

Ciencias Contables y Administrativas

LA GRANJA S.R.L
Producción y comercialización de Huevos

María Del Carmen Morinigo Luraschi

Asunción - Paraguay
2019

INDICE

Introducción	2
Capítulo I IDEA DEL PROYECTO	3
1.1 Descripción de la empresa	4
1.2 Visión	5
1.2.1 Misión	
1.2.2 Nuestros valores	6
1.2.3 Definición del Objetivo general	7
1.2.4 Localización de la empresa.	8
Capítulo II ASPECTOS JURIDICOS	12
2.2.1. Escritura de Constitución de Sociedad	
2.2.2. Depósito de Granaría para S.R.L.	13
2.2.3. Inscripción en los Registros Públicos	14
2.2.4. Matrícula de Comerciante	15
2.2.5. Registro Único de Contribuyentes	16
2.2.6. Rubricación de libros contables	17
2.2.7. Rubricación de hojas y/o formularios continuos por cada 100	17
2.2.8. Cotizaciones de avisos y anuncios por la publicación en la Gaceta Oficial	17
2.2.9. Publicación en la Gaceta Oficial	18
2.2.10. Inscripción en IPS	22

2.2.11. Inscripción en el Ministerio de Justicia y Trabajo	22
2.2.12. Patente Comercial	23
2.2.13. Comunicación de apertura	23
2.2.14. Licencia ambiental	26
2.2.15. Proceso Licencia ambiental	
2.2.16. Registro de Marca	27
2.2.17. Gastos de Constitución	28
2.2.18. Leyes que afectan el proyecto	28
2.2.19. Plan fiscal	29
CAPITULO III ASPECTOS ECONOMICOS	
3.1. Macroeconomía	31
3.1.1. Producto interno Bruto	32
3.1.2. Variación del dólar	34
3.1.3. Tasa de inflación	35
3.1.4. Variación del salario mínimo	37
3.2. Microeconomía	39
3.2.1. Elasticidad de la oferta	40
3.2.2. Elasticidad de la demanda	41
CAPITULO IV ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	
4.1. Organigrama según Henry Mintzberg	44
4.2. Estrategias de Recursos Humanos	50
4.3. Manual de organización y funciones	52
4.4. Fluxograma	56
CAPITULO V ANALISIS DE MERCADO	
5.1. Investigación de Mercado	61
5.1.1. Objetivos de la investigación de mercado	61
5.1.2. Gráficos	62
5.1.3. Gráficos	64

5.1.4 Gráficos	66
5.1.5 Análisis de la estructura competidora	77
CAPITULO VI PLAN DE MARKETING	
6.1 Análisis FODA	79
6.2 Estrategias según Igor Ansoff	83
CAPITULO VII ASPECTOS OPERACIONALES	
7.1 Organigrama del sector productivo	94
7.2 Proceso de Producción	96
7.3 Principales Proveedores	101
CAPITULO VIII RESPONSABILIDAD SOCIAL	
8.1 Mundo Exterior y Interior	104
8.2 Impacto Ambiental	106
8.3 Impacto Socioeconómico	107
8.4 Impacto cultural	108
8.5 Aspectos Éticos de sustentabilidad del proyecto	109
CAPITULO IX PLAN DE EXPANSION	
9.1 Riesgos externos de expansión	112
9.2 Barrera de salida	113
CAPITULO X ASPECTOS FINANCIEROS	114
Manuel de Cuentas	128
Plan de cuentas	150
CONCLUSION	118
BIBLIOGRAFIA	163

RESUMEN

El trabajo tiene como principal objetivo determinar la viabilidad económica y financiera de la Producción y Comercialización del Huevo, en el Paraguay. Con este propósito se estudió el mercado de los productos del huevo a nivel local. Además, fueron analizados los aspectos legales y organizacionales más relevantes, la tecnología adecuada y la viabilidad económica financiera de la idea de negocio.

Nuestro objetivo la producción y comercialización en forma mayorista ser competente y crear y desarrollarnos a través del aprendizaje, nuestra GRANJA está situada en la ciudad de Quiindy formada por 7500 ponedoras de muy buena calidad satisfaciendo una demanda nacional y Regional.

La Granja S.R.L ha considerado primordial el desarrollo de este programa para el manejo eficiente de los procesos productivos y el mantenimiento de los altos niveles de calidad, para así entregar al consumidor el mejor huevo.

Nuestra raza denominada la gallina ponedora Roja es la más utilizada para la producción de huevos llegando a alcanzar los 315 a 320 huevos anuales. Para alcanzar buenos resultados en la explotación es importante realizar una alimentación correcta del plantel. Durante la primera semana de vida, la alimentación debe hacerse 3 a 4 veces por día; el balanceado debe ser proveído levemente húmedo.

El uso correcto del tipo de balanceado indicado es de suma utilidad para el buen desarrollo y rendimiento posterior de las aves. Por ello se recomienda los alimentos a base de maíz soja vitaminas y aminoácidos que proporcionan a las aves un crecimiento sano y natural, como también el cuidado con respecto a la vacunación.

Las empresas productoras de huevos frescos a nivel industrial, ya afincadas en el país, se encuentran en mejores condiciones, para encarar la producción y comercialización del producto. Sin embargo, han tomado como prioridad estratégica aumentar su producción, antes que diversificarla. Algunas empresas reconocidas en el País son Pechugón; Maehara SA, con Huevos Yemita; las Tacuaras SA, con Nutrihuevos; Granja Avícola Gaposa, con Mister Huevo; Granja Avícola San Carlos

El nivel de inversión necesaria para la producción del huevo, partiendo de la producción del huevo, es de aproximadamente \$ 526.934.000 (Guaraníes Quinientos veinte seis millones novecientos treinta y cuatro mil).

Según el análisis económico financiero, la inversión podría ser recuperada en dos años y medio.

Se estimó que el Valor Actual Neto del emprendimiento es de \$ 621.228 (Guaraníes seiscientos veinte un millones doscientos veinte ocho mil), a una tasa deflactada del 15%, que más la prima de riesgo por inflación resulta en una tasa nominal de 22%. La Tasa Interna de Retorno se encuentra en torno al 59%.

Finalmente, los resultados obtenidos permiten concluir que la producción y comercialización del huevo en el Paraguay es viable económica y financieramente, con la comercialización del producto a nivel Nacional