



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE POLLOS (BROILERS) EN EL CANTÓN URCUQUÍ, PROVINCIA DE IMBABURA.

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.**

AUTORAS: BEDOYA, I. Silvana L.

YAR, B. Lisseth E.

TUTOR: Eco. Estuardo Ayala

IBARRA, FEBRERO DEL 2014

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación busca comprobar la factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y distribución de pollos broilers, en el Cantón Urcuquí, para su distribución a las faenadoras de la ciudad de Ibarra, y tendrá una integración con la Empresa Aviforte, de la manera más eficaz y eficiente entregando un producto de calidad al mercado. A partir del crecimiento sostenido, tanto de la producción como el consumo de pollos, se analiza la oportunidad que ofrece el sector avícola, a partir de la instalación de un criadero de pollos. El proyecto se encuentra estructurado con el análisis situacional del área donde se va a crear la empresa, las actividades a que se dedican, la organización política de la misma, para luego diagnosticar cuales son las deficiencias para crear la empresa, qué medidas se podrán tomar para mejorar y de esta forma aprovechar los recursos para crear la empresa de producción y distribución de pollos. Se realizó un estudio de mercado mediante una investigación de campo, en la que se indagó a los principales competidores y a las diferentes faenadoras de la ciudad de Ibarra, con el fin de determinar la oferta y demanda del producto y así determinar la demanda insatisfecha existente. Para el estudio técnico se determina que la inversión es alta, pero se recupera en un período prudente, mismo que se la realizará mediante una institución financiera, con esto el proyecto asegura su rentabilidad y crecimiento constante. Finalmente se plantea una propuesta para crear la empresa indicando todos los beneficios que se obtendrán con la creación del proyecto, mediante algunas recomendaciones que se realizará para la empresa. Por las razones expuestas se determina que el proyecto es factible y por lo tanto se puede ejecutarlo y ponerlo en marcha con ayuda de los directivos y con la participación de la comunidad.

SUMMARY

The present research seeks to test the feasibility of creating a company dedicated to the production and distribution of broiler chickens in the Guangzhou Urcuquí, for distribution to the slaughtering of the city of Ibarra, and will integrate with the company Aviforte , the most effective and efficient manner providing a quality product to market. From growth, both production and consumption of chickens, we analyze the opportunity offered by the poultry industry, from installing a chicken farm. The project is structured situational analysis of the area where you will create the company, the activities they are engaged, the political organization of the same, then diagnose what are the deficiencies to create the company, what steps could be taken to improve and thus leverage resources to create the company's production and distribution of chickens. We conducted a market survey through field research, in which I explore the main competitors and different slaughterhouses in the city of Ibarra, in order to determine the supply and demand of the product and to determine the existing unmet demand. For technical study determined that the investment is not as high, but recovers in a period wise, same as it is made by a financial institution, with this the project ensures its profitability and steady growth. Finally we present a proposal to create the company stating all the benefits to be gained by creating the project through some recommendations for the enterprise. For these reasons it is determined that the project is feasible and therefore can run it and get it going with the help of management and community participation.

ACE DECLARACIÓN TOR

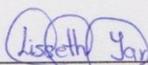
Silvana Bedoya y Lisseth Yar, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE POLLOS (BROILERS) EN EL CANTÓN URCUQUÍ, PROVINCIA DE IMBABURA" es de nuestra auditoría que no ha sido previamente presentado para ningún grado ni calificación profesional y que hemos consultado e investigado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento

Consideramos que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del examinador que se designe



SILVANA BEDOYA

C.C 100400612-6



LISSETH YAR

C.C 100331705-2

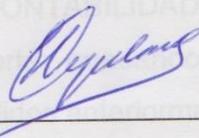
ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por las egresadas BEDOYA ICHAO SILVANA LIZETH y YAR BENAVIDES LISSETH ESTEFANIA, para optar por el título de Ingenieras en Contabilidad y Auditoría; C.P.A., cuyo tema es "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE POLLOS (BROILERS) EN EL CANTÓN URQUQUÍ, PROVINCIA DE IMBABURA".

Consideramos que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte de tribunal examinador que se designe.

Dado, en la ciudad de Ibarra a los 18 Días del mes de febrero del 2014

DISTRIBUCION DE POLLOS (BROILERS) EN EL CANTÓN URQUQUÍ, PROVINCIA DE IMBABURA", que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERAS EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA C.P.A., en la Universidad Técnica del Norte, esta facultada para ejercer plenamente los derechos antes mencionados.



Eco. Estuardo Ayala

DIRECTOR

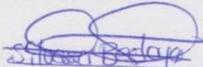
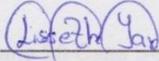


UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BEDOYA ICHAO SILVANA LIZETH y YAR BENAVIDES LISSETH ESTEFANIA, con cédulas de ciudadanía Nro. 1004006126 y 1003317052, manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autoras del trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE POLLOS (BROILERS) EN EL CANTÓN URCUQUÍ, PROVINCIA DE IMBABURA", que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERAS EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A., en la Universidad Técnica del Norte, quedando ésta facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En nuestra condición de autoras nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que realizamos la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

APELLIDOS Y NOMBRES	Bedoya Ichoo Silvana Lizeth Yar Benavides Lisseth Estefania
DIRECCIÓN	La Primavera, Ujege de Almagro y Roca Descartes 4-77 Pitamba (Pasaje C. Man)
	
SILVANA BEDOYA C.C 100400612-6	LISSETH YAR C.C 100331705-2
Ibarra, a los 18 días del mes de febrero del 2014	



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100400612-6 100331705-2		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Bedoya Ichao Silvana Lizeth Yar Benavides Lisseth Estefanía		
DIRECCIÓN:	La Primavera, Diego de Almagro y Rene Descartes 3-77 Pilanqui (Pasaje C, Manzana 28 Casa 3-61)		
EMAIL:	lizet_h_24@hotmail.es lisseth_yar@yahoo.com		
TELÉFONO FIJO:	062612-578 062951-105	TELÉFONO MÓVIL:	0997012496 0986895003

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE POLLOS (BROILERS) EN EL CANTÓN URCUQUÍ, PROVINCIA DE IMBABURA”,
AUTORES:	Bedoya Ichao Silvana Lizeth Yar Benavides Lisseth Estefanía
FECHA:	2014 – ii - 18
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Título de Ingenieras en Contabilidad y Auditoría C.P.A.
ASESOR /DIRECTOR:	Eco. Estuardo Ayala

AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

BEDOYA ICHAO SILVANA LIZETH y YAR BENAVIDES LISSETH ESTEFANIA, con cédulas de ciudadanía Nro. 1004006126 y 1003317052, en calidad de autoras y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizamos a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

CONSTANCIAS

AGRADECIMIENTOS

Las autoras manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

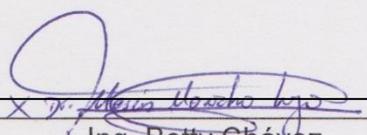
Ibarra, a los 18 días del mes de febrero del 2014

EL AUTORAS:


SILVANA BEDOYA
C.C 100400612-6


LISSETH YAR
C.C 100331705-2

ACEPTACIÓN:


Ing. Betty Chávez
JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a la Universidad Técnica del Norte, por habernos dado la oportunidad de adquirir conocimientos para la formación tanto profesional como para la vida diaria, a los catedráticos de manera especial al Eco. Estuardo Ayala por su orientación y ayuda en el transcurso de la elaboración de este proyecto. A nuestros padres, familiares y amigos por el apoyo que nos han brindado en toda la etapa universitaria. A la vez a todos los que colaboraron con un granito de arena proporcionándonos información necesaria para cada uno de los capítulos desarrollados en el presente proyecto.

LAS AUTORAS

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi madre por ser el pilar importante en mi vida cuyo vivir con ella me ha mostrado que en el camino hacia la meta se necesita de fortaleza para aceptar las derrotas y del sutil coraje para derribar miedos.

Y en especial a esa persona que siempre estuvo a mi lado dándome apoyo para continuar y seguir en mi camino.

Silvana Bedoya

DEDICATORIA

El presente trabajo de grado dedico a Dios, por haberme dado una vida llena de retos y oportunidades. A mis padres Carlos Yar y Teresa Benavides quienes fueron el pilar fundamental en cada una de las etapas de mi vida quienes me brindaron su apoyo incondicional y sobre todo supieron formarme como una persona de bien inculcándome grandes valores y gracias a ellos a su dedicación, perseverancia y sacrificio hicieron posible la culminación de mi carrera.

De la misma manera agradecerles a mis hermanos Luis, Juan Carlos, Paola y Fernanda, quienes siempre estuvieron junto a mí dándome ánimos y consejos para salir adelante.

Así mismo a Luis Alcucer, quien estuvo en todo momento y me brindó su confianza y me dio aliento para continuar.

Y a todos quienes estuvieron de una u otra manera ayudándome y en el desarrollo de este trabajo.

Lisseth Yar

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
SUMMARY.....	iii
DECLARACIÓN.....	iv
ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
CONSTANCIAS.....	ix
AGRADECIMIENTOS.....	x
DEDICATORIA.....	xi
DEDICATORIA.....	xii
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS.....	xiii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xvii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xx
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xx
ÍNDICE DE ABREVIATURAS.....	xxi
PRESENTACIÓN.....	xxiv
CAPÍTULO I.....	26
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL CANTÓN URCUQUÍ.....	26
Objetivos.....	26
Variables Diagnósticas.....	26
Antecedentes históricos.....	30
Características Geográficas.....	31
Datos Demográficos.....	33
Educación.....	36
Salud.....	41
Vivienda.....	42

Servicios Básicos.....	43
Actividades Económicas	49
Construcción de la Matriz AOOD (Aliados, Oponentes, Oportunidades, Amenazas).....	52
Identificación de la Oportunidad.....	54
CAPÍTULO II.....	55
MARCO TEÓRICO	55
La Empresa.....	55
Estudio de Mercado	59
Estudio Técnico	65
Ingeniería del Proyecto	67
Estudio Financiero	72
Estructura Organizacional.....	81
Impactos	83
CAPÍTULO III.....	85
ESTUDIO DE MERCADO.....	85
Presentación.....	85
Objetivos del Estudio de Mercado	86
Variables Diagnósticas	87
Matriz de Relación Diagnostica del Estudio de Mercado	88
Producto	90
Mercado Meta.....	90
Resultados y Análisis de Información	90
Análisis de la Oferta.....	103
Análisis de la Demanda	105
Determinación de la Demanda Insatisfecha	108
Determinación del Precio del Producto.....	109
Distribución del Producto	111
Promociones y Publicidad.....	113
CAPÍTULO IV.....	115
ESTUDIO TÉCNICO.....	115
Tamaño del Proyecto.....	115

Localización del Proyecto	116
Ingeniería del Proyecto	121
Presupuesto Técnico	135
CAPÍTULO V.....	142
ESTUDIO FINANCIERO	142
Determinación de los Ingresos.....	142
Determinación de los Egresos	143
Tabla de Amortización del Préstamo	163
Depreciación de Propiedad Planta y Equipo.....	164
Resumen de los Egresos Proyectados	165
Balance de Situación Financiera.....	166
Estado de Resultados Integral	167
Flujo de Caja.....	168
Evaluación Financiera.....	169
CAPÍTULO VI.....	176
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	176
Organización de la Empresa.....	176
Organización Estructural.....	179
Orgánico Funcional.....	180
Aspectos Legales.....	187
Registros legales	187
CAPÍTULO VII.....	191
ESTUDIO DE IMPACTOS	191
Impacto Social	192
Impacto Económico	193
Impacto Ambiental	195
Impacto General del Proyecto.....	197
CONCLUSIONES	198
RECOMENDACIONES.....	200
BIBLIOGRAFÍA.....	201
LINKOGRAFÍA.....	202
ANEXO N° 1	204

ANEXO N°2	205
ANEXO N° 3	206
ANEXO N° 4	207
ANEXO N° 5	208
ANEXO N° 6	211
ANEXO N° 7	212
ANEXO N° 8	213
ANEXO N° 9	214
ANEXO N° 10	215
ANEXO N° 11	216
ANEXO N° 12	222

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Indicadores que Definen las Variables	27
Cuadro 2 Matriz de Relación Diagnóstica	28
Cuadro 3 División Política del Cantón Urcuquí	32
Cuadro 4 Población del Cantón Urcuquí por Parroquias	34
Cuadro 5 Categoría Ocupacional del Cantón	35
Cuadro 6 Ramas de Actividad del cantón Urcuquí	36
Cuadro 7 Instituciones Educativas según Parroquias en el Cantón Urcuquí	37
Cuadro 8 Instituciones Educativas en el Cantón Urcuquí	38
Cuadro 9 Número de Alumnos por Institución Educativa, según Parroquia	39
Cuadro 10 Porcentaje de Analfabetismo en el Cantón Urcuquí, según Parroquias	40
Cuadro 11 Sabe Leer y Escribir en el Cantón Urcuquí	40
Cuadro 12 Estadísticas de la Atención Médica en el Cantón Urcuquí	42
Cuadro 13 Material de las Paredes Exteriores.....	43
Cuadro 14 Procedencia del Agua de Consumo Recibida en el Cantón Urcuquí	44
Cuadro 15 Procedencia de Luz Eléctrica en el Cantón Urcuquí	45
Cuadro 16 Sistema de Eliminación de Basura del Cantón Urcuquí	46
Cuadro 17 Disponibilidad de Telefonía Convencional	47
Cuadro 18 Sistema de Eliminación de Aguas Servidas en el Cantón Urcuquí	48
Cuadro 19 Descripción de Cultivos del Cantón Urcuquí	50
Cuadro 20 Producción Pecuaria del Cantón Urcuquí	52
Cuadro 21 Matriz AOOD	53
Cuadro 22 Indicadores que definen las variables	87
Cuadro 23 Matriz de Relación Diagnostica del Estudio de Mercado	88
Cuadro 24 Implementación de Empresa.....	91
Cuadro 25 Adquisición Semanal de Pollos	92

Cuadro 26 Peso Promedio.....	93
Cuadro 27 Precio por Libras	94
Cuadro 28 Tiempo de Adquisición	95
Cuadro 29 Importancia en la Adquisición	96
Cuadro 30 Razón de compra.....	97
Cuadro 31 Cambio de Proveedor	98
Cuadro 32 Promoción de Proveedor.....	99
Cuadro 33 Producción Avícola en el Cantón Urcuquí.....	100
Cuadro 34 Planteles Avícolas	104
Cuadro 35 Proyección de la Oferta.....	105
Cuadro 36 Faenadoras de Pollos Broilers en la Ciudad Ibarra	106
Cuadro 37 Proyección de la Demanda	107
Cuadro 38 Demanda Insatisfecha del Producto Proyectado	108
Cuadro 39 Producción de Pollos.....	109
Cuadro 40 Costo de Venta	110
Cuadro 41 Proyección del Precio.....	110
Cuadro 42 Matriz de Ponderación	117
Cuadro 43 Matriz de Ponderación	118
Cuadro 44 Flujograma de Crianza	121
Cuadro 45 Construcción	136
Cuadro 46 Maquinaria y Equipos para la Planta.....	136
Cuadro 47 Muebles y Equipos de Oficina.....	137
Cuadro 48 Equipos de Computación	138
Cuadro 49 Inversión Fija.....	138
Cuadro 50 Gastos de Constitución	139
Cuadro 51 Capital de Trabajo	139
Cuadro 52 Inversión Total.....	140
Cuadro 53 Financiamiento	140
Cuadro 54 Talento Humano.....	141
Cuadro 55 Proyección de Ingresos.....	142
Cuadro 56 Proyección Materia Prima	144
Cuadro 57 Proyección de Materia Prima Indirecta.....	147

Cuadro 58 Proyección del Salario Básico Unificado Mensual	148
Cuadro 59 Proyección del Salario Básico Unificado Mensual Anual	148
Cuadro 60 Proyección del Costo Total de la Mano de Obra Directa.....	149
Cuadro 61 Proyección del Costos Indirectos de Fabricación.....	150
Cuadro 62 Resumen Total de Costos de Producción	151
Cuadro 63 Proyección del Salario Básico Unificado Mensual	151
Cuadro 64 Proyección del Salario Básico Unificado Mensual Anual	152
Cuadro 65 Proyección del Gasto Total del Personal de Administración	152
Cuadro 66 Proyección del Gasto Servicios Básicos	153
Cuadro 67 Proyección del Gasto Total de Suministros de Oficina.....	154
Cuadro 68 Proyección del Gasto Total Útiles de Aseo	157
Cuadro 69 Resumen Total de Gastos Administrativos	159
Cuadro 70 Proyección del Salario Básico Unificado Mensual	160
Cuadro 71 Proyección del Salario Básico Unificado Anual.....	160
Cuadro 72 Proyección del Gasto Total del Personal de Ventas	161
Cuadro 73 Proyección del Gasto Publicidad Mensual	161
Cuadro 74 Proyección del Gasto Total Anual de Publicidad.....	162
Cuadro 75 Resumen Total de Gasto de Ventas	162
Cuadro 76 Tabla de Amortización.....	163
Cuadro 77 Resumen de Propiedad Planta y Equipo.....	164
Cuadro 78 Proyección Depreciación de Propiedad Planta y Equipo	165
Cuadro 79 Proyección de los Egresos.....	165
Cuadro 80 Costo de Oportunidad	169
Cuadro 81 Aportación de Socios	169
Cuadro 82 Flujos netos actualizado.....	170
Cuadro 83 Flujos netos actualizado.....	171
Cuadro 84 Punto de Equilibrio	173
Cuadro 85 Período de Recuperación de la Inversión	175
Cuadro 86 Escala de Impactos	191
Cuadro 87 Impacto Social.....	192
Cuadro 88 Impacto Económico.....	194
Cuadro 89 Impacto Ambiental.....	196

Cuadro 90 Impacto General del Proyecto	197
Cuadro 91 Producción Avícola del Cantón Urcuquí.....	215
Cuadro 92 Período de Recuperación de la Inversión	222

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Implementación de Empresa.....	91
Gráfico 2 Adquisición Semanal.....	92
Gráfico 3 Peso Promedio.....	93
Gráfico 4 Precio por Libra	94
Gráfico 5 Tiempo de Adquisición	95
Gráfico 6 Importancia de Adquisición	96
Gráfico 7 Razón de Compra	97
Gráfico 8 Cambio de Proveedor.....	98
Gráfico 9 Promoción de Proveedor.....	99
Gráfico 10 Distribución del producto “Broilpollo”	111
Gráfico 11 Presentación y calidad del producto.....	112
Gráfico 12 Empresa “BROILPOLLO”	112
Gráfico 13 Empresa “BROILPOLLO”	113

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Mapa Político del Cantón Urcuquí	32
Ilustración 2 Ubicación del Lote de Terreno.....	120
Ilustración 3 Bebederos Automáticos.....	129
Ilustración 4 Bebederos Manuales.....	130
Ilustración 5 Comedero Tubular y Manual	130
Ilustración 6 Criadora.....	130
Ilustración 7 Báscula.....	131
Ilustración 8 Termómetro	131
Ilustración 9 Tanque de Agua	131
Ilustración 10 Centraline de Gas.....	132

Ilustración 11 Manguera de Agua ½ Pulgadas	132
Ilustración 12 Gaveta	132
Ilustración 13 Cilindros de Gas	133
Ilustración 14 Planos de Instalaciones de la Planta Avícola	134

ÍNDICE DE ABREVIATURAS

C.P.A.....	Contador Público Autorizado
TIR.....	Tasa Interna de Retorno
VAN.....	Valor Actual Neto
PEA.....	Población Económicamente Activa
INPC.....	Instituto Nacional de Patrimonio Cultural
INEC.....	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
GMSMU.....	Gobierno Municipal de San Miguel de Urququí
CPV.....	Censo de Población y Vivienda
UPAS.....	Unidad de Producción Agropecuarias
Ha.....	Hectáreas
MAG.....	Ministerio de Agricultura y Ganadería
AOOR.....	Aliados - Oponentes - Oportunidades - Amenazas
3 "A"s.....	Ambiente – Agua – Alimento
AGROCALIDAD.....	Agencia de Aseguramiento de la Calidad del Agro
Op.....	Oferta Proyectada
OA.....	Oferta Actual
1.....	Valor Constante
i.....	Tasa de Crecimiento
N.....	Tiempo

DA.....	Demanda Proyectada
Dp.....	Demanda Proyectada
RUC.....	Registro Único de Contribuyentes
SNAP.....	Sistema de Áreas Protegidas
BP.....	Bosques Protectores
TULAS.....	Texto Unificado de la Legislación Ambiental Secundarias

OBJETIVOS DEL PROYECTO

General

Realizar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de producción y distribución de pollos (broilers) en el cantón Urcuquí, provincia de Imbabura”

Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional mediante el análisis de los (Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos).
- Elaborar las bases teóricas- científicas del problema, a través de la investigación bibliográfica y documental.
- Realizar el estudio de mercado, para conocer la oferta, la demanda potencial, mediante la investigación de campo.
- Realizar el estudio técnico para determinar el tamaño, localización e ingeniería del proyecto.
- Estudio económico – financiero para determinar la rentabilidad mediante el cálculo del TIR, VAN, Costo Beneficio.
- Realizar el análisis organizacional para la creación de la empresa, según los lineamientos de la administración moderna.
- Establecer los principales impactos que provocará la implementación del proyecto mediante investigación de campo.

PRESENTACIÓN

El presente proyecto estudio de factibilidad para la creación de una empresa de producción y distribución de pollos (broilers) en el cantón Urcuquí, provincia de Imbabura. A continuación se detalla una síntesis de lo que se trata en cada capítulo del informe del trabajo de grado.

El proyecto se encuentra estructurado de siete capítulos los cuales son: Análisis Situacional, Marco Teórico, Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Financiero, Estructura Organizacional y Estudio de Impactos, mismos que son necesarios para la elaboración y desarrollo del proyecto.

Capítulo I, Análisis Situacional del Cantón Urcuquí, donde se destaca varios aspectos importantes del sitio como son antecedentes históricos, características geográficas, políticas, demográficas, educación, entre otros, en la cual se toma en cuenta las actividades económicas a las que se dedica la población del cantón, permitiéndose así establecer y analizar la matriz de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos.

Capítulo II, se refiere al Marco Teórico, donde se conceptualiza cada uno de los aspectos técnicos, contables, financieros, administrativos, entre otros; los cuales fueron analizados y extraídos de textos relacionados con la producción y distribución, los mismos que han permitido la comprensión del presente estudio para llevar a cabo el proyecto.

Capítulo III, en el Estudio de Mercado, es donde se analiza y se determina la oferta, demanda y precio, mediante encuestas y entrevistas realizadas a la competencia y a los distribuidores y así permitiendo conocer si existe o no demanda insatisfecha y de esta manera establecer estrategias para la distribución del producto dentro del mercado.

Capítulo IV, el Estudio Técnico, es de suma importancia ya que se refiere a aspectos sobre las instalaciones, ubicación, maquinaria, tecnología, procesos productivos, inversiones fijas, diferidas, capital de trabajo, financiamiento y recurso humano, permitiendo así dar inicio a la actividad económica ofreciendo un producto de calidad.

Capítulo V, está orientado al Estudio Financiero, en la cual se detallará la proyección a diez años tanto en ingresos como egresos que generara el proyecto, de la misma forma a establecer la utilidad o pérdida del ejercicio, aplicando criterios de evaluación financiera para determinar la factibilidad del proyecto.

Capítulo VI, la estructura organizacional, es donde se realizará todo lo referente a la organización de la empresa, a las funciones, cargos, responsabilidades de cada funcionario que la conforme, aspectos legales para la constitución de la empresa, valores y políticas que permitan el normal funcionamiento de la empresa propuesta.

Capítulo VII, el Estudio de Impactos, es un análisis que permite establecer en el proyecto, en la cual se determina impactos tanto positivos como negativos en aspectos como: social, económico y ambiental al momento de la implementación.

Finalmente se llega a establecer las conclusiones y recomendaciones, establecidas durante la investigación y desarrollo de cada uno de los capítulos antes mencionados.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL CANTÓN URCUQUÍ

1.1 Objetivos

a) General

Realizar un diagnóstico situacional del Cantón Urcuquí.

b) Específicos

- Conocer la historia y formación del Cantón Urcuquí.
- Determinar la población, tomando en cuenta aspectos como: género, edad, PEA.
- Analizar la situación económica del Cantón.
- Analizar la infraestructura básica del Cantón.

1.2 Variables Diagnósticas

De acuerdo a los objetivos específicos del diagnóstico se determina las siguientes variables a ser analizadas:

- Historia
- Demografía
- Sectores económicos
- Educación
- Salud
- Vivienda
- Energía eléctrica

- Alcantarillado
- Agua Potable
- Telefonía

a) Indicadores que Definen las Variables

Para cada una de las variables se han determinado una serie de indicadores que han permitido conocer y analizar las variables.

Cuadro 1 Indicadores que Definen las Variables

VARIABLES	INDICADORES
Historia	Constitución Culturas Costumbres Organización Política
Demografía	Población General Población por Genero Población por Edad Población Económicamente Activa
Sectores económicos	Sector Agropecuario Sector Industrial Sector Servicios Sector Comercial
Educación	Instituciones Educativas Niveles de Educación Personas Analfabetas Personas que saben leer y escribir.
Salud	Instituciones Medicas Servicios Médicos.
Vivienda	Formas de Construcción. Servicios Básicos.
Energía eléctrica	Redes de servicio Público, Abonados residenciales, comerciales e industriales. Paneles Solares Generador de Luz (Planta eléctrica).
Alcantarillado	Fluvial Sanitario
Agua Potable	Viviendas con servicios Procedencia del Agua de Consumo Recibida.
Telefonía Fija	Hogares con servicio

b) Matriz de Relación Diagnóstica

Cuadro 2 Matriz de Relación Diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA	FUENTE
Conocer la historia del Cantón Urcuquí	Historia	<ul style="list-style-type: none"> • Constitución • Culturas • Costumbres • Organización Política 	Observación. Entrevista.	Documental Bibliográfica
Determinar la población del Cantón Urcuquí	Demografía	<ul style="list-style-type: none"> • Población General • Población por Género • Población por Edad • Población Económicamente Activa 	Entrevista Observación	Documental Bibliográfica
Analizar la situación económica del Cantón Urcuquí.	Sectores económicos	<ul style="list-style-type: none"> • Sector Agropecuario • Sector Industrial • Sector Servicios • Sector Comercial 	Observación Entrevista	Documental Bibliográfica
Conocer la situación social del Cantón Urcuquí.	Educación	<ul style="list-style-type: none"> • Instituciones Educativas • Niveles de Educación • Personas Analfabetas • Personas que saben leer y escribir. 	Entrevista Observación	Documental Bibliográfica

	Salud Vivienda	<ul style="list-style-type: none"> • Instituciones Medicas • Servicios Médicos. • Viviendas con servicios • Formas de Construcción. • Servicios Básicos. 		
Analizar la infraestructura básica.	Energía eléctrica Alcantarillado Agua Potable Telefonía Fija	<ul style="list-style-type: none"> • Redes abonadas, residenciales, comerciales e industriales. • Paneles Solares • Generador de Luz (Planta eléctrica). • Fluvial • Sanitario • Viviendas con servicio • Procedencia del Agua de Consumo Recibida. • Hogares con servicio 	Observación Entrevista	Documental Bibliográfica

1.3 Antecedentes históricos

La zona de Urcuquí fue habitada por indios y mestizos desde años antes del presente siglo, sin embargo en la época actual, su origen parte desde los habitantes primitivos de la provincia. La parroquia urbana de Urcuquí se crea el 21 de junio de 1941, según acuerdo Ejecutivo No. 372 de 9 de junio de 1941 publicado en el Registro Oficial No. 244 de junio 21 del mismo año.

Una idea brillante fue la erección a cantón de San Miguel de Urcuquí que desde aproximadamente unos 50 años nació en el pensamiento intelectual de distinguidos urcuquireños así el Dr. Ricardo Ignacio Reyes, en su obra “Ensayo de Monografía” de la célebre parroquia de Urcuquí edición de 1941. El cantón de San Miguel de Urcuquí se creó el 9 de febrero de 1984, mediante Decreto promulgado en el Registro Oficial N° 680 fecha que paso a ser Ley de República.

Urcuquí es uno de los pocos cantones que en los centros poblados de su capital y parroquias se conserva el patrimonio arquitectónico edificado de tiempo colonial cuya expresión se plasma en sus bellas iglesias, casas antiguas y casonas de hacienda; caso especial merece mencionar a la parroquia de Pablo Arenas, que alcanzó la categoría de Patrimonio Cultural del Estado, declarado por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural – INPC el 13 de julio del 2010.

El nombre que lleva esta parroquia y el cantón se origina, luego de que en estos territorios, en la antigüedad, fueron habitados por diversos Ayllus (familias indígenas), donde por la organización genial y muy desarrollada predominaron los Urcuquíes, quienes dieron el nombre aborigen de URCUCIQUE, que fonéticamente se compone de dos voces quichuas: URCU, que quiere decir cerro y, CIQUE, que quiere decir asiento; es decir

“asiento de cerro”. En la actualidad la composición fonética con el español determinó a este pueblo como Urcuquí.

Esta tierra de incomparable belleza, con montañas en cuyas faldas se divisan grandes sembríos que como parches a una inmensa tela dibujan un paisaje de esplendoroso colorido y riachuelos dan vida a esta parte de la región, han sido muy preferidas para el predominio de grandes haciendas.

1.4 Características Geográficas

a) Ubicación

El Cantón Urcuquí está ubicado al Noroccidente de la Provincia de Imbabura.- y se encuentra limitada:

Al Norte y al Este: Cantón Ibarra, Al Sur y Sureste con los Cantones: Antonio Ante y Cotacachi, Al Occidente: Provincia de Esmeraldas.

b) Organización Política

Actualmente, el Cantón Urcuquí está constituido por una sola parroquia urbana y que lleva el mismo nombre del cantón y también se encuentra conformada por cinco parroquias rurales que son: Cahuasquí, San Blas, Tumbabiro, Pablo Arenas y la Merced de Buenos Aires.

Cuadro 3 División Política del Cantón Urcuquí

PARROQUIA	EXTENSIÓN Km2	ALTURA	TEMPERATURA
Urcuquí	56.62	1600-3180msnm	19°C
San Blas	75.28	2226-2718msnm	16.64°C
Tumbabiro	38.02	1800-3500msnm	20°C
Pablo Arenas	57.77	1800-4000msnm	17°C
Cahuasquí	105.54	1600-4400msnm	16.9°C
Buenos Aires	433.74	1400-3999msnm	16°C
TOTAL	765.97		105.54°C

Fuente: Gobierno Municipal del Cantón Urcuquí

A continuación se presenta un mapa del Cantón Urcuquí.

Ilustración 1 Mapa Político del Cantón Urcuquí



Fuentes: Gobierno Municipal del Cantón Urcuquí.

c) Clima

Los elementos del clima como la precipitación, temperatura, humedad relativa, velocidad del viento, y radiación solar son indispensables en la caracterización del clima. Así mismo los aspectos morfométricos, topográficos, tipo de suelo, cobertura vegetal, altitud, cursos de agua, entre otros, constituyen características relevantes que interrelacionados contribuyen a la formación de un clima de una región.

De manera general se podría considerar que esta zona de la región interandina, el cantón Urcuquí, según la clasificación climática de Pierre Pourrut (1995), presenta un clima mesotérmico semi húmedo a húmedo, ecuatorial mesotérmico seco y tropical megatérmico húmedo.

En el cantón Urcuquí, la variación de temperatura ocurre como consecuencia de las diferencias de altitud sobre el nivel del mar. En general las temperaturas medias mensuales y la temperatura media anual no presentan variaciones mayores a 5°C.

En todo el territorio, la humedad relativa es alta, con valores medios anuales superiores al 50%.

1.5 Datos Demográficos

a) Población

La población del cantón Urcuquí es de 15.671 habitantes de los cuales 7.825 son hombres que corresponde al 49.93% de la población total y 7.846 mujeres que corresponde al 50.07%, datos que proporciona el Censo de población y vivienda 2010. La población del cantón del año 2001 al último censo en el año 2010 se incrementó en el 8,97%. La parroquia Urcuquí presenta un incremento en la población esto debido a que existe migración del sector rural a la cabecera cantonal de Urcuquí.

La población de Urcuquí está mayoritariamente en el sector rural, en donde tiene una provisión media de servicios básicos.

Cuadro 4 Población del Cantón Urcuquí por Parroquias

PARROQUIA	POBLACIÓN TOTAL	HOMBRES	PORCENTAJE	MUJERES	PORCENTAJE
Urcuquí	5,205	2,548	48.95%	2,657	51.05%
Pablo Arenas	2,118	1,068	50.42%	1,050	49.58%
Tumbabiro	1,627	816	50.15%	811	49.85%
San Blas	3,015	1,468	48.69%	1,547	51.31%
Buenos Aires	1,893	989	52.25%	904	47.75%
Cahuasquí	1,813	936	51.63%	877	48.37%
TOTAL	15,671	7,825	49.93%	7,846	50.07%

Fuente: INEC. Censo de Población y Vivienda CPV 2010.
Elaboración: Autoras

b) Población Económicamente Activa (PEA)

Corresponde a la parte de la población total que participa en la producción económica. En la práctica, para fines estadísticos, se contabiliza en la PEA a todas las personas mayores de una cierta edad que tienen empleo o que, no teniéndolo, están buscándolo o a la espera de alguno. Ello excluye a los pensionados y jubilados, a las amas de casa, estudiantes y rentistas así como, por supuesto, a los menores de edad.

La caracterización se realiza en función de las categorías de ocupación; ramas de actividad; número de horas trabajadas; migración; y fuentes de empleos.

- **Categoría de Ocupación**

Según el censo de población y vivienda 2010, las categorías de ocupación de la población económicamente activa del cantón se dedica en un 29,42% a laborar por cuenta propia, un 37,06% labora como jornalero(a) o peón y el 14,58% como empleado/a u obrero/a privado. De

las personas que se encuentran en la categoría de ocupación por cuenta propia, el 70% se dedican a la agricultura, ganadería y silvicultura, el 10,43 % de esta categoría son comerciantes y el 18.94% se dedica a diferentes actividades económicas.

Cuadro 5 Categoría Ocupacional del Cantón

Categoría de ocupación	Personas	Porcentaje
Jornalero/a o peón	2.283	37,06 %
Cuenta propia	1.812	29,42 %
Empleado/a u obrero/a privado	898	14,58 %
Empleado/a u obrero/a del Estado, Gobierno, Municipio, Consejo Provincial, Juntas Parroquiales	369	5,99 %
No declarado	241	3,91 %
Empleado/a doméstico/a	177	2,87 %
Trabajador nuevo	141	2,29 %
Patrono/a	122	1,98 %
Socio/a	59	0,96 %
Trabajador/a no remunerado	58	0,94 %
Total	6.160	100,00 %

Fuente: INEC, censo de Población y Vivienda 2010
Elaborado: Gobierno Municipal del Cantón Urcuquí

- **Ramas de Actividad**

Se observa en la siguiente tabla que el 61,44% de la PEA se dedica a la agricultura, ganadería y silvicultura, el 5,68% son comerciantes al por mayor y menor y el 4,50% se dedican a la industria manufacturera y la diferencia de 28.38% a las distintas ramas económicas.

Cuadro 6 Ramas de Actividad del cantón Urucuquí

Rama de actividad (Primer nivel)	Casos	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	3.785	61,44%
No declarado	434	7,05%
Comercio al por mayor y menor	350	5,68%
Industrias manufactureras	277	4,50%
Construcción	238	3,86%
Actividades de los hogares como empleadores	176	2,86%
Transporte y almacenamiento	152	2,47%
Administración pública y defensa	142	2,31%
Trabajador nuevo	141	2,29%
Enseñanza	138	2,24%
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	75	1,22%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	61	0,99%
Actividades de la atención de la salud humana	50	0,81%
Otras actividades de servicios	37	0,60%
Información y comunicación	26	0,42%
Artes, entretenimiento y recreación	17	0,28%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	16	0,26%
Actividades financieras y de seguros	14	0,23%
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	11	0,18%
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	9	0,15%
Explotación de minas y canteras	6	0,10%
Actividades inmobiliarias	3	0,05%
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	2	0,03%
Total	6.160	100%

Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda 2010
Elaboración: Gobierno Municipal del Cantón Urucuquí

1.6 Educación

La educación implica una concienciación cultural y conductual, donde las nuevas generaciones adquieren los modos de ser de generaciones anteriores.

El proceso educativo se materializa en una serie de habilidades y valores, que producen cambios intelectuales, emocionales y sociales en el individuo. De acuerdo al grado de concienciación alcanzado, estos valores pueden durar toda la vida o sólo un cierto período de tiempo.

El cantón tiene 44 centros de educación inicial, básica y bachillerato. Los alumnos del cantón son 3.614.

Cuadro 7 Instituciones Educativas según Parroquias en el Cantón Urcuquí

PARROQUIAS	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS
San Blas	7
Cahuasquí	7
La Merced de Buenos Aires	10
Pablo Arenas	5
Tumbabiro	4
Urcuquí	11
TOTAL	44

Fuente: Dirección Provincial de Educación de Imbabura
Elaboración: Gobierno Municipal del Cantón Urcuquí

a) Calidad y cobertura de servicios de Educación en el cantón Urcuquí

El cantón tiene 44 centros de educación inicial, básica y bachillerato. Los alumnos del cantón son 3.614.

Cuadro 8 Instituciones Educativas en el Cantón Urcuquí

NO.	INSTITUCIÓN	PARROQUIA	LUGAR
JARDÍN DE INFANTES	J.I. IRUGUINCHO	SAN BLAS	IRUGUINCHO
	J. I. 29 DE MAYO	CAHUASQUI	BARRIO SANTO DOMINGO
	J. I. 24 DE JUNIO	LA MERCED DE BUENOS AIRES	BUENOS AIRES
	J. I. LA VICTORIA	PABLO ARENAS	BARRIO LA VICTORIA
	J. I. PABLO ARENAS	PABLO ARENAS	PLAZA CENTRAL
	J. I. ALBERTO AMADOR	SAN BLAS	CERCA A LA ESCUELA ELOY ALFARO
	J. I. TUMBABIRO	TUMBABIRO	CALLE GONZALEZ SUAREZ
	J. I. JOSE REYES ROSERO	URCUQUI	GONZALEZ SUAREZ 000 ANDRADE GONZALEZ
ESCUELAS	ECUADOR AMAZONICO	CAHUASQUI	COMUNIDAD GUAÑIBUELA
	EDUARDO GARZON FONSECA	CAHUASQUI	BARRIO LA FLORIDA
	JOSE MARIA CORDOVA	CAHUASQUI	COMUNIDAD PUGARAN
	JUAN LEON MERA	CAHUASQUI	BARRIO SANTO DOMINGO
	LUIS ALFREDO MARTINEZ	CAHUASQUI	COMUNIDAD SAN FRANCISCO DE SACHAPAMBA
	24 DE JUNIO NRO 2	LA MERCED DE BUENOS AIRES	COMUNIDAD EL PORVENIR
	BOYACA	LA MERCED DE BUENOS AIRES	CASERIO EL TRIUNFO
	BUENOS AIRES	LA MERCED DE BUENOS AIRES	CALLE BOLIVAR Y CARCHI
	CORONEL SANTA CRUZ	LA MERCED DE BUENOS AIRES	BARRIO SAN LUIS
	GENERAL CALICUCHIMA	LA MERCED DE BUENOS AIRES	COMUNIDAD EL CORAZON
	GENERAL JOSE MIREZ	LA MERCED DE BUENOS AIRES	COMUNIDAD SAN PEDRO
	NUEVA GRANADA	LA MERCED DE BUENOS AIRES	BARRIO LA PRIMAVERA
	SERGIO ENRIQUE LOYO ALMEIDA	LA MERCED DE BUENOS AIRES	BARRIO SAN JOSE
	5 DE JUNIO	PABLO ARENAS	BARRIO LOURDES
	ALEJANDRO ANDRADE COELLO	PABLO ARENAS	COMUNIDAD DE PALAGA
	FRANKLIN ROOSEVELT	PABLO ARENAS	BARRIO LA VICTORIA
	CECILIA BARBA DE JIJON	SAN BLAS	COMUNIDAD SANTA CECILIA
	ELOY ALFARO	SAN BLAS	ESTADIO ANTIGUO
	HERNAN CORTEZ	SAN BLAS	IRUGUINCHO
	SIMON RODRIGUEZ	SAN BLAS	JUNTO A LA CAPILLA BARRIO SAN JUAN
	ODILO AGUILAR	SAN BLAS	COMUNIDAD PISANGACHO SECTOR PIQUITOLA
	AGUAS CALIENTES	TUMBABIRO	COMUNIDAD AJUMBUELA
	JORGE CARRERA ANDRADE	TUMBABIRO	COMUNIDAD LA DELICIA
	VICENTE ROCAFUERTE	TUMBABIRO	TUMBABIRO
	ABDON CALDERON	URCUQUI	GONZALES SUAREZ FLAVIO NOBOA
	ALFONSO CADENA MARCILLO	URCUQUI	VIA AZAYA, COMUNIDAD COCHAPATA
	CAMILO GALLEGOS DOMINGUEZ	URCUQUI	COMUNIDAD SAN JOSE
	EUGENIO ESPEJO	URCUQUI	EUGENIO ESPEJO 000 ANTONIO ANTE
	PROVINCIA DE MANABI	URCUQUI	COMUNIDAD COÑAQUI
	QUINTILLANO SANCHEZ	URCUQUI	COMUNIDAD AZAYA
VICTOR MANUEL PEÑAHERRERA NRO 2	URCUQUI	COMUNIDAD TAPIAPAMBA	
JACINTO JIJON CAAMAÑO Y FLORES	URCUQUI	JULIO MARIA MATOVELLE 59-01 Y GONZALEZ SUAREZ	
COLEGIOS	COLEGIO CAHUASQUI	CAHUASQUI	BARRIO SANTO DOMINGO
	COLEGIO BUENOS AIRES	LA MERCED DE BUENOS AIRES	BUENOS AIRES
	COLEGIO LUIS FELIPE BORJA	URCUQUI	SUCRE 12-01 Y GUSTAVO CARRERA
	COLEGIO URCUQUI	URCUQUI	GUZMAN N° 9-02 FRENTE AL CENTRO DE SALUD

Fuente: Dirección Provincial de Educación de Imbabura

En el cantón para el período 2012-2013 se encuentran matriculados 3.614 alumnos; de primero a séptimo año de básica están 2.601 alumnos, 1.013 estudiantes están matriculados de octavo a décimo año de básica y el bachillerato.

Cuadro 9 Número de Alumnos por Institución Educativa, según Parroquia

INSTITUCIÓN	PARROQUIA	LUGAR	ALUMNOS			
			HOMBRES	MUJERES	TOTAL	
J.I. IRUGUINCHO	SAN BLAS	IRUGUINCHO	0	0	0	
J. I. 29 DE MAYO	CAHUASQUI	BARRIO SANTO DOMINGO	8	8	16	
J. I. 24 DE JUNIO	LA MERCED DE BUENOS AIRES	BUENOS AIRES	10	11	21	
J. I. LA VICTORIA	PABLO ARENAS	BARRIO LA VICTORIA	11	8	19	
J. I. PABLO ARENAS		PLAZA CENTRAL	18	15	33	
J. I. ALBERTO AMADOR	SAN BLAS	SAN BLAS	24	28	52	
J. I. TUMBABIRO	TUMBABIRO	CALLE GONZALEZ SUAREZ	5	9	14	
J. I. JOSE REYES ROSERO	URCUQUI	GONZALEZ SUAREZ	50	49	99	
ECUADOR AMAZONICO	CAHUASQUI	COMUNIDAD GUAÑIBUELA	13	20	33	
EDUARDO GARZON FONSECA		BARRIO LA FLORIDA	3	1	4	
JOSE MARIA CORDOVA		COMUNIDAD PUGARAN	14	10	24	
JUAN LEON MERA		BARRIO SANTO DOMINGO	79	75	154	
LUIS ALFREDO MARTINEZ		COMUNIDAD SAN FRANCISCO DE SACHAPAMBA	11	16	27	
24 DE JUNIO NRO 2	LA MERCED DE BUENOS AIRES	COMUNIDAD EL PORVENIR	14	12	26	
BOYACA		CASERIO EL TRIUNFO	15	11	26	
BUENOS AIRES		CALLE BOLIVAR Y CARCHI	72	67	139	
CORONEL SANTA CRUZ		BARRIO SAN LUIS	12	5	17	
GENERAL CALICUCHIMA		COMUNIDAD EL CORAZON	8	11	19	
GENERAL JOSE MIREZ		COMUNIDAD SAN PEDRO	13	18	31	
NUEVA GRANADA		BARRIO LA PRIMAVERA	17	13	30	
SERGIO ENRIQUE LOYO ALMEIDA		BARRIO SAN JOSE	0	0	0	
5 DE JUNIO		PABLO ARENAS	BARRIO LOURDES	0	0	0
ALEJANDRO ANDRADE COELLO			COMUNIDAD DE PALAGA	4	5	9
FRANKLIN ROOSEVELT	BARRIO LA VICTORIA		56	66	122	
CECILIA BARBA DE JIJON	SAN BLAS	COMUNIDAD SANTA CECILIA	24	32	56	
ELOY ALFARO		ESTADIO ANTIGUO	160	113	273	
HERNAN CORTEZ		IRUGUINCHO	22	15	37	
SIMON RODRIGUEZ		JUNTO A LA CAPILLA BARRIO	38	23	61	
ODILO AGUILAR		COMUNIDAD PISANGACHO	22	20	42	
AGUAS CALIENTES		TUMBABIRO	COMUNIDAD AJUMBUELA	7	5	12
JORGE CARRERA ANDRADE	COMUNIDAD LA DELICIA		8	13	21	
VICENTE ROCAFUERTE	TUMBABIRO		92	90	182	
ABDON CALDERON	URCUQUI	GONZALES SUAREZ FLAVIO	348	125	473	
ALFONSO CADENA MARCILLO		VIA AZAYA, COMUNIDAD	10	10	20	
CAMILO GALLEGOS DOMINGUEZ		COMUNIDAD SAN JOSE	23	18	41	
EUGENIO ESPEJO		EUGENIO ESPEJO 000 ANTONIO	0	216	216	
PROVINCIA DE MANABI		COMUNIDAD COÑAQUI	4	7	11	
QUINTILLANO SANCHEZ		COMUNIDAD AZAYA	12	17	29	
VICTOR MANUEL PEÑAHERRERA N. 2		COMUNIDAD TAPIAPAMBA	15	17	32	
JACINTO JIJON CAAMAÑO Y FLORES		JULIO MARIA MATOVELLE 59-01 Y GONZALEZ SUAREZ	100	80	180	
COLEGIO CAHUASQUI		CAHUASQUI	BARRIO SANTO DOMINGO	65	61	126
COLEGIO BUENOS AIRES	LA MERCED DE BUENOS AIRES	BUENOS AIRES	33	36	69	
COLEGIO LUIS FELIPE BORJA	URCUQUI	SUCRE 12-01 Y GUSTAVO	59	41	100	
COLEGIO URCUQUI	URCUQUI	GUZMAN N° 9-02	387	331	718	
TOTAL			1,886	1,728	3,614	

Fuente: Dirección Provincial de Educación de Imbabura

a) Analfabetismo

El cantón tiene el 10.80% de analfabetismo, la parroquias con mayor índice es San Blas, seguido por Buenos Aires, y con un porcentaje por debajo de la media cantonal están las parroquias Tumbabiro, Cahuasquí, Urcuquí y Pablo Arenas, en el siguiente cuadro se detalla el índice de analfabetismo por parroquias.

Cuadro 10 Porcentaje de Analfabetismo en el Cantón Urcuquí, según Parroquias

PARROQUIAS	PORCENTAJE DE ANALFABETISMO
Urcuquí	9.37
Cahuasquí	9.55
La Merced de Buenos Aires	13.25
Pablo Arenas	8.70
San Blas	14.60
Tumbabiro	9.99
TOTAL	65.46

Fuente: INEC. Censo de Población y Vivienda CPV 2010.
Elaboración: Gobierno Municipal del Cantón Urcuquí

De acuerdo a datos proporcionados por el Censo 2010 se determina que en el Cantón Urcuquí 12.240 personas saben leer y escribir que corresponde al 86.80%, mientras que 1.861 no saben leer y escribir.

Cuadro 11 Sabe Leer y Escribir en el Cantón Urcuquí

Sabe leer y escribir								
	Urcuquí	Cahuasquí	Buenos Aires	Pablo Arenas	San Blas	Tumbabiro	Total	Porcentaje %
SI	4,128	1,451	1,370	1,707	2,264	1,320	12,240	86.80
NO	550	201	290	212	436	172	1,861	13.20

Fuente: INEC. Censo de Población y Vivienda CPV 2010.
Elaboración: Gobierno Municipal del Cantón Urcuquí

1.7 Salud

El cantón cuenta con un centro de salud en la cabecera cantonal y en cada una de las parroquias rurales, con lo cual tiene cubierta la atención primaria, tiene una cobertura de servicios atención prenatal, planificación familiar, detección oportuna del cáncer, atención a menores de 1 año, atención a menores de 5 años, atención a menores de 5 a 15 años, atención de 15 a 19 años, atención de 20 a 49 años, atención de 50 a 64 años, atención de 65 años en adelante.

La cobertura en materia de salud pública ofrecida en el cantón cubre: medicina general, ginecología, odontología, enfermería, visitas domiciliarias, salud escolar que atienden a los centros de educación inicial y escuelas, realizan brigadas comunitarias; el personal médico se encuentra debidamente capacitado.

El Gobierno Municipal de Urcuquí da el servicio a la población en Medicina General, Fisioterapia, atención de emergencias y servicio de farmacia. Un Médico general, una Enfermera, un Fisioterapista son el personal que atiende estos servicios. A continuación se presenta estadísticas de las atenciones médicas en el cantón Urcuquí según parroquias y según grupos de edad.

Cuadro 12 Estadísticas de la Atención Médica en el Cantón Urcuquí

UNIDAD OPERATIVA	MORBILIDAD	CONSULTAS PREVENTIVA	ATENCIÓN OBTETRIZ	PARTOS	TOTAL
	CASOS	CASOS	CASOS	CASOS	CASOS
Subcentro de salud de Urcuquí	5,219	1,311	4,734	4	11,268
Subcentro de salud de Pablo Arenas	4,230	2,731	0	0	6,961
Subcentro de salud de San Blas	2,464	2,530	0	0	4,994
Subcentro de salud de Tumbabiro	2,532	1,056	0	0	3,588
Subcentro de salud de Buenos Aires	1,856	1,180	0	13	3,049
Subcentro de salud de Cahuasquí	2,169	1,577	0	0	3,746
TOTAL	18,470	10,385	4,734	17	33,606

Fuente: Dirección Provincial de Salud de Imbabura.
Elaboración: Gobierno Municipal del Cantón Urcuquí

1.8 Vivienda

La vivienda de la región presenta una homogeneidad en los aspectos tecnológicos, morfológicos y decorativos; la fabricación de las viviendas en su gran mayoría son de adobe o tapia, y ladrillo o bloque y en menor proporción en madera y otros materiales.

En el cantón Urcuquí se encuentran unidades habitacionales consolidadas y que cuentan con las obras indispensables de infraestructura básica especialmente en el casco urbano de la cabecera cantonal, aunque existen asentamientos dispersos habitacionales que teniendo todos los servicios de infraestructura sus calles no tienen tratamiento; en lo referente a los centros poblados rurales tienen las mismas características anteriormente descritas, sus viviendas poseen todos los servicios de infraestructura en particular las que se concentran en el núcleo urbano.

a) Tipología de la Vivienda

Los materiales de construcción predominantes para las unidades habitacionales en el cantón en gran medida son de adobe o tapia y de

ladrillo o bloque, algunas construcciones nuevas están construidas en material a base de hormigón y otros accesorios decorativos.

Cuadro 13 Material de las Paredes Exteriores

Material de las Paredes Exteriores	Viviendas	%	Acumulado %
Hormigón	29	0,71 %	0,71 %
Ladrillo o Bloque	1.590	39,03%	39,74%
Adobe o Tapia	2.089	51,28 %	91,02%
Madera	321	7,88%	98,90%
Caña Revestida o Bareque	36	0,88%	99,78 %
Caña no Revestida	2	0,05%	99,83 %
Otros Materiales	7	0,17%	100,00%
Total	4.074	100,00%	100,00%

Fuente: INEC. Censo de Población y Vivienda CPV 2010.
Elaboración: Gobierno Municipal del Cantón Urcuquí

1.9 Servicios Básicos

a) Agua Potable

La cabecera cantonal cuenta con un sistema de agua que está obsoleto ha cumplido su vida útil, es manejado y administrado por el Gobierno Municipal, pero existen deficiencias constatables en la calidad del agua de consumo en las parroquias. No se dispone de un sistema de tratamiento de aguas, limitándose esta gestión a la captación, conducción y almacenamiento, en donde se realiza controles de cloración para el consumo humano.

Cuadro 14 Procedencia del Agua de Consumo Recibida en el Cantón Urcuquí

Procedencia del Agua Recibida en el Cantón Urcuquí		
Procedencia	Viviendas	%
De red pública	3,164	77.66%
De pozo	80	1.96%
De río, vertiente, acequia o	795	19.51%
De carro repartidor	8	0.20%
Otros (Agua lluvia / albarrada)	27	0.66%
Total	4,074	100%

Fuente: INEC. Censo de Población y Vivienda CPV 2010.
Elaboración: Gobierno Municipal del Cantón Urcuquí

Las características del agua son de buena calidad aunque en época lluviosa el agua de las captaciones adquiere turbiedad, sin que esto afecte a la cantidad de agua requerida para la población aún en época de estiaje.

La cabecera parroquial dispone de un sistema de alcantarillado que cubre un 89% de la demanda existente del servicio en esta área, las descargas se las realiza directamente a las quebradas secas afluentes del río Ambi. En varios sectores falta este servicio. En cuanto a las descargas en algunas parroquias y comunidades se realizan directamente en las quebradas cercanas. Las comunidades de Las Queseras y Coñaquí, no disponen de ningún sistema de recolección de aguas servidas. Varias comunidades del cantón eliminan sus excretas a campo abierto, ocasionando focos de contaminación junto a los desechos de animales domésticos que la población mantiene en sus casas.

b) Energía Eléctrica

En lo referente al sistema de interconexión eléctrica la procedencia casi total de este servicio es realizada por parte de la red de empresa eléctrica

del servicio público alcanzando una cobertura cercana al 97% y un porcentaje menor carece de este servicio.

Cuadro 15 Procedencia de Luz Eléctrica en el Cantón Urcuquí

Procedencia de Luz Eléctrica	Viviendas	%
Red de empresa eléctrica de servicio público	3.927	96,39
Panel Solar	2	0,05
Generador de luz (Planta eléctrica)	6	0,15
Otro	1	0,02
No tiene	138	3,39
Total	4.074	100

Fuente: INEC. Censo de Población y Vivienda CPV 2010.
Elaboración: Gobierno Municipal del Cantón Urcuquí

c) Residuos sólidos

El Municipio de San Miguel de Urcuquí asume entre sus competencias el barrido, recolección y disposición final de la basura dentro de su territorio. El Municipio cuenta con un Relleno Sanitario para las parroquias a excepción de Buenos Aires, con licencia ambiental para la implementación del mismo, con un área de aproximadamente 4,7ha en el sector Barro Chupa Bajo parroquia de Tumbabiro.

La municipalidad cuenta con dos unidades móviles para la recolección de basura con recorridos de lunes a viernes cubriendo el 95% de cobertura en la parroquia urbana y la parroquia San Blas, mientras que para las parroquias rurales de Cahuasquí, Pablo Arenas y Tumbabiro cubre el 80% (GMSMU 2011), la cantidad de residuos sólidos que se recolecta en la parroquia urbana de Urcuquí y en las parroquias rurales (Cahuasquí, San Blas, Pablo Arenas y Tumbabiro) es de 5,7Tn/día los mismos que son considerados el 65% de residuos orgánicos y el 35% residuos inorgánicos.

Para el caso particular de la parroquia de La Merced de Buenos Aires la recolección de basura se la realiza de manera inter-diaria a través de un tractor que realiza los recorridos solo en la cabecera parroquial. La cantidad de residuos recolectados es de 341,45kg/día, la disposición final de los residuos se encuentra en un botadero de basura a cielo abierto ubicado en la cabecera parroquial.

El sistema de eliminación de basura en el Cantón Urcuquí según el INEC (2010), lo realizan por: medio del carro recolector de basura con el 69,66% de aceptación, la arrojan en terreno baldío o quebrada el 19,54%, la queman un 7,66%, la entierran un 4,48%, la arrojan al río, acequia o canal un 0,32% y de otra forma el 0,34%.

Cuadro 16 Sistema de Eliminación de Basura del Cantón Urcuquí

San Miguel de Urcuquí	Urcuquí		Cahuasquí		Buenos Aires		Pablo Arenas		San Blas		Tumbabiro	
	Viv.	%	Viv.	%	Viv.	%	Viv.	%	Viv.	%	Viv.	%
Eliminación de la Basura												
Por carro recolector	190	39.83%	296	57.93%	145	32.81%	396	74.58%	640	78.34%	359	81.04%
La arrojan en terreno baldío o quebrada	144	30.19%	134	26.22%	209	47.29%	99	18.64%	138	16.89%	50	11.29%
La queman	117	24.53%	62	12.13%	34	7.69%	31	5.84%	30	3.67%	23	5.19%
La entierran	20	4.19%	12	2.35%	50	11.31%	4	0.75%	7	0.56%	7	1.58%
La arrojan al río, acequias o canal	4	0.84%	2	0.39%	2	0.45%	1	0.19%	1	0.12%	3	0.68%
De otra forma	2	0.42%	5	0.98%	2	0.45%			1	0.12%	1	0.23%
Total	477	100%	511	100%	442	100%	531	100%	817	100%	443	100%

Fuente: INEC. Censo de Población y Vivienda CPV 2010.
Elaboración: Gobierno Municipal del Cantón Urcuquí

d) Telefonía fija

En el siguiente cuadro se observa los hogares con acceso a telefonía fija, en el cantón dividido por parroquias. La existencia o no de líneas telefónicas fijas en cada una, cabe recalcar que estas en su gran mayoría están ubicadas en las cabeceras parroquiales.

Cuadro 17 Disponibilidad de Telefonía Convencional

Nombre de la Parroquia	Disponibilidad de teléfono convencional		
	1. Si	2. No	Total
Cahuasquí	80	437	517
La Merced de Buenos Aires	46	406	452
Pablo Arenas	129	408	537
San Blas	167	664	831
Tumbabiro	173	275	448

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010 – INEC
Elaboración: Gobierno Municipal del Cantón Urcuquí

En relación a la población total del cantón la cantidad de hogares con acceso a telefonía fija es mínima ya que la tendencia en la actualidad es al uso de teléfono celular.

e) Alcantarillado y Eliminación de Excretas

La comparación de los datos cantonales y parroquiales sobre alcantarillado reproduce ciertas características semejantes a nivel nacional, se evidencia la concentración de cobertura en áreas urbanas y déficit de cobertura en áreas rurales.

Sin embargo, casi la totalidad de las parroquias del cantón Urcuquí cuentan con un nivel aceptable de servicio de alcantarillado y eliminación de excretas. Llama la atención la situación de las parroquias La Merced de Buenos Aires y la parroquia urbana donde estos servicios son limitados.

La cobertura de alcantarillado en el cantón es del 62,20%, existe además una piscina de oxidación con tratamiento físico – biológico y tres

depuradores de agua en la parroquia de Pablo Arenas, además en las parroquias de Cahuasquí, San Blas y la parroquia urbana de Urcuquí se encuentran en construcción plantas de tratamiento tipo Wet - land. Sin embargo en otros sitios del cantón las descargas se las realiza en pozos ciegos, pozos sépticos, al suelo o a las quebradas con mínimos porcentajes lo que induce la contaminación de acequias, malos olores y el apareamiento de moscas.

Cuadro 18 Sistema de Eliminación de Aguas Servidas en el Cantón Urcuquí

SAN MIGUEL DE URCUQUÍ	URCUQUÍ		CAHUASQUI		LA MERCED DE BUENOS AIRES		PABLO ARENAS		SAN BLAS		TUMBABIRO	
	Viv.	%	Viv.	%	Viv.	%	Viv.	%	Viv.	%	Viv.	%
Tipo de servicio higiénico o escusado												
Conectado a red pública de alcantarillado	133	27,88	366	71,62	139	31,45	357	67,23	547	66,95	277	62,53
Conectado a pozo séptico	135	28,30	16	3,13	51	11,54	57	10,73	56	6,85	69	15,58
Conectado a pozo ciego	79	16,56	37	7,24	58	13,12	31	5,84	67	8,20	26	5,87
Con descarga al mar, río, lago o quebrada	23	4,82	7	1,37	10	2,26	5	0,94	8	0,98	9	2,03
Letrina	11	2,31	9	1,76	26	5,88	30	5,65	31	3,79	20	4,51
No tiene	96	20,13	76	14,87	158	35,75	51	9,60	108	13,22	42	9,48
Total	477	100,00	511	100,00	442	100,00	531	100,00	817	100,00	443	100,00

Fuente: INEC. Censo de Población y Vivienda CPV 2010.
Elaboración: Gobierno Municipal del Cantón Urcuquí

1.10 Actividades Económicas

a) Turismo

El Cantón San Miguel de Urcuquí por la variedad de sitios turísticos que se encuentran en las diferentes parroquias, se afirma que es un cantón lleno de mucho turismo y trascendencia por la representatividad de sus lugares únicos de la provincia y es visitado por turistas nacionales y extranjeros.

- **Arquitectura**

Casas antiguas que conservan la arquitectura tradicional de la serranía.

- **Paisajes**

La laguna de Piñan, un paisaje encantador y misterioso. En ella es posible practicar diferentes actividades como pesca deportiva de trucha.

- **Balnearios**

Urcuquí tiene a Chachimbiro, Arcos Iris, Tumbayacu y la Hacienda que se han convertido en lugares para aquellos que esperan experimentar sus efectos curativos a través de sus aguas termales.

b) Comercio

No se ha incrementado mayormente, debido a la cercanía con Ibarra.- sin embargo, exporta tomate de árbol, aguacates, chirimoyas, limones, tomates y espárragos.

c) Industria

La industrialización de leche es uno de los objetivos de la parroquia. El municipio deberá ayudar al nivel técnico y buscar alternativas para la comercialización de los productos transformados.

d) Agricultura

El cultivo de granos, cereales y vegetales, es una de las principales y más importantes actividades para la subsistencia del ser humano, por lo cual la producción de la misma es siempre una parte relevante de las economías de la mayoría de las regiones del planeta, independientemente de cuán avanzada sea la tecnología o la rentabilidad.

Cuadro 19 Descripción de Cultivos del Cantón Urcuquí

CULTIVOS	NÚMERO TOTAL DE UPAS	SUPERFICIE SEMBRADA	Rendimiento ha
PERMANENTES	1002,02	2353,7	
Caña de azúcar para azúcar	85,36	1040,17	59,16
Caña de azúcar otros usos	65,58	586,58	0
Tomate de árbol	241,43	155,91	2,41
Cabuya	36,11	138,78	0,78
Naranjilla	68,39	96,05	3,64
Aguacate	129,37	73,7	1,48
Plátano	86,92	44,31	0,63
Chirimoya	101,05	30,09	0,78
Limón	27,44	14,31	1,95
Mandarina	11,51	9,35	0,62
Banano	11,14	8,9	0,28
Naranja	23,21	7,61	0,09

Manzana	10,65	6,69	6,55
Durazno	12,43	6,22	5,75
Mora	10,76	5,21	0,19
Guaba	15,68	2,56	0,24
Taxo	12,75	0,66	2,06
Granadilla	12,35	0,62	0,91
TRANSITORIOS	3394,58	5237,94	
Fréjol seco	755,39	1304,81	0,4
Maíz suave seco	629,88	873,18	0,3
Maíz duro seco	408,35	699,48	0,48
Trigo	233,94	441,59	1,2
Maíz suave choclo	203,58	434,07	3,12
Fréjol tierno	196,45	347,15	0,88
Cebada	217,95	338,4	0,64
Arveja seca	212,7	294,43	0,24
Arveja tierna	102,67	230,36	0,46
Papa	141,34	130,52	2,01
Haba seca	75,66	42,98	0,27
Garbanzo	16,01	18,91	0,11
Haba tierna	27,27	12,98	0,2
Chocho	19,04	10,89	0,06
Tomate riñón	10,66	8,94	13,11
Zanahoria blanca	14,16	4,6	0,78
Zanahoria amarilla	12,49	3	0,48
Total general	4396,6	7591,64	

Fuente: III Censo Nacional Agropecuario –INEC – MAG-, 2001.
UPAS: Unidades Productivas Agropecuarias

e) Ganadería

El cantón produce ganado ovino, porcino y vacuno, siendo este último el de mayor importancia con una cantidad total de 16.278 cabezas.

Según los productores/as la crianza de ganado vacuno se ha incrementado en extensión y producción.

Las razas criollas y mestizas son manejadas por los pequeños y medianos productores.

Cuadro 20 Producción Pecuaria del Cantón Urcuquí

Tipo de ganado	Número de cabezas	UPAs
OVINO	156	33
CRIOLLO	96	26
DE PURA SANGRE	20	5
MESTIZO	40	2
PORCINO	2965	1176
CRIOLLO	2579	1086
DE PURA SANGRE	27	5
MESTIZO	359	85
VACUNO	16277	1440
CRIOLLO	13268	1336
HOLSTEIN FREISSAN	71	2
MESTIZO CON REGISTRO	278	6
MESTIZO SIN REGISTRO	2660	96
Total general	19398	2649

Fuente: III Censo Nacional Agropecuario –INEC – MAG, 2001

1.11 Construcción de la Matriz AOR (Aliados, Oponentes, Oportunidades, Amenazas).

Con los resultados de la información obtenida en el análisis situacional del Cantón Urcuquí se procederá a construir la matriz AOR.

Cuadro 21 Matriz AOR

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Convenios con proveedores de insumos (alimentación). • Reglamentos, normas y manuales de crianza instalaciones y prevención de la contaminación. • Microempresas intermediarias. • Disponibilidad tecnológica. • Mantener altos niveles de control de calidad. • El Cantón Urcuquí se basa su actividad económica y productiva a la agricultura, ganadería y silvicultura. 	<ul style="list-style-type: none"> • Restricciones al crédito por altas tasas de interés. • Población o comuneros del Cantón Urcuquí. • Costos directos altos para establecer la empresa. • Empresas o Microempresas locales fuertemente posicionadas.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Diversidades climáticas. • Ubicación o espacio. • Mejorar la calidad del producto ante otros similares. • Fomentar la competitividad territorial. • Capacitación de distintas entidades. • Trabajar en la calidad del producto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Inestabilidad en cambios de políticas y económicas que afecte al sector empresarial. • Dificultad de obtener insumos (alimentación) de buena calidad.

1.12 Identificación de la Oportunidad

Después que se realizó el análisis situacional del Cantón Urcuquí se determina que se cuenta con las condiciones suficientes para llevar adelante el proyecto de ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE POLLOS “BROILERS” EN EL CANTÓN URCUQUÍ, PROVINCIA DE IMBABURA, que beneficiará al sector, y sobre todo incentivar al desarrollo sustentable del cantón.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 La Empresa

a) Definición de Empresa

BRAVO, Mercedes; Año 2011, Pág. 3. Manifiesta que: “Es una entidad compuesta por capital y trabajo que se dedica a actividades de producción, comercialización y prestación de bienes y servicios a la colectividad”.

ZAPATA, Pedro; Año 2011, Pág. 5. Manifiesta que: “Es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes y/o servicios que, al ser vendidos, producirán una renta que beneficia al empresario, al Estado y a la sociedad en general”.

De las citas anteriormente descritas se puede manifestar que empresa es una institución dedicada a distintas actividades económicas, con el fin de ofrecer bienes o servicios que satisfagan las necesidades de la sociedad.

b) Clasificación de Empresa

ZAPATA, Pedro; Año 2011, Pág. 5. Manifiesta que: “Las empresas se clasifican por su naturaleza en industriales, comerciales, servicios, agropecuarias y mineras, por sector al que pertenecen en públicas, privadas y mixtas, por la integración del capital en unipersonales y sociedades”.

BRAVO, Mercedes; Año 2011, Pág. 3. Manifiesta que: “Las empresas para efectos contables se clasifican en:

- **Por su naturaleza**

Empresas industriales: Son aquellas que se dedican a la transformación de materias primas en nuevos productos.

Empresas Comerciales: Son aquellas que se dedican a la compra – venta de productos, convirtiéndose en intermediarias entre productores y consumidores.

Empresas de Servicios: Son aquellas que se dedican a la venta de servicios a la colectividad.

- **Por el sector al que Pertenecen**

Empresas Públicas: Son aquellas cuyo capital pertenece al sector público (Estado).

Empresas privadas: Son aquellas cuyo capital pertenece al sector privado (personas naturales o jurídicas).

Empresas mixtas: Son aquellas cuyo capital pertenece tanto al sector público como al sector privado (personas jurídicas).

- **Por la integración del capital**

Unipersonales: son aquellas cuyo capital pertenece a una persona natural.

Pluripersonales: son aquellas cuyo capital pertenece a dos o más personas naturales.

En conclusión las empresas pueden clasificarse en distintas clases, pero, es necesario tomar en cuenta que cada una de ellas está para la satisfacción del cliente.

c) Características de Empresa

- Tiene como finalidad la satisfacción de necesidades racionales de productos y servicios para la sociedad.
- Aspira a obtener un beneficio suficiente para continuar contribuyendo al desarrollo social.
- Procura la lícita compensación de capital, trabajo y conocimiento (talento), como una unidad integrada de pensamiento y de acción.
- Está profundamente comprometida con un desarrollo armónico del planeta y de la humanidad.
- Actúa desde la plena libertad responsable.
- Contribuye a la riqueza y al bien común y no consume, en ningún ámbito, más recursos de los que genera.
- Actúa en el libre mercado de forma absolutamente transparente, ética y responsable.
- Muestra un comportamiento solidario y responsable para con el resto de la sociedad y para con el medio ambiente.
- Busca un progreso que equilibre el crecimiento con la distribución de la riqueza.

Son entes económicos, donde su principal función es ofrecer productos o servicios a la sociedad, tomando en cuenta una serie de parámetros, para beneficios tanto empresarial como social.

2.2 Broilers

a) Concepto de Broilers

Su nombre se deriva del vocablo inglés Broiler que significa parrilla o pollo para asar. Pertenece al grupo de las razas súper pesadas para la obtención de esta raza se realizaron varios cruzamientos hasta dar con ejemplares resistentes a enfermedades, mejor peso, buena presentación física, excelente coloración del plumaje, etc. Visite: <http://crianzadepollosbroiler.blogspot.com/>:

b) Raza

Los Broilers son las aves que forman parte de la mayoría del mercado de la carne. Esta denominación inglesa, que significa "pollo asado", se ha adoptado en todo el mundo como sinónimo del pollo de carne tradicional.

En las aves se habla de líneas genéticas más que de razas, debido a que éstas son híbridos y el nombre corresponde al de la empresa que las produce, la obtención de las líneas Broilers están basadas en el cruzamiento de razas diferentes, utilizándose normalmente las razas White Plymouth Rock o New Hampshire en las líneas madres y la Raza White Cornish en las líneas padres. La línea padre aporta las características de conformación típicas de un animal de carne: tórax ancho y profundo, patas separadas, buen rendimiento de canal, alta velocidad de crecimiento, etc. En la línea madre se concentran las características reproductivas de fertilidad y producción de huevos. Visite: <http://www.antumapu.cl/webcursos/cmd/12003/Gabriela%20Maldonado/Aves/Aves.htm>:

2.3 Estudio de Mercado

BACA, Gabriel: Año 2010, Pág. 7, Manifiesta que: “Estudio de mercado es la determinación y cuantificación de la oferta y la demanda, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”.

Se puede expresar que el estudio de mercado ayudará a identificar las principales necesidades y requerimientos de los consumidores, la oferta y demanda de bienes y servicios, determinar los precios y establecer la comercialización.

a) Producto

ARMSTRONG, Gary. Año 2013, Pág.196. Manifiesta: “Cualquier cosa que puede ser ofrecida a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad”.

ARBOLEDA, Germán, Año 2002, Pág. 49, Manifiesta que: “El producto es el resultado tangible de la acción del trabajo sobre y con los otros factores de producción, como medio que en el momento y circunstancias dadas, permite satisfacer las necesidades. El producto puede estar formado por uno o varios bienes y/o servicios, así como los subproductos y residuos generados durante el proceso de producción”.

Se puede manifestar que el producto es el resultado de la mezcla de varios factores de producción con el fin de satisfacer las necesidades de la sociedad.

b) Mercado Meta

El significado de Mercado Meta se relaciona con las necesidades que tienen las empresas de seleccionar de un segmento de mercado, la población o grupo de consumidores a los cuales se quiere llegar. Visite: <http://merk2meta.blogspot.com/2007/06/mercado-meta.html>.

LEMMAN, R. Año 1999, Pág. 55. Expresa: “Es la parte del mercado hacia la que conviene dirigir la atención, tomando en cuenta tanto su atractivo como la capacidad de la empresa para servir con ventaja a esa parte”.

De acuerdo a la cita mercado meta es aquel donde la empresa se va a enfocar para la distribución del bien o servicio, tomando en cuenta varios factores que permitan alcanzar el éxito de la misma.

c) Segmento de Mercado

ARMSTRONG, Gary. Año 2013, Pág.164. Manifiesta: “Dividir un mercado en grupos de compradores que tienen diferentes necesidades, características, y comportamientos, quienes podrían requerir productos o programas de marketing separados”.

LEMMAN, R. Año 1999, Pág. 54. Dice: “Como el mercado no es homogéneo, un trabajo clave consiste en identificar los sub-mercados o segmentos de que se compone”.

Según los conceptos de los autores el segmento de mercado es dividir a un mercado por grupos, edades, género, gustos, preferencias, ingresos, nivel social, etc.

d) Oferta

BACA, Gabriel: Año 2010, Pág. 41, Manifiesta: “Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”

ARBOLEDA, Germán Año 2002, Pág. 49, Manifiesta que: “El estudio de la oferta se refiere al comportamiento y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes tienen dentro de sus actividades proveer de bienes o servicios similares”.

La oferta es aquella cantidad de bienes y servicios que los productores ofrecen al mercado en un tiempo y a un precio determinado para satisfacer los deseos y necesidades de los consumidores.

e) Demanda

BACA, Gabriel: Año 2010, Pág. 15, Manifiesta: “Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”.

ARBOLEDA, Germán, Año 2002, Pág. 51, Manifiesta que: “La demanda es la expresión de la forma en la cual una comunidad desea utilizar sus recursos con el objeto de satisfacer sus necesidades, buscando maximizar su utilidad, bienestar y satisfacción”.

La demanda es de suma importancia ya que es la cantidad de bienes y servicios que un comprador puede adquirir y desea hacerlo con el fin de satisfacer una necesidad específica a precio y tiempo determinado.

f) Precio

BACA, Gabriel: Año 2010, Pág. 44, Manifiesta: “Es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”.

ARBOLEDA Germán, Año 2002, Pág. 53, Manifiesta que: “El precio es el valor expresado en dinero, de un bien o servicio ofrecido en el mercado”.

El precio es el valor monetario donde los productores están dispuestos a vender su bien o servicio al consumidor de acuerdo a sus características, precios existentes, oferta-demanda, entre otros.

g) Distribución

La Distribución es un arma estratégica que las Compañías utilizan para poder llegar a sus clientes y consumidores de una forma óptima. Es acercar el producto al consumidor para que este lo pueda adquirir fácilmente cuando lo desee. Visite: <http://www.distribucion-y-logistica.com/distribucion/definiciones/distribucion-definicion.html>

La distribución es la manera de como las empresas llegan a los clientes o consumidores con el fin de entregar su bien o servicio de la forma adecuada y que pueda ser adquirido.

- **Canales de distribución**

Los canales de Distribución responden a la necesidad de llegar a varios tipos de consumidor, tomando en cuenta el tipo de producto a comercializarse y los hábitos del mismo. Su definición correcta puede

generar diferencias fundamentales para el éxito o fracaso de un servicio o producto.

Tradicionalmente existen tres tipos de canal de distribución:

Distribución intensiva. Utiliza el mayor número posible de puntos de venta con potencial, en distintos canales de comercialización. Este tipo de distribución es adecuada para productos de compra frecuente y bajo valor unitario destinados a un elevado número de consumidores.

Distribución selectiva. Está orientada a mercados concretos y grupos de consumidores específicos. Se requiere un gran control del canal comercial. Esta estrategia distributiva se utiliza para productos diferenciados y de marca. En el mercado de servicios, este tipo de distribución puede utilizarse cuando se requieren servicios especializados o adicionales que pueden ser manejados por socios de negocio locales.

Distribución exclusiva. Se persigue el control del proceso de distribución y de la imagen de marca. Se limitan los intermediarios y se establecen acuerdos sobre la política comercial a desarrollar en función de estas estrategias.

Visite: <http://www.distribucion-y-logistica.com/distribución/definiciones/canal-distribucion.html>:

Se concluye que los canales de distribución en la empresa son de mucha importancia porque permite saber o conocer cuáles serán los puntos de venta o distribución para que el producto llegue al consumidor final.

h) Comercialización

BACA, Gabriel: Año 2010, Pág. 48, Manifiesta: “Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”.

ARBOLEDA, Germán, Año 2002, Pág. 56, Manifiesta que: “La comercialización es el relativo al movimiento de bienes y servicios entre productores y usuarios”.

La comercialización es el movimiento de bienes y servicios entre productores y consumidores, también es el traslado del producto del lugar de producción a otro acorde al requerimiento de la colectividad.

- **Canales de Comercialización**

BACA, Gabriel: Año 2010, Pág. 49, Manifiesta: “Ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, aunque se detienen en varios puntos de esa trayectoria”.

GRUPO EDITORIAL OCEANO; Año 2002, Pág. 106. Afirman: “Es la ruta que sigue un producto desde el agricultor, fabricante o importador original hasta el último consumidor”.

Los canales de comercialización dentro de una empresa son de gran importancia ya que es el factor principal para la comercialización del producto, permitiendo llegar al destino correcto.

- **Promoción**

ARBOLEDA Germán, Año 2002, Pág. 56, Manifiesta que: “Son las actividades, diferentes a la venta personal y a la venta masiva (propaganda, publicidad), que estimulan las compras por parte del

consumidor y las ventas por parte del distribuidor. Entre dichas actividades están: establecer exhibidores en los sitios de ventas; efectuar exposiciones, demostraciones, pruebas de degustación, etc.”

La promoción es el elemento de la mezcla del marketing que sirve para informar y dar a conocer al mercado la existencia de un producto, con la esperanza de influir en los clientes o consumidores para que adquieran el bien o servicio.

- **Publicidad o Propaganda**

ARBOLEDA Germán, Año 2002, Pág. 57, Manifiesta que: “Propaganda es cualquier forma pagada de presentación y promoción impersonal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado”.

La publicidad o propaganda es un gran apoyo para la empresa porque de esta manera hace que el consumidor este informado del bien o servicio que se está lanzando al mercado y poder ser identificados.

2.4 Estudio Técnico

BACA, Gabriel: Año 2010, Pág. 7, Manifiesta que: El estudio técnico presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo y legal”.

El estudio técnico permite determinar el tamaño, macro y micro localización del lugar donde se va a crear la nueva unidad productiva.

a) Tamaño del Proyecto

BACA, Gabriel: Año 2010, Pág. 75, Manifiesta: “Es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica”.

Con el tamaño del proyecto nos estamos refiriendo a la capacidad de producción instalada que se tendrá, ya sea diaria, semanal, por mes o por año. Depende del equipo que se posea, así será nuestra capacidad de producción. Visite: <http://www.aulafacil.com/proyectos/curso/Lecc-6.htm>;

El tamaño del proyecto se refiere a la capacidad de producción que se va a instalar para la producción del bien o servicio.

b) Localización del Proyecto

Tiene el propósito de buscar la ubicación y cubrir las exigencias o requerimientos de los proyectos, contribuye a minimizar los costos de inversión, costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto. Visite: <http://ishmacroymicrolocalizacion.blogspot.com/2012/01/macro-y-micro-localizacion.html>:

La localización del proyecto se refiere a buscar la ubicación adecuada para la implementación de la unidad productiva teniendo en cuenta una serie de variables en la que disminuyan los costos de inversión e incrementen ganancias.

- **Macro localización**

Tiene por objeto determinar el territorio o región en la que el proyecto tendrá influencia con el medio, describiendo las características, ventajas y desventajas. La región seleccionada

puede ser en el ámbito internacional, nacional o territorial, solo requiere analizar los factores de localización de acuerdo a su alcance geográfico.

Visite:

<http://ishmacroymicrolocalizacion.blogspot.com/2012/01/macro-y-micro-localizacion.html>:

ARBOLEDA, Germán; Año 2002, Pág. 131. Dice: “La macro localización es decidir la zona donde se instalará la empresa o negocio”

La macro localización consiste en determinar el lugar general en donde se instalará la empresa, es decir región, provincia, cantón y ciudad, analizando diversos factores geográficos.

- **Micro localización**

Elige el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio.

Visite:

<http://ishmacroymicrolocalizacion.blogspot.com/2012/01/macro-y-micro-localizacion.html>:

ARBOLEDA, Germán; Año 2002, pág. 131. Indica: “La micro localización es elegir el punto preciso dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio”.

La micro localización establecer el punto preciso o exacto donde se situará la unidad productiva.

2.5 Ingeniería del Proyecto

BACA, Gabriel: Año 2010, Pág. 89, Manifiesta: “Resuelve todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta”.

ARBOLEDA, Germán, Año 2002, Pág. 175, Manifiesta que: “La ingeniería del proyecto se refiere aquella parte del estudio que se relaciona con su etapa técnica; es decir, con la participación de los ingenieros en las actividades de estudio, instalación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto”.

La ingeniería de un proyecto es de mayor importancia para la ejecución del proyecto ya que se determina los procesos productivos, maquinaria y equipo que se necesitará, organizar las obras civiles que se relacionan con la infraestructura física entre otros, que se requieren para dar realización del proyecto.

a) Proceso Productivo

BACA, Gabriel, Año 2010, Pág. 89, Manifiesta: “Procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir del insumo, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirlas en artículos mediante una determinada función de manufactura”.

NASSIAR Sapag Chain, Año 2008, Pág.145, define como: “la forma en que una serie de insumos se transforman en productos mediante la participación de una determinada tecnología (combinación de Mano de Obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación etc.)”.

Es importante tomar en cuenta que los procesos son necesarios para el buen funcionamiento de cada uno de los departamentos de la entidad, ya que si un proceso falla no tiene sentido común.

- **Flujograma de Procesos**

SAVILOLO, Stefanía, Año 2007, Pág.190, Señala: “La integración de dos subprocesos distintos y complementarios: el primero, centrado en los componentes estéticos, está dominado por los creativos; el segundo, centrado en los componentes económicos y competitivos, está dirigido por los directivos” .

ARBOLEDA, Germán, Año 2002, Pág. 179, Manifiesta que: “Sirven de base para la labor de ingeniería detallada, necesaria para cuantificar las inversiones en el proyecto y los costos de operación”.

En si los flujos de procesos consiste en representar gráficamente hechos, situaciones, movimientos o relaciones de todo tipo, por medio de símbolos para mejorar la interpretación y la toma de decisiones.

b) Tecnología

BACA, Gabriel: Año 2010, Pág. 89, Manifiesta: “Conjunto de conocimientos técnicos, equipos y procesos que se emplean para desarrollar una determinada función”.

ARBOLEDA, Germán, Año 2002, Pág. 186, Manifiesta que: “La tecnología es el conjunto de conocimientos técnicos, equipos y procesos que se emplean para obtener el bien o para prestar el servicio”.

La tecnología son una serie de conocimientos técnicos, equipos y procesos que se utilizan para adquirir un bien o para ofrecer un servicio.

c) Maquinaria y Equipo

Por maquinaria y equipo se entiende aquellos activos fijos propiedad de la entidad, adquiridos con la finalidad de llevar a cabo actividades relacionadas con la producción o transformación de productos o insumos que posteriormente serán destinados a la venta. Visite: http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/98/3/conta_3.pdf

Conforman un conjunto de maquinaria y equipos necesarios con el propósito de llevar a cabo una actividad de una manera directa o indirecta para la transformación de productos para la debida distribución.

d) Obras Civiles

Se aplica a la construcción de las infraestructuras y estructuras que hacen posible el aprovechamiento y control del medio físico y natural y sus recursos. Visite: http://www.info-construccion.com/interes_o_civiles.htm

Las obras civiles consisten en la construcción de la infraestructura, definir las instalaciones y obras de ingeniería requeridas, tomando en cuenta el medio físico y los recursos tanto económicos como naturales.

e) Presupuesto Técnico

- **Inversiones Fijas**

Se llama Inversión fija porque el Proyecto no puede desprenderse fácilmente de él sin que con ello perjudique la actividad productiva. Todos los activos que componen la Inversión fija deben ser valorizados mediante licitaciones o cotizaciones, proforma entregados por los proveedores de equipos, maquinarias, muebles, enseres, vehículos.

Este concepto de inversión fija son todos los bienes que la nueva unidad productiva necesita para emprender su actividad económica.

- **Inversiones Diferidas**

CÓRDOVA, Marcial; Año 2006, Pág. 320, Manifiesta: “Los activos intangibles están referidos al conjunto de bienes de propiedad de la empresa, necesario para su funcionamiento, e incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, adquisición de derechos, patentes de inversión, licencias, permisos, marcas, asistencia técnica, gastos pre operativos y de instalación, puesta en marcha, estructura organizativa.”

En conclusión son derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio e implementación del Proyecto, no están sujetos a desgaste físico.

- **Capital de Trabajo**

CÓRDOVA, Marcial; Año 2006, Pág. 320, Manifiesta: “El capital de trabajo, que contablemente se define como la diferencia entre el activo circulante y pasivo circulante, está representado por el capital adicional necesario para funcionar una empresa, es decir, los medios financieros necesarios para la primera producción mientras se perciben ingresos: materias primas, sueldos y salarios, cuentas por cobrar, almacén de productos terminados y un efectivo mínimo necesario para sufragar los gastos diarios de la empresa su estimación se realiza basándose en la política de ventas en la empresa, condiciones de pago a proveedores, nivel de inventario de materias primas.”

GRAW HILL, Mac; Año 1989, Pág. 47, Manifiesta:” Constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo.”

Constituye el conjunto de recursos económicos necesarios, para dar inicio a un proyecto durante un ciclo productivo.

2.6 Estudio Financiero

BACA, Gabriel: Año 2010, Pág. 8, Manifiesta: “Ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elabora los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica”.

GRAW HILL, Mac; Año 1989, Pág. 2010, Manifiesta:” “Es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan otras etapas.”

El estudio financiero determina los ingresos y gastos que obtendrá el proyecto dentro de un período establecido y de esta manera establecer la insolvencia o su rentabilidad.

a) Ingresos

GUAJARDO, Gerardo; Año 2008, Pág. 44, Manifiesta: “Los ingresos representan recursos que recibe el negocio por la venta de un servicio o producto, en efectivo o a crédito”.

NIIF PARA PYMES, Pág. 21: La definición de ingresos incluye tanto a los ingresos de actividades ordinarias como a las ganancias.

Los **ingresos de actividades ordinarias** surgen en el curso de las actividades ordinarias de una entidad y adoptan una gran variedad de

nombres, tales como ventas, comisiones, intereses, dividendos, regalías y alquileres.

Ganancias son otras partidas que satisfacen la definición de ingresos pero que no son ingresos de actividades ordinarias. Cuando las ganancias se reconocen en el estado de resultado integral, es usual presentarlas por separado, puesto que el conocimiento de las mismas es útil para la toma de decisiones económicas.

En secuela los ingresos son todos los valores adquiridos por las ventas de un bien o servicio. Además los ingresos sirven como motor para la futura inversión y crecimiento de la entidad.

b) Egresos

GUAJARDO, Gerardo; Año 2008, Pág. 44, Manifiesta: “Los gastos son activos que se han usado o consumido en el negocio con el fin de obtener ingresos; así mismo, disminuyen el capital del negocio. Algunos tipos de gastos son los sueldos y salarios que se pagan a los empleados, las primas de seguros, la renta del negocio, los servicios públicos, las comisiones que se fijan a los empleados por alcanzar su presupuesto de ventas y la publicidad que efectúa la empresa”.

NIIF PARA PYMES, Pág. 21-22: La definición de gastos incluye tanto las pérdidas como los gastos que surgen en las actividades ordinarias de la entidad.

Los **gastos** que surgen de la actividad ordinaria incluyen, por ejemplo, el costo de las ventas, los salarios y la depreciación. Usualmente, toman la forma de una salida o disminución del valor de los activos, tales como

efectivo y equivalentes al efectivo, inventarios o propiedades, planta y equipo.

Las **pérdidas** son otras partidas que cumplen la definición de gastos y que pueden surgir en el curso de las actividades ordinarias de la entidad. Si las pérdidas se reconocen en el estado del resultado integral, habitualmente se presentan por separado, puesto que el conocimiento de las mismas es útil para la toma de decisiones económicas.

Un egreso en consecuencia es un desembolso o salidas de dinero, que puede ser para materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación, gastos administrativos, entre otros.

- **Materia Prima**

CHILQUINGA, Manuel; Año 2007, Pág.68, Afirma: “Se usa para la fabricación. Abarca tanto los materiales directos como indirectos.”

CRUZ, Osáin; Año 2007, Pág. 7, Manifiesta: “Todos aquellos elementos físicos que es imprescindible consumir durante el proceso de elaboración de un producto, de sus accesorios y de su envase. Esto con la condición de que el consumo del insumo debe guardar relación proporcional con la cantidad de unidades producidas.”

La materia prima se incluye en la elaboración de un producto. Es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final. La materia prima es utilizada principalmente en las empresas industriales, comerciales.

- **Mano de Obra**

CHILQUINGA, Manuel, Año 2007, Pág. 102, Manifiesta: “Constituye el segundo elemento del costo de producción y

representa esfuerzo físico e intelectual del hombre o la fuerza de trabajo aplicada a la transformación de la materia prima en producto terminado o Semielaborados.”

La mano de obra representa el esfuerzo físico e intelectual del hombre donde los esfuerzos están directamente asociados al producto elaborado o terminados.

- **Costos Indirectos de Fabricación (CIF)**

CRUZ, Osaín; Año 2007, Pág. 25, Afirma: “Son todos los costos que no están clasificados como mano de obra directa ni como materiales directos. Aunque los gastos de venta, generales y de administración también se consideran frecuentemente como costos indirectos, no forman parte de los costos indirectos de fabricación, ni son costos del producto.”

El tercer elemento del costo constituyen los costos indirectos de fabricación que son aquellos que no tienen relación directa con la elaboración del producto pero que si forman parte del costo de producción.

- **Gastos Administrativos**

BRAVO, Mercedes; Año 2011, Pág. 193, Manifiesta: “Son todos los gastos que se relacionan en forma directa con la oficina o departamento administrativo, tales como: sueldos, arriendos, aportes patronales IESS, componentes salariales, depreciaciones, amortizaciones, consumos, seguros, servicios públicos, impuestos”.

CHILQUINGA, Manuel, Año 2007, Pág. 9, Manifiesta “Son aquellos egresos incurridos en actividades de planificación, organización, dirección, control y evaluación de la empresa.”

En conclusión los gastos de administración son los que se generan en el manejo o dirección de la empresa, es decir, todos los gastos que se dan en las oficinas y en el personal administrativo como son, salarios de gerentes, jefes, secretarias, energía eléctrica, renta de las oficinas, entre otros.

- **Gastos de Ventas**

BRAVO, Mercedes; Año 2011, Pág. 193, Manifiesta: “Son todos los gastos que se relacionan directamente con la oficina o Departamento de Ventas, tales como: Sueldos personal de ventas, beneficios sociales personal de ventas, publicidad, comisiones, cuentas incobrables, seguros, gastos generales, depreciaciones y otros gastos relacionados con el Departamento de Ventas”.

Los gastos de ventas son los que se relacionan directamente con los movimientos de las ventas de la empresa donde tienden a variar, aumentar o disminuir, en la misma forma que las ventas. Por ejemplo comisiones de vendedores, flete en ventas, remuneraciones entre otros.

- **Gastos Financieros**

BRAVO, Mercedes; Año 2011, Pág. 193, Manifiesta: “Se relaciona con los intereses que paga la empresa a los bancos o financieras por los préstamos concedidos por su financiamiento”.

Los gastos financieros son los que tienen relación con los pagos de intereses generados por préstamos o deudas que se tenga con entidades financieras.

- **Depreciaciones**

Es la distribución del importe depreciable de un activo durante su vida útil estimada. La depreciación en el período contable se carga a resultados ya sea directa o indirectamente Visite:

[http://www.ecuadorcontable.com/casa/index.php/biblioteca/contabilidad/necs/23-nec-13-contabilizacion-de-la-depreciacion:](http://www.ecuadorcontable.com/casa/index.php/biblioteca/contabilidad/necs/23-nec-13-contabilizacion-de-la-depreciacion)

La depreciación es el desgaste de los activos fijos o propiedad planta y equipo según la vida útil.

c) Estado de Situación Financiera

ZAPATA, Pedro; Año 2011, Pág. 63, Manifiesta: “Es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de Activos, Pasivos y Patrimonio, y determina la posición financiera de la empresa en un momento determinado”.

BRAVO, Mercedes; Año 2011, Pág. 219, Manifiesta: “Denominado también Balance General se elabora al finalizar el período contable para determinar la situación financiera de la empresa en una fecha determinada”.

El estado de situación financiera, por lo tanto, es un documento o informe que retrata la situación contable de la empresa en un período determinado.

d) Estado de Resultados Integral

ZAPATA, Pedro; Año 2011, Pág. 284, Manifiesta: “Informe contable básico que presenta de manera clasificada y ordenada las cuentas de rentas, costos y gastos, con el propósito de medir los resultados económicos, es decir, utilidad o pérdida de una empresa durante un período determinado que es el producto de la gestión acertada o desacertada de la Dirección, o sea, del manejo adecuado o no de los recursos por parte de la gerencia”.

BRAVO, Mercedes; Año 2011, Pág. 191, Manifiesta:” Denominado también Estado de Situación Económica, Estado de Rentas y Gastos, Estado de Operaciones, etc. Se elabora al finalizar el período contable con el objeto de determinar la situación económica de la empresa”.

El estado de resultados integral es un documento complementario donde se informa detallada y ordenadamente los ingresos, costos y gastos que se han incurrido en un período con el fin de determinar la utilidad o pérdida del ejercicio contable de la entidad.

e) Flujo de Caja

BRAVO, Mercedes; Año 2011, Pág. 201, Manifiesta: “Este estado financiero se elabora al término de un ejercicio económico o período contable para evaluar con mayor objetividad la liquidez o solvencia de la empresa”.

CÓRDOVA, Marcial, Año 2006, Pág. 335, Afirma: “Reviste gran importancia en la evaluación de un proyecto, por lo tanto se debe dedicar la mayor atención en su elaboración. Es un Estado financiero que mide los movimiento de efectivo, excluyendo aquellas

operaciones que como la depreciación y la amortización, constituyen una salida de dinero.”

Se trata de un estado que informa sobre la utilización de los activos monetarios representativos de efectivo y otros activos líquidos equivalentes clasificando los movimientos por actividades e indicando la variación neta de dicha magnitud en el ejercicio.

f) Evaluación Financiera

Tiene como finalidad aportar una estrategia que permita al proyecto allegarse los recursos necesarios para su implantación, y contar con la suficiente liquidez y solvencia, para desarrollar ininterrumpidamente operaciones productivas y comerciales.

La evaluación financiera permite establecer los beneficios que se obtendrán en la implementación del proyecto y estimar la inversión que se requiere para el mismo.

- **Valor Actual Neto (VAN)**

BACA, Gabriel: Año 2010, Pág. 182, Manifiesta: “Es el valor monetario que resulta de restar la suma de todos los flujos netos de efectivo descontados a la inversión inicial”.

BACA, Gabriel: Año 2010, Pág. 182, Manifiesta: “Sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial equivalente a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero”.

El valor actual neto de una inversión es la diferencia entre su valor de mercado y su costo, por lo tanto el VAN debe ser positivo para que el

proyecto sea viable y así pueda ser implementada la nueva unidad productiva.

- **Tasa Interna de Retorno (TIR)**

BACA, Gabriel: Año 2010, Pág. 184, Manifiesta: “Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”.

Por lo tanto se concluye que la tasa interna de retorno o tasa de descuento determina la rentabilidad que va a tener el proyecto por lo tanto debe ser superior a la inversión.

- **Costo/Beneficio**

El costo-beneficio, también llamado índice de rentabilidad se lo define como el valor presente de los flujos futuros de efectivo dividido por la inversión inicial.

En conclusión es una técnica de evaluación que se emplea para determinar la oportunidad de un proyecto, comparando el valor actualizado y así determinar los beneficios que se obtendrán.

- **Período de Recuperación de la Inversión**

El período de recuperación es el plazo que deberá transcurrir hasta que la suma de los flujos de efectivo de una inversión sea igual a su inversión.

Se puede decir que el período de recuperación es el lapso de tiempo que se requiere para recuperar la inversión.

- **Punto de Equilibrio**

CÓRDOVA, Marcial; Año 2006, Pág. 335, Manifiesta: “El punto de equilibrio es un elemento más para el análisis y la planeación empresarial y sirve para respaldar la toma de decisiones en situaciones poco complejas y además permite captar con mayor facilidad muchos aspectos económicos de los negocios.”

El punto de equilibrio es un elemento importante ya que permite tomar decisiones en diferentes situaciones en las que se encuentra la empresa, tomando en cuenta el volumen de producción y ventas necesarias para que la empresa no pierda ni gane.

2.7 Estructura Organizacional

Tiene que ver con aspectos como la situación legal, organización, misión, visión, políticas, objetivos organizacionales, valores corporativos, con la organización estructural de una empresa establecida en un proyecto.

a) Misión

ALVAREZ, Martín; Año 2006, Pág.36, Manifiesta: “Es un párrafo que describe la razón de ser de la organización. ¿Para que exista la empresa? ¿Cuál es el propósito para que sea creada esta organización?”

La misión hace referencia a la situación actual en la se encuentra por ende se realiza un diagnóstico para evaluar a la empresa para conocer en qué nivel aceptación se encuentra.

b) Visión

FRANCÉS, Antonio; Año 2006, Pág. 45, Afirma: “Las empresas u organizaciones necesitan un gran objetivo hacia el cual dirigir sus esfuerzos. Para definirlo deben preguntarse cómo desean llegar a ser en cinco a diez años. El resultado es lo que se denomina visión. La visión se puede concebir, también, como el logro más global e importante de la empresa u organización en el mediano a largo plazo.”

La visión es aquella hacia donde la empresa se va a dirigir en un futuro y así alcanzar sus metas u objetivos.

c) Organización Estructural

La organización es una estructura, configurada en base a relaciones internas y externas predeterminadas, entre personas o grupos de personas que trabajan para realizar un objetivo claramente definido.

En toda empresa es necesario determinar una organización en el personal que la conforma para que haya una gran coordinación y así puedan desempeñar sus actividades o funciones que se les asigne y poder cumplir las metas.

- **Organigrama Estructural**

Es la representación gráfica de la estructura de la empresa.

El organigrama estructural es la representación gráfica compuesta por todas las unidades que conforman la empresa de acuerdo a los niveles jerárquicos.

- **Orgánico Funcional**

Es un instrumento de trabajo necesario para normar y precisar las funciones del personal que conforman la estructura organizativa.

El orgánico funcional es aquel donde se detalla las tareas o requisitos necesarios de cada cargo y unidades administrativas que forman parte de la estructura orgánica.

2.8 Impactos

Los impactos constituyen un análisis de los aspectos positivos y negativos de un proyecto.

a) Impactos Social

Es una medida de resumen, de preferencia estadística, referente a la cantidad o magnitud de un conjunto de parámetros o atributos de una sociedad. Permite ubicar o clasificar las unidades de análisis (personas, naciones, sociedades, bienes, etc.) con respecto al concepto o conjunto de variables que se están analizando.

Un impacto social se refiere a los posibles problemas que se pueden dar dentro de una sociedad, con el fin de mejorar las condiciones de vida, satisfacer los requerimientos y así desarrollar nuevas alternativas de solución.

b) Impacto Económico

En este tipo de estudios se cuantifica el impacto en la economía de un proyecto de inversión determinado. La decisión de promover un proyecto de inversión puede tener efectos importantes tanto en la generación de actividad económica como en la creación de ocupación. La nueva

inversión, que inicialmente adopta una expresión monetaria, se traduce eventualmente en una demanda de bienes finales que, en el proceso de producción, genera actividad económica que beneficia el conjunto de todos los agentes económicos.

El impacto económico es de suma importancia ya que se basa en los beneficios de la población, lo que permitirá mejorar e incrementar los ingresos económicos de las familias y así poder satisfacer las necesidades básicas como son salud, alimentación, vestimenta, educación y vivienda.

c) Impacto Ambiental

Por impacto ambiental se entiende el efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos. El concepto puede extenderse, con poca utilidad, a los efectos de un fenómeno natural.

La evaluación de impacto ambiental (EIA) es el análisis de las consecuencias predecibles de la acción; y la declaración de impacto ambiental (DIA) es la comunicación previa, que las leyes ambientales exigen bajo ciertos supuestos, de las consecuencias ambientales predichas por la evaluación.

El impacto ambiental es uno de los factores primordiales en los que se debe implementar procesos de control interno con el fin de salvaguardar y cuidar el medio ambiente.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Presentación

El estudio de mercado establece la factibilidad de instalar una empresa de producción y distribución de pollos Broilers considerando la demanda insatisfecha en función de varios elementos como es el precio, atención y calidad del producto.

Los objetivos del estudio de mercado es detectar y medir la necesidad actual o futura de la sociedad en las distintas distribuidoras de la ciudad de Ibarra.

Por la dificultad que tienen cada una de las faenadoras al momento de adquirir el producto, se determinó a través de la demanda la cuantificación de la oferta, ya que todas las familias consumen en distintos horarios. Aquí se presenta la alternativa para determinar la demanda insatisfecha, conocida después de realizar la investigación de mercados.

Como toda empresa que desea iniciar sus actividades, se fijó el mercado meta constituido por las distintas faenadoras de la ciudad de Ibarra, conformada por 6 puntos de acopio de pollo en pie, en donde transforman al producto terminado para llegar al consumidor, las mismas que se encuentran en los alrededores de la ciudad de Ibarra.

Para diseñar los instrumentos de investigación se consideró los objetivos del estudio de mercado, las variables e indicadores que contribuyeron a medir el producto, oferta, demanda, precio, distribución, promociones y publicidad.

Una vez realizada la investigación de mercado se determinó que las faenadoras de la ciudad de Ibarra requieren del producto por lo tanto se ve necesario crear una empresa de producción y distribución de pollos Broilers.

3.2 Objetivos del Estudio de Mercado

a) General

Realizar un análisis de mercado con todos sus elementos y características, enfocado en la creación de la empresa de producción y distribución de pollos broilers y con el objetivo de conocer cuál es la oferta y la demanda del producto en las distintas faenadoras de la ciudad de Ibarra.

b) Específicos

- Determinar la oferta de pollos broilers en el Cantón Urcuquí conociendo el estado actual de las granjas avícolas que se encuentran en el mercado.
- Definir la demanda en la Ciudad de Ibarra.
- Identificar la promoción y publicidad que se llevará a cabo en la empresa “BROILPOLLO”.
- Determinar los precios a los que serán vendidos y que rendirá la rentabilidad adecuada para la empresa.
- Determinar los canales a través de los cuales, se distribuirá el producto.
- Determinar la calidad de atención de las distintas distribuidoras al cual se les va a satisfacer la necesidad.

3.3 Variables Diagnósticas

De acuerdo a los objetivos específicos del estudio de mercado se determina las siguientes variables a ser analizadas:

- Producto
- Oferta
- Demanda
- Precio
- Distribución
- Publicidad

a) Indicadores que definen las variables

Para cada una de las variables se han determinado una serie de indicadores que han permitido conocer y analizar las variables.

Cuadro 22 Indicadores que definen las variables

VARIABLES	INDICADORES
Producto	Forma de empaque del producto. Tipo de etiqueta del mismo.
Oferta	Volumen de ventas. Oferta real. Oferta potencial.
Demanda	Demanda real. Demanda potencial Número de intermediarios
Precio	Formas de pago. Descuentos. Inflación.
Distribución	Tecnología. Costos de distribución. Nivel de existencias.
Publicidad	Venta personal. Dimensión de la gama de productos. Exhibición.

3.4 Matriz de Relación Diagnostica del Estudio de Mercado

Cuadro 23 Matriz de Relación Diagnostica del Estudio de Mercado

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICA
Detallar las condiciones, características, de la presentación del producto.	Producto	Forma de empaque del producto. Tipo de etiqueta del mismo.	Jefes de Producción. Empresas. Investigadores Profesionales. Población.	Observación Entrevista Encuesta
Fijar el volumen de producto que distribuyen las empresas.	Oferta	Volumen de ventas.	Jefes de Producción. Propietarios.	Entrevista Observación
Identificar la cantidad de producto que solicita el mercado.	Demanda	Consumidores del producto (Distribuidores)	Distribuidores	Encuestas.

Establecer el precio del producto.	Precio	Imitación. Decreto. Precio a través de costos.	Población. Gerente.	Encuesta Entrevista Observación
Determinar la forma de cómo se va a distribuir el producto.	Distribución	Costos de distribución. Nivel de existencias. Forma de distribuir el producto.	Bibliografía. Profesionales.	Observación Entrevista
Definir los medios de extensión de la publicidad.	Publicidad	Tipo de publicidad Dimensión de la gama de productos. Exhibición.	Gerente. Empresa.	Observación Encuesta

3.5 Producto

Dentro del estudio de mercado que se realizará, el producto principal que ésta empresa desea introducir en el mercado es la producción y distribución de pollos en pie, donde el peso promedio de cada uno estará de 6 libras, para lo cual serán criados con los debidas atenciones y los equipos necesarios acorde a cada etapa, la alimentación será conforme a cada semana de crecimiento donde se contará con balanceados de excelentes estándares de calidad, de la misma manera, para la crianza de los pollos se fundamentará en un correcto manejo de lo que se denomina las 3 “A” s como AMBIENTE que consistirá en mantener al pollo dentro de un medio confort, AGUA siempre estará disponible y de excelente calidad y ALIMENTO donde acostumbrará al pollo a comer de manera regular.

3.6 Mercado Meta

El mercado meta de la empresa de producción y distribución de pollos broilers constituyen las faenadoras de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura ya que mediante encuestas realizadas se pudo determinar que la mayoría de los propietarios están dispuestos a adquirir nuestro producto, para ellos transformarlos a producto terminado y así llegar al consumidor.

3.7 Resultados y Análisis de Información

a) Encuestas Aplicadas a Distribuidores de la Ciudad de Ibarra

- Francisco Xavier
- Deysi Quistanchala
- Karina Puma
- Distripollos S.A.
- Carmen León
- Pablo Ruíz

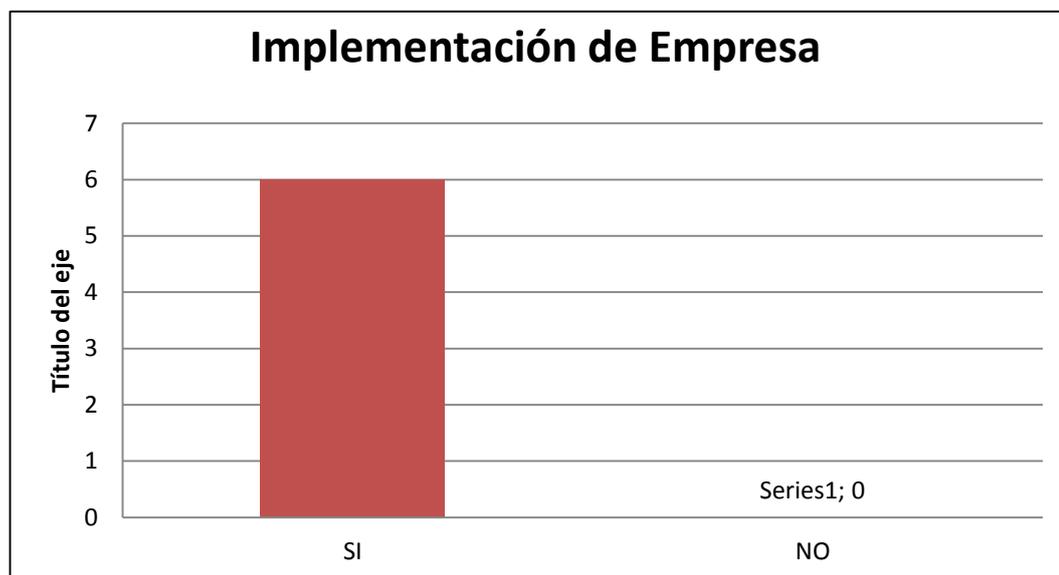
1. ¿Cree Ud. que la implementación de una nueva empresa de pollos tendría demanda en el mercado?

Cuadro 24 Implementación de Empresa

Variable	Frecuencia	%
Si	6	100
No	0	0
Total	6	100

Fuente: Encuestas

Gráfico 1 Implementación de Empresa



Elaborado: Autoras

ANÁLISIS

Se determina que el 100% de las peladoras de pollos encuestadas están de acuerdo con la implementación de una nueva empresa de pollos para acceder a la producción a fin de satisfacer los distintos puntos de venta en el mercado.

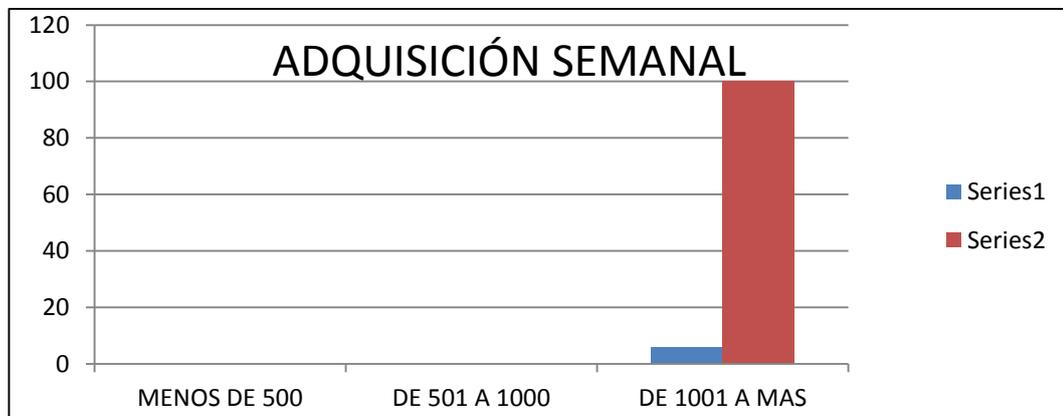
2. ¿Cuántos pollos adquiere semanalmente para la venta?

Cuadro 25 Adquisición Semanal de Pollos

Variable	Frecuencia	%
Menos de 500	0	0
De 501 a 1000	0	0
De 1001 a más	6	100
Total	6	100

Fuente: Encuestas
Elaborado: Autoras

Gráfico 2 Adquisición Semanal



Elaboración: Autoras

ANÁLISIS

Se observa que el 100% de las faenadoras tienen una adquisición semanal de 1001 pollos a más, debido a que la demanda se incrementa cada vez más, esto hace que la producción crezca de manera acelerada, esto permitirá estimar la cantidad de producción para el proyecto.

3. ¿En promedio cuánto pesa cada pollo?

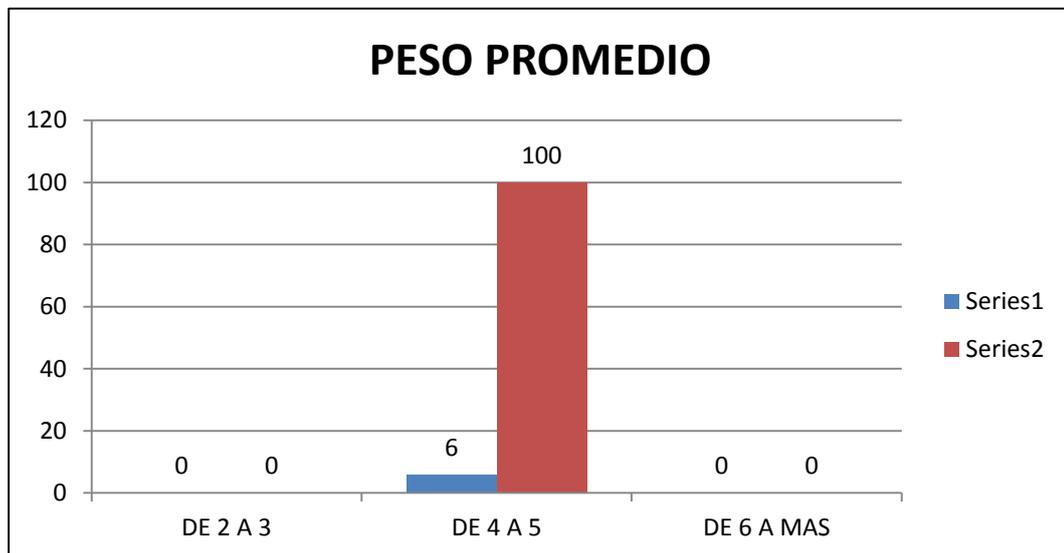
Cuadro 26 Peso Promedio

Variable	Frecuencia	%
De 3 a 4	0	0
De 4 a 5	6	100
De 5 a mas	0	0
Total	6	100

Fuente: Encuestas
Elaborado: Autoras

Gráfico 3 Peso Promedio

Elaboración: Autoras



ANÁLISIS

Del cuadro precedente y tomando en consideración los porcentajes se puede decir que el peso promedio de cada pollo va de 4 a 5 libras, es decir que todas las faenadoras ocupan un 100% de este peso, que permitirá valorar el crecimiento y engorde del producto.

4. ¿A qué precio adquiere la libra de pollo?

Cuadro 27 Precio por Libras

VARIABLE	FRECUENCIA	%
0,85 - 0,90	1	16,67
0,91 - 0,95	0	0,00
0,96 - 1,00	5	83,33
Más de 1,00	0	0,00
TOTAL	6	100,00

Fuente: Encuestas
Elaborado: Autoras

Gráfico 4 Precio por Libra



Elaboración: Autoras

ANÁLISIS

El 83.33% de las faenadoras de pollo adquieren a un precio entre 0.96 y 1.00 dólar, el 16.67% el precio por libra la adquieren entre 0.85 y 0.90 ctvs., por lo tanto permite determinar el precio de venta a las diferentes distribuidoras de la ciudad de Ibarra.

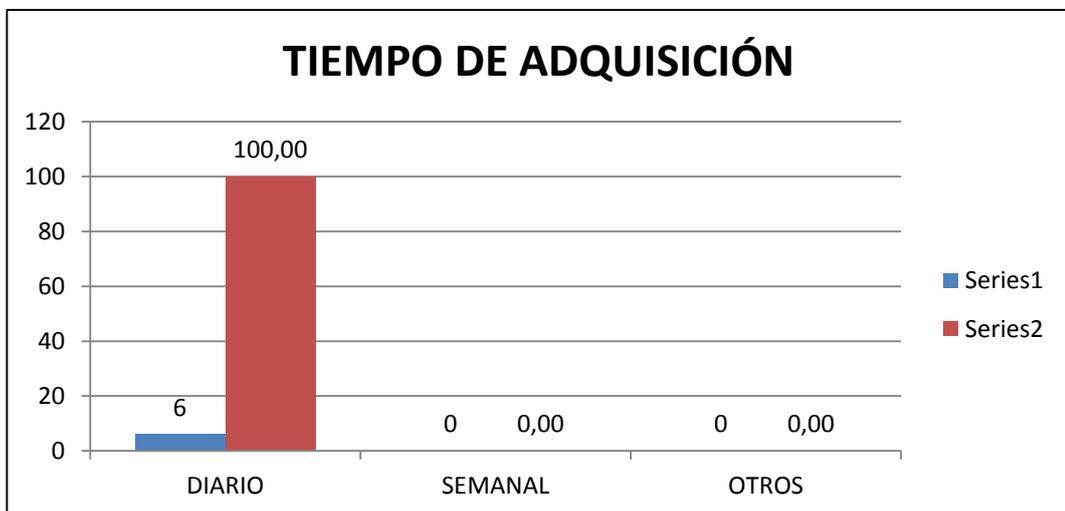
5. ¿Usted cada cuánto tiempo se prevé de los pollos?

Cuadro 28 Tiempo de Adquisición

Variable	Frecuencia	%
Diario	6	100,00
Semanal	0	0,00
Otros	0	0,00
Total	6	100

Fuente: Encuestas
Elaborado: Autoras

Gráfico 5 Tiempo de Adquisición



Elaboración: Autoras

ANÁLISIS

En el gráfico se llega a la conclusión de que el 100% la adquisición del pollo lo realiza de manera diaria, ya que los demandantes necesitan consumir a diario este tipo de alimento.

6. Califique del 1 a 4 las siguientes características según su importancia al momento de comprar pollo. Considere al 4 como de mayor importancia y al 1 como de menor importancia.

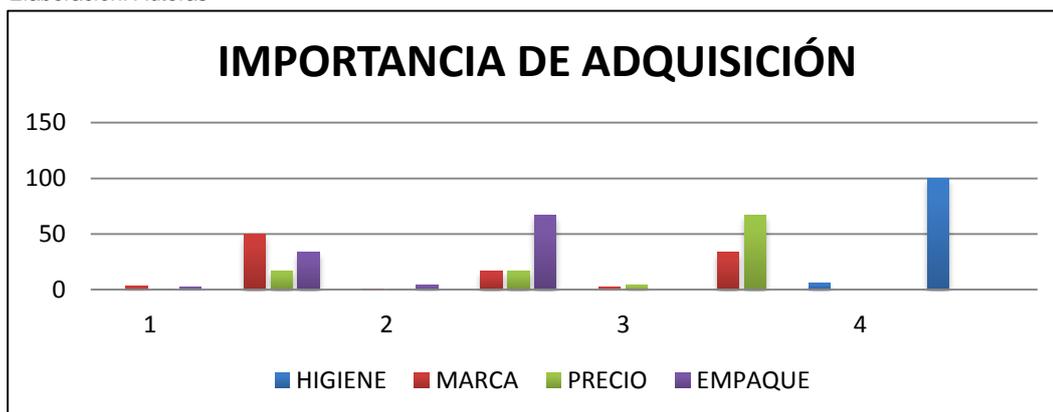
Cuadro 29 Importancia en la Adquisición

Variable	Frecuencia							
	1	%	2	%	3	%	4	%
Higiene	0	0	0	0	0	0	6	100
Marca	3	50	1	16,67	2	33,33	0	0
Precio	1	16,67	1	16,67	4	66,67	0	0
Empaque	2	33,33	4	66,67	0	0	0	0
Total	6	100	6	100,00	6	100	6	100

Fuente: Encuestas
Elaborado: Autoras

Gráfico 6 Importancia de Adquisición

Elaboración: Autoras



ANÁLISIS

La importancia al momento de comprar el pollo se detalla que el 100% de la faenadoras toman en cuenta la higiene en primer lugar, el precio y el empaque se encuentra en segundo lugar con un 66.67% y la diferencia (33.33%) se encuadra en la marca.

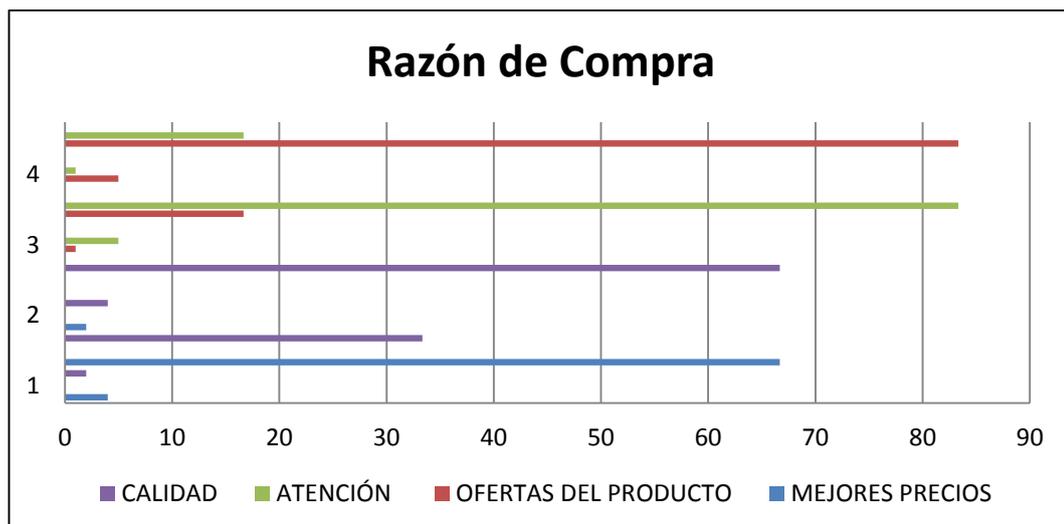
7. ¿Cuáles considera que sean las razones para que sus clientes compren en su negocio? (calificar de 1 a 4 donde 1 es la más importante y 4 la menos importante).

Cuadro 30 Razón de compra

Variable	Frecuencia							
	1	%	2	%	3	%	4	%
Mejores precios	4	66,67	2	33,33	0	0	0	0
Ofertas del producto	0	0	0	0,00	1	16,67	5	83,33
Atención	0	0,00	0	0,00	5	83,33	1	16,67
Calidad	2	33,33	4	66,67	0	0	0	0
Total	6	100	6	100	6	100	6	100

Fuente: Encuestas
Elaborado: Autoras

Gráfico 7 Razón de Compra



Elaboración: Autoras

ANÁLISIS

Se observa que la calidad y mejores precios son los de mayor importancia al momento de adquirir el pollo con 83,33%, mientras tanto la diferencia son poco relevantes en la compra como es la oferta del producto y la atención.

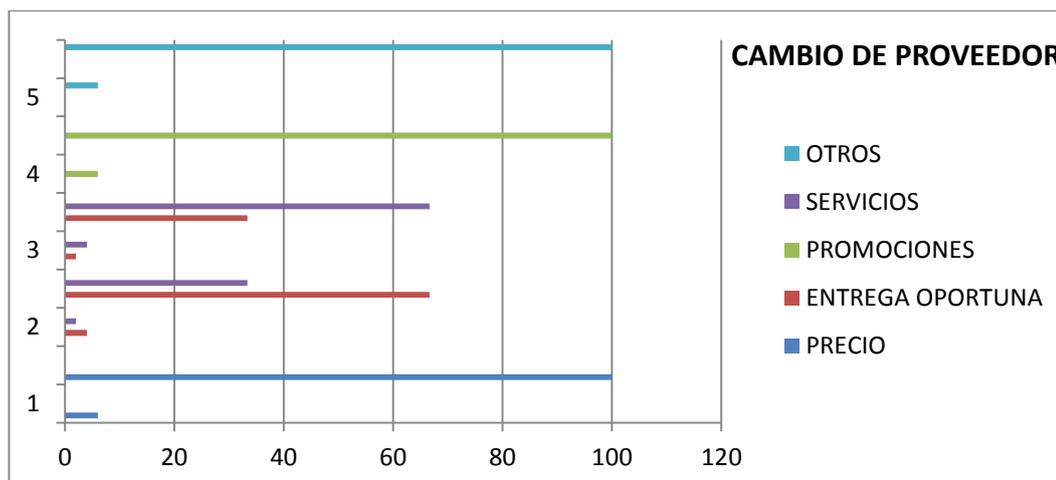
8. ¿Cuáles serían las razones para que usted cambiaría de proveedor? (califique de 1 a 5 donde 1 es la más importante y 5 la menos importante).

Cuadro 31 Cambio de Proveedor

Variable	Frecuencia									
	1	%	2	%	3	%	4	%	5	%
Precio	6	100,00	0	0	0	0	0	0	0	0
Entrega oportuna		0	4	66,67	2	33,33	0	0,00	0	0,00
Promociones	0	0,00	0	0,00	0	0	6	100	0	0
Servicios	0	0,00	2	33,33	4	66,67	0	0	0	0
Otros	0	0,00	0	0	0	0	0	0	6	100
Total	6	100	6	100	6	100	6	100	6	0

Fuente: Encuestas
Elaborado: Autoras

Gráfico 8 Cambio de Proveedor



Elaboración: Autoras

ANÁLISIS

Con el cuadro antes detallado se concluye que el 100% de las faenadoras cambia de proveedor esta por el precio, luego se encuentra la entrega oportuna conjuntamente con el servicio, y por último se encuentra las promociones y otros ya que en este mencionamos a la publicidad.

9. ¿Usted ha recibido promoción por parte de su proveedor?

Cuadro 32 Promoción de Proveedor

Variable	Frecuencia	%
Si	0	0
No	6	100
Total	6	100

Fuente: Encuestas
Elaborado: Autoras

Gráfico 9 Promoción de Proveedor



Elaboración: Autoras

ANÁLISIS

Se concluye con el cuadro antes mencionado, que el 100% de las faenadoras no reciben ningún tipo de promoción al momento de adquirir el pollo, por lo tanto esto hace que no exista publicidad.

b) Entrevistas

Cuadro 33 Producción Avícola en el Cantón Urcuquí

PARROQUIA	PROPIETARIO	RAZON SOCIAL
TUMBABIRO	DUQUE VICTOR	CHIRIACU
TUMBABIRO	ESTRADA GUILLERMO	SIN NOMBRE
TUMBABIRO	MENA ANDRES	LOS ARRAYAÑEZ
TUMBABIRO	PACHECO MARCELO	L. P. M. PACHECO
TUMBABIRO	VARGAS V. HUGO	SAN ANTONIO

Fuente: Agrocalidad, 2011.
Elaboración: Autoras

Entrevista Sr. Marcelo Pacheco Propietario de la Granja Avícola La Pradera.

El señor manifiesta que la empresa nace con el nombre de las iniciales del fundador Lorenzo Pacheco, el señor indica que el éxito de su empresa está en la constancia, por lo tanto funciona como un circuito cerrado el cual consta de: incubadora, planta de proceso y planta avícola.

Actualmente la empresa cuenta con 140 empleados, cada uno distribuido en las diferentes áreas. La empresa mantiene a 180 clientes en las cuales un 12% son mercados locales y 88% mercados nacionales.

El Sr no aconseja a las personas que implementen este tipo de negocio debido a que para emprender se requiere de inversiones altas, por tanto para la obtención de ganancias de la misma se establece que la producción debe incrementarse en gran cantidad. Esto se debe a que los grandes negocios absorben a los pequeños

Afirma que la capacidad que tiene instalado por el momento no se encuentra utilizada en un 100% tan solo alcanza al 70% de la producción.

En conclusión de esta entrevista es que la granja “La Pradera” para mantener sus niveles de producción manejan el valor de la constancia tomando en cuenta a los empleados que forman parte del proceso, por ende, la pradera establece que tiene gran demanda en el mercado de Ibarra ya que distribuye los pollos en pie a los distintos propietarios que tienen los puntos de venta.

Cabe resaltar que la distribución la realizan diariamente, mediante la transportación de las aves mediante camiones hacia las distribuidoras.

Se observó que además cuenta con los implementos adecuados para mantener la calidad del producto mediante la alimentación, y su distribución, por tanto, manejan estándares de calidad para la excelente satisfacción al cliente.

Entrevista Ing. Hugo Vargas Propietario de Agroindustrial Vargas Velásquez.

El ingeniero manifiesta que la empresa nace con el apellido de él y de su esposa, la cual piensa que el éxito de la avicultura está en la calidad del producto. Está conformada con 120 empleados distribuidas en las diferentes granjas dentro y fuera de la provincia.

El propietario aconseja a las personas que es factible crear este tipo de empresa debido a que en el futuro la población consumidora del pollo broilers tendrá un gran crecimiento.

La empresa Agroindustrial Vargas Velásquez en la actualidad tiene distintos puntos de producción donde manifestó que las ciudades principales son: Cuenca, Quito e Ibarra.

La empresa no realiza promociones debido a que se encuentra reconocida en el mercado por su antigüedad, esto hace que no exista la necesidad de implementar promoción, ya que los clientes son fijos.

En cuanto a la ampliación de la producción de la empresa confirmó que en el futuro acorde a la demanda que exista y si amerita la ocasión realizará la ejecución correspondiente. Al finalizar dio a conocer que no se encuentra totalmente utilizada la capacidad instalada.

Como conclusión se puede resaltar que es una empresa de antigüedad el cual es reconocido, por tanto tiene una ventaja de que posee de clientes fijos. Además la empresa tiene amplias granjas en la zona de Salinas, esto hace que el propietario cuente con galpones, y faenadoras esto produce que el producto sea inmediato al consumo final.

La finalidad de esta empresa está en la calidad y excelentes precios para el consumidor. Mediante la presentación de un producto que satisfaga

Entrevista Sr. Víctor Duque Propietario de Avícola Urcuquí

El Sr. Duque reveló que su empresa nació hace 2 años en la cual se encuentra relacionada con Aviforte el cual establecen un convenio que consiste en la entrega de pollo bebe por parte de Aviforte hacia la Avícola Urcuquí para que en 7 semanas sea entregado el pollo de engorde para su correspondiente procesamiento.

Piensa que el éxito de la empresa radica en el empeño y perseverancia mediante el conocimiento amplio de cada uno de los procesos que debe cumplir para la producción del pollo.

Avícola Urcuquí está integrada por 5 personas que pertenecen a la misma familia.

El aconseja que dedicarse a la avicultura tiene su riesgo y oportunidad debido a que si no tiene conocimiento y no cuenta con personal con experiencia no podrá mantener una plantación avícola estable.

Por lo tanto se establecería como oportunidad a la utilidad o ganancia que se tendría con la producción que se demande al mercado.

La avícola no cuenta con publicidad, ya que ellos solo se encargan de la crianza del pollo Broiler y el encargado de promocionar es Aviforte.

De la misma manera afirma que en un futuro no muy lejano aumentará la producción, por lo tanto, deberá incrementar su infraestructura. Ya que ocupa el 100% de la capacidad instalada.

3.8 Análisis de la Oferta

Para identificar la oferta del pollo broilers se ha analizado las cantidades en libras que ofertan los planteles avícolas en el Cantón Urcuquí.

De acuerdo a las entrevistas realizadas a personas que se dedican a la producción y distribución del producto han tenido un crecimiento del 10%, ventas de año a año, porcentaje que se lo utilizará para la proyección de la oferta.

a) Oferta Actual del Producto

Según las entrevistas realizadas a los planteles avícolas se puede concluir lo siguiente:

Cuadro 34 Planteles Avícolas

Oferta Actual Libras

NOMBRE	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL	ANUAL					
				DISTRIBUCIÓN %		DISTRIBUCIÓN CANTIDAD		DISTRIBUCIÓN LOCAL	
				LOCAL	PROVINCIAL	LOCAL	PROVINCIAL	PESO	LIBRAS
SR. PACHECO	46.000	184.000	2.208.000	23,91	76,09	527.933	1.680.067	5,5	2.903.630
SR. VARGAS	101.000	404.000	4.848.000	13,86	86,14	671.933	4.176.067	5,5	3.695.630
TOTAL	147.000	588.000	7.056.000	37,77	162,23	1.199.866	5.856.134	11	6.599.261

Fuente: Entrevistas
Elaboración: Autoras

b) Proyección de la Oferta

La tasa de crecimiento que se va a considerar es del 10%, debido a que en las entrevistas realizadas se manifestó que en los años futuros realizaran un incremento en la producción por lo tanto se toma en cuenta la capacidad instalada que ellos poseen. Tomando en cuenta como base el año 2013 con 6.599.261 libras.

Fórmula

$$Op = OA (1 + i)^n$$

Simbología

Op = Oferta Proyectada

OA = Oferta actual

1 = Valor constante

i = Tasa de crecimiento

n=Tiempo

Cuadro 35 Proyección de la Oferta

AÑO	PRODUCCIÓN DE POLLOS BROILERS EN LIBRAS
2013	6.599.261
2014	7.259.187
2015	7.985.106
2016	8.783.616
2017	9.661.978
2018	10.628.176
2019	11.690.993
2020	12.860.092
2021	14.146.102
2022	15.560.712
2023	17.116.783

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Autoras

3.9 Análisis de la Demanda

Para determinar la demanda del pollo broilers se ha analizado las cantidades en libras que demandan las faenadoras de la Ciudad de Ibarra.

De acuerdo a las encuestas realizadas a las personas que se dedican a la distribución del producto, se considera que a futuro tendrán un crecimiento estimado del 5% en las ventas, debido a la investigación de campo que se desarrolló, tomando en cuenta factores como: crecimiento en la población, hábitos de consumo y salud, porcentaje que se lo utilizará para la proyección de la demanda.

a) Demanda Actual del Producto

Según las encuestas realizadas a las faenadoras de pollos se puede concluir lo siguiente:

Cuadro 36 Faenadoras de Pollos Broilers en la Ciudad Ibarra

Demanda Actual en Unidades y Libras

NOMBRE	DIARIO	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL		
	UNIDAD	UNIDAD	UNIDAD	UNIDAD	PESO	LIBRAS
Quistanchala Deysi	858	6.006	24.024	288.288	4,5	1.297.296
Miño Francisco	715	5.005	20.020	240.240	4,5	1.081.080
Ruiz Pablo	1.457	10.199	40.796	489.552	5,5	2.692.536
Distripollos S.A.	7.000	49.000	196.000	2.352.000	4,5	10.584.000
Puma Karina	2.143	15.001	60.004	720.048	4,5	3.240.216
Carmen León	600	4.200	16.800	201.600	5,5	1.108.800
TOTAL	12.773	89.411	357.644	4.291.728	29	20.003.928

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autoras

b) Proyección de la Demanda

Fórmula

$$D_p = DA (1 + i)^n$$

Simbología

D_p = Demanda Proyectada

DA = Demanda actual

1 = Valor constante

i = Tasa de crecimiento

n = Tiempo

Cuadro 37 Proyección de la Demanda

AÑOS	DISTRIBUCIÓN DE POLLOS BROILERS EN LIBRAS
2013	20.003.928
2014	21.004.124
2015	22.054.331
2016	23.157.047
2017	24.314.900
2018	25.530.644
2019	26.807.177
2020	28.147.536
2021	29.554.912
2022	31.032.658
2023	32.584.291

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Autoras

En base al análisis realizado se ha determinado que el proyecto tendrá un convenio con la Empresa Aviforte Cía. Ltda. Para lo cual se establece que el 80% de la producción corresponderá a la empresa de convenio, es decir por inicio de la actividad económica no se tendrá gran aceptación en el mercado local por lo que se asegura la venta directa a Aviforte por lo tanto la diferencia será para las faenadoras de la ciudad de Ibarra.

3.10 Determinación de la Demanda Insatisfecha

Cuadro 38 Demanda Insatisfecha del Producto Proyectado

Años	Oferta	Demanda	Demanda Insatisfecha
2013	6.599.261	20.003.928	-13.404.667
2014	7.259.187	21.004.124	-13.744.938
2015	7.985.106	22.054.331	-14.069.225
2016	8.783.616	23.157.047	-14.373.431
2017	9.661.978	24.314.900	-14.652.922
2018	10.628.176	25.530.644	-14.902.469
2019	11.690.993	26.807.177	-15.116.184
2020	12.860.092	28.147.536	-15.287.443
2021	14.146.102	29.554.912	-15.408.811
2022	15.560.712	31.032.658	-15.471.946
2023	17.116.783	32.584.291	-15.467.508

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Autoras

La demanda insatisfecha se encuentra determinada en base a los competidores que son los Sres.: Pacheco y Vargas, para lo cual el proyecto comprará el producto a la Empresa Aviforte cubriendo la demanda insatisfecha del 7.16%.

Cuadro 39 Producción de Pollos

AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
RUBRO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Pollos (Libras)										
20% Mercado Local	192.000	192.000	384.000	384.000	384.000	384.000	384.000	384.000	384.000	384.000
80% Aviforte	768.000	768.000	1.536.000	1.536.000	1.536.000	1.536.000	1.536.000	1.536.000	1.536.000	1.536.000
TOTAL	960.000	960.000	1.920.000							

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Autoras

3.11 Determinación del Precio del Producto

Para realizar el análisis de precios se utilizó datos obtenidos de las entrevistas realizadas a las personas que se encuentran involucradas en la producción para luego proyectarlos conservando un margen de utilidad aceptable que permita cubrir los gastos.

De acuerdo al análisis realizado y a la comparación de precios entre la competencia se realiza la proyección tomando el porcentaje de inflación acumulada al año 2012 que es del 4.16% anual la proyección es como se muestra.

a) Precio Actual del Producto

Según las entrevistas y encuestas realizadas a las plantaciones avícolas y faenadoras de pollos se puede concluir lo siguiente:

Cuadro 40 Costo de Venta

Oferta		Demanda	
Nombre	Precio	Nombres	Precios
Sr. Pacheco	0,78	Quistanchala Deysi	0,97
Sr. Vargas	0,75	Miño Francisco	1,00
		Ruiz Pablo	0,90
		Distripollos S.A.	0,97
		Puma Karina	0,97
		Carmen León	0,97
Total	1,53	Total	5,78

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Autoras

b) Proyección del Precio

Cuadro 41 Proyección del Precio

Años	Precio Proyectado
2013	0,77
2014	0,80
2015	0,84
2016	0,87
2017	0,91
2018	0,94
2019	0,98
2020	1,02
2021	1,07
2022	1,11
2023	1,16

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: Autoras

3.12 Distribución del Producto

a) Distribución

La empresa ha considerado que el sistema que utilizará para hacer llegar el producto, es sin intermediarios, lo que permitirá tener un precio final más bajo, debido a que el mercado meta está integrado por las faenadoras de la ciudad Ibarra.

Gráfico 10 Distribución del producto “Broilpollo”



El objeto de este canal de distribución es colocar el producto a disposición de las faenadoras y en el momento oportuno. Se piensa que para los próximos años se ampliará la empresa para mayor satisfacción a los demandantes.

b) Presentación y calidad del producto

“Broilpollo” no tendrá una presentación debido a que el pollo se le realizará la entrega en pie, es decir, vivo para que las peladoras procedan con la matanza, este producto se lo enviara mediante gavetas de plástico. Como se muestra en la siguiente presentación:

Gráfico 11 Presentación y Calidad del Producto



c) Logotipo de la Empresa y del Producto Propuesto

Como toda empresa y producto debe tener una marca que lo identifique en el mercado, se realizó un logotipo de la empresa y la presentación del producto propuesto, la misma que en su diseño cuenta con las siguientes características:

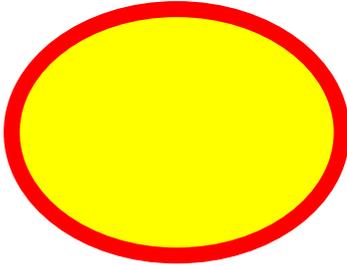
Gráfico 12 Empresa “BROILPOLLO”



Logotipo de la Empresa
Elaboración: Autoras

d) Diseños que Intervienen en el logotipo de la empresa

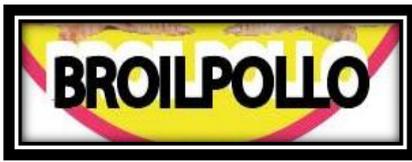
Gráfico 13 Empresa “BROILPOLLO”



El amarillo sugiere el efecto de entrar en calor y representa la originalidad.



Representa el producto principal de la empresa que es el pollo



Broil proviene de Broiler Pollo es debido a que el producto es el mismo.



El slogan está enfocado a que la carne del pollo es a base de alimentación natural por lo que lograra evitar cualquier tipo de anomalías para el consumidor.

Elaborado por: Autoras

3.13 Promociones y Publicidad

- Promover al consumo de carne de pollo destacando la importancia y las bondades de este tipo de ave, esto se lo debe hacer mediante la excelente presentación en la higiene del pollo al momento de ser entregado a las faenadoras.

- Se proveerá de una página Web para mayor publicidad e información acerca de la distribución del pollo Broiler en la red del Internet.
- Se contará con una adecuada presentación de uniformes del personal que conforme la empresa.
- Se contratará 5 cuñas diarias de cuarenta segundos cada una, de lunes a viernes, con un paquete mensual de \$220, para los próximos años se incrementara el precio mensual con la tasa de inflación del año 2012.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Tamaño del Proyecto

Para determinar el tamaño de la nueva unidad productiva se tomará en cuenta factores que son de gran importancia dentro del desarrollo de este estudio de factibilidad en la cual se detallan a continuación:

a) Mercado

La demanda de pollos Broilers para las distintas faenadoras en la ciudad de Ibarra presenta un camino viable para la creación de la nueva unidad productiva, el mercado es altamente atractivo ya que de acuerdo a la información obtenida en la investigación de campo se determinó que las faenadoras de la ciudad de Ibarra están dispuestos a adquirir este producto, situación que muestra claramente que el producto es aceptado.

b) Disponibilidad de Recursos Financieros

La disponibilidad de recursos financieros se encuentra en parámetros aceptables, puesto que la inversión total se cubrirá con recursos propios y un préstamo bancario.

Se considerará la alternativa más conveniente para el proyecto, analizando primordialmente las tasas de interés y el plazo.

Para lo cual se analiza que la Corporación Financiera Nacional cubrirá el 69.77% de la inversión, con un interés del 9,45% a un plazo de 10 años.

c) Disponibilidad de Mano de Obra

En lo que se refiere a la mano de obra, éste estudio determina que para el desarrollo efectivo del proyecto se requiere de personal especializado, que tenga conocimientos de pollos administración y contable financiero.

d) Disponibilidad de Materia Prima

Es importante adquirir la cantidad óptima que se necesitará en la producción para ofrecer a las peladoras de pollos.

Los principales proveedores de la empresa se encuentran ubicados en la ciudad de Quito.

El proveedor más importante en el cual estamos aliados o tenemos un convenio es AVIFORTE el cual nos permitirá obtener con mayor facilidad los implementos para la producción.

e) Definición de la Capacidad de Producción

De acuerdo a la investigación que se realizó se establece que la capacidad de producción total es de 4 galpones, por lo tanto permitirá el ingreso de 40.000 pollos correspondiente a 1`920.000 libras al año, para inicio de la actividad económica será del 50% de la capacidad instalada, correspondiente a 2 galpones cada uno de 10.000 pollos, teniendo un total de 20.000 pollos equivalente a un total de 960.000 libras al año es decir, que al 3 año se incrementará la diferencia de acuerdo a la demanda del producto.

4.2. Localización del Proyecto

Para determinar la localización del proyecto, se realizó un análisis de macro y micro localización con el fin de escoger la opción más

conveniente que contribuya a una mayor rentabilidad sobre el capital a invertir y una minimización de los costos de producción.

a) Macro Localización

Se debe considerar el lugar donde se va a desarrollar este proyecto productivo; tomando en cuenta todos los medios necesarios que permitan un adecuado funcionamiento de la planta avícola, para lo cual se ha establecido una matriz que se detalla a continuación:

Cuadro 42 Matriz de Ponderación

MATRIZ DE PONDERACIÓN							
Fuerzas Locacionales	Porcentaje	Cahuasquí		Pablo Arenas		Tumbabiro	
		Puntuación	Ponderación	Puntuación	Ponderación	Puntuación	Ponderación
Energía Eléctrica	20	8	1,60	5	1	7	1,4
Agua Potable	18	10	1,80	5	0,9	5	0,9
Alcantarillado							
Pluvial	6	8	0,48	5	0,3	4	0,24
Sanitario		8	0,48	6	0,36	6	0,36
Teléfono	11	8	0,88	6	0,66	7	0,77
Medio de Transporte Público	15	9	1,35	1	0,15	5	0,75
Costo del terreno	15	9	1,35	7	1,05	7	1,05
Vías de Acceso	15	9	1,35	6	0,9	9	1,35
TOTAL	100	69	9,29	41	5,32	50	6,82

Fuente: Observación
Elaboración: Las autoras

Una vez realizado el análisis de varios factores del entorno del Cantón Urcuquí, se determina que el lugar apropiado para la creación de la empresa es la parroquia de Cahuasquí con una ponderación del 9,29 debido a que cuenta con un clima apto y cuenta con todos los servicios que se requieren y sobre todo no existe competencia alguna.

b) Micro Localización

Para la realización de este proyecto se ha considerado ubicar la productora de pollos en un terreno disponible propiedad del Sr. José Antonio Benavides Obando y Sra. ubicado en la, Parroquia Cahuasquí, punto rural denominado Caja Ronca, para establecer lo antes mencionado se ha tomado en cuenta la siguiente matriz de ponderación:

Cuadro 43 Matriz de Ponderación

FUERZAS LOCACIONALES	PORCENTAJE	SAN FRANCISCO		SACHAPAMBA		CAJA RONCA	
		Puntuación	Ponderación	Puntuación	Ponderación	Puntuación	Ponderación
Energía Eléctrica	15	5	0,75	5	0,75	10	1,5
Agua Potable	20	10	2,00	5	1	8	1,6
Alcantarillado							
Pluvial	10	4	0,40	5	0,5	9	0,9
Sanitario		4	0,40	7	0,7	6	0,6
Teléfono	5	8	0,40	6	0,3	7	0,35
Costo del terreno	15	9	1,35	7	1,05	8	1,2
Vías de Acceso	20	7	1,40	6	1,2	8	1,6
Medio de Transporte Público	15	7	1,05	7	1,05	9	1,35
TOTAL	100	54	7,75	48	6,55	65	9,1

Fuente: Observación
Elaboración: Las autoras

Dentro del análisis realizado en la matriz de ponderación se considera que la mejor opción para la creación de la empresa es en el sector rural denominado Caja Ronca con una ponderación del 9,1 debido a que posee fuerzas locacionales de acuerdo a las características del producto a desarrollarse.

- **Servicios Básicos**
- ✓ **Energía Eléctrica**

Se establece que tiene acceso a este servicio básico que es primordial y ayuda al desarrollo del proyecto; por lo tanto es necesario analizar las vías de acceso del mismo.

✓ **Agua Potable**

Cuenta con las debidas instalaciones de agua potable para poder ejecutar el proyecto sin problema.

✓ **Alcantarillado**

El alcantarillado fue revisado y aprobado por la Unidad de Agua Potable y Alcantarillado, previo el pago de Uso de Redes, Aprobación de Estudios y de Fiscalización de Obras, por tanto posee alcantarillado.

✓ **Teléfono**

Si tiene acceso a línea telefónica ya que tiene factibilidad técnica, por tanto si posee este tipo de servicio.

• **Medio de Transporte Público**

Para el traslado al Terreno se cuenta con transporte público, en la cual realiza el recorrido a la Parroquia de Cahuasquí en distintos horarios desde la ciudad de Ibarra y viceversa.

• **Costos del Terreno**

El costo del terreno se basa en la situación es decir en la localidad por tanto asciende a la cantidad de 25.000 dólares. El terreno es de familiares cercanos.

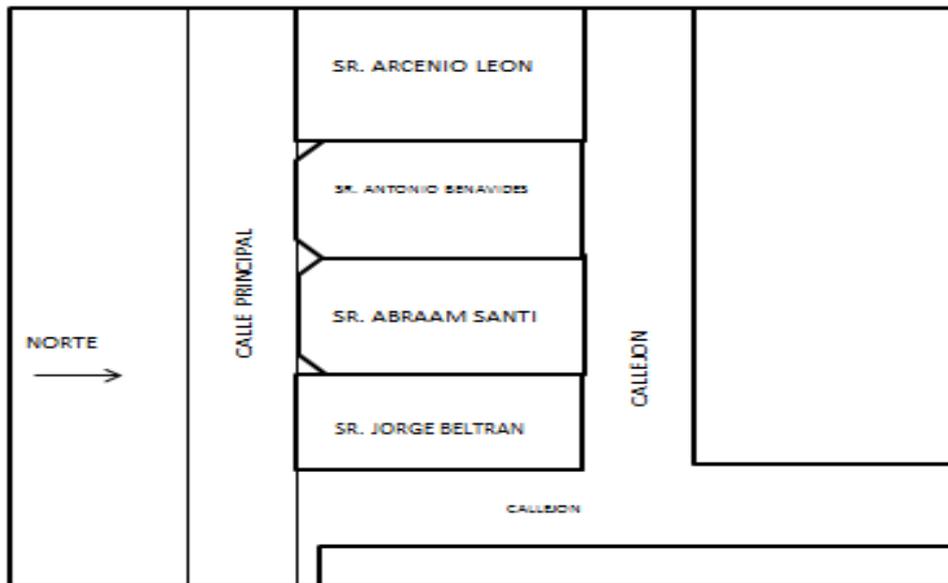
• **Vías de Acceso**

El transporte que existe en la zona de Cahuasquí, es variado y tiene acceso fácil debido a que se encuentra situado cerca a la panamericana.

- **Planos de la Micro Localización**

Terreno ubicado en el Cantón Urcuquí, Parroquia Cahuasquí, punto rural denominado Caja Ronca, con una superficie de tres mil trescientos sesenta y ocho metros cuadrados, setenta y cinco decímetros cuadrados.

Ilustración 2 Ubicación del Lote de Terreno



Fuente: Escrituras Públicas
Elaboración: Autoras

- **Linderos**

Los linderos actuales según la escritura de propiedad del inmueble son los siguientes:

- ✓ AL NORTE, en la extensión de cincuenta y seis metros, sesenta y cinco centímetros con callejón público.
- ✓ AL SUR, en la extensión de cincuenta y siete metros, treinta centímetros, con calle pública.
- ✓ AL ORIENTE, en la extensión de sesenta y cinco metros, con el lote número dos que se venderá a la señora María Elena Santi Velasco; y,

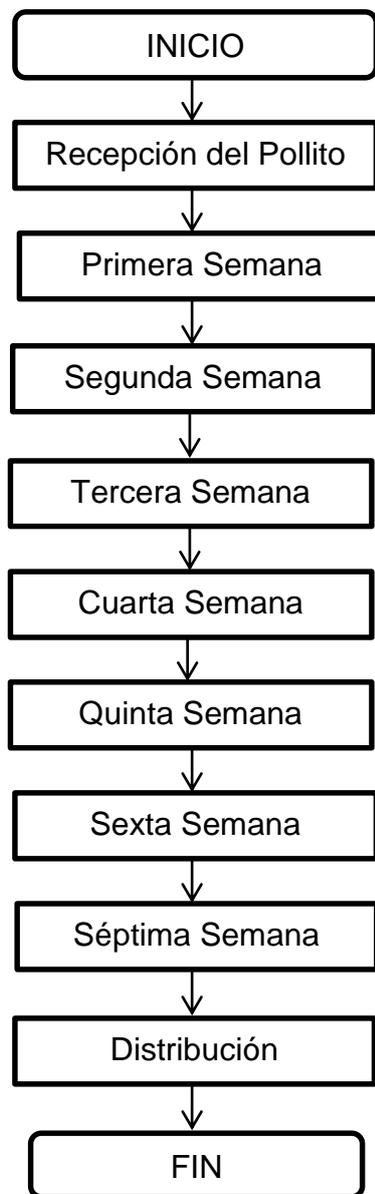
- ✓ AL OCCIDENTE, en la extensión de sesenta metros, con propiedad de Arcenio León.

4.3. Ingeniería del Proyecto

a) Procesos

- **Flujograma Del Proceso de Crianza del Pollo Broilers**

Cuadro 44 Flujograma de Crianza



Fuente: Investigación
Elaborado: Autoras

- **Descripción del Proceso de Crianza del Pollo Broilers**

- ✓ **Recepción del Pollito**

Los galpones y equipos deben estar listos por lo menos con 24 horas de anticipación para recibir los pollitos bb. Estos deben haber sido limpiados y desinfectados, las criadoras encendidas con anticipación para alcanzar la temperatura ideal de recepción.

Asegurar un período de descanso adecuado del galpón, preferiblemente de 15 días entre la salida de un lote y la recepción de un nuevo lote.

Los pollitos deben ser colocados en el galpón luego de 6 – 12 horas de nacidos. El tenerlos mucho tiempo en cajas causa deshidratación.

Se recomienda que los pollitos tengan acceso inmediato de alimento y agua al momento de su llegada, el agua de bebida deberá contener vitaminas, minerales y electrolitos, por lo menos durante los primeros 4 días de edad.

Evite el trato rudo a los pollitos durante la vacunación y transporte. No exponer a corrientes de aire.

Es importante revisar la temperatura a nivel de los pollos. El indicador de una temperatura adecuada es la conducta de los pollitos, por lo que el encargado del galpón deberá observar los cambios de comportamiento en las aves para tomar cualquier acción correctiva. Se recomienda que los pollitos estén uniformemente repartidos debajo y alrededor de la criadora, comederos y bebederos.

Cuando los pollitos son enviados en cajas de cartón, estas deben ser incineradas los del galpón, inmediatamente después de colocar los pollitos en la zona de crianza.

✓ **Primera Semana**

- Revisar la temperatura constantemente, ésta debe estar entre 30 y 32 °C. de lo contrario realizar manejo de cortinas. Si es necesario bajar y subir cortinas 10 veces al día, debe hacerse.
- Realizar manejo de camas, sobretodo debajo y al lado de los bebederos, esta operación se realiza muy temprano en la mañana. el manejo de camas consiste en remover la cama.
- Lavar y desinfectar todos los días los bebederos manuales.
- El primer día suministrar en el agua de bebida electrólitos.
- El segundo y tercer día se suministra en el agua de bebida un antibiótico (Enrofloxacina) para prevenir enfermedades respiratorias. En estos días no se desinfectan los bebederos con yodo pues éste inactiva la droga.
- Limpiar las bandejas que suministran el alimento.
- Colocar poco alimento sobre las bandejas, repetir este procedimiento al desayuno, almuerzo y comida.
- Revisar pollitos inactivos y sacrificarlos.
- Del cuarto día en adelante se les suministra agua sin drogas.
- Del tercer a séptimo día se pueden vacunar contra New Castle, Bronquitis Infecciosa y Gumboro. Esto depende de la zona en que se encuentren y del análisis de laboratorio.
- Realizar pesajes 2 veces por semana y anotar en el registro.
- Anotar en el registro las mortalidades y deshacerse de ellas lo más pronto posible, se entierran, se incineran, se regalan para alimentación de cerdos, etc.
- Verificar el consumo de alimento e inventarios.
- Verificar la pureza del agua de bebida.

- Cambiar la poceta de desinfección, El agua sobrante de la desinfección de los bebederos se puede utilizar.
- Realizar manejo de limpieza dentro y fuera del galpón.
- Al quinto día se pueden ampliar los pollos, Si usted los ve muy estrechos, se amplían inmediatamente.
- En las noches encender la criadora y acostar al pollito (Que todos se encuentren debajo de la criadora). Especialmente en climas cálidos es indispensable la iluminación nocturna para darle la oportunidad al pollo de tomar el alimento en horas de temperaturas confortables, pero al menos una hora de oscuridad por día, que permite a las aves acostumbrarse a la oscuridad sorpresiva en caso de apagón, previniendo casos de mortalidad por amontonamiento.

✓ **Segunda Semana**

- La temperatura debe estar entre 26 y 28 °C. La primera labor del día es apagar las criadoras y bajar las cortinas totalmente. Claro que si la temperatura está muy por debajo de 26°C esperar a que la temperatura se regule. Es un error encerrar el galpón completamente después de la segunda semana. las cortinas se utilizan principalmente en las noches.
- Ampliar los pollos, y distribuir uniformemente comederos y bebederos.
- Nivelar los bebederos automáticos a la altura de la espalda de los pollos.
- Realizar manejo de las camas. (Siempre muy temprano o en las noches)
- Lavar y desinfectar todos los días los bebederos.
- Salen los bebederos manuales y entran los bebederos automáticos.
- Salen las bandejas de recibimiento y entran las tolvas (las bases de los comederos tubulares).
- Realizar pesajes 2 veces por semana y anotar en el registro.

- Anotar en el registro las mortalidades y deshacerse de ellas lo más pronto posible, se entierran, se incineran, se regalan para alimentación de cerdos, entre otros.
- Verificar el consumo de alimento e inventarios.
- Verificar la pureza del agua de bebida.
- Cambiar la poceta de desinfección todos los días.
- Realizar manejo de limpieza dentro, fuera del galpón y de la bodega.
- Culminar con las vacunaciones si hay que aplicar refuerzo, esto depende de la región a donde se esté trabajando, regiones avícolas son más propensas al ataque de enfermedades.

✓ **Tercera Semana**

- La temperatura debe estar entre 16 y 22 °C.
- Al día 21 se deben quitar definitivamente las cortinas (climas cálidos y medios), pero gradualmente, tres días antes del día 21, se van bajando un poco día tras día.
- Una vez quitadas las cortinas definitivamente se lavan, desinfectan y se guardan.
- El cambio de alimento se realiza en esta semana, se pasa se iniciación a finalización más o menos en el día 23, 24, 25. Cuando el pollo ya haya consumido el 40% de iniciación. Se amplían nuevamente los pollos, sale definitivamente la guarda criadora y distribuir uniformemente comederos y bebederos. Un comedero, un bebedero seguidamente.
- Salen las criadoras.
- Nivelar los bebederos automáticos a la altura de la espalda de los pollos.
- Se arman los comederos tubulares, y se gradúan a la altura de las espaldas del pollo.
- Se llenan los comederos tubulares de alimento.

- Realizar manejo de las camas. (Siempre muy temprano o en las noches)
- Lavar y desinfectar todos los días los bebederos.
- Realizar pesajes 2 veces por semana y anotar en el registro.
- Anotar en el registro las mortalidades.
- Verificar el consumo de alimento e inventarios.
- Verificar la pureza del agua de bebida.
- Cambiar la poceta de desinfección todos los días.
- Realizar manejo de limpieza dentro, fuera del galpón y de la bodega.

✓ **Cuarta Semana**

A partir de esta semana hay menos actividades de manejo, pues el pollo ya está ampliado por todo el galpón, no hay criadoras, ya están los bebederos automáticos y comederos de tolva, no se realiza el manejo de cortinas.

- Temperatura ambiente (Climas cálidos y medios).
- Desinfectar los bebederos automáticos todos los días.
- Realizar pesajes 2 veces por semana y anotar en los registros.
- Verificar la mortalidad y anotar en los registros.
- Realizar manejo de camas.
- Nivelar comederos y bebederos.
- Cambiar la poceta de desinfección.
- Verificar el consumo de alimento e inventarios.
- Verificar la pureza del agua de bebida.
- Realizar manejo de limpieza dentro, fuera del galpón y de la bodega.
- Revisar que ya estén lavados y desinfectados, bebederos, bandejas de recibimiento, guarda criadora, cortinas y demás equipos.

✓ **Quinta Semana**

- Desinfectar los bebederos automáticos todos los días.
- Realizar pesajes 2 veces por semana y anotar en los registros.
- Verificar la mortalidad y anotar en los registros.
- Realizar manejo de camas.
- Nivelar comederos y bebederos.
- Cambiar la poceta de desinfección.
- Verificar el consumo de alimento e inventarios.
- Verificar la pureza del agua de bebida.
- Realizar manejo de limpieza dentro, fuera del galpón y de la bodega.

✓ **Sexta Semana**

- Desinfectar los bebederos automáticos todos los días.
- Realizar pesajes 2 veces por semana y anotar en los registros.
- Verificar la mortalidad y anotar en los registros.
- Realizar manejo de camas.
- Nivelar comederos y bebederos.
- Cambiar la poceta de desinfección.
- Verificar el consumo de alimento e inventarios.
- Verificar la pureza del agua de bebida.
- Realizar manejo de limpieza dentro, fuera del galpón y de la bodega.

✓ **Séptima Semana**

- Desinfectar los bebederos automáticos todos los días.
- Realizar pesajes 2 veces por semana y anotar en los registros.
- Verificar la mortalidad y anotar en los registros.
- Realizar manejo de camas.
- Nivelar comederos y bebederos.
- Cambiar la poceta de desinfección.
- Verificar el consumo de alimento e inventarios.

- Verificar la pureza del agua de bebida.
- Realizar manejo de limpieza dentro, fuera del galpón y de la bodega.

✓ **Distribución**

Para la distribución se realizará mediante gavetas en la cual se ingresaran 8 pollos en pie con un peso de 6 libras, donde serán transportados en vehículos de la nueva unidad productiva a las distintas faenadoras de la ciudad de Ibarra y a la Empresa AVIFORTE en la ciudad de Quito.

b) Tecnología

“BROILPOLLO” tiene como objetivo ofrecer un producto de calidad, va a emplear equipos y maquinaria de última tecnología que ofrecen los diferentes proveedores. A continuación se presenta algunas ilustraciones de la maquinaria y equipo a utilizar, que será de vital importancia para los diferentes procesos.

• **Maquinaria y Equipo**

Ilustración 3 Bebederos Automáticos



Fuente: Investigación de Campo

Ilustración 4 Bebederos Manuales



Fuente: Investigación de Campo

Ilustración 5 Comedero Tubular y Manual



Fuente: Investigación de Campo

Ilustración 6 Criadora



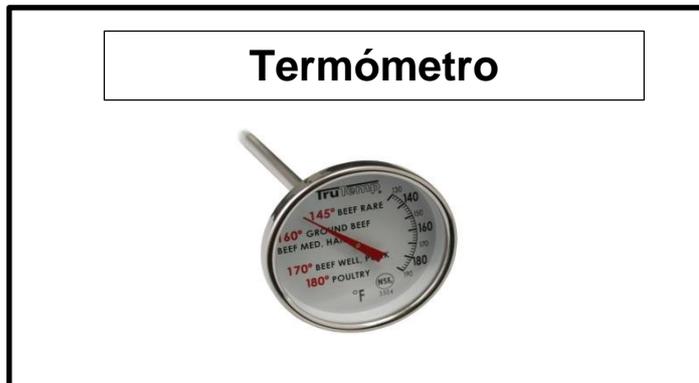
Fuente: Investigación de Campo

Ilustración 7 Báscula



Fuente: Investigación de Campo

Ilustración 8 Termómetro



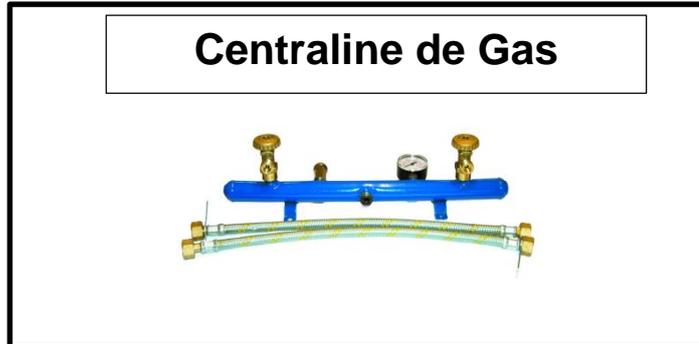
Fuente: Investigación de Campo

Ilustración 9 Tanque de Agua



Fuente: Investigación de Campo

Ilustración 10 Centraline de Gas



Fuente: Investigación de Campo

Ilustración 11 Manguera de Agua ½ Pulgadas



Fuente: Investigación de Campo

Ilustración 12 Gaveta



Fuente: Investigación de Campo

Ilustración 13 Cilindros de Gas



Fuente: Investigación de Campo

c) Obras Civiles

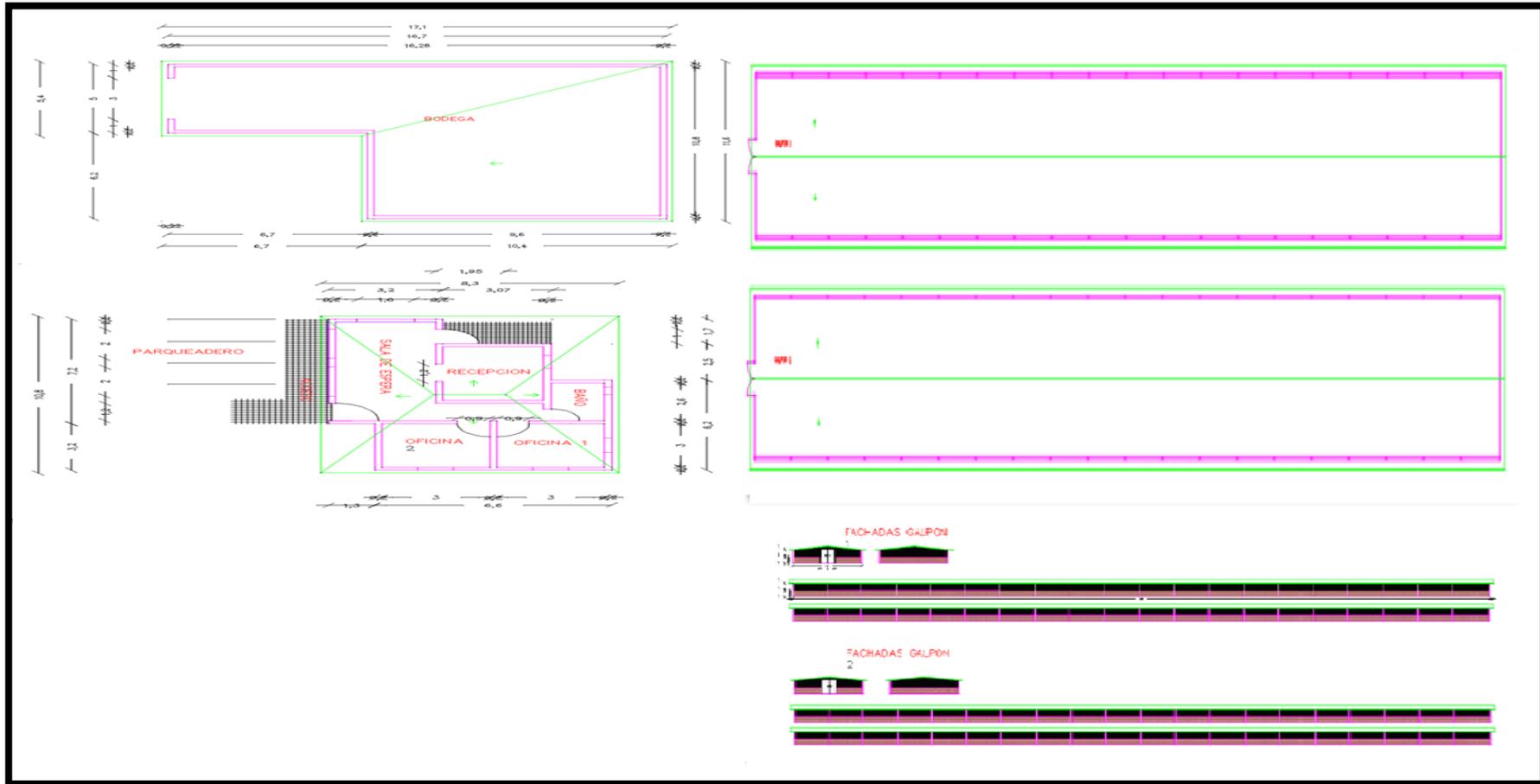
- **Diseño de Instalaciones de la Plantel Avícola**

El diseño de la planta avícola va acorde con los procesos para la producción y distribución de pollos Broilers, determinando un espacio para el área de producción y distribución del pollo, como también de una bodega para el almacenamiento de alimento, medicina, entre otros.

Para la instalación de la planta y áreas de almacenamiento, y administración se tomará en cuenta algunos aspectos:

- ✓ Para el área de criaderos deberá tener colocado correctamente distintas llaves de agua, tener suficiente ventilación y estar adecuadamente instalado las criadoras con su respectivo gas.
- ✓ Las oficinas de los directivos o administradores estarán colocadas al ingreso de la planta, en la cual estarán debidamente equipadas y distribuidas a cada uno de los funcionarios, de la misma manera se contara con una recepción para brindar toda información al cliente y puedan supervisar a los empleados.
- ✓ En lo referente a bodega se almacenará toda la alimentación y medicación acorde al período o etapa de crianza donde estará debidamente equipada y ordenada.

Ilustración 14 Planos de Instalaciones de la Planta Avícola



4.4. Presupuesto Técnico

a) Inversiones Fijas

- **Terreno**

Para el proyecto se cuenta con una área de terreno propio que son aproximadamente tres mil trescientos sesenta y ocho metros cuadrados, setenta y cinco decímetros cuadrados, cuyo costo de \$25.000 dólares.

- **Infraestructura Física**

Los costos se determinaron de acuerdo a la información entregada por empresas proveedoras de los equipos requeridos para dar inicio con la nueva unidad productiva en la producción y distribución de pollos broilers, entre ella está: Lo mejor en copias, Lympex, Liris, Aviforte, MoviCom, Muebles Confort, Faven, varios proveedores, entre otros.

- ✓ **Construcción de las Instalaciones**

Según proyecciones estimadas para la construcción de instalaciones de la empresa tendrá un total de \$ 164.610,27 se calcula que aproximadamente el metro cuadrado de la construcción está valorado en \$139,03 el metro cuadrado, y el total de construcción es de 2.133.48 metros cuadrados.

Cuadro 45 Construcción

Detalle	Cantidad	m2	Valor Unitario	Valor Total
Sala de Espera	1	54,4	139,03	7.563,23
Recepción	1	10,36	139,03	1.440,35
Baño	1	3,9	139,03	542,22
Oficinas	2	18	139,03	2.502,54
Bodega	1	134,5	139,03	18.699,54
Galpón	2	1.912,32	70,00	133.862,40
Total				164.610,27

Fuente: www.hormypol.com

Elaboración: Autoras

✓ Maquinaria y Equipos para la Planta de Producción y Distribución

La Maquinaria y Equipos necesarios para la producción y distribución de los pollos serán los que se detallan a continuación:

Cuadro 46 Maquinaria y Equipos para la Planta

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Bebedores Automáticos	200	14,20	2.840,00
Bebedores Manuales	200	2,90	580,00
Comedor Baby	200	5,48	1.096,00
Comedor Manual	500	9,30	4.650,00
Criadora a gas	20	137,95	2.759,00
Báscula	2	450,00	900,00
Termómetro	6	8,95	53,70
Tanque de Agua 1000lt	2	100,00	200,00
Manguera de Agua 1/2 Pulgadas	200	0,60	120,00
Centraline de Gas	2	300,00	600,00
Gavetas	100	25,00	2.500,00
Cilindros de Gas	15	1,60	24,00
Total			16.322,70

Fuente: Proveedores

Elaboración: Autoras

✓ Muebles y Equipos de Oficina

Para iniciar la actividad de la Empresa, se requiere de un equipo básico, a medidas que la empresa prospere, los requerimientos de Muebles y Equipos de oficina aumentaran.

Cuadro 47 Muebles y Equipos de Oficina

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorios Ejecutivos	2	100,00	200,00
Sillones Gerenciales	1	80,00	80,00
Sillones Operativos	1	50,00	50,00
Sillas de Visita	3	15,00	45,00
Archivadores	2	115,00	230,00
Libreros	1	120,00	120,00
Mesa de Reuniones	1	340,00	340,00
Juego de Sala	1	570,00	570,00
Credenzas	2	150,00	300,00
Teléfono	1	75,84	75,84
Teléfono Fax 2 en 1	1	186,33	186,33
Equipo de Sonido	1	199,20	199,20
Cámara	1	222,00	222,00
Televisión LCD	1	514,30	514,30
Aspiradora	1	159,00	159,00
Total			3.291,67

Fuente: Proveedores
Elaboración: Autoras

✓ Equipos de Computación

Los equipos de computación necesarios para dar inicio en la Administración de la Empresa son los básicos a utilizarse en la cual se detalla a continuación:

Cuadro 48 Equipos de Computación

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computadora de Escritorio	1	570,00	570,00
Lapto	1	770,00	770,00
Impresora Multifuncional	1	70,00	70,00
Pendrive	2	12,00	24,00
Total			1.434,00

Fuente: Proveedores
Elaboración: Autoras

✓ Resumen de la Inversión Fija

En siguiente cuadro se detalla la inversión fija que se requiere para el funcionamiento de la empresa:

Cuadro 49 Inversión Fija

Detalle	Valor Total
Terreno	25.000,00
Construcción	164.610,27
Maquinaria y Equipos	16.322,70
Muebles de Oficina	3.291,67
Equipo de Computación	1.434,00
Total	210.658,64

Fuente: Cuadros 40-41-42-43
Elaboración: Autoras

b) Inversiones Diferidas

✓ Gastos de Constitución

Cuadro 50 Gastos de Constitución

Detalle	Valor Total
Gastos de Constitución	600,00
Estudio de Factibilidad	450,00
Total	1.050,00

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Autoras

c) Capital de Trabajo

Para el capital de trabajo se presenta el siguiente cuadro, para lo cual se tomará en cuenta el primer año de funcionamiento valor que representa 722.726,05 dólares.

Para el capital de trabajo se tomó en cuenta lo requerido para un mes y medio, porque es el tiempo necesario para realizar la primera venta.

Cuadro 51 Capital de Trabajo

Detalle	Valor Total de Mes y Medio	Valor Total Anual
Costos de Producción	85.026,50	680.211,96
Gastos Administrativos	4.295,12	34.360,99
Gastos de Ventas	1.019,14	8.153,10
Total	90.340,76	722.726,05

Fuente: 57 – 64 - 70
Elaboración: Autoras

d) Inversión Total del Proyecto

La inversión total que se necesita para la creación y distribución de pollos es la siguiente:

Cuadro 52 Inversión Total

Detalle	Valor Total	Porcentaje
Inversión Fija	210.658,64	69,99
Inversión Capital de Trabajo	90.340,76	30,01
Total	300.999,40	100,00

Fuente: Cuadro N° 44 - 46
Elaboración: Autoras

e) Financiamiento

La inversión total será financiada con recursos propios y préstamo bancario que será otorgado por la Corporación Financiera Nacional.

Cuadro 53 Financiamiento

Detalle	Valor Total	Porcentaje
Capital Propio	90.999,40	30,23
Crédito	210.000,00	69,77
Total	300.999,40	100

Fuente: Cuadro N° 75
Elaboración: Autoras

f) Talento Humano

El talento humano indispensable para la puesta en marcha de la nueva unidad productiva tendrá un salario Básico Unificado mensual en la cual se detalla a continuación:

Cuadro 54 Talento Humano

Personal	Salario Básico Unificado 2013
1 Gerente	600,00
1 Contador General	420,00
1 Secretaria	318,00
1 Bodeguero	318,00
1 Jefe de Producción	400,00
2 Granjeros	318,00
1 Veterinario	550,00
1 Distribuidores	318,00

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales
Elaboración: Autoras

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 Determinación de los Ingresos

Para determinar los ingresos se toma en cuenta la capacidad de producción de la empresa, los precios que fueron obtenidos en relación a las proformas y visitas de campo, de igual forma tomando en cuenta la inflación del año 2012 y el subproducto, detallado de la siguiente manera:

Cuadro 55 Proyección de Ingresos

ANOS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
RUBRO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Pollos Broilers 6,0 lb (Aviforte)										
Cantidad (lb)	768.000	768.000	1.536.000	1.536.000	1.536.000	1.536.000	1.536.000	1.536.000	1.536.000	1.536.000
Precio (lb)	0,78	0,81	0,85	0,88	0,92	0,96	1,00	1,04	1,08	1,13
Valor	599.962	624.920	1.301.833	1.355.990	1.412.399	1.471.155	1.532.355	1.596.101	1.662.498	1.731.658
Pollos Broilers 6,0 lb (Mercado Local)										
Cantidad (lb)	192.000	192.000	384.000	384.000	384.000	384.000	384.000	384.000	384.000	384.000
Precio (lb)	0,80	0,84	0,87	0,91	0,94	0,98	1,02	1,07	1,11	1,16
Valor	153.990	160.396	334.137	348.037	362.516	377.596	393.304	409.666	426.708	444.459
Gallinaza										
Cantidad (Galpón)	104	104	208	208	208	208	208	208	208	208
Precio (Galpón)	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Valor	41.600	41.600	83.200	83.200	83.200	83.200	83.200	83.200	83.200	83.200
TOTAL	795.551,74	826.916,14	1.719.170,58	1.787.226,95	1.858.114,47	1.931.950,91	2.008.858,95	2.088.966,37	2.172.406,25	2.259.317,23

Elaboración: Autoras

5.2 Determinación de los Egresos

Los egresos se establecerán en base a los requerimientos del proyecto, que serán indispensables para efectuar y mantener la actividad económica donde se calculará de forma anual, datos que permitirán tomar decisiones correctas.

Para la proyección de cada uno de costos y gastos se utilizará la tasa de inflación anual del 2012 (4,16%), para la fijación de sueldos y salarios básicos unificados se utilizó la tasa de crecimiento de sueldos por medio de la fórmula del monto de los 5 últimos años, de la misma manera se tomó en cuenta la tabla del salario mínimo sectorial.

a) Costos de Producción

- **Materia Prima Directa y Materiales Indirectos**

Cuadro 56 Proyección Materia Prima

AÑOS		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
RUBRO	2013	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Materia Prima Directa											
Pollitos bb											
Cantidad		160.000	160.000	320.000	320.000	320.000	320.000	320.000	320.000	320.000	320.000
Precio	0,62	0,65	0,67	0,70	0,73	0,76	0,79	0,82	0,86	0,89	0,93
Valor Total		103.326,72	107.625,11	224.204,63	233.531,55	243.246,46	253.365,51	263.905,52	274.883,98	286.319,16	298.230,04
Balanceado											
Balanceado E1,Pre Inicial											
Cantidad qq.		1.600	1.600	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200
Precio	26,50	27,60	28,75	29,95	31,19	32,49	33,84	35,25	36,72	38,24	39,83
Valor Total		44.163,84	46.001,06	95.829,40	99.815,90	103.968,24	108.293,32	112.798,33	117.490,74	122.378,35	127.469,29
Balanceado E2, Inicial											
Cantidad qq.		4.416	4.416	8.832	8.832	8.832	8.832	8.832	8.832	8.832	8.832
Precio	26,30	27,39	28,53	29,72	30,96	32,24	33,59	34,98	36,44	37,95	39,53
Valor Total		120.972,26	126.004,70	262.493,00	273.412,71	284.786,67	296.633,80	308.973,77	321.827,08	335.215,08	349.160,03
Balanceado E3, Desarrollo											

Cantidad qq.		8.000	8.000	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000
Precio	26,10	27,19	28,32	29,49	30,72	32,00	33,33	34,72	36,16	37,67	39,23
Valor Total		217.486,08	226.533,50	471.914,59	491.546,24	511.994,56	533.293,53	555.478,54	578.586,45	602.655,65	627.726,12
Balanceado E4, Final											
Cantidad qq.		5.600	5.600	11.200	11.200	11.200	11.200	11.200	11.200	11.200	11.200
Precio	25,90	26,98	28,10	29,27	30,49	31,75	33,08	34,45	35,88	37,38	38,93
Valor Total		151.073,66	157.358,33	327.808,87	341.445,72	355.649,86	370.444,89	385.855,40	401.906,99	418.626,32	436.041,17
Vacunas											
V. Hipra New + Bronq. 1000 Dosis											
Cantidad (Dosis)		160	160	320	320	320	320	320	320	320	320
Precio	5,50	5,73	5,97	6,22	6,47	6,74	7,02	7,32	7,62	7,94	8,27
Valor Total		916,61	954,74	1.988,91	2.071,65	2.157,83	2.247,60	2.341,10	2.438,49	2.539,93	2.645,59
V. Hipra Gumburo1000 Dosis											
Cantidad		320	320	640	640	640	640	640	640	640	640
Precio	8,05	8,38	8,73	9,10	9,48	9,87	10,28	10,71	11,15	11,62	12,10
Valor Total		2.683,16	2.794,78	5.822,09	6.064,29	6.316,56	6.579,33	6.853,03	7.138,12	7.435,06	7.744,36
V. Hipra Newcastle S. 1000 Dosis											
Cantidad		160	160	320	320	320	320	320	320	320	320
Precio	4,60	4,79	4,99	5,20	5,41	5,64	5,87	6,12	6,37	6,64	6,91
Valor Total		766,62	798,51	1.663,45	1.732,65	1.804,73	1.879,81	1.958,01	2.039,46	2.124,30	2.212,67
Medicinas											

Vit Sp Electrolitos * litros											
Cantidad		16	16	32	32	32	32	32	32	32	32
Precio	4,60	4,79	4,99	5,20	5,41	5,64	5,87	6,12	6,37	6,64	6,91
Valor Total		76,66	79,85	166,35	173,27	180,47	187,98	195,80	203,95	212,43	221,27
Enromic de 1 litro											
Cantidad		16	16	32	32	32	32	32	32	32	32
Precio	16,20	16,87	17,58	18,31	19,07	19,86	20,69	21,55	22,45	23,38	24,35
Valor Total		269,98	281,21	585,83	610,20	635,58	662,02	689,56	718,25	748,12	779,25
Cid 20 * GI											
Cantidad		16	16	32	32	32	32	32	32	32	32
Precio	43,10	44,89	46,76	48,71	50,73	52,84	55,04	57,33	59,72	62,20	64,79
Valor Total		718,29	748,17	1.558,58	1.623,42	1.690,96	1.761,30	1.834,57	1.910,89	1.990,38	2.073,18
TOTAL ANUAL		642.453,88	669.179,96	1.394.035,70	1.452.027,58	1.512.431,93	1.575.349,10	1.640.883,62	1.709.144,38	1.780.244,78	1.854.302,97

Elaboración: Autoras

- **Materia Prima Indirecta**

Cuadro 57 Proyección de Materia Prima Indirecta

AÑOS RUBRO	2014 1	2015 2	2016 3	2017 4	2018 5	2019 6	2020 7	2021 8	2022 9	2023 10
Virusa										
Cantidad	104	104	208	208	208	208	208	208	208	208
Precio	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
TOTAL ANUAL	8.320,00	8.320,00	16.640,00							

Elaboración: Autoras

El precio de la materia prima indirecta siempre va hacer fijo debido a que este no es reutilizable y es un desecho.

- **Mano de Obra Directa**

A partir del 3 año se incrementará la mano de obra directa ya que la producción se irá aumentando.

Cuadro 58 Proyección del Salario Básico Unificado Mensual

AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
RUBRO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Jefe de Producción	439,68	483,30	531,24	583,94	641,86	705,54	775,53	852,46	937,02	1029,98
Veterinario	604,56	664,53	730,45	802,91	882,56	970,11	1066,35	1172,13	1288,41	1416,22
2 Granjeros	349,55	384,22	422,34	464,23	510,28	560,90	616,54	677,71	744,93	818,83
TOTAL MENSUAL	1.393,79	1.532,05	1.684,03	1.851,08	2.034,71	2.236,55	2.458,42	2.702,30	2.970,36	3.265,02

Elaboración: Autoras

Cuadro 59 Proyección del Salario Básico Unificado Mensual Anual

AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
RUBRO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Jefe de Producción	5.276,16	5.799,56	6.374,87	7.007,26	7.702,38	8.466,45	9.306,33	10.229,51	11.244,28	12.359,71
Veterinario	7.254,72	7.974,39	17.530,90	19.269,96	21.181,54	23.282,75	25.592,40	28.131,16	30.921,77	33.989,21
2 Granjeros	8.389,09	9.221,29	20.272,09	22.283,08	24.493,56	26.923,32	29.594,12	32.529,85	35.756,82	39.303,89
TOTAL ANUAL	20.919,97	22.995,24	44.177,86	48.560,30	53.377,48	58.672,53	64.492,84	70.890,53	77.922,87	85.652,82

Elaboración: Autoras

Cuadro 60 Proyección del Costo Total de la Mano de Obra Directa

AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
RUBRO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Salario Básico Unificado	20.919,97	22.995,24	44.177,86	48.560,30	53.377,48	58.672,53	64.492,84	70.890,53	77.922,87	85.652,82
Aporte Patronal (12,15%)	2.541,78	2.793,92	5.367,61	5.900,08	6.485,36	7.128,71	7.835,88	8.613,20	9.467,63	10.406,82
Fondos de Reserva	0,00	1.916,27	3.681,49	4.046,69	4.448,12	4.889,38	5.374,40	5.907,54	6.493,57	7.137,74
Décimo Tercer Sueldo	1.743,33	1.916,27	3.681,49	4.046,69	4.448,12	4.889,38	5.374,40	5.907,54	6.493,57	7.137,74
Décimo Cuarto Sueldo	1.398,18	1.536,88	2.956,38	3.249,61	3.571,96	3.926,30	4.315,78	4.743,97	5.214,51	5.731,81
TOTAL ANUAL	26.603,26	31.158,58	59.864,82	65.803,37	72.331,05	79.506,29	87.393,31	96.062,79	105.592,16	116.066,92

Elaboración: Autoras

- **Costos Indirectos de Fabricación**

Cuadro 61 Proyección del Costos Indirectos de Fabricación

AÑOS		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
RUBRO		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Agua											
Cantidad		2.400	2.400	4.800	4.800	4.800	4.800	4.800	4.800	4.800	4.800
Precio	0,75	0,78	0,81	0,85	0,88	0,92	0,96	1,00	1,04	1,08	1,13
Valor Total		1.874,88	1.952,88	4.068,23	4.237,47	4.413,75	4.597,36	4.788,61	4.987,81	5.195,31	5.411,43
Gas											
Cantidad		576	576	1.152	1.152	1.152	1.152	1.152	1.152	1.152	1.152
Precio	1,60	1,67	1,74	1,81	1,88	1,96	2,04	2,13	2,22	2,31	2,41
Valor Total		959,94	999,87	2.082,93	2.169,58	2.259,84	2.353,85	2.451,77	2.553,76	2.660,00	2.770,65
TOTAL ANUAL		2.834,82	2.952,75	6.151,16	6.407,05	6.673,58	6.951,21	7.240,38	7.541,58	7.855,30	8.182,09

Elaboración: Autoras

NOTA: Para los criaderos de pollos no se contará con la energía eléctrica ya que para el crecimiento de las aves solo se manejará criadoras a gas, en donde se utilizará solo para los primeros 28 días donde el gas tiene una duración de 3 días.

- **Resumen de Costos de Producción**

Cuadro 62 Resumen Total de Costos de Producción

AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
RUBRO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Materia Prima Directa	642.453,88	669.179,96	1.394.035,70	1.452.027,58	1.512.431,93	1.575.349,10	1.640.883,62	1.709.144,38	1.780.244,78	1.854.302,97
Materia Prima Indirecta	8.320,00	8.320,00	16.640,00	16.640,00	16.640,00	16.640,00	16.640,00	16.640,00	16.640,00	16.640,00
Mano de Obra Directa	26.603,26	31.158,58	59.864,82	65.803,37	72.331,05	79.506,29	87.393,31	96.062,79	105.592,16	116.066,92
Costos Indirectos de Fabricación	2.834,82	2.952,75	6.151,16	6.407,05	6.673,58	6.951,21	7.240,38	7.541,58	7.855,30	8.182,09
TOTAL ANUAL	680.211,96	711.611,29	1.476.691,68	1.540.878,00	1.608.076,56	1.678.446,60	1.752.157,30	1.829.388,74	1.910.332,24	1.995.191,97

Elaboración: Autoras

b) Gastos Administrativos

- **Sueldos Personal Administrativos**

Cuadro 63 Proyección del Salario Básico Unificado Mensual

AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
RUBRO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gerente	659,52	724,94	796,86	875,91	962,80	1.058,31	1.163,29	1.278,69	1.405,54	1.544,96
Contador General	461,66	507,46	557,80	613,14	673,96	740,81	814,30	895,08	983,87	1.081,48
Secretaria	349,55	384,22	422,34	464,23	510,28	560,90	616,54	677,71	744,93	818,83
Bodeguero	349,55	384,22	422,34	464,23	510,28	560,90	616,54	677,71	744,93	818,83
TOTAL MENSUAL	1.820,28	2.000,85	2.199,33	2.417,50	2.657,32	2.920,93	3.210,68	3.529,18	3.879,28	4.264,10

Elaboración: Autoras

Cuadro 64 Proyección del Salario Básico Unificado Mensual Anual

AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
RUBRO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gerente	7.914,24	8.699,33	9.562,31	10.510,89	11.553,57	12.699,68	13.959,49	15.344,27	16.866,42	18.539,57
Contador General	5.539,97	6.089,53	6.693,61	7.357,62	8.087,50	8.889,78	9.771,64	10.740,99	11.806,50	12.977,70
Secretaria	4.194,55	4.610,65	5.068,02	5.570,77	6.123,39	6.730,83	7.398,53	8.132,46	8.939,20	9.825,97
Bodeguero	4.194,55	4.610,65	5.068,02	5.570,77	6.123,39	6.730,83	7.398,53	8.132,46	8.939,20	9.825,97
TOTAL ANUAL	21.843,30	24.010,16	26.391,97	29.010,05	31.887,85	35.051,12	38.528,19	42.350,19	46.551,33	51.169,22

Elaboración: Autoras

Cuadro 65 Proyección del Gasto Total del Personal de Administración

AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
RUBRO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Salario Básico Unificado	21.843,30	24.010,16	26.391,97	29.010,05	31.887,85	35.051,12	38.528,19	42.350,19	46.551,33	51.169,22
Aporte Patronal (12,15%)	2.653,96	2.917,23	3.206,62	3.524,72	3.874,37	4.258,71	4.681,18	5.145,55	5.655,99	6.217,06
Fondos de Reserva	0,00	2.000,85	2.199,33	2.417,50	2.657,32	2.920,93	3.210,68	3.529,18	3.879,28	4.264,10
Décimo Tercer Sueldo	1.820,28	2.000,85	2.199,33	2.417,50	2.657,32	2.920,93	3.210,68	3.529,18	3.879,28	4.264,10
Décimo Cuarto Sueldo	1.398,18	1.536,88	1.689,36	1.856,92	2.041,12	2.243,60	2.466,16	2.710,84	2.979,72	3.275,32
TOTAL ANUAL	27.715,72	32.465,97	35.686,61	39.226,70	43.117,98	47.395,28	52.096,89	57.264,94	62.945,59	69.189,80

Elaboración: Autoras

- **Gastos Generales de Administración**

Cuadro 66 Proyección del Gasto Servicios Básicos

AÑOS		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
RUBRO		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Energía Eléctrica											
Cantidad kwh		1.680	1.680	1.920	1.920	1.920	1.920	1.920	1.920	1.920	1.920
Precio	0,08	0,08	0,09	0,09	0,09	0,10	0,10	0,11	0,11	0,12	0,12
Valor Total		139,99	145,81	173,58	180,80	188,32	196,15	204,31	212,81	221,67	230,89
Agua											
Cantidad m3		420	420	480	480	480	480	480	480	480	480
Precio	0,45	0,47	0,49	0,51	0,53	0,55	0,57	0,60	0,62	0,65	0,68
Valor Total		196,86	205,05	244,09	254,25	264,82	275,84	287,32	299,27	311,72	324,69
Teléfono											
Precio	6,20	77,50	80,72	84,08	87,57	91,22	95,01	98,96	103,08	107,37	111,84
Valor Total		77,50	80,72	84,08	87,57	91,22	95,01	98,96	103,08	107,37	111,84
TOTAL ANUAL		414,35	431,59	501,75	522,62	544,36	567,01	590,60	615,16	640,75	667,41

Elaboración: Autoras

Cuadro 67 Proyección del Gasto Total de Suministros de Oficina

AÑOS		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
RUBRO		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Carpetas											
Archivador Oficio											
Cantidad		180	180	360	360	360	360	360	360	360	360
Precio	2,90	3,02	3,15	3,28	3,41	3,56	3,70	3,86	4,02	4,19	4,36
Valor Total		543,72	566,33	1179,79	1228,87	1279,99	1333,23	1388,70	1446,47	1506,64	1569,32
Carpeta											
Archivador											
Telegrama											
Cantidad		180	180	360	360	360	360	360	360	360	360
Precio	2,60	2,71	2,82	2,94	3,06	3,19	3,32	3,46	3,60	3,75	3,91
Valor Total		487,47	507,75	1057,74	1101,74	1147,57	1195,31	1245,04	1296,83	1350,78	1406,97
Papel Copy											
Cantidad		72	72	144	144	144	144	144	144	144	144
Precio	3,50	3,65	3,80	3,96	4,12	4,29	4,47	4,66	4,85	5,05	5,26
Valor Total		262,48	273,40	569,55	593,25	617,92	643,63	670,41	698,29	727,34	757,60

Borrador											
Cantidad		48	48	96	96	96	96	96	96	96	96
Precio	0,20	0,21	0,22	0,23	0,24	0,25	0,26	0,27	0,28	0,29	0,30
Valor Total		10,00	10,42	21,70	22,60	23,54	24,52	25,54	26,60	27,71	28,86
Resaltador											
Cantidad		48	48	96	96	96	96	96	96	96	96
Precio	0,65	0,68	0,71	0,73	0,77	0,80	0,83	0,86	0,90	0,94	0,98
Valor Total		32,50	33,85	70,52	73,45	76,50	79,69	83,00	86,46	90,05	93,80
Esferos											
Cantidad		96	96	192	192	192	192	192	192	192	192
Precio	0,35	0,36	0,38	0,40	0,41	0,43	0,45	0,47	0,48	0,51	0,53
Valor Total		35,00	36,45	75,94	79,10	82,39	85,82	89,39	93,11	96,98	101,01
Lápiz											
Cantidad		96	96	192	192	192	192	192	192	192	192
Precio	0,25	0,26	0,27	0,28	0,29	0,31	0,32	0,33	0,35	0,36	0,38
Valor Total		25,00	26,04	54,24	56,50	58,85	61,30	63,85	66,50	69,27	72,15
Corrector											
Cantidad		96	96	192	192	192	192	192	192	192	192

Precio	0,65	0,68	0,71	0,73	0,77	0,80	0,83	0,86	0,90	0,94	0,98
Valor Total		65,00	67,70	141,03	146,90	153,01	159,38	166,01	172,91	180,10	187,60
Cinta de Embalaje Transparente											
Cantidad		72	72	144	144	144	144	144	144	144	144
Precio	1,10	1,15	1,19	1,24	1,29	1,35	1,40	1,46	1,52	1,59	1,65
Valor Total		82,49	85,93	179,00	186,45	194,20	202,28	210,70	219,46	228,59	238,10
TOTAL ANUAL		1.543,65	1.607,87	3.349,51	3.488,85	3.633,98	3.785,16	3.942,62	4.106,63	4.277,47	4.455,41

Elaboración: Autoras

Cuadro 68 Proyección del Gasto Total Útiles de Aseo

AÑOS		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
RUBRO		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Escoba Plástica											
Cantidad		36	36	72	72	72	72	72	72	72	72
Precio	3,00	3,12	3,25	3,39	3,53	3,68	3,83	3,99	4,16	4,33	4,51
Valor Total		112,49	117,17	244,09	254,25	264,82	275,84	287,32	299,27	311,72	324,69
Trapeador 40 cm											
Cantidad		36	36	72	72	72	72	72	72	72	72
Precio	4,00	4,17	4,34	4,52	4,71	4,90	5,11	5,32	5,54	5,77	6,01
Valor Total		149,99	156,23	325,46	339,00	353,10	367,79	383,09	399,03	415,62	432,91
Detergente Granulado 5Kg											
Cantidad		72	72	144	144	144	144	144	144	144	144
Precio	13,00	13,54	14,10	14,69	15,30	15,94	16,60	17,29	18,01	18,76	19,54
Valor Total		974,94	1.015,50	2.115,48	2.203,48	2.295,15	2.390,63	2.490,08	2.593,66	2.701,56	2.813,94
Cloro Líquido											
Cantidad		72	72	144	144	144	144	144	144	144	144
Precio	5,00	5,21	5,42	5,65	5,89	6,13	6,39	6,65	6,93	7,22	7,52
Valor Total		374,98	390,58	813,65	847,49	882,75	919,47	957,72	997,56	1039,06	1082,29
Desinfectante											
Cantidad		72	72	144	144	144	144	144	144	144	144
Precio	6,00	6,25	6,51	6,78	7,06	7,36	7,66	7,98	8,31	8,66	9,02
Valor Total		449,97	468,69	976,38	1016,99	1059,30	1103,37	1149,27	1197,08	1246,87	1298,74

Fundas Industrial											
Cantidad		144	144	288	288	288	288	288	288	288	288
Precio	1,50	1,56	1,63	1,70	1,77	1,84	1,92	2,00	2,08	2,16	2,25
Valor Total		224,99	234,35	488,19	508,50	529,65	551,68	574,63	598,54	623,44	649,37
Franela 30*40											
Cantidad		144	144	288	288	288	288	288	288	288	288
Precio	1,50	1,56	1,63	1,70	1,77	1,84	1,92	2,00	2,08	2,16	2,25
Valor Total		224,99	234,35	488,19	508,50	529,65	551,68	574,63	598,54	623,44	649,37
Papel Higiénico											
Cantidad		24	24	48	48	48	48	48	48	48	48
Precio	12,00	12,50	13,02	13,56	14,12	14,71	15,32	15,96	16,63	17,32	18,04
Valor Total		299,98	312,46	650,92	677,99	706,20	735,58	766,18	798,05	831,25	865,83
Toallas de Manos											
Cantidad		72	72	144	144	144	144	144	144	144	144
Precio	3,00	3,12	3,25	3,39	3,53	3,68	3,83	3,99	4,16	4,33	4,51
Valor Total		224,99	234,35	488,19	508,50	529,65	551,68	574,63	598,54	623,44	649,37
Jabón de Manos											
Cantidad		72	72	144	144	144	144	144	144	144	144
Precio	8,00	8,33	8,68	9,04	9,42	9,81	10,22	10,64	11,08	11,55	12,03
Valor Total		599,96	624,92	1.301,83	1.355,99	1.412,40	1.471,15	1.532,35	1.596,10	1.662,50	1.731,66
TOTAL ANUAL		3.637,27	3.788,58	7.892,36	8.220,69	8.562,67	8.918,87	9.289,90	9.676,36	10.078,90	10.498,18

Elaboración: Autoras

- **Resumen Gastos Administrativos**

Cuadro 69 Resumen Total de Gastos Administrativos

AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
RUBRO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Mano de Obra Indirecta	27.715,72	32.465,97	35.686,61	39.226,70	43.117,98	47.395,28	52.096,89	57.264,94	62.945,59	69.189,80
Servicios Básicos	414,35	431,59	501,75	522,62	544,36	567,01	590,60	615,16	640,75	667,41
Suministros de Oficina	1.543,65	1.607,87	3.349,51	3.488,85	3.633,98	3.785,16	3.942,62	4.106,63	4.277,47	4.455,41
Útiles de Aseo	3.637,27	3.788,58	7.892,36	8.220,69	8.562,67	8.918,87	9.289,90	9.676,36	10.078,90	10.498,18
TOTAL ANUAL	33.310,99	38.294,00	47.430,23	51.458,85	55.858,99	60.666,32	65.920,01	71.663,10	77.942,71	84.810,80

Elaboración: Autoras

c) Gastos de Ventas

- **Sueldos al Personal de Ventas**

Cuadro 70 Proyección del Salario Básico Unificado Mensual

AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
RUBRO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Distribuidor	349,55	384,22	422,34	464,23	510,28	560,90	616,54	677,71	744,93	818,83
TOTAL MENSUAL	349,55	384,22	422,34	464,23	510,28	560,90	616,54	677,71	744,93	818,83

Elaboración: Autoras

Cuadro 71 Proyección del Salario Básico Unificado Anual

AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
RUBRO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Distribuidor	4.194,55	4.610,65	10.136,04	11.141,54	12.246,78	13.461,66	14.797,06	16.264,93	17.878,41	19.651,95
TOTAL ANUAL	4.194,55	4.610,65	10.136,04	11.141,54	12.246,78	13.461,66	14.797,06	16.264,93	17.878,41	19.651,95

Elaboración: Autoras

Cuadro 72 Proyección del Gasto Total del Personal de Ventas

AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
RUBRO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Salario Básico Unificado	4.194,55	4.610,65	10.136,04	11.141,54	12.246,78	13.461,66	14.797,06	16.264,93	17.878,41	19.651,95
Aporte Patronal (12,15%)	509,64	560,19	1.231,53	1.353,70	1.487,98	1.635,59	1.797,84	1.976,19	2.172,23	2.387,71
Fondos de Reserva	0,00	384,22	844,67	928,46	1.020,57	1.121,81	1.233,09	1.355,41	1.489,87	1.637,66
Décimo Tercer Sueldo	349,55	384,22	844,67	928,46	1.020,57	1.121,81	1.233,09	1.355,41	1.489,87	1.637,66
Décimo Cuarto Sueldo	349,55	384,22	844,68	928,46	1.020,56	1.121,80	1.233,08	1.355,42	1.489,86	1.637,66
TOTAL ANUAL	5.403,28	6.323,50	13.901,60	15.280,62	16.796,46	18.462,66	20.294,16	22.307,36	24.520,23	26.952,64

Elaboración: Autoras

- **Gasto Publicidad**

Cuadro 73 Proyección del Gasto Publicidad Mensual

AÑOS	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
RUBRO		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Cuñas en Radio	220,00	229,15	238,68	248,61	258,96	269,73	280,95	292,64	304,81	317,49	330,70
TOTAL MENSUAL	220,00	229,15	238,68	248,61	258,96	269,73	280,95	292,64	304,81	317,49	330,70

Elaboración: Autoras

Cuadro 74 Proyección del Gasto Total Anual de Publicidad

AÑOS	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
RUBRO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Cuñas en Radio	2.640,00	2.749,82	2.864,22	2.983,37	3.107,48	3.236,75	3.371,40	3.511,65	3.657,73	3.809,89	3.968,38
TOTAL ANUAL	2.640,00	2.749,82	2.864,22	2.983,37	3.107,48	3.236,75	3.371,40	3.511,65	3.657,73	3.809,89	3.968,38

Elaboración: Autoras

- **Resumen Gasto de Ventas**

Cuadro 75 Resumen Total de Gasto de Ventas

AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
RUBRO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Mano de Obra Indirecta	5.403,28	6.323,50	13.901,60	15.280,62	16.796,46	18.462,66	20.294,16	22.307,36	24.520,23	26.952,64
Publicidad	2.749,82	2.864,22	2.983,37	3.107,48	3.236,75	3.371,40	3.511,65	3.657,73	3.809,89	3.968,38
TOTAL ANUAL	8.153,10	9.187,72	16.884,96	18.388,10	20.033,20	21.834,06	23.805,80	25.965,09	28.330,12	30.921,03

Elaboración: Autoras

5.3 Tabla de Amortización del Préstamo

Préstamo	210.000	Dólares
Interés	9,45%	
Plazo	10	Años

Cuadro 76 Tabla de Amortización

Años	Monto	Cuota	Interés	Amortización	Saldo
1	210.000,00	21.000,00	19.845,00	1.155,00	189.000,00
2	189.000,00	21.000,00	17.860,50	3.139,50	168.000,00
3	168.000,00	21.000,00	15.876,00	5.124,00	147.000,00
4	147.000,00	21.000,00	13.891,50	7.108,50	126.000,00
5	126.000,00	21.000,00	11.907,00	9.093,00	105.000,00
6	105.000,00	21.000,00	9.922,50	11.077,50	84.000,00
7	84.000,00	21.000,00	7.938,00	13.062,00	63.000,00
8	63.000,00	21.000,00	5.953,50	15.046,50	42.000,00
9	42.000,00	21.000,00	3.969,00	17.031,00	21.000,00
10	21.000,00	21.000,00	1.984,50	19.015,50	0,00

Elaboración: Autoras

5.4 Depreciación de Propiedad Planta y Equipo

Para la depreciación de propiedad planta y equipo se realizará mediante el método de línea recta, tomando en cuenta el valor del activo sobre los años de vida útil (de acuerdo al uso que se le dé).

Cuadro 77 Resumen de Propiedad Planta y Equipo

CONCEPTO	AÑOS DE VIDA ÚTIL	VALOR DE PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO
Edificios	35	164.610,27
Maquinaria y Equipo	3	16.322,70
Muebles y Enseres	10	3.291,67
Equipo de Computación	3	1.434,00

Elaboración: Autoras

Cuadro 78 Proyección Depreciación de Propiedad Planta y Equipo

AÑOS	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
RUBRO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Edificio	4.703,15	4.703,15	4.703,15	4.703,15	4.703,15	4.703,15	4.703,15	4.703,15	4.703,15	4.703,15	4.703,15
Maquinaria y Equipo	5.440,90	5.440,90	5.440,90	5.440,90	5.440,90	5.440,90	5.440,90	5.440,90	5.440,90	5.440,90	5.440,90
Muebles y Enseres	329,17	329,17	329,17	329,17	329,17	329,17	329,17	329,17	329,17	329,17	329,17
Equipo de Computación	478,00	478,00	478,00	478,00	478,00	478,00	478,00	478,00	478,00	478,00	478,00
TOTAL	10.951,22										

Elaboración: Autora

5.5 Resumen de los Egresos Proyectados

Cuadro 79 Proyección de los Egresos

AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
RUBRO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Costos de Producción	680.211,96	711.611,29	1.476.691,68	1.540.878,00	1.608.076,56	1.678.446,60	1.752.157,30	1.829.388,74	1.910.332,24	1.995.191,97
Gastos Administrativos	33.310,99	38.294,00	47.430,23	51.458,85	55.858,99	60.666,32	65.920,01	71.663,10	77.942,71	84.810,80
Gastos de Ventas	8.153,10	9.187,72	16.884,96	18.388,10	20.033,20	21.834,06	23.805,80	25.965,09	28.330,12	30.921,03
Gasto Financiero	19.939,50	17.945,55	15.951,60	13.957,65	11.963,70	9.969,75	7.975,80	5.981,85	3.987,90	1.993,95
Gasto Depreciación	10.951,22	10.951,22	10.951,22	10.951,22	10.951,22	10.951,22	10.951,22	10.951,22	10.951,22	10.951,22
Total Egresos Proyectados	752.566,77	787.989,77	1.567.909,69	1.635.633,82	1.706.883,68	1.781.867,95	1.860.810,13	1.943.949,99	2.031.544,19	2.123.868,96

Elaboración: Autoras

5.6 Balance de Situación Financiera

EMPRESA BROILPOLLO S.A.
 Estado de Situación Financiera
 Al 31 de Diciembre del 2013
 Expresado en Dólares Americanos

ACTIVO		PASIVO	
Activo No Corriente		Pasivo No Corriente	
Propiedad Planta y Equipo		Obligaciones a Largo Plazo	210.000,00
Edificio Obras Civiles	164.610,27	Total Pasivos	210.000,00
Maquinaria y Equipo	16.322,70		
Muebles de Oficina	3.291,67	Patrimonio	
Terreno	25.000,00	Capital Propio	90.999,40
Equipo de Computación	1.434,00		
Activo Corriente			
Capital de Trabajo	90.340,76		
		Total Patrimonio	90.999,40
Total Activos	300.999,40	Total Pasivos + Patrimonio	300.999,40
	Gerente (a)		Contador (a)

Elaboración: Autoras

5.7 Estado de Resultados Integral

EMPRESA BROILPOLLO S.A.
Estado de Resultados Integral
Del 1 de Enero Al 31 de Diciembre del 2013
Expresado en Dólares Americanos

AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
RUBRO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS										
Venta de Productos	795.551,74	826.916,14	1.719.170,58	1.787.226,95	1.858.114,47	1.931.950,91	2.008.858,95	2.088.966,37	2.172.406,25	2.259.317,23
(-) Costo de Ventas Y Producción	680.211,96	711.611,29	1.476.691,68	1.540.878,00	1.608.076,56	1.678.446,60	1.752.157,30	1.829.388,74	1.910.332,24	1.995.191,97
=Utilidad Bruta	115.339,78	115.304,85	242.478,90	246.348,95	250.037,91	253.504,32	256.701,65	259.577,62	262.074,00	264.125,26
(-)Gastos Administrativos	34.360,99	38.294,00	47.430,23	51.458,85	55.858,99	60.666,32	65.920,01	71.663,10	77.942,71	84.810,80
(-)Gastos de Ventas	8.153,10	9.187,72	16.884,96	18.388,10	20.033,20	21.834,06	23.805,80	25.965,09	28.330,12	30.921,03
(-)Depreciaciones	10.951,22	10.951,22	10.951,22	10.951,22	10.951,22	10.951,22	10.951,22	10.951,22	10.951,22	10.951,22
(-)Gastos Financieros	19.845,00	17.860,50	15.876,00	13.891,50	11.907,00	9.922,50	7.938,00	5.953,50	3.969,00	1.984,50
=Ganancia Bruta	42.029,47	39.011,42	151.336,48	151.659,28	151.287,49	150.130,22	148.086,62	145.044,72	140.880,96	135.457,71
15% Participación Trabajadores	6.304,42	5.851,71	22.700,47	22.748,89	22.693,12	22.519,53	22.212,99	21.756,71	21.132,14	20.318,66
=Utilidad Antes de Impuestos	35.725,05	33.159,71	128.636,01	128.910,39	128.594,37	127.610,68	125.873,63	123.288,01	119.748,81	115.139,05
22% Impuesto a la Renta	7.859,51	7.295,14	28.299,92	28.360,29	28.290,76	28.074,35	27.692,20	27.123,36	26.344,74	25.330,59
=Utilidad Neta	27.865,54	25.864,57	100.336,09	100.550,10	100.303,61	99.536,33	98.181,43	96.164,65	93.404,07	89.808,46

Elaboración: Autoras

5.8 Flujo de Caja

EMPRESA BROILPOLLO S.A.

Flujo de Caja

Del 1 de Enero Al 31 de Diciembre del 2013

Expresado en Dólares Americanos

ANOS	RUBRO	2014 1	2015 2	2016 3	2017 4	2018 5	2019 6	2020 7	2021 8	2022 9	2023 10
Inversión											
- Capital Propio	90.999,40										
+Crédito	210.000,00										
Ganancia Bruta		42.029,47	39.011,42	151.336,48	151.659,28	151.287,49	150.130,22	148.086,62	145.044,72	140.880,96	135.457,71
- Amortización del Crédito		1.155,00	3.139,50	5.124,00	7.108,50	9.093,00	11.077,50	13.062,00	15.046,50	17.031,00	19.015,50
+ Depreciación		10.951,22	10.951,22	10.951,22	10.951,22	10.951,22	10.951,22	10.951,22	10.951,22	10.951,22	10.951,22
- Reinversión											
Construcción 25%				41.152,57							
Maquinaria y Equipo 25%				2.448,41							
- 15% Participación Trabajadores		6.304,42	5.851,71	22.700,47	22.748,89	22.693,12	22.519,53	22.212,99	21.756,71	21.132,14	20.318,66
- 22% Impuesto a la Renta		7.859,51	7.295,14	28.299,92	28.360,29	28.290,76	28.074,35	27.692,20	27.123,36	26.344,74	25.330,59
+ Valor de Rescate											
Edificio Obras Civiles											131.688,22
Maquinaria y Equipo											1.632,27
Muebles de Oficina											329,17
Terreno											25.000,00
Equipo de Computación											1.434,00
Total Inversión	119.000,60										
Flujo Neto de Caja	119.000,60	37.661,76	33.676,29	62.562,33	104.392,82	102.161,83	99.410,05	96.070,65	92.069,37	87.324,29	241.827,84

Elaboración: Autoras

5.9 Evaluación Financiera

- **Cálculo del Costo de Oportunidad**

Cuadro 80 Costo de Oportunidad

INVERSIÓN				
CONCEPTO	VALOR	PONDERACIÓN	INTERESES	TASA
Crédito	210.000,00	69,77	9,45%	6,59
Capital propio	90.999,40	30,23	10,00%	3,02
TOTAL	300.999,40	100		9,62

Elaboración: Autoras

Costo de Oportunidad: $9.62\% = 0.0962$

Inflación: $4.16\% = 0.0416$

$TMAR = (1+Kp) (1+kp)$

$TMAR = (1+0.0962) (1+0.0416)$

$TMAR = (1,0962) (1,0416)$

$TMAR = 1,14 = 14\%$

Cuadro 81 Aportación de Socios

SOCIOS	PORCENTAJE	VALOR
Silvana Bedoya	15.12	45.499,70
Lisseth Yar	15.11	45.499,70
TOTAL	30.23	90.999,40

Elaboración: Autoras

- **Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)**

Mediante el VAN, se puede determinar el valor presente de los flujos de efectivo que así permitirá evaluar a la inversión, tomando en cuenta la tasa de redescuento del 1,14%.

Cuadro 82 Flujos netos actualizado

Años	Flujos Netos	TMAR	Flujos Netos Actualizados
2014	37.661,76	1,14	33.036,63
2015	33.676,29	1,30	25.912,81
2016	62.562,33	1,48	42.227,79
2017	104.392,82	1,69	61.808,93
2018	102.161,83	1,93	53.059,65
2019	99.410,05	2,19	45.289,88
2020	96.070,65	2,50	38.393,42
2021	92.069,37	2,85	32.275,75
2022	87.324,29	3,25	26.852,91
2023	241.827,84	3,71	65.231,56
			424.089,34

Elaboración: Autoras

$$VAN = \sum FNA - I$$

$$VAN = 424.089,34 - 119.000,60$$

$$VAN = 305.088,74$$

El Valor Actual Neto es mayor a cero por lo tanto el proyecto es factible de llevarlo a cabo.

- **Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR)**

Para el cálculo de la TIR se procede a calcular el valor actual neto con tasa superior e inferior, y esto permitirá obtener la tasa interna de retorno.

Cuadro 83 Flujos netos actualizado

Años	Flujos Netos	TMAR	Flujos Netos Actualizados
2014	37.661,76	1,26	29.890,29
2015	33.676,29	1,59	21.212,07
2016	62.562,33	2,00	31.275,29
2017	104.392,82	2,52	41.417,94
2018	102.161,83	3,18	32.168,88
2019	99.410,05	4,00	24.843,17
2020	96.070,65	5,04	19.054,47
2021	92.069,37	6,35	14.492,75
2022	87.324,29	8,00	10.909,38
2023	241.827,84	10,09	23.977,33
			249.241,57

Elaboración: Autoras

TIR INFERIOR	14%
TIR SUPERIOR	26%
VAN INFERIOR	123.089,94
VAN SUPERIOR	-51.757,83

Fórmula:

$$TIR = Tasa Inferior + (Tasa superior - Tasa Inferior) \left[\frac{VAN inferior}{VAN inferior - VAN superior} \right]$$

$$TIR = 0.14 + (0.26 - 0.14) \left[\frac{123.089,94}{123.089,94 + 51.757,83} \right]$$

$$TIR = 0,14 + (0,12) (0,70)$$

$$TIR = 0,224 * 100 = 22,40\%$$

El TIR calculado es de 22,40% y es mayor al costo de oportunidad, afirmando la factibilidad del proyecto.

- **Relación Costo – Beneficio**

Esta relación se refleja el valor que tiene el proyecto en relación a los beneficios y costos determinándose, por cada dólar invertido.

Formula:

$$\text{Costo – beneficio} = \frac{\text{Flujos Netos Actualizados}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{Costo – beneficio} = \frac{424.089,34}{119.000,60}$$

$$\text{Costo – Beneficio} = 3,56 * 100 = 356,38$$

El costo – beneficio es mayor que uno por lo tanto el proyecto es aceptable.

- Punto de Equilibrio

Cuadro 84 Punto de Equilibrio

EMPRESA BROILPOLLO S.A.

Punto de Equilibrio

AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
RUBRO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
COSTOS VARIABLES										
Costos de Producción	680.211,96	711.611,29	1.476.691,68	1.540.878,00	1.608.076,56	1.678.446,60	1.752.157,30	1.829.388,74	1.910.332,24	1.995.191,97
Total Variables	680.211,96	711.611,29	1.476.691,68	1.540.878,00	1.608.076,56	1.678.446,60	1.752.157,30	1.829.388,74	1.910.332,24	1.995.191,97
DISTRIBUCION COSTO DE VENTAS										
Pollos Broilers 6,0 lb (Aviforte) 80%	544.169,57	569.289,03	1.181.353,34	1.232.702,40	1.286.461,25	1.342.757,28	1.401.725,84	1.463.510,99	1.528.265,80	1.596.153,58
Pollos Broilers 6,0 lb (Mercado Local) 20%	136.042,39	142.322,26	295.338,34	308.175,60	321.615,31	335.689,32	350.431,46	365.877,75	382.066,45	399.038,39
CANTIDADES										
Pollos Broilers 6,0 lb (Aviforte) 80%	768.000	768.000	1.536.000	1.536.000	1.536.000	1.536.000	1.536.000	1.536.000	1.536.000	1.536.000
Pollos Broilers 6,0 lb (Mercado Local) 20%	192.000	192.000	3.840.000	3.840.000	3.840.000	3.840.000	3.840.000	3.840.000	3.840.000	3.840.000
COSTO VARIABLE UNITARIO										
Pollos Broilers 6,0 lb (Aviforte) 80%	0,71	0,74	0,77	0,80	0,84	0,87	0,91	0,95	0,99	1,04
Pollos Broilers 6,0 lb (Mercado Local) 20%	0,71	0,74	0,08	0,08	0,08	0,09	0,09	0,10	0,10	0,10
PRECIO DE VENTA										
Pollos Broilers 6,0 lb (Aviforte) 80%	0,78	0,81	0,85	0,88	0,92	0,96	1,00	1,04	1,08	1,13
Pollos Broilers 6,0 lb (Mercado Local) 20%	0,80	0,84	0,87	0,91	0,94	0,98	1,02	1,07	1,11	1,16

COSTOS FIJOS										
Gastos Administrativos	33.310,99	38.294,00	47.430,23	51.458,85	55.858,99	60.666,32	65.920,01	71.663,10	77.942,71	84.810,80
Gastos de Ventas	8.153,10	9.187,72	16.884,96	18.388,10	20.033,20	21.834,06	23.805,80	25.965,09	28.330,12	30.921,03
Gastos Financieros	19.845,00	17.860,50	15.876,00	13.891,50	11.907,00	9.922,50	7.938,00	5.953,50	3.969,00	1.984,50
Depreciaciones	10.951,22	10.951,22	10.951,22	10.951,22	10.951,22	10.951,22	10.951,22	10.951,22	10.951,22	10.951,22
Total Fijos	72.260,31	76.293,43	91.142,41	94.689,67	98.750,41	103.374,10	108.615,03	114.532,90	121.193,05	128.667,54
Costo Total	752.472,27	787.904,72	1.567.834,09	1.635.567,67	1.706.826,98	1.781.820,70	1.860.772,33	1.943.921,64	2.031.525,29	2.123.859,51

Ponderación Distribución de Gastos y Gastos en Base a la Producción

AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
RUBRO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Dólares										
Pollos Broilers 6,0 lb (Aviforte) 80%	8.091.737,46	8.850.778,21	16.941.057,57	17.988.992,24	19.142.191,23	20.415.800,88	21.827.988,01	23.400.744,09	25.160.868,84	27.141.487,13
Pollos Broilers 6,0 lb (Mercado Local) 20%	3.227.324,25	3.625.215,15	1.952.258,34	1.954.156,07	1.981.753,11	1.992.354,18	2.007.486,16	2.008.080,44	2.032.421,76	2.043.239,12
CANTIDADES										
Pollos Broilers 6,0 lb (Aviforte) 80%	10.358.087	10.877.229	19.988.322	20.377.068	20.817.354	21.315.687	21.879.916	22.519.598	23.246.396	24.074.799
Pollos Broilers 6,0 lb (Mercado Local) 20%	8.228.608	7.979.732	1.976.870	1.971.167	1.993.384	1.996.257	2.003.541	1.994.340	2.010.409	2.011.071

Elaboración: Autoras

- **Período de Recuperación de la Inversión**

Para obtener esta información se relacionará los flujos netos de efectivo con la inversión inicial.

Cuadro 85 Período de Recuperación de la Inversión

AÑOS	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS	FLUJO NETO ACTUALIZADO
2014	33.036,63	33.036,63
2015	25.912,81	58.949,44
2016	42.227,79	101.177,23
2017	61.808,93	162.986,17
2018	53.059,65	216.045,82
2019	45.289,88	261.335,70
2020	38.393,42	299.729,12
2021	32.275,75	332.004,87
2022	26.852,91	358.857,78
2023	65.231,56	424.089,34

Elaboración: Autoras

La inversión inicial que se realizará para la empresa, se recupera en el octavo año y 15 días.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1 Organización de la Empresa

a) La Empresa

La Ley de Compañías clasifica en 5 especies de compañías de comercio las cuales son: Compañía en Nombre Colectivo, Compañía en Comandita Simple y Dividida por Acciones, Compañía de Responsabilidad Limitada, Compañía Anónima y Compañía de Economía Mixta, estas compañías las constituyen personas jurídicas.

La empresa se constituirá como Sociedad Anónima, cuyo capital será dividido en acciones, y estará formado por la aportación de los accionistas.

La compañía se formará con dos socios para dar inicio a la actividad económica, y durante su existencia en el mercado estará dispuesta a aumentar accionistas y por ende a incrementar el capital.

b) Misión

BROILPOLLO es una empresa de Producción y Distribución de Pollos Broilers, donde su función principal es ofrecer al mercado pollos en pie, manteniendo altos estándares de calidad, a precios competitivos y sobre todo satisfaciendo las necesidades de la empresa y faenadoras.

c) **Visión**

Ser una empresa pionera en la Producción y Distribución de pollos broilers a nivel local y regional, abriendo nuevos mercados y alcanzando el crecimiento sustentable de la misma.

d) **Políticas**

- Escuchar las sugerencias de nuestros clientes ya que ellos son la razón de ser de la empresa y esto nos permitirá ser mejores en el medio para lo cual se implementará buzones de sugerencias.
- Realizar reuniones con todos los empleados que conformaran la organización para evaluar el desempeño y conocer alguna necesidad.
- Brindar un producto de calidad para garantizar la eficiencia y eficacia de nuestra empresa.
- Utilizar medios de publicidad para llegar a nuestros consumidores de la forma más efectiva.

e) **Objetivos Organizacionales**

- Implementar técnicas administrativas y financieras para alcanzar una participación de liderazgo en el mercado.
- Incrementar el volumen de ventas año tras año.
- Realizar capacitaciones permanentes en el personal.
- Contribuir con el desarrollo del Cantón Urcuquí y aún más en la Parroquia de Cahuasquí.
- Fomentar la innovación.
- Penetrar en nuevos mercados.
- Incrementar rentabilidad.
- Crear nuevos mercado a nivel local y regional.

f) Valores

La empresa BROILPOLLO tendrá siempre presente que los valores dentro de la organización serán muy importantes ya que esto hará que día a día crezca constantemente, por lo tanto se detalla a continuación algunos de los valores que deberán estar en cada uno de los departamentos o áreas de la misma.

- **Liderazgo**

Este valor es de suma importancia ya que de ello depende el logro de los objetivos y de la adecuada dirección del personal y de quienes forman parte de la empresa.

- **Responsabilidad**

Cada uno de los trabajadores deberá ser responsable con cada uno de los trabajos o actividades que se le hayan asignado.

- **Ética**

La ética está ligada directamente a la empresa, ya que ningún empleado podrá dar información interna de la misma.

- **Respeto**

Deberá existir un respeto mutuo entre todo el personal tanto administrativo, productivo y distribución.

- **Igualdad**

Todo empleado recibirá el mismo trato, tendrá sus respectivas funciones o actividades designadas por igual forma.

- **Trabajo en Equipo**

Se trabajará en conjunto en todas las actividades de la organización ya que la unión de esfuerzos personales y colectivos hace que se alcancen varios objetivos y metas establecidas.

- **Puntualidad**

Todos los miembros de la empresa deberán ser puntuales al momento de ingreso al trabajo como también en el cargo o cumplimiento de funciones.

6.2 Organización Estructural

En toda empresa es necesario establecer una estructura organizativa, en el que ayuda a determinar las obligaciones, deberes y responsabilidades de los miembros que conforman las distintas unidades dentro de la organización.

Sin embargo, cualquier estructura organizacional que se plantee, debe ser flexible a los cambios ante el desarrollo de procesos ineficientemente en un determinado tiempo.

a) Organigrama Estructural



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado: Autoras

6.3 Orgánico Funcional

a) Funciones y Descripción del Puesto

- **Junta General de Accionistas**

La Junta General de Accionistas es un órgano de administración y fiscalización dentro de una sociedad anónima donde se toman las decisiones para la marcha y funcionamiento de la sociedad.

Las principales funciones que deben cumplir son:

- ✓ Designar a los consejeros y suplentes del Consejo de Administración y fijar sus retribuciones.
- ✓ Conocer y aprobar el balance general, el estado de pérdidas y ganancias y de los informes sobre negocios que sean presentados por el Gerente General.
- ✓ Determinar la forma de reparto de los beneficios sociales.

- ✓ Selección de auditores externos en caso de ser requeridos.
- ✓ Velar por la transparencia y cumplimiento de los derechos de todo accionista, comprobando y ratificando en el acta que se puso a disposición de todos los accionistas al menos 15 días antes de la celebración de la junta.

- **Gerencia General**

- a) Perfil**

- ✓ Título Profesional en Ing. Administración de Empresas, Contabilidad y Auditoría.
- ✓ Tener liderazgo para formación de sus subordinados.
- ✓ Experiencia laborar a fines acorde al cargo.
- ✓ Experiencia en el manejo de personal.
- ✓ Trabajar y coordinar trabajos en equipo.
- ✓ Ser ágil para tomar decisiones.

- b) Funciones**

- ✓ Analizar datos estadísticos del crecimiento para la elaboración del presupuesto anual tanto de ventas como gastos.
- ✓ Responsable de que se cumpla los volúmenes y presupuestos establecidos.
- ✓ Responsable de que se cumpla con las estrategias de distribución.
- ✓ Analiza los reportes o informes.
- ✓ Analiza las evaluaciones de cumplimiento de la distribuidora y toma correctivos necesarios.
- ✓ Supervisa el trabajo de todo el personal.
- ✓ Responsable de las inversiones de capital.
- ✓ Responsable del desarrollo de la distribuidora.
- ✓ Autoriza pagos a proveedores.

- ✓ Autoriza gastos de viaje.
- ✓ Responsable de cumplir y hacer cumplir las políticas y procedimientos administrativos.
- ✓ Mantiene reuniones periódicas con su equipo de trabajo.

- **Secretaria**

- a) Perfil**

- ✓ Título Profesional en Licenciatura en Secretariado.
- ✓ Experiencia en trabajos a fines.
- ✓ Buena presencia.
- ✓ Tener iniciativa para trabajar.

- b) Funciones**

- ✓ Responsable de la facturación diaria.
- ✓ Prepara comprobantes de ingreso a caja y su posterior depósito al banco.
- ✓ Ingresa diariamente en el sistema la información que genera la operación.
- ✓ Mantiene en absoluta reserva a información a la que tenga acceso por sus funciones.
- ✓ Realiza todas las funciones inherentes de acuerdo a las instrucciones impartidas por la Gerencia.

- **Departamento de Contabilidad**

- a) Perfil**

- ✓ Título Profesional en Ingeniería en Contabilidad Superior y Auditoría.
- ✓ Experiencia mínima de 1 año.
- ✓ Tener todas las ganas de trabajar.

- ✓ Trabajar en equipo
- ✓ Tener ética laboral y moral

b) Funciones

- ✓ Dirigir y supervisar el personal bajo su cargo.
- ✓ Diseñar los procedimientos y métodos de trabajo técnico para sistematizar y estandarizar la relación de tareas diarias en el procedimiento de la información, custodia de equipo, archivos y documentos que se generan.
- ✓ Elaborar los reportes contables y de presupuesto que son requeridos por la dirección ejecutiva.
- ✓ Preparar y presentar las declaraciones tributarias.
- ✓ Deberá presentar mensualmente a la Dirección Ejecutiva los siguientes reportes: Estado de Situación Financiera, Estado de Resultados Integral, informes a la dirección ejecutiva, entre otros.
- ✓ Elaborar los cuadros o formatos, soportes de informes mensuales y trimestrales.
- ✓ Cualquier otra responsabilidad y/o actividades que estén directamente ligadas con el puesto.

• Departamento de Producción

a) Perfil

- ✓ Experiencia mínima 2 años en labores a fines.
- ✓ Estar dispuesto a coordinar y programar la producción.
- ✓ Tener experiencia en manejo de personal.

b) Funciones

- ✓ Responsable de prever, organizar, integrar, dirigir, controlar y retroalimentar las operaciones de las áreas productivas garantizando

el cumplimiento de los planes de producción, con un eficiente manejo de recursos y dentro de los estándares de productividad y calidad establecidos.

- ✓ Responsable del mantenimiento del clima laboral adecuado.
- ✓ Responsable directo del análisis, planeación y ejecución de planes que implican nuevos proyectos de producción.
- ✓ Garantizar el cumplimiento de los requisitos de calidad y seguridad industrial en la manufactura y acondicionamiento de los productos.
- ✓ Optimizar el uso y aprovechamiento de los recursos tanto humanos como materiales y financieros acorde a las políticas, normas y tecnología de la empresa.
- ✓ Optimizar el espacio industrial, mejorando el flujo de los procesos productivos realizados, eliminando movimientos innecesarios de materiales y de mano de obra.
- ✓ Seguimiento y control de las condiciones ambientales de la fabricación.
- ✓ Higiene de la planta.

- **Veterinario**

- a) **Perfil**

- ✓ Tener título Doctorado en Veterinaria.
 - ✓ Tener experiencia mínimo 1 año en la avicultura.

- b) **Funciones**

- ✓ Planifica, coordina y ejecuta programas de saneamiento animal.
 - ✓ Realiza diagnósticos y control de los animales.
 - ✓ Realiza y analiza exámenes de laboratorio.
 - ✓ Aplica tratamientos a los animales.
 - ✓ Brinda apoyo técnico en el área de su competencia.

- ✓ Inspecciona y supervisa las actividades de mantenimiento.
- ✓ Realiza intervenciones quirúrgicas y curas en general.
- ✓ Realiza inventario de insumos y requisición de los mismos.
- ✓ Dicta charlas y conferencias en el área de su competencia.
- ✓ Elabora y desarrolla proyectos de investigación en materia animal.
- ✓ Participa en la elaboración del presupuesto de la unidad.
- ✓ Asiste y participa en reuniones, congresos y otros.
- ✓ Lleva registros genealógicos de los animales.
- ✓ Controla los programas de alimentación, reproducción y ambientación de animales.

- **Bodeguero**

- a) **Perfil**

- ✓ Ser Bachiller
- ✓ Tener experiencia en dicho cargo.

- b) **Funciones**

- ✓ Custodiar los insumos y medicinas.
- ✓ Controlar la rotación y vencimiento de los productos.
- ✓ Mantener el aseo y orden en la bodega.
- ✓ Recepción y chequeo de la mercadería.
- ✓ Entrega de mercadería a los granjeros.
- ✓ Informar al jefe de producción el stock en bodega para realizar los pedidos pertinentes.

- **Granjeros**

- a) **Perfil**

- ✓ Tener experiencia en el sector avícola.

- ✓ Tener buenas referencias

b) Funciones

- ✓ Realizará todas las tareas de manejo y cuidado de los pollos, desde el ingreso de la edad de una semana hasta la salida para la venta.
- ✓ Planifica, organiza, integra, y ejecuta las labores del proceso productivo de pollos, conjuntamente con el Gerente y Jefe de producción.
- ✓ Llevará registros de ingreso y egreso de pollos, de mortalidad, de consumo diario de alimento, agua, de sanidad, manejo y de todo lo concerniente al proceso productivo.
- ✓ Optimizar tiempos y costos en la producción.

• Departamento de Ventas

a) Perfil

- ✓ Tener título en Ingeniería en Marketing.
- ✓ Tener conocimientos amplios en lo referente a marketing.
- ✓ Tener experiencia mínimo de 1 año.
- ✓ Tener el poder de convencimiento con el cliente.

b) Funciones

- ✓ Transportar el producto desde el galpón hasta las faenadoras.
- ✓ ALMACENAR: Actividad que asegura el enlace entre el momento de fabricación y el momento de compra o uso.
- ✓ SURTIR: Facilita la constitución de conjuntos de productos especializados y/o complementarios adaptados a unas situaciones de consumo o de uso.

- ✓ CONTACTAR: Actividad que facilita la accesibilidad a grupos de compradores.
- ✓ INFORMAR: Actividad que mejora el conocimiento de las necesidades del mercado y los términos de intercambio.

6.4 Aspectos Legales

6.4.1 Registros legales

a) Registro Único de Contribuyentes

El RUC, es un registro que identifica a la empresa, es de carácter obligatorio que garantiza el cumplimiento de las obligaciones tributarias. A continuación se detalla los siguientes pasos:

- ✓ Llenar el formulario respectivo 101A, 101B.
- ✓ Copia del estatuto de la persona jurídica con la certificación correspondiente; Ley de Creación o Acuerdo Ministerial de creación, según corresponda.
- ✓ Nombramiento del Representante Legal, inscrito en el Registro Mercantil cuando la Ley lo exija así.
- ✓ Copia de la Cédula y Papeleta de Votación del Representante Legal.
- ✓ Copia de un documento que certifique la dirección en donde se desarrolla la actividad económica. (Factura de Agua, luz o teléfono).

b) Permiso Municipal (Patente)

Para dar inicio a la actividad económica se deberá contar con el permiso municipal ya que es uno de los requisitos fundamentales que deben tener todos los establecimientos que vendan o distribuyan un producto. A continuación se describe los requisitos.

- ✓ Formulario de solicitud y declaración de patente.

- ✓ Certificado de no adeudar a la Municipalidad.
- ✓ Copia de la cédula, certificado de votación y nombramiento del representante legal.
- ✓ Copia del RUC.
- ✓ Copia del documento de constitución de la empresa.
- ✓ Copia de la declaración del impuesto a la renta del año anterior.
- ✓ Copia de los estados financieros legalizados y firmados por el contribuyente y Contador
- ✓ Permiso de funcionamiento emitido por el Cuerpo de Bomberos.

c) Permiso de los Bomberos

Este permiso se lo solicitará en las instituciones del cuerpo de bomberos del cantón, los cuales inspeccionaran todos los implementos de seguridad, que las instalaciones estén en correcto funcionamiento y para ello se requiere los siguientes requisitos:

- ✓ Informe favorable de inspección, realizada por el señor inspector del Cuerpo de Bomberos
- ✓ Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal
- ✓ Copia del RUC
- ✓ Copia de la Patente Municipal

d) Permiso Sanitario

Para esta clase de actividad el permiso sanitario es de suma importancia, ya que en él se demuestra la higiene tanto de la planta como del personal que va a conformar la empresa mediante una serie de pasos que con llevan a verificar el estado de la empresa y colaboradores, los requisitos son los siguientes:

- ✓ Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.

- ✓ Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- ✓ Copia de la cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
- ✓ Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.
- ✓ Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.
- ✓ Plano del establecimiento a escala 1:50.
- ✓ Croquis de ubicación del establecimiento.
- ✓ Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
- ✓ Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

e) Permiso Ambiental

La licencia ambiental es de gran importancia ya que esto se obtendrá para poder ejecutar el proyecto, en la cual se deberá conocer todos los aspectos tanto negativos como positivos que puede provocar dentro del medio ambiente la implementación de la empresa, para lo cual se deberá realizar un plan de mitigación para manejar los efectos o consecuencias que traiga el mismo, para la obtención de la licencia ambiental se requiere lo siguientes:

- ✓ El Proponente debe solicitar al Subsecretario de Calidad Ambiental, el Certificado de Intersección con el Sistema de Áreas Protegidas (SNAP), Bosques Protectores (BP) y Patrimonio Forestal del Estado. Esta solicitud debe contener:
 - ✓ Fecha de la solicitud del Certificado de Intersección
 - ✓ Razón Social del Proponente
 - ✓ Apellidos y Nombres del Representante Legal

- ✓ Dirección
- ✓ Ciudad
- ✓ Calle No.
- ✓ Teléfono No.
- ✓ E-mail
- ✓ Nombre del Proyecto
- ✓ Actividad y una breve descripción del proyecto
- ✓ Ubicación del Proyecto
- ✓ Papeleta de depósito en la Cuenta Corriente del Ministerio del Ambiente No. 0010000793 en el Banco Nacional de Fomento, de la tasa correspondiente de US/ 50.00, de conformidad con lo dispuesto en el Libro IX del Texto Unificado de la Legislación Ambiental Secundaria (TULAS).
- ✓ Esta solicitud debe ser suscrita por el representante legal.

CAPÍTULO VII

7. ESTUDIO DE IMPACTOS

El presente capítulo constituye un análisis detallado de cada uno de los aspectos tanto económicos, social y del medio ambiente, en condiciones positivas y negativas que el proyecto generará en las diferentes campos y que permita identificar los efectos que traerá el mismo, tomando en cuenta la importancia de mitigarlos o afrontarlos.

A continuación se detalla el procedimiento que se ha seguido para realizar los impactos que el proyecto provocará en el entorno.

Cuadro 86 Escala de Impactos

Valoración Cualitativa	Valoración Cuantitativa
Impacto Alto Positivo	3
Impacto Medio Positivo	2
Impacto Bajo Positivo	1
No hay impacto	0
Impacto Bajo Negativo	-1
Impacto Medio Negativo	-2
Impacto Alto Negativo	-3

Elaboración: Autoras

Después de examinar a la matriz, se continuará al análisis de cada uno de los impactos que tendrá el proyecto.

7.1 Impacto Social

El impacto social es un proceso importante dentro del proyecto, ya que no solo se enfocará a la eficiencia de los impactos que genere el mismo, sino que tomará en cuenta aspectos de equidad y al bienestar de la comunidad.

a) Fuentes de Trabajo

La implementación de la empresa de producción y distribución de pollos, hará que mejore la calidad de vida tanto de los propietarios como de la población, ya que generará empleo para aquellas personas que necesiten, y sobre todo disminuirá la delincuencia y la migración a las ciudades urbanas o fuera del país, por lo tanto permitirá fortalecer la economía familiar mediante la satisfacción de necesidades básicas. Para inicios del proyecto se contratará a 8 personas para las distintas funciones.

b) Contribuir al Desarrollo Socio-Económico de la Parroquia Cahuasquí

Este impacto es de gran importancia para los empresario debido a que incentiva a los a los mismos a invertir, y tener una mejora continua y así enfrentar a la competencia con productos de calidad y satisfacer la necesidad de las personas que adquieren el producto.

Cuadro 87 Impacto Social

Indicadores	3	2	1	0	-1	-2	-3
Fuentes de Trabajo	X						
Contribuir al desarrollo socio-económico		X					
Total	3	2					

Elaboración: Autoras

$$E = 5$$

$$\text{Impacto Social} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Social} = \frac{5}{2} = 2.5$$

= 3 Impacto Alto Positivo

7.2 Impacto Económico

El impacto económico sirve para medir los resultados y los beneficios de inversiones en infraestructuras, organización de eventos, así como de cualquier otra actividad susceptible de generar un impacto socioeconómico, incluyendo cambios legislativos y regulatorios.

a) Rentabilidad del Proyecto

Es un proyecto rentable en el estudio de mercado demuestra que existe demanda insatisfecha, es decir, que el producto tendrá aceptación sin ningún inconveniente.

b) Incentivo de Consumo

A través de la distribución de este producto se va a lograr satisfacer la necesidad de las faenadoras por adquirir más de este producto, así se logrará satisfacer la necesidad de las personas que consumen este producto.

c) Ingreso de Empresa

El proyecto tocará la empresa privada, ya que necesitara de medios de comunicación, de empresas de publicidad quienes serán los crearan estrategias de marketing para dar a conocer a Broilpollo.

Cuadro 88 Impacto Económico

Indicadores	3	2	1	0	-1	-2	-3
Rentabilidad del proyecto	X						
Incentivo de consumo		X					
Ingresos de empresas		X					
Total	3	4					

Elaboración: Autoras

$$E = 7$$

$$\text{Impacto Social} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Social} = \frac{7}{2} = 2.33$$

= 2 Impacto Medio Positivo

7.3 Impacto Ambiental

En este impacto se debe analizar la calidad de los recursos como agua saludable, aire limpio y suelo sano y productivo. El control de la contaminación se apoya en la verificación del cumplimiento de las normativas y autorizaciones correspondientes.

Este proyecto evalúa el párrafo 40 Art. 149 de la ley orgánica de régimen municipal señala:

“Velar por el fiel cumplimiento de las normas legales sobre saneamiento ambiental y especialmente de las que tienen relación con ruidos, olores desagradables, humo, gases tóxicos, polvo atmosférico, emanaciones y demás factores que pueden afectar la salud y bienestar de la población.”

La avicultura es la cadena de proteína animal menos dañina al medio ambiente en comparación con las de producción de ganado y cerdo.

a) Conservación del Medio Ambiente

La conservación del medio ambiente es una actividad primordial que brinda la posibilidad, entre otras cosas, de mejorar la calidad de vida de los pobladores en la que se debe buscar una convivencia con el ecosistema.

Por lo tanto construir una empresa donde se respete las ordenanzas municipales, por ende se mantendrá un estricto control de la base legal para mantener un contacto satisfactorio con el ecosistema

b) Aprovechamiento de Recursos

La producción de pollo genera gallinaza, (abono) a partir de esta, lo que elimina cualquier efecto que se pueda tener en el medio ambiente.

Cuadro 89 Impacto Ambiental

Indicadores	3	2	1	0	-1	-2	-3
Conservación del medio ambiente	X						
Aprovechamiento de recursos	X						
Total	6						

Elaboración: Autoras

E= 6

$$\text{Impacto Social} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Social} = \frac{6}{2} = 3$$

= 3 Impacto Alto Positivo

7.4 Impacto General del Proyecto

Cuadro 90 Impacto General del Proyecto

Indicadores	3	2	1	0	-1	-2	-3
Impacto Social	X						
Impacto Económico		X					
Impacto Ambiental	X						
Total	6	2					

Elaboración: Autoras

E= 8

$$\text{Impacto Social} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Social} = \frac{8}{3} = 2.67$$

= 3 Impacto Alto Positivo

Análisis

El Impacto General del proyecto es alto positivo, por lo tanto trae buenas perspectivas para la implementación del proyecto, ya que no solo la empresa va a tener beneficios sino también la población que habita la Parroquia de Cahuasquí, en el Cantón Urcuquí.

CONCLUSIONES

- La producción de pollos Broiler en la parroquia de Cahuasquí, tiene considerable aceptación por parte de la población permitiendo contar con una distribución segura del producto para el presente proyecto.
- La demanda de pollos Broiler en el mercado local, tiene gran potencial de acuerdo al estudio ya realizado, la demanda actual se encuentra insatisfecha por esta razón tiene accesibilidad este proyecto, por lo tanto, brinda al consumidor mayor satisfacción al momento de realizar la compra.
- El estudio realizado establece que la crianza de pollos no requiere de materia prima difícil de adquirir y utiliza procesos de producción fácil de ejecutar.
- La producción del pollo Broiler está destinado a satisfacer la necesidad del mercado local como nacional mediante la alianza con AVIFORTE así se ofertara un producto con estándares de calidad.
- La estructura orgánica para la conformación de la empresa está conformada por departamento de contabilidad, producción y ventas. Desplegando consecutivamente los cargos y sus correspondientes funciones estos permitirá la generación de empleo y progreso para la parroquia de Cahuasquí.
- El estudio financiero económico financiero que si es factible la creación de la empresa Productora y Distribuidora de pollos Broiler, ya que genera rentabilidad garantizando eficiencia y eficacia en todos los procesos.

- El estudio de impactos está orientado a realizar un análisis del entorno natural, social y económico, permitiendo conocer aspectos positivos y negativos evitando afectar a la comunidad.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda al Estado impulsar la producción de pollos ya que es una actividad que permite tener acceso al empleo por tanto permiten sacar adelante a sus familias y reactivar la economía del país.
- Es importante este sector empresarial ya que permite tener suficientes recursos de capital que permitirá una posterior adquisición de propiedad, planta y equipo, compra de materia prima y así mediante el uso de la tecnología ser más competitivos.
- Debe existir un mayor apoyo por parte de las autoridades locales para la creación de este tipo de proyectos y así promover el mejoramiento del nivel de vida de la comunidad en general de la parroquia.
- Se debe manejar un control de la calidad en la producción, mediante la legalización de documentos para evitar posibles sanciones.
- Para la ejecución de este proyecto se debe seguir todos los parámetros técnicos establecidos en esta investigación, de esta manera se logrará alcanzar los objetivos mediante la producción y beneficios que esperan los inversionistas.
- Se debe establecer un control de evaluación ambiental para el entorno, para obtener resultados del impacto que puede tener en este proyecto.
- Generar confianza a todo nivel con el fin de atraer inversiones tanto internas como externas y de esta manera permitir que se extienda el proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

ARBOLEDA VELEZ, German. (2002). *Proyectos Formulación Evaluación y Control*, Cuarta Edición, Colombia.

ARMSTRONG, Gary. (2012). *Marketing*, Decimocuarta Edición, México.

BRAVO VALDIVIESO, Mercedes. (2011). *Contabilidad General*, Décima Edición, Ecuador.

BACA URBINA, Gabriel. (2010). *Evaluación de Proyectos*, Sexta Edición, México.

CORVODA, Marcial. (2006). *Formulación y Evaluación de Proyectos*, Colombia.

GRUPO EDITORIAL OCEANO. (2002). *Diccionario de Administración y Finanzas*, Bogotá-Colombia.

GUAJARDO, Gerardo. (2008). *Contabilidad Financiera*. Quinta Edición.

LEMMAN, R. (1999). *Inventario y Análisis de Mercado*, Cuarta Edición.

NASSIR, Sapag Chain. (2008). *Proyectos de Inversión y Evaluación*, Primera Edición, México.

ZAPATA SÁNCHEZ, Pedro. (2011). *Contabilidad General con Bases en las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF)*, Séptima Edición, Madrid-España.

LINKOGRAFÍA

<http://www.municipiourcuqui.gob.ec>
<http://www.ibarra.gob.ec>
<http://servicios.agricultura.gob.ec>
<http://www.relacioneslaborales.gob.ec>
<http://es.scribd.com/doc>
<http://www.megamobilier.com>
<http://mundo-pecuario.com>
<http://www.salud.gob.ec>
<http://www.farmacologiavirtual.org>
<http://www.derechoecuador.com>
<http://www.hormypol.com>
<http://books.google.es>
<http://www.ecuadorcontable.com>
<http://www.info-construccion.com>
<http://ishmacroymicrolocalizacion.blogspot.com>
<http://www.aulafacil.com>
<http://www.distribucion-y-logistica.com>
[http://crianzadepollosbroiler.blogspot.com/:](http://crianzadepollosbroiler.blogspot.com/)
<http://www.loscostos.info>
<http://www.econlink.com.ar>
<http://es.wikipedia.org>
<http://www.eruditos.net>
<http://www.definicion.org>
<http://www.vmecuador.com>
<http://www.crecenegocios.com>
<http://www.pymesfuturo.com>
http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_comp.pdf
<http://plancontable2007.com/niif-nic/niif-normas-internacionales-de-informacion-financiera.html>

ANEXOS

ANEXO N° 1

FICHA DE OBSERVACIÓN

Localidad	Barrio	Ficha N°
Distribuidora		Fecha
Título		Investigadores
Contenido		

ANEXO N°2



ALIMENTOS BALANCEADOS AVIFORTE CÍA. LTDA.

Cotización N° CTZ77
 Dirección AV. 10 DE AGOSTO
 Nombre CONSUMIDOR FINAL

Fecha: 17-jun-2013 Vencimiento: 17-jun-2013 Contado: X Crédito
 RUC: 9999999999999999 Teléfono: 2 439-930 Forma de Pago EFECTIVO

Cantidad	Artículo	Código	Precio	SubTotal
10.000.00	POLLITOS BE. INCA	8013	0.20	6.200,00
100.00	BAL. E1. PRE INICIAL 40 KG	8029	26.90	2.690,00
300.00	BAL. E2. INICIAL 40 KG	8030	26.30	7.890,00
600.00	BAL. E3. DESARROLLO 40 KG	8031	25.10	14.365,00
300.00	BAL. E4. FINAL 40 KG	8042	25.90	9.065,00
10.00	V. HIPRA NEW+BRONQ. 1000 DOSIS	1009-1038	5.50	55,00
20.00	V. HIPRA GUMBORO 1000 DOSIS	1020-1032	8.05	161,00
10.00	V. HIPRA NEWCASTLE S. 1000 DOSIS	1020-1030	4.50	45,00
1.00	MT SP ELECTROLITOS X. LT	1050-1028	12.25	12,25
1.00	ENRÓMIC 10% DE 1 LITRO	1050-2132	15.20	15,20
1.00	CG 20 X GL	1050-0013	43.10	43,10

(Firma manuscrita)
 ALIMENTOS BALANCEADOS AVIFORTE CÍA. LTDA.
 Av. Río Coca E-13 y Av. 10 de Agosto
 Telfs. 244 7551 - 224 7883

SON: CUARENTA MIL CUATROCIENTOS CINCUENTA Y CINCO Y 50 / 100 DÓLARES

SUBTOTAL IVA: 0.00
 SUBTOTAL EXCENTO: 40.455.80
 DESCUENTO: 0.00
 IVA: 0.00

VALIDEZ PROFORMA QUINCE DIAS

ALMACÉN QUITO:
 Av. Río Coca E-13 y Av. 10 de Agosto
 Telfs: (593 2) 2 447-553 / 2 247 883 / 2 439-930 / 2 435-885

TOTAL FÁBRICA: 40.455.80
 Pac. Kuro: Km. 14.5 / San Cayán (Calderoo)
 Telf: 2 824-557 / 2 325 3 5

www.aviforte.com.ec E-mail: efreire@aviforte.com.ec

ANEXO N° 3



ALIMENTOS BALANCEADOS AVIFORTE CÍA. LTDA.

Cotización N° CTZ77

Dirección Av. 10 DE AGOSTO

Nombre CONSUMIDOR FINAL

Fecha: 17-jun-2013 Vencimiento: 17-06-2013 Contado: X Crédito
 RUC: 9999999999999 Teléfono: 2 462-930 Forma de Pago: EFECTIVO

Cantidad	Artículo	Código	Precio	SubTotal
1000.00	POLLITOS BE INCA	8013	0.62	6.200,00
100.00	BAL. E1. PRE INICIAL 40 KG	8019	26.90	2.690,00
350.00	BAL. E2. INICIAL 40 KG	8020	26.30	7.890,00
690.00	BAL. E3. DESARROLLO 40 KG	8021	26.10	14.365,00
350.00	BAL. E4. FINAL 40 KG	8042	26.90	9.065,00
10.00	V. HIPRA NEW+ BRONQ. 1000 DOSIS	1409-1438	5.50	55,00
20.00	V. HIPRA GUMBORO 1000 DOSIS	1429-1432	8.05	161,00
10.00	V. HIPRA NEWCASTLE S. 1000 DOSIS	1429-1430	4.63	46,00
1.00	VIT SP ELECTROLITOS Y LT	1490-1528	12.35	12,35
1.00	ENERGIMC 10% DE 1 LITRO	1490-1510	15.20	15,20
1.00	DIS 20 X GL	1490-1013	43.10	43,10

(Firma manuscrita)
 ALIMENTOS BALANCEADOS AVIFORTE CÍA. LTDA.
 Av. Sto. Cosme 11-13 y
 Av. 10 de Agosto
 Telfs. 244 753 / 224 7883

SON CUARENTA MIL CUATROCIENTOS CINCUENTA Y CINCO Y 00 / 100 DÓLARES

SUBTOTAL IVA: 0.00
 SUBTOTAL EXCENTO: 40 455.65
 DESCUENTO: 0.00
 IVA: 0.00

VALIDEZ PROFORMA QUINCE DIAS

ALMACÉN QUITO:
 Av. Sto. Cosme 11-13 y Av. 10 de Agosto
 Telfs: (593-2) 2 447-553 / 2 247 883 / 2 459-950 / 2 435-885

TOTAL FÁBRICA: 40 455.65
 Par. Norte Km. 14.5 / San Camilo / (Caldersón)
 Telfs. 2 624-557 / 2 325 3 5

www.aviforte.com.ec E-mail: efreire@aviforte.com.ec

ANEXO Nº 5



RUC: 0400685822001
Cta. cte. bco. Promerica: 1022798016
Retenciones a nombre de Sandra Patricia Cerón

08 de julio de 2013

Sra. Lisseth Yar

PROFORMA

1 Computador tecnología Intel Dual Core 2.96hz

Precio unitario de contado USD 570.00

1 Impresora multifunción Canon MP230

Precio unitario de contado USD 70.00

NOTA: PROFORMA VÁLIDA POR 10 DÍAS

INCLUYE : Cobertores (3 piezas), pad mouse, Crema Limpiadora.

Programas Educativos (Enciclopedias, traductores, graficadores, contables, juegos educativos, reproductores y mezcladores de audio y video).

GARANTIA: 12 MESES.

Mantenimiento preventivo y correctivo sin ningún costo adicional POR 12 MESES. Servicio Técnico Inmediato. (En nuestro taller).



Richard Ayala

Asesor comercial

Email: strongmovicom@hotmail.com

Dirección: Flores 11-111 y Av. Jaime Rivasandrea

TELF: (06)261 1-801 FAX: (06)2953520

Urbana - Ecuador



PROFORMA COMPUTADOR NUEVA TECNOLOGÍA INTEL

CASE	ATX P IV LUJO SLIM PRESCOTT CERTIFICADOS POR INTEL
MAINBOARD	CHIP INTEL BIOSTAR/ASROCK H61M S, L, V (INCP)
PROCESADOR	INTEL DUAL CORE 2.9GHZ
SONIDO	FULL DUPLEX 2.1 HOME THEATER
VÍDEO	1024 MB INCORPORADA
RED	10/100/1000 MBTS
PUERTOS	6 USB
PUERTOS	HDMI
PUERTOS	1 PCI
PUERTOS	1 PCI EXPRESS
MEMORIA	4GB DDR3 PC1333 KINGSTON
DISCO DURO	500 GB 7200 SEAGATE
DVD+RW	20X SAMSUNG / LG QUEMADOR DVD
CARD READER	LECTOR DE MEMORIAS
TECLADO	MULTIMEDIA ESPAÑOL QUASAD/VANTEC
MOUSE	NESTCROLL OPTICO QUASAD/VANTEC
PARLANTES	QUASAD/VANTEC
MONITOR	LG/SAMSUNG 18.5-19" LCD
MESA	IMPORTADA DOBLE PISO





RUC: 0400685822001

Cta. cte. bco. Promerica: 1022798016

Retenciones a nombre de Sandra Patricia Cerón

08 de julio de 2013

Sra. Lisseth Yar

PROFORMA

1 COMPUTADOR PORTATIL HP 1000-1324

- | | |
|---------------------------|-------------|
| -PROCESADOR INTEL CORE I5 | INCLUYE: |
| -DISCO DURO 750 GB | -mini mouse |
| -MEMORIA 4 GB | -estuche |
| -WI-FI RED INALAMBRICA | |
| -PUERTO HDMI Y DE RED | |
| -MONITOR 14" | |
| -CAMARA WEB | |
| -CARGADOR ORIGINAL | |
| -SISTEMA OPERATIVO WIN 7 | |
| -LECTOR DE TARJETA SD | |

PRECIO UNITARIO CONTADO: usd 770.00

NOTA: PROFORMA VÁLIDA POR 10 DÍAS O HASTA AGOTAR STOCK.

PRECIO INCLUYE IVA.

GARANTIA: 12 MESES.

Por la compra del equipo se lleva todos los programas que necesite instalados. Mantenimiento preventivo y correctivo sin ningún costo adicional POR 12 MESES. Servicio Técnico Inmediato. (En nuestro taller).



Richard Ayala

Asesor comercial

Email: strongmovicom@hotmail.com

Dirección: Flores 11-111 y Av. Jaime Rindandera

TELF: (06)261 1-801 FAX: (06)2953520

Ibarra - Ecuador



ANEXO N° 6



TARIFARIO RADIO VOCU FM 102.3

Ibarra, Otavalo, Cotacachi, Atuntaqui, Urcuqui, San Pablo Del Lago, González Suárez, Cajas, Cayambe, San Roque, Pimampiro, San Gabriel, Julio Andrade, Huaca. Para el mundo www.radiovocu.com

CLIENTES REGIONALES

CUÑA OCASIONAL 40"	USD 6.00
GRABACION DE LA CUÑA	USD 50.00

PAQUETES MENSUALES

5 CUÑAS DIARIAS LUNES A VIERNES	220.00 USD
8 CUÑAS DIARIAS LUNES A VIERNES	280.00
10 CUÑAS DIARIAS LUNES A VIERNES	350.00

Todo paquete tiene bonificación fin de semana de acuerdo a las cuñas diarias contratadas.

PRECIOS NO INCLUYEN IVA

**PROGRAMA "PARA LA OREJA"
HORARIOS DE 07H00 a 10H00**

PAQUETE MENSUAL: 4 CUÑAS \$ 180.00

Segura de que esta propuesta es de su completo agrado y cumple con los Requerimientos deseados por Usted y la Empresa que tan acertadamente dirige, aprovecho esta oportunidad para reiterar mis sentimientos de alta consideración y estima.



Atentamente,
Marlene Ramírez
Lcda. Marlene Ramírez
Directora Radio Vocu
Telf. 06-2951-036

RADIO VOCU FM 102.3
001715703001
040 - 2609277
Atabalipa 7-31 y
Juan Francisco Bonilla

Info@radiovocu.com / vocu1023@hotmail.com
Telf.: Estudio: 2953 040 • 2609 277 • Oficina: 2951 036
Direccion: Juana Atabalipa 7-31 y Juan Francisco Bonilla
Ibarra - Ecuador

ANEXO N° 8

 <p>COLCHA TINGO SEGUNDO ANCELMO Dir.: Calle Colón 4-81 y Rocafuerte Telf.: 2609-603 / Fax: 2600-293 / cel. 097340943 Email: administrador@lympex.com Web: WWW.LYMPLEX.COM</p>	<p>NOTA DE PEDIDO</p> <p>Nº 001017</p>
	<p>FECHA PEDIDO</p>

CLIENTE: Causimidec Tical
 DIRECCION: Pitanguí
 Telf.: 604 214
 FORMA DE PAGO: _____ RUC: 1003285754
 Fecha de Entrega: 10/07/2007 Sector: Banca

PRODUCTO	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba Plástica	1	3.00	
Tropador 40cm	1	4.00	
Detergente Granulado	5kg	13.00	
Cloro Líquido	1gal	5.00	
Desinfectante	1gal	6.00	
Basoroso de	1 basoroso	10.00	
Funda Industrial	1PC	1.50	
Granela Faja Joruga	1	1.50	
Papel Hilo Campesino	1paca	12.00	
Dispensador Papel Hilo	1	45.00	
Resojeda de basoroplast	1	3.00	
Toalla 2' Continente	1PC	3.00	
Dispensador de Toalla	1	30.00	
Sabon Plástico	1gal	8.00	
Dispensador Sabon	1pc	30.00	
 ANCELMO COLCHA T. RUC: 1003285754 VENDEDOR: _____ CLIENTE: _____			SUBTOTAL \$ IVA % TOTAL \$

IMPRESION OFFSET - REPUBLICA BOLIVIANA - JUNIO 2006

ANEXO Nº 9

FAENADORAS DE LA CIUDAD DE IBARRA

1. MIÑO RIVAS FRANCISCO XAVIER PELADORA DE POLLOS NATURAL 100104040372001000 08/02/2011 02/08/2011 EL ALPARGATE LA PRIMAVERA D DE ALMAGRO 3-125 DIEGO DE ALMAGRO.
2. QUISTANCHALA JACOME DEYSI ESPERANZA PELADORA DE POLLOS NATURAL 100104040318058000 20/06/2011 20/06/2011 PAS. S/N LA CAMPIÑA M T D CALCUTA SN EL ALPARGATE
3. PUMA BURGOS KARINA ALEJANDRA FAENAMIENTO DE POLLOS OBLIGADA 100104040352002000 19/07/2012 13/04/2012 MONS. BERNARDINO ECHEVERRIA Y M T DE CALCUTA LA PRIMAVERA MA TERESA DE CALCUTA
4. DISTRIPOLLOS S.A DISTRIPOLLOS S.A SOCIEDAD 100103031009022000 21/01/2011 01/01/2011 ESMERALDAS 03-424 ISLA SANTA CRUZ
5. CARMEN LEÓN
6. PABLO RUIZ

ANEXO Nº 10

Cuadro 91 Producción Avícola del Cantón Urcuquí

PARROQUIA	PROPIETARIO	RAZON SOCIAL	TEL/FAX	ESTE	NORTE	FINALIDAD	CAPACIDAD
TUMBABIRO	ARENDS ROBERTO	LA PALESTINA		815139	10052459	BROILER	40000
TUMBABIRO	DUQUE VICTOR	CHIRIACU	093279712	812377	10048711	BROILER	15000
TUMBABIRO	ESTRADA GUILLERMO	SIN NOMBRE	2934008	813315	10051133	BROILER	2000
TUMBABIRO	MENA ANDRES	LOS ARRAYAÑEZ	2602271	813600	10051971	BROILER	60000
TUMBABIRO	PACHECO MARCELO	L. P. M. PACHECO		813842	10052597	REPRODUCTORAS	24000
TUMBABIRO	PACHECO MARCELO	L. P. M. PACHECO		813105	10051607	BROILER	18000
TUMBABIRO	VARGAS V. HUGO	KETITA	2934123	812890	10051758	PONEDORAS	35000
TUMBABIRO	VARGAS V. HUGO	SAN ANTONIO	2934168	813071	10052091	REPRODUCTORAS	28000
TUMBABIRO	VARGAS V. HUGO	SAN FRANCISCO	2934168	808948	10050083	REPRODUCTORAS	24000
TUMBABIRO	PACHECO MARCELO	L. P. M. PACHECO		813647	10051935	BROILER	18000
TUMBABIRO	QUISIMBA LUIS	EL COCO	2934144	812301	10051027	BROILER	1000
URCUQUÍ	MUNOZ CESAR	EL GAVILAN	2665148	818136	10047692	BROILER	161000
URCUQUÍ	TANA RAMIRO	PROYECTO	099442430	818563	10046670	PROYECTO	
URCUQUÍ	ANDRADE PATRICIO	CHAMANAL	2950799	812319	10043601	REPRODUCTORAS	15000
URCUQUÍ	LEON QUINGA ELENA	FREDICITO	2939684	816729	10044244	BROILER	10000
TOTAL DEL CANTON							451.000

Fuente: Agrocalidad, 2011

ANEXO Nº 11



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DISTRIBUIDORES

La finalidad de esta encuesta es conocer la aceptación en los puntos de distribución de pollos broilers.

Ubique una X en lo que Ud. crea conveniente:

1. ¿Cree Ud. que la implementación de una nueva empresa de pollos tendría demanda en el mercado?

Si _____

No _____

Por qué.....

2. ¿Cuántos pollos adquiere semanalmente para la venta?

Menos de 500 _____

De 501-1000 _____

De 1001 a más _____

Cuánto _____

3. ¿En promedio cuánto pesa cada pollo?

2 a 3 libras _____

De 4 a 5 libras _____

De 6 a más _____ ¿Cuánto?-----

4. ¿A qué precio adquiere la libra de pollo?

Especifique -----

6. ¿Usted cada cuánto tiempo se prevé de los pollos?

Diario _____

Semanal _____

Otros _____ Cuál.....

7. Califique del 1 a 4 las siguientes características según su importancia al momento de comprar pollo. Considere al 4 como de mayor importancia y al 1 como de menor importancia.

	Menos importante				Más importante
Higiene	1	2	3	4	
Marca	1	2	3	4	
Precio	1	2	3	4	
Empaque	1	2	3	4	

8. ¿Cuáles considera que sean las razones para que sus clientes compren en su negocio? (calificar de 1 a 4 donde 1 es la más importante y 4 la menos importante)

Mejores precios _____

Ofertas del producto _____

Atención _____

Calidad _____

9. ¿Cuáles serían las razones para que usted cambiara de proveedor? (califique de 1 a 5 donde 1 es la más importante y 5 la menos importante)

Precio _____

Entrega Oportuna _____

Promociones _____

Servicio _____

Otras _____

¿Cuáles?.....

10. ¿Usted ha recibido promoción por parte de su proveedor?

SI _____ NO _____

OBSERVACIONES:

NOMBRE: _____

LUGAR _____ FECHA _____

¿GRACIAS POR SU COLABORACIÓN?



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS

INSTRUMENTO Nº 1

Conocer a las empresas de crianza y distribución de pollos broilers en el Cantón Urcuquí.

- ¿Dónde nace el nombre de su empresa?
- ¿Dónde radica el éxito de su empresa?
- ¿Con cuántos empleados cuenta su empresa?
- ¿Podría dar algún consejo para las personas que desean seguir sus pasos y hacer empresa?
- Actualmente cuantos clientes maneja su empresa
- ¿Qué medios utiliza para su promoción como empresa?
- ¿En qué se diferencia su empresa de las demás?
- ¿Su empresa está enfocada en el mercado local o nacional?
- ¿Cree usted que a futuro se incremente la producción?
- ¿Tiene usted utilizada la capacidad instalada?



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS

Identificar la oferta de pollos broilers en el Cantón Urcuquí, para establecer la forma de adquisición, la calidad del producto y entregado al cliente.

1. A quien distribuye el producto

Especifique.....

2. ¿Con qué frecuencia los consumidores adquieren el pollo broilers?

Todos los días ()

Una vez a la semana ()

Dos veces a la semana ()

Una vez al mes ()

Cuál.....

3. ¿En qué forma distribuye el producto?

Cajas ()

Gavetas ()

Otros ()

Cuál.....

4. ¿Qué cantidad de ventas tiene su negocio al mes?

Especifique.....

5. A qué precio usted ofrece el producto:

Al por mayor.....

Al por menor.....

6. ¿De qué manera usted promociona este producto en su negocio?

Especifique.....

7. ¿En base a datos históricos a cuanto ascendieron las ventas?

Especifique.....

OBSERVACIONES:

LUGAR _____ FECHA _____

¿GRACIAS POR SU COLABORACIÓN?

ANEXO Nº 12

Cálculo del Período de Recuperación

Cuadro 92 Período de Recuperación de la Inversión

AÑOS	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS	FLUJO NETO ACTUALIZADO
2014	33.036,63	33.036,63
2015	25.912,81	58.949,44
2016	42.227,79	101.177,23
2017	61.808,93	162.986,17
2018	53.059,65	216.045,82
2019	45.289,88	261.335,70
2020	38.393,42	299.729,12
2021	32.275,75	332.004,87
2022	26.852,91	358.857,78
2023	65.231,56	424.089,34

Inversión: 300.999,40

$300.999,40 - 299.729,12 = 1.270,28$ se recupera en el octavo año

$1.270,28 / 32.275,75 = 0,04 * 12 = 0,5$ meses

$32.275,75 / 12 \text{ meses} = 2.689,65$

$2.689,65 / 30 \text{ días} = 89,66 * 15 \text{ días} = 1.344,83$

$299.729,12 + 2.689,65 + 1.270,28 = 303.689,05$ Inversión.