío que pretende ser líder en el mercado atendiendo a los requerimientos de su clientela, con reses que se comercializará dentro del sector cárnico. Teniendo como meta estar en la vanguardia en los mercados a través de su marca; este objetivo se proyecta realizar en bases a salud, higiene, calidad e inocuidad del producto / servicio; que intentan atravesar su desarrollo. Por otro lado, apuesta por una estrategia basada en la comunicación efectiva, en la innovación, tecnológica y la formación especializada de sus personales.

FRIGOVINA SRL. Está en una ubicación estratégica que favorece el desenvolvimiento de la actividad comercial propuesta, por ubicarse sobre vías de comunicación terrestres asfálticos facilitando la recepción de transporte bovino.