



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

**“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE GALLINAS DE CAMPO EN LA CIUDAD DE  
OTAVALO PROVINCIA DE IMBABURA”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN  
DE EMPRESAS**

**AUTOR: PEÑA PORRAS KENGUI**

**DIRECTOR: PhD BYRON FABRICIO ACOSTA ANDINO**

**IBARRA, 2018**

---

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, PEÑA PORRAS KENGUI, portador de la cedula de ciudadanía N° 172684397-0 declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría: **"CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GALLINAS DE CAMPO EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA."**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han presentado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



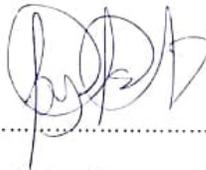
Peña Porras Kengui

C.I. 172684397-0

## **CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por el estudiante Peña Porras Kengui, para obtener el Título de Ingeniero en Administración de Empresas, cuyo tema es: **“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GALLINAS DE CAMPO EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.”**, considero que el trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 28 días del mes de noviembre del 2018



.....  
**DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO**

PhD Acosta Andino Byron Fabricio

C.I. 171080229-7



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO		
CÉDULA DE IDENTIDAD:	DE	1726843970
APELLIDOS Y NOMBRES:	Y	PEÑA PORRAS KENGUI
DIRECCIÓN:		CIUDADELA ÁNGEL ESCOBAR - OTAVALO
EMAIL:		Kengui_lig@hotmail.es
TELÉFONO MÓVIL:		0982409891

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GALLINAS DE CAMPO EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.
AUTOR:	PEÑA PORRAS KENGUI
FECHA: DD/MM/AAAA	25 DE OCTUBRE DEL 2018
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.
ASESOR /DIRECTOR:	PhD ACOSTA ANDINO BYRON FABRICIO

#### 2. CONSTANCIAS

El autor manifiesta 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 saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 25 días del mes de octubre del 2018

EL AUTOR:

(Firma).....  
Nombre: Peña Porras Kengui  
ID: 1726843970

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto se ha desarrollado con el fin de crear una microempresa de Producción y Comercialización de gallina de campo en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura. La recopilación de información se realizó mediante la encuesta aplicada a 370 personas y ficha de observación que se aplicó a un solo lugar de la ciudad siendo el único competidor directo. La investigación se inició con el desarrollo del diagnóstico situacional la cual se identificó varios puntos como: geográfico donde se observó que Otavalo es una ciudad apta para la crianza de gallinas de campo contando con una temperatura promedio de 16°C, los aspectos demográficos en el cual se identificó la población total de Otavalo asciende a 10.356 familias, los cuales ayudaron a conocer el entorno de aceptación y mediante su elaboración se llegó a determinar la oportunidad de inversión del proyecto. Consecutivamente, se realizó el estudio de mercado en donde se identificó la demanda que asciende a los 370 amas de casa que si están dispuestos a seguir consumiendo, es decir que el 100% de las personas encuestas, también se identificó la oferta y competencia. Además, se realizó un estudio técnico el cual ayudo a definir el tamaño, capacidad y la disponibilidad de materia prima, mano de obra. También se desarrolló el estudio financiero en el cual se determinó la inversión total del proyecto, la cual será de 10.021,07 Dólares de los cuales el 60% será financiado con capital propio y el 40% será financiado mediante un crédito por BanEcuador. Además, se logró identificar que el proyecto es factible ya que generará una utilidad anual de 5.380,34 Dólares, recuperando la inversión total en el 23° mes. El emprendimiento se constituirá de manera legal cumpliendo todo los requisitos que exige la ley para su respectiva implementación, la estructura del proyecto estará formada por 3 áreas; administrativa, producción y venta, donde sus funcionarios desarrollarán múltiples tareas. Por último se consideraron los impactos; económicos, empresarial y ambiental que generará el emprendimiento obteniendo como resultado una ponderación de 2 siendo un impacto medio positivo. Con todo lo mencionado anteriormente se identifica la factibilidad que tendrá la microempresa en la puesta en marcha.

## DEDICATORIA

*El presente proyecto lo dedico principalmente a Dios y le doy gracias por darme sabiduría, entendimiento y fortaleza.*

*A toda mi familia de forma muy especial a mis padres Pablo Peña Vílchez y Dominica Porras Machacuay por su ejemplo, motivación y apoyo moral; a mi hermana Yuly quién con profundo amor comparto mi anhelo de superación profesional, su apoyo incondicional me permitió alcanzar esta meta.*

## AGRADECIMIENTO

*Quiero expresar un profundo agradecimiento a mi querida familia que siempre confiaron en mi capacidad de superación y perseverancia para lograr todas las metas propuestas en mi camino de superación y formación humanista.*

*A la Universidad Técnica del Norte, por su anhelo de formar excelentes profesional y a la Facultad de Ciencias administrativas y Económicas, por todos los conocimientos impartidos durante el periodo universitario.*

## PRESENTACIÓN

El presente proyecto de emprendimiento comprende de la “Creación de una microempresa de producción y comercialización de gallina de campo en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura”, está estructurado en siete capítulos que comprenden: diagnóstico situacional, marco teórico, estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico, estudio administrativo y finalmente impactos, a continuación se expone una síntesis de lo que se desarrolló en cada uno de los temas.

**Capítulo I:** En el Diagnostico Situacional se realizó un proceso de investigación donde se obtuvo información a través de técnicas de recolección de datos como son; encuestas y observación directa, las mismas que nos permitieron identificar las alianzas, oponentes, oportunidades y riesgos del negocio.

**Capítulo II:** El Marco Teórico contiene el sustento bibliográfico y teórico basado en libros referente a definiciones y clasificaciones de temas que son necesarios para el sustento de este proyecto.

**Capítulo III:** En el Estudio de Mercado se establecieron objetivos, variables e indicadores mismos que fueron desarrolladas mediante la información obtenida de las encuestas realizadas a la población, además se determinó la oferta y la demanda, como también se estableció un análisis de precios, para luego establecer la aceptación del producto.

**Capítulo IV:** En el Estudio Técnico se determinó la localización óptima del emprendimiento, la distribución y diseño de la planta, además a esto se estableció la capacidad operativa y el procedimiento adecuado para obtener un producto de calidad.

**Capítulo V:** En el Estudio Económico se estableció la inversión inicial, fija y el capital de trabajo para poner en funcionamiento la microempresa. También se desarrolló el presupuesto de ingresos y egresos, el punto de equilibrio y finalmente se elaboró el estado de situación inicial, estados de resultados y el presupuesto de caja.

**Capítulo VI:** Dentro del Estudio Administrativo se desarrolló la propuesta administrativa, la estructura legal. Además a esto se elaboró el diseño del logotipo, empaque y slogan, misión, visión y principios. También se estableció las funciones del personal administrativo, operativo y de ventas.

**Capítulo VII:** Análisis de Impactos, en este último capítulo se evaluó y analizo los impactos que ocasionará la microempresa en los ámbitos; económico, empresarial y ambiental. Además cada impacto tiene su respectiva valoración, con sus respectivas conclusiones y recomendaciones.

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	
EJECUTIVO .....	ii
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	ii
PRESENTACION.....	ii
ANTECEDENTES.....	1
JUSTIFICACION.....	2
PLANTIAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROYECTO.....	3
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
OBJETIVOS GENERALES.....	4
OBJETIVOS ESPECIFICAS.....	4
CAPÍTULO I .....	6
1. DIAGNOSTICO SITUACIONAL.....	6
1.1. Antecedentes .....	6
1.2. Objetivos del Diagnóstico .....	7
1.2.1. Objetivo General .....	7
1.2.2. Objetivos Específicos.....	8
1.3. Variables Diagnósticas.....	8
1.4. Indicadores de las Variables.....	8
1.5. Matriz de Relación Diagnóstica .....	10
1.6. Análisis de Variables e Indicadores .....	11
1.6.1. Producción de Gallinas de Campo .....	11
1.6.2. Nivel Sociodemográfico.....	13
1.6.3. Condición Socioeconómica.....	15
1.7. Matriz AOOD.....	21
1.8. Cruces Estratégicos .....	22
1.8.1. Aliados y Oportunidades.....	22

1.8.2. Aliados y Riesgos.....	22
1.8.3. Oponentes y Oportunidades .....	22
1.8.4. Oponentes y Riesgos .....	23
1.9. Identificación de la Oportunidad de la Inversión.....	23
CAPÍTULO II.....	25
2. MARCO TEÓRICO.....	25
CAPITULO III.....	36
3. ESTUDIO DE MERCADO .....	36
3.1. Objetivos del estudio de mercado .....	36
3.1.1. Objetivo General .....	36
3.1.2. Objetivos Específicos.....	36
3.2. Variables de Mercado.....	36
3.3. Indicadores .....	37
3.4. Matriz de Estudio de Mercado .....	39
3.5. Segmento de mercado .....	40
3.6. Mercado meta.....	40
3.7. Determinación de la muestra.....	40
3.7.1. Población.....	40
3.7.2. Cálculo de la muestra .....	41
3.8. Análisis e Interpretación de los Resultados de la Encuesta de Mercado .....	43
3.9. Descripción del producto .....	53
3.10. Identificación y Análisis de la Demanda.....	53
3.11. Análisis de la Oferta.....	54
En base a datos calculados sobre la demanda y oferta que presenta la microempresa “PROCOGAL” se detalla a continuación la demanda insatisfecha; .....	55
3.12. Identificación del Precio.....	55
3.13. Comercialización.....	56
3.13.1 Canal de Distribución.....	56
3.13. Publicidad y Promoción .....	56
3.14. Conclusiones del Estudio de Mercado .....	58
CAPÍTULO IV.....	60

4. ESTUDIO TÉCNICO .....	60
4.1. Objetivo .....	60
4.1.1. Objetivo General .....	60
4.1.2. Objetivo Específicos .....	60
4.2. Localización .....	60
4.2.1. Macro localización .....	61
4.2.2. Micro localización.....	61
4.3. Tamaño del proyecto.....	64
4.3.1. Tamaño del mercado .....	64
4.3.2. Capacidad del Proyecto .....	64
4.3.3. Disponibilidad de Materia Prima .....	64
4.3.4. Disponibilidad de Mano de Obra .....	64
4.4. Distribución de la planta .....	65
4.4.1. Terreno y área de la planta .....	66
4.4.2. Infraestructura .....	67
4.5. Mobiliario, equipos y maquinaria .....	67
4.5.1. Muebles y Enseres.....	67
4.5.2. Equipo de Cómputo.....	67
4.5.3. Maquinaria y Equipo.....	68
4.5.4. Equipo de Oficina.....	68
4.5.5. Cubertería .....	68
4.5.6. Equipo de Protección .....	69
4.6. Recurso Humano .....	69
4.7. Proceso de faenamiento.....	70
4.8. Flujograma del proceso de producción .....	70
4.9. Flujograma del proceso de faenamiento y comercialización .....	73
CAPÍTULO V .....	74
5. ESTUDIO FINANCIERO .....	74
5.1. Introducción .....	74
5.1.1. Objetivo General .....	74
5.1.2. Objetivos específicos.....	74

5.2. Inversión del proyecto .....	75
5.2.1. Inversión Fija.....	75
5.2.2. Costos de producción .....	78
5.2.3. Gastos Administrativos .....	80
5.2.4. Gastos de Ventas .....	82
5.2.5. Capital de Trabajo .....	82
5.2.6. Inversión Total .....	83
5.3. Presupuesto de Ingresos .....	84
5.4. Presupuesto de Egresos .....	84
5.4.1. Costos de Producción.....	84
5.4.2. Gastos Administrativos y Ventas .....	87
5.5. Estructura del Financiamiento.....	88
5.5.1. Amortización de la deuda.....	89
5.6. Depreciación.....	90
5.7. Estados Financieros.....	91
5.7.1. Estado de Situación Financiera .....	91
5.7.2. Estados de Resultados .....	92
5.7.3. Presupuesto de Caja .....	93
5.8. Evaluación Financiera .....	94
5.8.1. Punto de Equilibrio.....	94
5.9. Periodo de recuperación.....	96
CAPITULO VI.....	97
6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	97
6.1. Nombre del emprendimiento.....	97
6.1.1. Logotipo y slogan.....	97
6.1.2. Diseño del empaque .....	98
6.1.3. Presentación del producto .....	98
6.2. Misión y Visión.....	98
6.2.1. Misión.....	98
6.2.2. Visión .....	98
6.3. Objetivos .....	98

6.4. Principios y valores .....	99
6.4.1. Principios.....	99
6.4.2. Valores .....	99
6.5. Políticas .....	100
6.6. Organigrama estructural.....	101
6.6.1. Niveles Administrativos.....	101
6.7. Descripción de puestos.....	102
6.8. Aspectos legales de funcionamiento .....	106
6.8.1. Figura jurídica de la microempresa.....	106
6.8.2. Permisos y Obligaciones .....	106
CAPÍTULO VII .....	108
7. IMPACTOS .....	108
7.1. Introducción .....	108
7.2. Objetivo.....	108
7.3. Escala de Medición de Impactos .....	108
7.4. Evaluación de Impactos .....	109
7.4.1. Impacto Económico.....	109
7.4.2. Impacto Empresarial .....	110
7.4.3. Impacto Ambiental.....	111
7.5. Impacto General del Proyecto .....	112
10. BIBLIOGRAFÍA .....	117

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz de Relación Diagnóstica.....	10
Tabla 2: Población de la Parroquia Otavalo .....	14
Tabla 3: Grupos de Edad del Cantón Otavalo .....	14
Tabla 4: Funcionamiento de la Población.....	15
Tabla 5: Población Económicamente Activa de la Ciudad de Otavalo .....	15
Tabla 6: Principales Actividades Económicas del Cantón Otavalo.....	16
Tabla 7: Indicadores Laborales de Otavalo .....	16
Tabla 8: Ficha de observación de los Aspectos del Consumidor.....	17
Tabla 9: Ficha de observación de los Aspectos de la Competencia .....	17
Tabla 10: Matriz AOOR .....	21
Tabla 11: Matriz de Estudio de Mercado.....	39
Tabla 12: Grupo etario .....	42
Tabla 13: Conocimiento de las propiedades nutritivas de la gallina de campo .....	43
Tabla 14: Consumo de gallina de campo.....	44
Tabla 15: Disponibilidad de consumo .....	45
Tabla 16: Frecuencia de compra.....	46
Tabla 17: Cantidad de compra .....	47
Tabla 18: Lugar de compra.....	48
Tabla 19: Precio del producto.....	49
Tabla 20: Interés publicitario .....	50
Tabla 21: Medio publicitario acerca de la gallina de campo .....	51
Tabla 22: Medio publicitario .....	52
Tabla 23: Cálculo de la demanda.....	54
Tabla 24: Cálculo de Oferta.....	54

Tabla 25: Resumen de la Demanda y Oferta .....	55
Tabla 26: Aspectos del precio.....	56
Tabla 27: Promedio de precio.....	56
Tabla 28: Estrategia promocional del producto .....	57
Tabla 29: Medios Publicitarios .....	57
Tabla 30: Parámetros .....	62
Tabla 31: Factores a considerar para la Micro localización .....	63
Tabla 32: Infraestructura.....	67
Tabla 33: Unidades de Muebles y Enseres .....	67
Tabla 34: Unidades de Equipo de cómputo .....	67
Tabla 35: Unidades de Maquinaria de equipo .....	68
Tabla 36: Unidades de Equipo de Oficina .....	68
Tabla 37: Unidades de Cubertería.....	68
Tabla 38: Unidades de Equipo de Protección.....	69
Tabla 39: Recurso Humano .....	69
Tabla 40: Infraestructura.....	75
Tabla 41: Muebles y Enseres .....	75
Tabla 42: Equipo de cómputo.....	76
Tabla 43: Maquinaria y Equipo .....	76
Tabla 44: Equipo de Oficina.....	76
Tabla 45: Cubertería y Otros.....	77
Tabla 46: Equipo de Protección.....	77
Tabla 47: Requerimiento de ejemplares .....	78
Tabla 48: Gastos de constitución .....	78
Tabla 49: Materia Prima Directa.....	79

Tabla 50: Mano de Obra Directa .....	79
Tabla 51: Costos Indirectos de Fabricación.....	79
Tabla 52: Gasto Sueldo Administrativo.....	80
Tabla 53: Gasto Servicios Profesionales.....	80
Tabla 54: Gasto Suministros de Oficina .....	81
Tabla 55: Gasto Servicios Básicos.....	81
Tabla 56: Gasto Arriendo.....	81
Tabla 57: Gasto Sueldo Ventas.....	82
Tabla 58: Gasto Comercialización.....	82
Tabla 59: Capital de Trabajo.....	83
Tabla 60: Inversión Total.....	83
Tabla 61: Presupuesto de Ingresos.....	84
Tabla 62: Costos de Producción .....	85
Tabla 63: Presupuesto de Materia Prima Directa .....	85
Tabla 64: Presupuesto de Mano de Obra Directa .....	86
Tabla 65: Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación.....	87
Tabla 66: Presupuesto de Gastos Administrativos y de Venta .....	88
Tabla 67: Financiamiento .....	88
Tabla 68: Tabla de Amortización BanEcuador.....	89
Tabla 69: Depreciación .....	90
Tabla 70: Estado de Situación Financiera.....	91
Tabla 71: Estado de Resultados .....	92
Tabla 72: Presupuesto de Caja.....	93
Tabla 73: Costos Fijos .....	94
Tabla 74: Costos Variables .....	94

Tabla 75: Punto de Equilibrio .....	95
Tabla 76: Periodo de Recuperación .....	96
Tabla 77: Medición de Impactos.....	108
Tabla 78: Impacto Económico .....	109
Tabla 79: Impacto Empresarial.....	110
Tabla 80: Impacto Ambiental .....	111
Tabla 81: Impacto General del Proyecto .....	112

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Conocimiento de las propiedades nutritivas de la gallina de campo.....	43
Figura 2: Consumo de gallina de campo.....	44
Figura 3: Disponibilidad de consumo.....	45
Figura 4: Frecuencia de compra.....	46
Figura 5: Cantidad de compra.....	47
Figura 6: Lugar de compra.....	48
Figura 7: Precio del producto.....	49
Figura 8: Interés publicitario.....	50
Figura 9: Medio publicitario acerca de la gallina de campo.....	51
Figura 10: Medio publicitario.....	52
Figura 11: Canal de distribución.....	56
Figura 12: Ubicación Geográfica de la Provincia de Imbabura.....	61
Figura 13: Ubicación Geográfica del Proyecto.....	62
Figura 14: Croquis del Sector.....	63
Figura 15: Distribución de la planta.....	65
Figura 16: Distribución del terreno y el área de producción.....	66
Figura 17: Flujograma del proceso de producción.....	70
Figura 18: Flujograma del proceso de faenamiento y comercialización.....	73
Figura 19: Logotipo.....	97
Figura 20: Organigrama Estructural.....	101

## INTRODUCCIÓN

### ANTECEDENTES

El cantón Otavalo, conocido como “Capital Intercultural del Ecuador” por su riqueza cultural e histórica. Está ubicado en la provincia de Imbabura a 110 kilómetros de la capital del país. Al Norte limita con Cayambe y Pedro Moncayo. Al Sur con Ibarra y Cotacachi, tiene una superficie de 528 kilómetros cuadrados, la ciudad y el cantón llevan el nombre majestuoso OTO-VA-L-O que significa “Lugar de los antepasados”. Su diversidad geográfica y cultural le han transformado en una de las principales atracciones turísticas de la zona norte del país; está conformada por dos parroquias urbanas; El Jordán y San Luis, nueve parroquias rurales; Eugenio Espejo, González Suárez, Miguel Egas Cabezas, San José de Quichinche, San Juan de Ilumán, San Pablo de Lago, San Pedro de Pataquí, San Rafael de la laguna y Selva Alegre, en la zona andina los pobladores realizan diversas actividades productivas como: la avicultura, la agricultura, la ganadería y las artesanías.

Otavalo es una ciudad que se destaca por tener el mayor número de pobladores, la mayoría de ellos se dedican al comercio y a la artesanía y pocos se dedican a la crianza de pollos y gallina de campo para consumo familiar.

Las empresas que se dedican al faenamiento o procesamientos de pollos y/o gallinas de campo en la provincia de Imbabura, son muy escasas, apenas cuatro están registrados en el Sistema de Información Nacional del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca; la microempresa Raúl Echeverría, San Fernando, Chamanal y San pedro, la oferta de gallinas de campo que existe en el mercado es nula.

La provincia de Imbabura ocupa el puesto número 4 dentro de los distritos con mayor capacidad de producción anual de pollos, la provincia de Pichincha es el líder con 7, 694,050 millones, Guayas ocupa el segundo puesto con 7, 639,800 millones, el tercer puesto es para el Distrito de El Oro con 2, 299,975 millones y en el cuarto puesto la provincia de Imbabura con una producción anual de 1, 960,180 millones de pollos. Además el sector genera un ingreso anual de 14, 309,314 millones de dólares (CONAVE, 2016).

Frente a esta situación se plantea la creación de una microempresa productora y comercializadora de gallina de campo con la finalidad de que la gente consuma un producto nutritivo y de calidad.

## **JUSTIFICACIÓN**

En casi todos los países del mundo, más del 90% de las empresas son MIPyMEs. Estas generan más de la mitad del empleo, en muchos países representan el sector más dinámico de la economía, brindando un relevante componente de competencia, así como también de ideas, productos y trabajos nuevos. En nuestro país existen 843,745 empresas registradas en el 2016, 90,5% son microempresas, es decir con ventas anuales menores a 100 mil dólares y entre uno y nueve empleados. Las microempresas generan mayor parte de empleo y de valor agregado en los diversos sectores de la economía (Binetti, 2014).

El presente proyecto de investigación referente a la producción y comercialización de gallina de campo se justifica porque se pretende criar y comercializar en la ciudad de Otavalo un producto alimenticio, saludable, nutritivo y de sabor agradable. “Considerando que en la época actual la avicultura es una gran alternativa para mejorar el desarrollo económico de nuestro país” CONAVE (2016, pág 56).

El proyecto toma importancia por la creación de fuentes de trabajo, tener una amplia visión y creatividad para nuevos emprendimientos, y diversificar la forma de obtener ingresos. En la ciudad de Otavalo existe la oportunidad de implantar este emprendimiento debido a que la mayoría de las personas si consumen y tienen la capacidad económica para adquirir el producto, los cuales se convierten en la principal razón de poner en marcha la creación de la microempresa.

Los principales beneficiarios serán los propietarios y trabajadores porque obtendrán un ingreso económico y mejorar la calidad de vida de su familia, e indirectamente se benefician los consumidores finales porque van a adquirir un producto de calidad.

## **PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROYECTO**

### **PLANTEAMIENTO**

“En la actualidad la Provincia de Imbabura presenta un nivel de desempleo de 4,5%”. Quisoboni (2017, pág 10) Debido a la necesidad de tener un empleo en la provincia, la mayoría de familias del sector rural se vieron obligadas a la crianza de diferentes animales y una de ellas es la gallina de campo, la misma que les sirve como fuente de alimento y de ingreso, esta actividad les permite cubrir sus necesidades básicas.

Por otro lado, la situación económica actual ha contribuido a la carencia de empleos en las familias de los diferentes pueblos de la Provincia de Imbabura, constituyendo una alternativa para el sustento de la crianza de animales de manera tradicional y natural. Esta producción representa una vía para mejorar el nivel de vida de los pobladores de las distintas comunidades, ante la escasez de fuentes de empleo e incremento en los precios de los productos de consumo diario.

Dentro de la crianza de animales, se encuentra la gallina de campo. La Distribuidora Jorge Andrés compra y vende las gallinas de campo de las distintas comunidades del cantón Otavalo, al observar que la distribuidora no puede comprar en su totalidad, los productores se ven obligados a realizar su venta de manera informal, por lo tanto es necesario la creación de otra microempresa que se dedique a la comercialización de gallinas de campo.

## **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

Surge la necesidad de crear una microempresa de producción y comercialización de gallinas de campo en la ciudad de Otavalo, Provincia de Imbabura.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Crear una microempresa de producción y comercialización de gallinas de campo en la ciudad de Otavalo, Provincia de Imbabura.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar el diagnóstico situacional para la determinación de las variables del proyecto.
- Identificar las bases teóricas que permitan la elaboración de un marco teórico adecuado para la investigación.
- Elaborar el estudio de mercado para el análisis de la oferta y la demanda que tendrá el producto y la manera de comercialización, (nombre, canales de distribución, elementos de marketing) para determinar los puntos clave del proyecto.

- Realizar el estudio técnico para la determinación de la localización y tamaño de ingeniería del proyecto.
- Elaborar el estudio de presupuesto operacional necesario para dar vida al emprendimiento.
- Elaborar una estructura organizativa que identifique las áreas y departamentos de la microempresa.
- Analizar los impactos económicos, y ambientales que ocurran en cuanto a la implementación del emprendimiento.

## CAPÍTULO I

### 1. DIAGNOSTICO SITUACIONAL

#### 1.1. Antecedentes

Las gallinas de campo están hoy distribuidas por casi todo el mundo. Domesticar estas aves es una actividad milenaria que se relaciona con las costumbres tradicionales de los diferentes pueblos, Además hay datos de diferentes culturas que así lo confirman. Ballina (2015, pág 15)

“La cría de aves en cautiverio tiene un valor económico y social. Esta actividad se realiza en distintas partes del mundo en criaderos o granjas familiares para el consumo propio o para venderlas” Ballina (2015, pág 17).

En el Ecuador se registran alrededor de 15.244.987 aves criadas en el campo, en la provincia de Imbabura existen aproximadamente 156.876 aves de campo de las cuales 67.910 corresponden a pollitos y 88.966 a gallos y gallinas (INEC – ESPAC, 2015).

En el cantón Otavalo según los datos del último Censo Agropecuario realizado en el año 2000 existen 3.254 Unidades de Producción Agropecuarias y 47.543 aves entre gallos, gallinas y pollitos criados en el campo. Este Cantón cuenta con dos parroquias urbanas y nueve parroquias rurales. Además, Otavalo está localizada en la parroquia San Luis y de acuerdo al censo 2010 tiene 108.504 mil habitantes y se destaca por ser uno de los destinos turísticos más importante de la provincia, por las tradiciones, mitos y costumbres de sus pueblos (INEC, 2015).

San Luis de Otavalo es el hogar de la etnia indígena Kichwa de los Otavalos, denominado la Capital Intercultural de Ecuador, por su enorme potencial en aspectos como paisaje, riqueza cultural y desarrollo comercial. Actualmente, el principal eje comercial del cantón son los tejidos y textiles; sin restarle importancia a la producción agrícola y la crianza de animales, actividades complementarias para autoconsumo y subsistencia familiar que les permite mantener el vínculo entre comunidades.

Por otra parte en Otavalo la crianza de las gallinas de campo es una actividad económica, esta ave generalmente se alimenta de las semillas de plantas, frutos caídos de los árboles, lombrices de tierra, insectos y otros artrópodos que encuentre en los patios o corrales. Además reciben diariamente una ración variable de grano de maíz.

El proyecto cobra importancia positiva con la finalidad que esta actividad se continúe desarrollando dentro del cantón y se convierta en una oportunidad de apoyo a la economía familiar, el presente proyecto pone énfasis en la producción y comercialización de gallinas de campo.

## **1.2. Objetivos del Diagnóstico**

### **1.2.1. Objetivo General**

Realizar un diagnóstico situacional para la producción y comercialización de gallinas de campo en la ciudad de Otavalo, determinando los Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos del negocio.

### **1.2.2. Objetivos Específicos**

- a) Identificar la forma de crianza de las gallinas de campo.
- b) Analizar las características sociodemográficas de la población de la ciudad de Otavalo.
- c) Identificar la situación socioeconómica de la población de la ciudad de Otavalo.
- d) Analizar la situación actual de consumo y la competencia del emprendimiento en materia de comercialización de gallinas de campo.
- e) Conocer los requisitos legales para la implementación de un negocio que comercialice gallinas de campo en la ciudad de Otavalo.

### **1.3. Variables Diagnósticas**

Las variables necesarias para llevar a cabo el estudio diagnostico son las siguientes:

- a) Producción de Gallinas de Campo
- b) Nivel Sociodemográfico
- c) Condición Socioeconómica
- d) Fuerzas Competitivas
- e) Requisitos Legales

### **1.4. Indicadores de las Variables**

#### **1.4.1. Producción de Gallinas de Campo**

- a) Infraestructura
- b) Alimentación
- c) Sanidad

d) Manejo

#### **1.4.2. Nivel Sociodemográfico**

a) Densidad Poblacional

b) Estructura Poblacional

#### **1.4.3. Condición Socioeconómica**

a) Población económicamente activa

b) Principales actividades económicas

c) Desempleo

#### **1.4.4. Fuerzas Competitivas**

a) Consumidores

b) Competidores

#### **1.4.5. Requisitos Legales**

a) Patente Municipal

b) Permisos Sanitarios

c) Permiso de Bomberos

## 1.5. Matriz de Relación Diagnóstica

**Tabla 1:** Matriz de Relación Diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTE DE INFORMACIÓN	
<b>Identificar la forma de crianza de las gallinas de campo.</b>	Producción de gallinas de campo	Infraestructura, Sanidad, Manejo.	Alimentación,	Revisión Documental	Guía de Buenas Prácticas Avícolas-Agro calidad-MAGAP
<b>Analizar las características sociodemográficas de la población de la ciudad de Otavalo.</b>	Nivel Sociodemográfico	Densidad Poblacional, Estructura Poblacional		Revisión Documental	Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo - Provincia de Imbabura.
<b>Identificar la situación socioeconómica de la población de la ciudad de Otavalo.</b>	Condición Socioeconómica	Población económicamente activa, Principales actividades económicas, Desempleo.		Revisión Documental	Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo - Provincia de Imbabura.
<b>Analizar la situación actual de consumo y la competencia del emprendimiento en materia de comercialización de gallinas de campo.</b>	Fuerzas Competitivas	Consumidores, Competidores		Observación	Ficha de observación a los principales negocios que comercializan gallinas de campo de la ciudad de Otavalo.
<b>Conocer los requisitos legales para la implementación de un negocio que comercialice gallinas de campo en la ciudad de Otavalo.</b>	Requisitos Legales	Permiso de Bomberos Patente Municipal Permiso Sanitario		Revisión documental	GAD Municipal de Otavalo Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria.

**Fuente:** Diagnostico (Micro entorno – Macro entorno)

**Elaborado por:** El Autor

## **1.6. Análisis de Variables e Indicadores**

### **1.6.1. Producción de Gallinas de Campo**

#### a) Infraestructura

Por su naturaleza, la crianza de las gallinas de campo no se rigen bajo criterios técnicos ya que se realiza de forma rudimentaria; pero, para garantizar una producción óptima es indispensable tener instalaciones adecuadas que permitan realizar las actividades de sanidad, seguridad y alimentación sin inconvenientes y sin lastimar a las aves.

Las instalaciones de las aves en estudio se denominan comúnmente gallineros, los cuales para preservar la vida de los animales deben apegarse a las siguientes recomendaciones:

- Adecuada temperatura, luz y ventilación.
- El tamaño depende directamente de la cantidad de aves a producirse, considerando que por cada metro cuadrado se colocan 5 o 6 gallinas.
- Los bebederos, comederos y equipos utilizados deben ser de material no tóxicos para evitar la transmisión de microorganismos contaminantes.
- Las instalaciones eléctricas no deben estar al alcance de las aves.
- Los nidos de las gallinas deben ser cómodos y estar a medio metro de la superficie del piso.  
Es recomendable un nido por cada tres aves.

#### b) Alimentación

Para obtener carne altamente nutritiva, formación de huevos de calidad y reproducción, es necesario que las gallinas dispongan de una correcta alimentación durante su ciclo productivo.

A diferencia de los pollos encubados, las gallinas de campo se caracterizan por ser alimentadas con productos totalmente naturales que les proporcionan los nutrientes, proteínas, minerales y carbohidratos necesarios para su correcto desarrollo sin basarse en una dieta estricta. Los principales alimentos de consumo de estas aves son el morocho, los insectos y lombrices, vegetales, frutos, flores y restos de comida casera, que ayudan a incrementar su peso corporal y producción de huevos. Además se les brinda continuamente agua que es indispensable para que puedan digerir los alimentos y absorban los nutrientes.

De acuerdo a la etapa de crecimiento del ave se le ofrece el alimento con la finalidad de que lo puedan ingerir sin problemas, como se detalla a continuación:

- Pollos de 0 a 1 mes de edad: Ingieren morocho molido debido a su pequeño pico y capacidad de digestión.
- Pollos y gallinas de 1 a 4 meses de edad: Ingieren morocho entero, vegetales, frutos, restos de comida casera y están en capacidad de conseguir su propio alimento en el campo.
- Gallos y gallinas en etapa de reproducción: Consumen los alimentos antes mencionados pero en mayores cantidades debido a su condición reproductiva.

### c) Sanidad

Mantener la higiene dentro del gallinero es una medida que previene el contagio de enfermedades tanto para las aves como para las personas que están en contacto con ellas, por lo cual se deben seguir las siguientes normas:

- Mantener totalmente limpias las instalaciones, bebederos, comederos y equipos utilizados.
- Cambiar el agua de las aves al menos dos veces al día.

- Limpiar y cambiar las camas de los nidos.
- Barrer las instalaciones.
- Separar las aves enfermas.
- No sacar los pollitos bebes del gallinero durante su primer mes de vida.

#### d) Manejo

En base al cuidado que se brinde a las aves se obtendrá una buena producción, por lo cual se debe considerar lo siguiente:

- En la mañana revisar las aves, alimentarlas y soltarlas al campo, en el transcurso del tiempo se puede realizar la limpieza de las instalaciones.
- En las tardes revisar nuevamente las aves y encerrarlas, procurando dejarlas con suficiente comida y agua.
- Los pollos bebes necesitan de mayor cuidado.
- Las gallinas reproductoras deben estar sanas y para hacerlas empollar se deben utilizar los mejores huevos.

### **1.6.2. Nivel Sociodemográfico**

#### a) Densidad Poblacional

El cantón San Luis de Otavalo tiene población de 104.874 habitantes, de los cuales el 48,10% son hombres y el 51,9% son mujeres siguiendo el patrón tanto del país como de la provincia de Imbabura, demostrando un mayor número de mujeres en relación a los hombres (Tabla 2).

**Tabla 2:** Población de la Parroquia Otavalo

Población Urbana y Rural del Cantón Otavalo según Sexo			
PARROQUIA	URBANO		TOTAL
	HOMBRES	MUJERES	
Otavalo	18821	20533	39354
<b>TOTAL</b>	<b>18821</b>	<b>20533</b>	<b>39354</b>

**Fuente:** Actualización del Plan de Desarrollo y Formulación del Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo.

**Elaborado por:** El Autor

### b) Estructura Poblacional

La estructura poblacional se muestra mediante una pirámide que refleja la realidad de los grupos etáreos presentes en un territorio. En el caso del cantón Otavalo se presenta una pirámide expansiva con una base ancha y una rápida disminución en su ascenso, misma que al analizarla demuestra que es un cantón que se encuentra en plena transición demográfica con altas tasas de mortalidad y con crecimiento natural alto (Tabla 3).

**Tabla 3:** Grupos de Edad del Cantón Otavalo

Grupos de Edad	Mujer	Hombre
De 100 años y más	3	2
De 95 a 99 años	39	18
De 90 a 94 años	120	61
De 85 a 89 años	290	196
De 80 a 84 años	606	411
De 75 a 79 años	773	612
De 70 a 74 años	1133	904
De 65 a 69 años	1464	1199
De 60 a 64 años	1690	1336
De 55 a 59 años	1736	1591
De 50 a 54 años	2034	1730
De 45 a 49 años	2645	2230
De 40 a 44 años	2889	2430
De 35 a 39 años	3223	2738
De 30 a 34 años	3625	3023
De 25 a 29 años	4098	3754
De 20 a 24 años	4726	4454
De 15 a 19 años	5478	5497
De 10 a 14 años	6173	6361
De 5 a 9 años	6277	6267
De 1 a 4 años	4510	4728
Menor de 1 año	896	904

**Fuente:** Actualización del Plan de Desarrollo y Formulación del Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo.

**Elaborado por:** El Autor

### 1.6.3. Condición Socioeconómica

#### a) Población económicamente activa

El funcionamiento de la población en el cantón Otavalo según datos del INEC (Censo-2010) respecto a los indicadores PET, PEI y PEA es el siguiente (Tabla 4):

**Tabla 4:** Funcionamiento de la Población

Indicador	Hombre	Porcentaje	Mujer	Porcentaje
<b>Población Total (PT)</b>	39153	100%	65327	100%
<b>Población en Edad de Trabajar (PET)</b>	31596	80,6%	49709	76,1%
<b>Población Económicamente Inactiva (PEI)</b>	14106	44,7%	26196	52,7%
<b>Población Económicamente Activa (PEA)</b>	17490	55,3%	23513	47,3%

**Fuente:** Actualización del Plan de Desarrollo y Formulación del Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo.

**Elaborado por:** El Autor

En la distribución de la población económicamente activa dentro del cantón San Luis de Otavalo, se identifica una mayor cantidad en la ciudad de Otavalo con 27210 personas, correspondiente al 51,58% del total de la población del cantón (Tabla 5).

**Tabla 5:** Población Económicamente Activa de la Ciudad de Otavalo

Parroquia	PEA	Porcentaje
<b>Otavalo</b>	27210	51,58%

**Fuente:** Actualización del Plan de Desarrollo y Formulación del Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo.

**Elaborado por:** El Autor

#### b) Principales actividades económicas

Las actividades industriales, comerciales y de servicios que se llevan a cabo en el cantón Otavalo permiten su desarrollo económico, de acuerdo a la participación de la población activa las principales actividades económicas son las siguientes (Tabla 6):

**Tabla 6:** Principales Actividades Económicas del Cantón Otavalo

Actividad	PEA	PEA%
<b>Manufactura</b>	10025	23,46%
<b>Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca</b>	8004	18,73%
<b>Comercio al por mayor y menor</b>	6480	15,17%
<b>Total</b>	<b>24509</b>	<b>57,36%</b>

**Fuente:** Actualización del Plan de Desarrollo y Formulación del Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo.

**Elaborado por:** El Autor

### c) Desempleo

Según datos del censo del 2010 en conjunto con la SENPLADES demuestran que en el cantón Otavalo existe únicamente el 5% de desempleo en relación a los demás indicadores laborales (INEC, 2010). De acuerdo a la siguiente (Tabla 7):

**Tabla 7:** Indicadores Laborales de Otavalo

Indicador	Porcentaje
<b>Tasa de participación bruta</b>	43%
<b>Tasa de participación global</b>	62%
<b>Tasa de empleo adecuado</b>	49%
<b>Tasa de empleo inadecuado</b>	46%
<b>Tasa de subempleo</b>	12%
<b>Tasa de otro empleo inadecuado</b>	25%
<b>Tasa de empleo no remunerado</b>	6%
<b>Tasa de desempleo</b>	5%

**Fuente:** Actualización del Plan de Desarrollo y Formulación del Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo.

**Elaborado por:** El Autor

### 1.6.4. Fuerzas Competitivas

#### a) Consumidores

**Tabla 8:** Ficha de observación de los Aspectos del Consumidor

<b>a) Aspectos del Consumidor</b>	<b>Alto</b>	<b>Regular</b>	<b>Bajo</b>	<b>Observación</b>
Afluencia constante		X		
Percepción de necesidad del producto		X		
Poder adquisitivo		X		
Motivación de compra	X			
Satisfacción	X			

**Fuente:** Observación Directa en principales negocios de comercialización de gallinas de campo en la ciudad de Otavalo.

**Elaborado por:** El Autor

En base a los datos obtenidos de la ficha de observación, se determina que los consumidores son personas con poder adquisitivo regular. Además regresan motivados frecuentemente a adquirir el producto y a seguir consumiendo la gallina; cabe destacar que al realizar su compra salen satisfechos porque saben que llevan un excelente producto alto en nutrientes.

#### b) Competidores

**Tabla 9:** Ficha de observación de los Aspectos de la Competencia

<b>b) Aspectos de la Competencia</b>	<b>Bueno</b>	<b>Regular</b>	<b>Malo</b>	<b>Observación</b>
Localización	X			
Imagen corporativa		X		
Infraestructura		X		
Atención al cliente		X		
Calidad de los productos	X			
Higiene		X		

**Fuente:** Observación Directa en principales negocios de comercialización de gallinas de campo en la ciudad de Otavalo.

**Elaborado por:** El Autor

Al analizar los datos observados se ha identificado que en la ciudad de Otavalo existe una principal microempresa que se dedica a comercializar netamente gallinas de campo, la cual es la Distribuidora Jorge Andrés, misma que de acuerdo a los ítems definidos tiene en general un nivel regular, destacando la atención al cliente y lo más importante la calidad del producto que tiene

un nivel alto de cumplimiento, convirtiéndose de esta manera en la competencia directa del emprendimiento. El no tener mucha competencia en el mercado, se convierte en una ventaja para el proyecto porque se podrá cubrir las demanda insatisfecha en el mercado.

### **1.6.5. Requisitos Legales**

#### a) Permiso de Bomberos

Los requisitos para obtener el permiso del cuerpo de bomberos para el funcionamiento de un local comercial en el cantón San Luis de Otavalo son los siguientes:

- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación.
- Copia de RUC o del RISE.
- Copia del impuesto predial de la casa donde va a funcionar el local del año en curso.
- Formulario de inspección aprobada del Cuerpo de Bomberos de Otavalo.
- Copia de la calificación artesanal si es artesano calificado.

Al cumplir con estos requisitos y finalizar el debido proceso se obtiene el permiso legal de la institución.

#### b) Patente Municipal

El impuesto de la Patente Municipal para nuevas actividades económicas, se debe declarar y pagar en los 30 días siguientes al final del primer mes de realizar las actividades.

El monto que se debe cancelar será en base a los activos que se posea.

Los requisitos para declarar el Impuesto a la Patente Municipal por primera vez son los siguientes:

a) Personas naturales obligados y no obligados a llevar contabilidad:

- Copia de cédula de ciudadanía y certificado de votación del último proceso electoral.
- Copia del RUC actualizado.
- Copia de la declaración del impuesto a la renta del año anterior (Si está obligado a declarar).
- Copia de la última declaración del IVA (Si no está obligado a declarar el impuesto a la renta).
- Informe de factibilidad emitidos por las Jefaturas de Medio Ambiente y Control Urbano.
- Permiso del Cuerpo de Bomberos de Otavalo.
- Formulario de solicitud y declaración de la patente.

b) Personas jurídicas y sociedades:

- Copia de la escritura de constitución de la empresa.
- Copia de la declaración del impuesto a la renta del año anterior (Si ha cumplido más de un año de operaciones).
- Copias certificadas de estados financieros del último ejercicio económico.
- Copia de cédula de ciudadanía y certificado de votación del último proceso electoral y nombramiento del representante legal.
- Copia del RUC actualizado.
- Informe de factibilidad emitidos por las Jefaturas de Medio Ambiente y Control Urbano.
- Permiso del Cuerpo de Bomberos de Otavalo.
- Formulario de solicitud y declaración de la patente.

Una vez obtenida la patente municipal se deberá exhibirla en un lugar visible.

c) Permiso Sanitario de Funcionamiento

Debido a que el emprendimiento por su actividad económica es sujeto de control y vigilancia sanitaria necesita el permiso sanitario de funcionamiento otorgado por la ARCSA, para lo cual se debe seguir el siguiente procedimiento:

- Registrarse en el sistema informático de la ARCSA.
- Generar la solicitud para obtener el permiso de funcionamiento.
- Adjuntar el número de RUC.
- Cancelar el valor correspondiente de acuerdo a la orden de pago.
- Adjuntar el comprobante de pago en el sistema.
- Imprimir la factura y permiso de funcionamiento después de 24 horas de emitido el pago.

## 1.7. Matriz AOOR

**Tabla 10:** Matriz AOOR

ALIADOS	OPORTUNIDADES
1. Materia prima disponible para la alimentación de las aves.	1. Baja oferta del producto por lo que existe poca competencia directa.
2. Producto totalmente natural y altamente nutritivo.	2. Aceptación de la población, debido a que es un producto que no contiene químicos.
3. Existencia de mano de obra capacitada para la crianza y procesamiento de las aves.	3. Clima templado de la provincia que ayuda al crecimiento de las aves.
4. Relaciones con personas con experiencia en el negocio.	4. Contar con infraestructura propia para la crianza de las aves.
OPONENTES	RIESGOS
1. Competencia indirecta de la venta artesanal de los pollos de engorde.	1. Aparición de enfermedades que afectan a la producción avícola.
2. Recurso económico limitado por parte de los consumidores.	2. Competencia de precios.
3. Mayor tiempo para el ciclo productivo en relación con los pollos de engorde.	3. Falta de confianza de los consumidores al ser nuevos en el mercado.
4. Tasa de inflación que afecta el equilibrio económico del mercado.	4. Crisis económica.

**Fuente:** Diagnóstico Situacional.

**Elaborado por:** El Autor

## **1.8. Cruces Estratégicos**

### **1.8.1. Aliados y Oportunidades**

- Aprovechar la aceptación de la población de la ciudad de Otavalo para ofrecer un producto de calidad y nutritivo satisfaciendo la demanda.
- Adecuar la infraestructura a las necesidades del emprendimiento y emplear la mano de obra calificada para garantizar una producción óptima.

### **1.8.2. Aliados y Riesgos**

- Fijar precios moderados en base al adecuado manejo de costos de mano de obra y materia prima que permitan competir en el mercado.
- Las gallinas de campo al ser alimentadas naturalmente y sin hormonas serán más resistentes a las enfermedades.

### **1.8.3. Oponentes y Oportunidades**

- Al existir baja oferta actualmente, la microempresa podrá ingresar al mercado y ser competitiva al comercializar productos de calidad y nutritivos.
- El clima del sector permitirá que el ciclo productivo de las gallinas de campo se cumpla adecuadamente sin presentar inconvenientes y disminuyendo el porcentaje de mortalidad en comparación con los pollos de engorde.

#### **1.8.4. Oponentes y Riesgos**

- Gestionar ante instituciones municipales la verificación de las normativas sanitarias con la finalidad de garantizar la calidad del producto frente a los consumidores y evitar la competencia desleal.
- La creación de la microempresa ayudará a solucionar situaciones económicas de diversas familias en los distintos sectores.

#### **1.9. Identificación de la Oportunidad de la Inversión**

Al realizar el diagnóstico situacional, entorno a la microempresa productora y comercializadora de gallinas de campo, se identificó la oportunidad de apertura del emprendimiento en la ciudad de Otavalo.

Para que las gallinas de campo se desarrollen en óptimas condiciones se necesita de un suelo y clima idóneo, la provincia de Imbabura cuenta con estas características importantes para su producción, en el transcurso del tiempo se podría aumentar las hectáreas de terreno y el número de beneficiarios.

Además, es significativo destacar que en la actualidad existe poca competencia directa ya que la mayoría de los productores se dedican a comercializar los pollos de engorde que a la larga son perjudiciales para la salud, el emprendimiento plantea entregar a los consumidores un producto totalmente sano y nutritivo que cumpla sus expectativas de calidad.

Actualmente el Ecuador no se encuentra dentro de los grandes exportadores andinos de la gallina de campo. A pesar de que el producto genera un valor agregado al tener un proceso de crianza natural y ser rica en nutrientes que fortalecen las defensas de los consumidores; además con el

surgimiento del cambio de la matriz productiva se busca implementar la creación de microempresas, pequeñas y medianas, capaces de generar calidad, sostenibilidad y sustentabilidad mediante procesos innovadores, eficaces y eficientes.

Finalmente, se considera que existe una gran oportunidad de inversión económica debido a la facilidad de adquirir un crédito y los permisos legales para su funcionamiento.

Por las razones antes mencionadas se determina la viabilidad de la creación de una microempresa productora y comercializadora de gallinas de campo en la ciudad de Otavalo.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Empresa

Según Zapata (2015) la empresa es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes y/o servicios que, al ser vendido, producirán una renta que beneficia al empresario, al Estado y a la sociedad en general.

##### 2.1.1. Clasificación:

Para Zapata (2015) la empresa se clasifica bajo los siguientes criterios:

##### Según su naturaleza:

- **Industriales:** transforman materias primas en nuevos productos.
- **Comerciales:** compra y venta de productos; intermediarias entre productores y compradores.
- **Servicios:** generación y ventas de productos intangibles.
- **Agropecuarias:** explotan productos agrícolas y pecuarios.
- **Mineras:** explotan los recursos del subsuelo.

##### Según el sector o la procedencia del capital:

- **Públicas:** el capital pertenece al sector público.
- **Privadas:** el capital pertenece al sector privado.
- **Mixtas:** el capital es público y privado.

### **Según la integración del capital o número de socios:**

- **Unipersonales:** el capital es el aporte de una sola persona.
- **Sociedades:** aporte de capital por personas jurídicas o naturales.
  - Sociedad de personas
  - Sociedad de capital

## **2.2. Microempresa**

Torres (2014) manifiesta:

La Microempresa es la organización económica de hecho, administrada por una o más personas emprendedoras, que tiene objetivos económicos, éticos y sociales. Su capital no supera los USD 100 000 y el número de trabajadores no Sobrepasa los 10, incluyendo el dueño. Aplican la autogestión y tienen gran capacidad de adaptarse al medio (pág. 43).

### **2.2.1. Ventajas**

Monteros (2013) define cuales son las ventajas de una microempresa:

- Al igual que la pequeña y mediana empresa es una fuente generadora de empleo
- Se transforma con gran facilidad por no poseer una estructura rígida.
- Son flexibles, adaptando sus productos a los cambios del Mercado.
- Tienen mayores posibilidades de conocer al cliente y saber lo que necesitan, por lo que les es más fácil llegar al cliente.
- Es un nuevo modelo de negocio, si no existiera se perderían muchas posibilidades y empleos.

### 2.3. Emprendimiento

Stuardo (2011) Define como “El proceso de iniciación de una aventura empresarial, en la cual se provee a la organización de los recursos necesarios, asumiendo riesgos y obteniendo recompensas asociados” (pág. 11).

### 2.4. Estudio de Mercado

#### 2.4.1. Mercado

López Miguens, Gonzáles Vázquez, & Otero Neira (2015) Afirman: “El mercado es un sitio público destinado permanentemente, o en días señalados, para vender, comprar o permutar bienes o servicios” (pág. 312).

#### 2.4.2. Clases de mercado

López Miguens, Gonzáles Vázquez, & Otero Neira (2015) clasifican al mercado de la siguiente manera:

- **Mercado potencial:** conjunto de consumidores que tienen interés por un producto o servicio en particular.
- **Mercado potencial real:** Conjunto de consumidores que además de un interés por comprar, tienen capacidad para hacerlo.
- **Mercado disponibles:** Conjunto de consumidores que tienen interés, ingresos y disponen de acceso a una oferta.
- **Mercado disponible cualificado:** Conjunto de consumidores que tienen interés, ingreso y están cualificados para adquirirlo.

- **Meracdo objetivo:** Parte del mercado disponible cualificado al que decide dirigirse la empresa.
- **Mercado penetrado:** Es el conjunto de consumidores que ya ha comprado el producto o servicio determinado. Es decir, el mercado alcanzado por la empresa.

## **2.5. Oferta:**

Según Obando (2015) “La oferta son las distintas cantidades de un bien o servicio que los productores están dispuestos a llevar al mercado a distintos precios manteniéndose los demás determinantes invariables” (pág. 40).

## **2.6. Demanda**

Según Flóres (2015) “la demanda es el proceso mediante el cual se logran determinar las ondiciones que afectan el consumo de un bien y/o servicio” (pág. 34).

## **2.7. Elementos de Marketing**

Según Espinosa (2014)“ El marketing mix es uno de los elementos clásicos del marketing, el cuál se utilizo para englobar a sus cuatro componentes básicos: producto, precio, plaza y promoción, también conocidas como las 4Ps” (pág.122).

### **2.7.1. Producto**

“El producto puede ser definido como cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad” (López Miguens, Gonzáles Vázquez, & Otero Neira, 2015, pág.45).

### **2.7.2. Precio**

“El precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o utilizar el producto o servicio” (López Miguens, Gonzáles Vázquez, & Otero Neira, 2015, pág. 47).

### **2.7.3. Plaza**

Kotler & Lane Keller (2015) delimitan, la plaza como una variable de mercadotecnia que se encarga de lograr que los productos de la microempresa, estén disponibles para los clientes mediante canales, cobertura y logística de comercialización. Si el cliente no encuentra nuestro producto de nada ha servido los primeros dos elementos promoción y producto.

### **2.7.4. Promoción**

Para Flóres (2015) “la promoción es una actividad encaminada a dar a conocer e impulsar el consumo de un bien o servicio, que genera necesariamente un valor agregado y conlleva un costo por ese concepto” (pág. 56)

## **2.8. Canales de distribución**

Makens, Philip, & Bowen (2015) Afirma: “Un canal de distribución es un conjunto de organizaciones independientes involucradas en el proceso de colocar un producto o servicio a disposición del consumidor o de otra empresa que actúe como cliente” (pág. 335).

### **2.8.1. Importancia**

Según Makens, Philip, & Bowen (2015) “Los canales de distribución proporcionan un flujo continuo de clientes. Si están bien gestionadas pueden marcar la diferencia entre ocupar una posición puntera en el mercado y resignarse a la lucha por la supervivencia” (pág. 334).

### 2.8.2. Funciones de los canales de distribución

Makens, Philip, & Bowen (2015) Manifiestas que: “Los canales de distribución reducen o eliminan las diferencias de tiempo, lugar y pertenencia que separan a los artículos y los servicios de quienes quieren utilizarlos”. (pág. 336)

Los miembros del canal de distribución realizan funciones claves:

- **Información:** Recogen y distribuyen estudios de mercado e inteligencia de marketing sobre el entorno de la empresa.
- **Promoción:** Desarrollan y difunden comunicaciones persuasivas sobre una oferta.
- **Contacto:** Buscan compradores potenciales y se comunican con ellos.
- **Adaptación Oferta-demanda:** Conforman y ajustan la oferta a las necesidades del comprador, incluidas actividades tales como la fabricación, la clasificación, el ensablaje y el empaquetado.
- **Negociación:** Acuerdan el precio y otros términos de la oferta para que la propiedad o la posesión pueda ser transferida.
- **Distribución física:** Transportan y almacenan los productos.
- **Financiación:** Adquieren y utilizan fondos para cubrir los gastos de funcionamiento del canal.

- **Asunción de riesgos:** Asumen los riesgos financieros, tales como los derivados de la imposibilidad de vender el inventario en su totalidad.

Los primeros cinco funciones contribuyen a cerrar las transacciones. Las tres últimas ayudan a realizar las transacciones acordadas. Todas estas funciones tienen tres puntos en común: los miembros utilizan recursos escasos, a menudo la especialización facilita su realización y las funciones pueden ser trasladadas a los diferentes miembros del canal de distribución.

## **2.9. Presupuesto**

Louffat (2014) Define que: Los presupuestos son elementos encargados de cuantificar los gastos y/o costos necesarios para poner en ejecución las actividades y/o acciones administrativas previstas en el empleo eficaz y eficiente de los recursos organizacionales que permitan cumplir con la misión, objetivos y estrategias definidas previamente, dentro de los plazos previstos.

## **2.10. Estructura Organizativa**

Para Donnelly (2014) “La estructura organizativa es un concepto abstracto patrón de puestos y grupos de puestos que existen en una organización; es causa importante de la conducta individual y de los grupos” (pág. 122).

### **2.10.1. Importancia:**

Para Donnelly (2014) La estructura organizativa es un factor que influye en la conducta de los individuos y grupos que constituyen una organización, su importancia es tan aceptada

que algunos expertos definen el concepto como aquellas características de la organización que sirven para controlar o distinguir sus partes.

### **2.11. Producción avícola**

FUDE (2014) la avicultura o producción avícola hace referencia a la práctica de criar aves con un objetivo comercial. La misma que puede dividirse en dos grandes nichos dentro del mercado; sea para la venta de huevos o la venta de carne.

La producción avícola es una actividad que están en constante desarrollo y crecimiento. Si embargo para el éxito de esta actividad el avicultor deberá tener ciertos conocimientos específicos sobre cada una de las funciones vitales de las aves.

#### **2.11.1. Importancia:**

FUDE (2014) Manifiesta que: “La producción avícola cumple un papel muy importante en la alimentación humana. Los productos de la avicultura como el huevo o la carne le proporcionan al hombre alimentos de alta calidad y ricos en proteínas”

#### **2.11.2. Avicultura Tradicional**

AGRARIA (2013) Determina que: Engloba a los criadores de aves de raza. Si bien persiguen lucro con sus actividades, éstas no presentan un plan de negocio de complejidad como lo manifiestan las empresas dedicadas a la avicultura industrial. Por lo general esta actividad consiste en la crianza y cuidado de forma tradicional, dentro de las actividades de campo.

### 2.11.3 Ventajas de la producción avícola

AGRARIA (2013) Según este manual especifica las siguientes ventajas:

- Proporcionan al hombre alimentos ricos en proteínas, como el huevo y la carne. También son aprovechados los desperdicios de la matanza en la alimentación animal (cerdos, bovinos), contribuyendo de esta manera a incrementar los ingresos del avicultor.
- Requieren de poco espacio. En un metro cuadrado se pueden explotar de 8 a 10 pollos (engorde), o 6 a 8 gallinas (ponedoras). Se puede aumentar la cantidad de aves teniendo en cuenta las razas y la temperatura de la zona.
- Las utilidades se obtienen a corto plazo. Los pollos de engorde tienen un período de explotación de 7 semanas y las ponedoras alcanzan su madurez sexual a las 18 a 20 semanas de vida, lo que garantiza recuperar el dinero en poco tiempo.
- Son eficientes en el aprovechamiento del alimento. Un ave necesita alrededor de 4 kgrs. de alimento para producir 2 kgrs. de carne y las ponedoras 6 kgrs. de alimento para producir 16 huevos.
- Se adaptan a los diferentes sistemas de explotación. Pueden criarse rústicamente o dentro de instalaciones con tecnología de última generación.
- Requieren de poca mano de obra. Con los modernos sistemas automatizados una sola persona puede atender 5000 aves, en caso de pequeños emprendimientos alcanza con 1 o 2 horas diarias de atención.
- El mercado avícola está bien regularizado y estable. Son productos de mucha demanda y fácil de comercializar durante todo el año.

## 2.12. Proceso

Según Hudson (2014) Un proceso es una secuencia de pasos dispuesta con algún tipo de lógica que se enfoca en lograr algún resultado específico. Los procesos son mecanismos de comportamiento que diseñan los hombres para mejorar la productividad de algo, para establecer un orden o eliminar algún tipo de problema. (pág.116)

## 2.13. Flujograma

Acosta (2014) define: “Un flujograma es una muestra visual de una línea de pasos de acciones que implican un proceso determinado. El flujograma consiste en representar gráficamente, situaciones, hechos, movimientos y relaciones de todo tipo a partir de símbolos” (pág.14).

## 2.14. Simbología

Banzhaf (2015) define: La simbología es una representación gráfica de una imagen o elemento, dicho símbolo debe ser aceptado en una especie de pacto tácito que se hace en la sociedad para poder hacer llegar una idea o información de una persona a otra a través de una combinación de signos. (pág. 210)

### 2.14.1. Significado

Según Banzhaf (2015) establece los siguientes significados de las figuras más usadas en un flujograma:

- **Óvalo o Elipse:** Inicio y Final (Abre y cierra el diagrama).
- **Rectángulo:** Actividad (Representa la ejecución de una o más actividades o procedimientos).

- **Rombo:** Decisión (Formula una pregunta o cuestión).

## 2.15. Faenamiento

Fellenberg (2015) Define: “La planta de faenamiento es un lugar en donde se realizan las operaciones de sacrificio y faenado de la carne animal que se destinan para el abasto público; dicho abastecimiento recibe diferentes nombres: camal, rastro, matadero, frigorífico y matadero” (pág. 114).

### 2.15.1. Áreas básicas de una planta de faenamiento:

Para Fellenberg (2015) la planta de faenamiento está formada de las siguientes áreas:

- **Áreas complementarias:** Incluye la caseta de control, rampa de descarga de animales, corrales de ganado y baño ante-mortem.
- **Unidades de producción:** Cajón de sacrificio o matanza.
- **Áreas complementarias internas:** Incluye zona de faenamiento, envisceración y un área de inspección y sellado.
- **Depósito de esquilmos:** para depositar partes de los animales que no son comestibles.
- **Frigoríficos:** se utilizan para guardar la carne ganada y aquella que no pudo ser distribuida el día de la matanza.

## CAPITULO III

### 3. ESTUDIO DE MERCADO

#### 3.1. Objetivos del estudio de mercado

##### 3.1.1. Objetivo General

Determinar el nivel de oferta, demanda, precio, consumidores y canales de distribución respecto a la producción de la gallina de campo en la ciudad de Otavalo.

##### 3.1.2. Objetivos Específicos

- Investigar la oferta del producto en la ciudad de Otavalo para identificar los posibles competidores en la actualidad.
- Determinar la demanda de las gallinas de campo en la ciudad de Otavalo.
- Identificar el precio de preferencia de la gallina de campo de los consumidores en la ciudad de Otavalo.
- Implantar estrategias de comercialización para ingresar y posicionar la gallina de campo en el mercado.
- Identificar el tipo de consumidor que estaría dispuesto a adquirir la gallina de campo en la ciudad de Otavalo.

#### 3.2. Variables de Mercado

Las variables que se necesitan para cumplir los objetivos específicos del estudio de mercado son las siguientes:

- a) Oferta
- b) Demanda
- c) Precio
- d) Comercialización
- e) Consumidor

### **3.3. Indicadores**

Un indicador permite medir el alcance de un objetivo determinado y el logro que obtendrá el proyecto.

#### **3.3.1. Oferta**

- a) Volumen de ventas
- b) Estimar oferta
- c) Identificación de la competencia

#### **3.3.2. Demanda**

- a) Población
- b) Frecuencia de compra
- c) Características del producto
- d) Disponibilidad de la compra

#### **3.3.3. Precio**

- a) Precio de competencia
- b) Precio de venta
- c) Determinación del precio

#### **3.3.4. Comercialización**

- a) Estrategias de comercialización
- b) Publicidad y Promoción

c) Canales de distribución

### **3.3.5. Consumidor**

a) Capacidad de Pago

b) Nivel de Instrucción

### 3.4. Matriz de Estudio de Mercado

Tabla 11: Matriz de Estudio de Mercado

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTE DE INFORMACIÓN
Investigar la oferta del producto en la ciudad de Otavalo para identificar los posibles competidores en la actualidad.	Oferta	Volumen de ventas, Estimar oferta, Identificación de la competencia.	Observación	Ficha de observación a los principales negocios que comercializan gallinas de campo de la ciudad de Otavalo.
Determinar la demanda de las gallinas de campo en la ciudad de Otavalo.	Demanda	Población, Frecuencia de compra, Características del producto, Disponibilidad de la compra.	Encuesta	Cuestionario dirigido a las familias de la ciudad de Otavalo.
Identificar el precio de preferencia de la gallina de campo de los consumidores en la ciudad de Otavalo.	Precio	Precio de competencia, Precio de venta, Determinación del precio.	Encuesta	Cuestionario dirigido a las familias de la ciudad de Otavalo.
Implantar estrategias de comercialización para ingresar y posicionar la gallina de campo en el mercado.	Comercialización	Estrategias de comercialización, Publicidad y promoción, Canales de distribución.	Encuesta	Cuestionario dirigido a las familias de la ciudad de Otavalo.
Identificar el tipo de consumidor que estaría dispuesto a adquirir la gallina de campo en la ciudad de Otavalo.	Consumidor	Capacidad de pago, Nivel de instrucción.	Encuesta	Cuestionario dirigido a las familias de la ciudad de Otavalo.

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: El Autor

### 3.5. Segmento de mercado

En el estudio se ha considerado que para la segmentación del mercado se utilizará las siguientes variables:

- Población de la ciudad de Otavalo.
- Promedio de personas por familia.

### 3.6. Mercado meta

El mercado meta al que se pretende llegar y se les puede ofrecer el producto es la población de la ciudad de Otavalo.

Se considera como referencia a la población urbana de la ciudad de Otavalo, la cual, en base a los datos del INEC Censo 2010, especifica haber 18.821 hombres y 20.533 mujeres, con un total de 39.354 personas.

### 3.7. Determinación de la muestra

#### 3.7.1. Población

Para la identificación de la muestra fue necesario determinar el número de familias existentes en la ciudad de Otavalo.

Según datos del INEC se considera que el número de miembros de una familia es el 3,8 en el país.

$$\text{número de familias} = \frac{\text{Población total}}{\text{Componente familiar}} = \frac{39354}{3.8} = 10356 \text{ Familias}$$

### 3.7.2. Cálculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z^2 * \delta^2}{e^2(N - 1) + Z^2 * \delta^2}$$

#### Simbología:

n: Tamaño de la muestra.

N: Universo o población.

Z: Nivel de confianza (95% = 1,96)

$\delta$ : Probabilidad de ocurrencia del evento (0,25)

e: Error absoluto (0,05)

Al reemplazar los datos en la fórmula, se obtiene el siguiente resultado:

$$n = \frac{10356 * (1,96)^2 * (0,25)}{0,05^2(10356 - 1) + 1,96^2 * 0,25}$$

$$n = \frac{9945,9024}{25,8875 + 0,9604}$$

$$n = \frac{9945,9024}{26,8479}$$

$$n = 370,453$$

***n = 370 Encuestas a realizar***

En la determinación de las encuestas a aplicarse, se tomó en cuenta al grupo de edades de la provincia Imbabura. Además las encuestas se aplicaron a las mujeres amas de casa mayores de 27 años.

**Tabla 12:** Grupo etario

<b>Grupo etario</b>	<b>Cantidad</b>
De 1 a 39 años	23.176
De 30 a 64 años	13.604
De 65 a 100 años y más	2.574
<b>Total</b>	<b>39.354</b>

**Fuente:** INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censo 2010)

**Elaborado por:** El Autor

### 3.8. Análisis e Interpretación de los Resultados de la Encuesta de Mercado

**Segmento de mercado:** Familias de la ciudad de Otavalo.

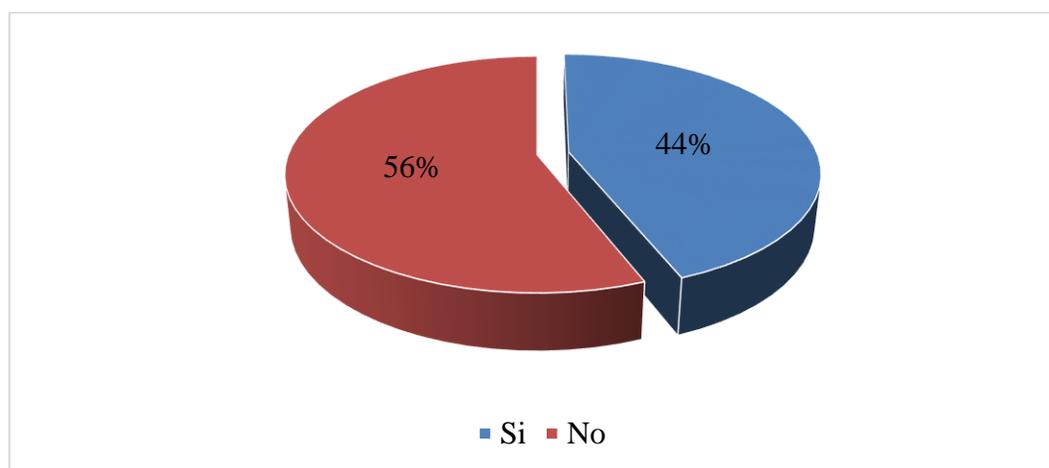
#### 1. ¿Usted conoce sobre las propiedades nutritivas de la gallina de campo?

**Tabla 13:** Conocimiento de las propiedades nutritivas de la gallina de campo

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	163	44%
No	207	56%
<b>Total</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** El Autor



**Figura 1:** Conocimiento de las propiedades nutritivas de la gallina de campo

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** El Autor

#### **Análisis:**

En base al estudio de campo realizado, se determinó que la mayoría de las familias en la ciudad de Otavalo no tienen conocimiento sobre las propiedades nutritivas que poseen las gallinas de campo.

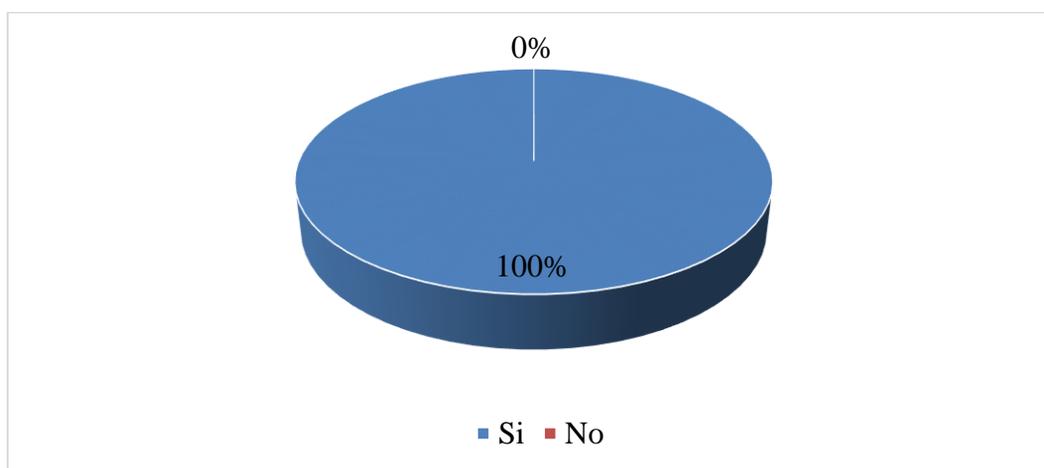
## 2. ¿Ha consumido gallina de campo?

**Tabla 14:** Consumo de gallina de campo

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	370	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** El Autor



**Figura 2:** Consumo de gallina de campo

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** El Autor

### **Análisis:**

De acuerdo a las encuestas aplicadas, se estableció que en su totalidad las familias de la ciudad de Otavalo si han consumido gallina de campo, factor que favorece la implementación del emprendimiento en el mencionado sector.

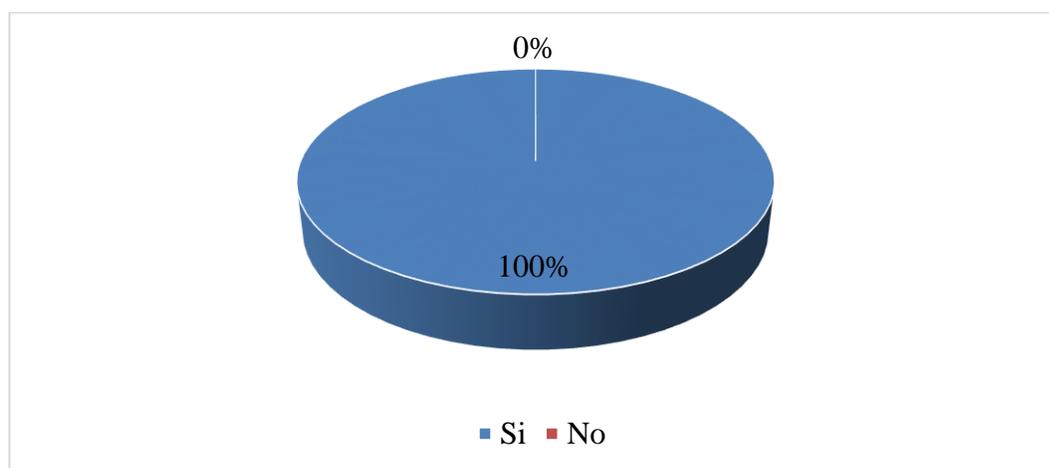
### 3. ¿Usted estaría dispuesto a continuar consumiendo gallina de campo?

**Tabla 15:** Disponibilidad de consumo

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	370	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor



**Figura 3:** Disponibilidad de consumo

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

#### **Análisis:**

En su totalidad, la población está dispuesta a continuar consumiendo la gallina de campo, ya que la consideran más natural en comparación con el producto sustituto a pesar de no saber cuáles son las razones nutritivas de la gallina de campo. De esta manera se evidencia las oportunidades de acogimiento del emprendimiento por la población.

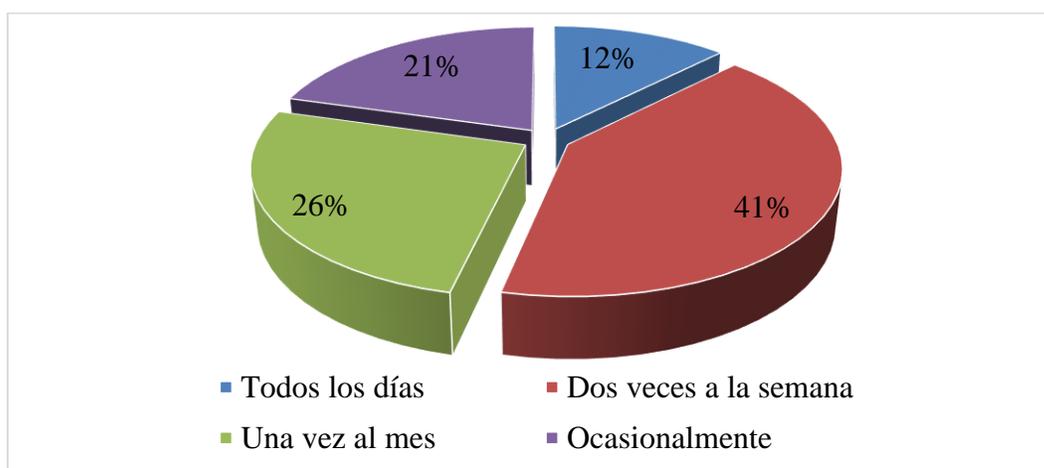
#### 4. ¿Con qué frecuencia compra o compraría la gallina de campo?

**Tabla 16:** Frecuencia de compra

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Todos los días	46	12%
Dos veces a la semana	152	41%
Una vez al mes	96	26%
Ocasionalmente	76	21%
<b>Total</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** El Autor



**Figura 4:** Frecuencia de compra

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** El Autor

#### **Análisis:**

En base al análisis de los datos se puede identificar que un mayor porcentaje de los encuestados están dispuestos a comprar dos veces por semana y una vez al mes, mientras que una menor cantidad está dispuesta a adquirir ocasionalmente y todos los días la gallina de campo, demostrando que el producto sería altamente demandado.

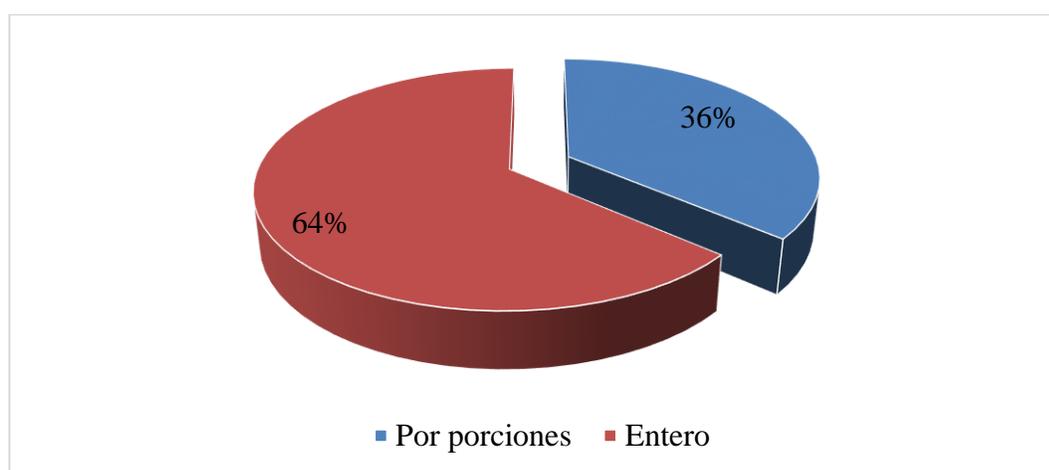
## 5. ¿En qué cantidad compra la gallina de campo?

**Tabla 17:** Cantidad de compra

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Por porciones	134	36%
Entero	236	64%
<b>Total</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** El Autor



**Figura 5:** Cantidad de compra

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** El Autor

### **Análisis:**

Al realizar el análisis de las encuestas se puede determinar que la mayoría de los encuestados están dispuestos a comprar de forma entera la gallina de campo, posibilitando al emprendimiento ser más rentable al vender el producto en mayor cantidad.

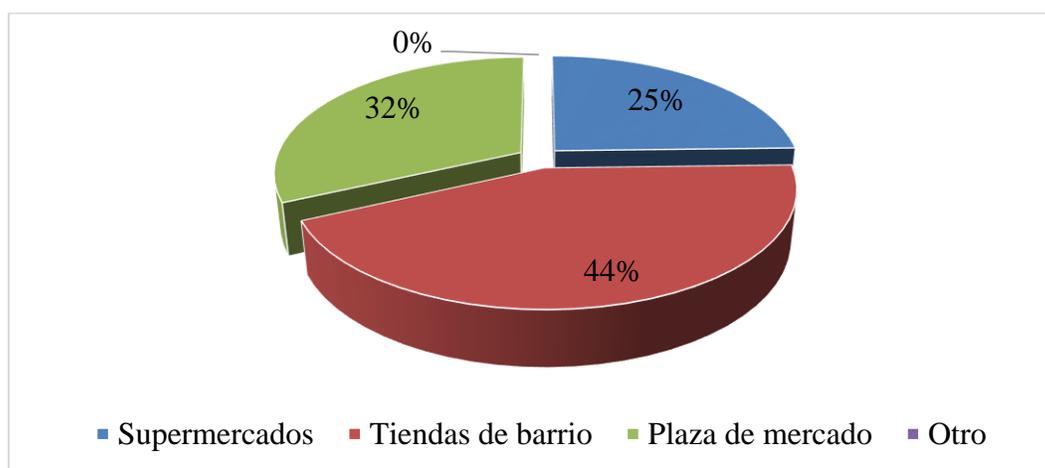
## 6. ¿En qué lugar prefiere comprar el producto?

**Tabla 18:** Lugar de compra

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Supermercados	91	25%
Tiendas de barrio	161	44%
Plaza de mercado	118	32%
Otro ¿cuál?	0	0%
<b>Total</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** El Autor



**Figura 6:** Lugar de compra

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** El Autor

### **Análisis:**

Al analizar los resultados de las encuestas, se pudo determinar que la mayoría de los encuestados prefieren adquirir en las tiendas de barrio; el menor porcentaje comprar en supermercados y plaza de mercados de la ciudad.

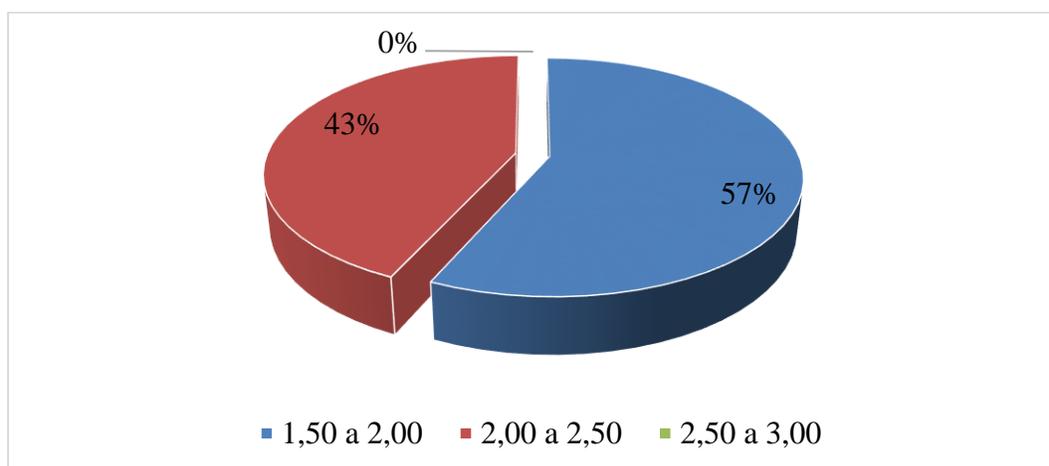
## 7. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por cada libra de gallina de campo?

**Tabla 19:** Precio del producto

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1,50 a 2,00	210	57%
2,00 a 2,50	160	43%
2,50 a 3,00	0	0%
<b>Total</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor



**Figura 7:** Precio del producto

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

### Análisis:

Según el cuadro anterior, se determina que los encuestados estarían dispuestos a pagar por una libra de gallina de campo entre 1,50 a 2,00 USD. En conclusión, la población de Otavalo eligió el precio más económico.

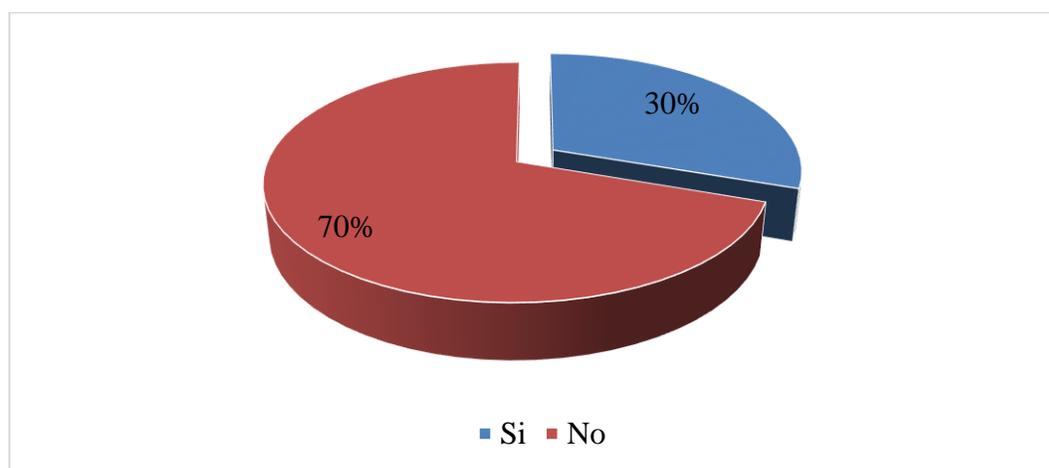
## 8. ¿Para adquirir un producto usted presta atención a la publicidad?

**Tabla 20:** Interés publicitario

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	112	30%
No	258	70%
<b>Total</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** El Autor



**Figura 8:** Interés publicitario

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** El Autor

### **Análisis:**

Al analizar los resultados de las encuestas, la mayoría de las personas encuestadas no prefieren prestar atención a medios publicitarios al momento de adquirir algún producto.

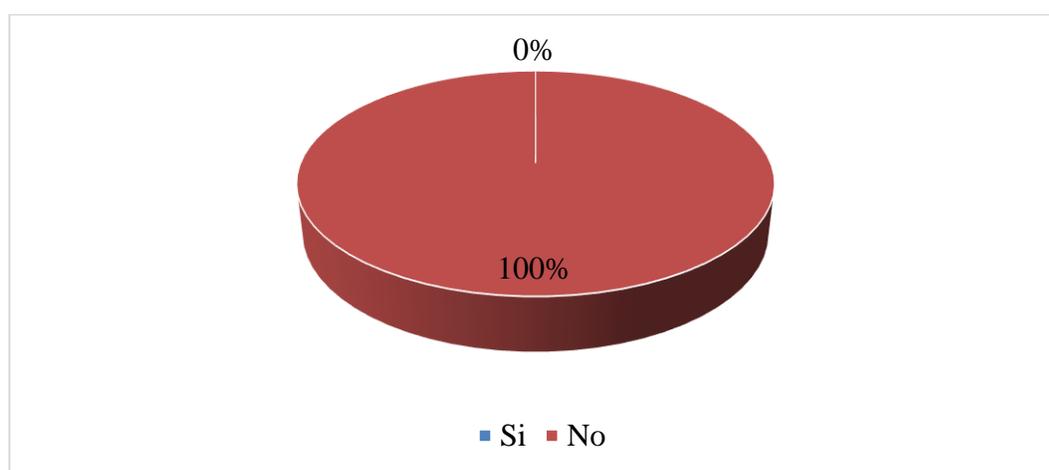
## 9. ¿Ha visto publicidad acerca de la gallina de campo?

**Tabla 21:** Medio publicitario acerca de la gallina de campo

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	370	100%
<b>Total</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** El Autor



**Figura 9:** Medio publicitario acerca de la gallina de campo

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** El Autor

### **Análisis:**

Los resultados de las personas encuestas en la ciudad de Otavalo, nos demuestran que la mayoría de los encuestados no han visto alguna publicidad acerca de la gallina de campo.

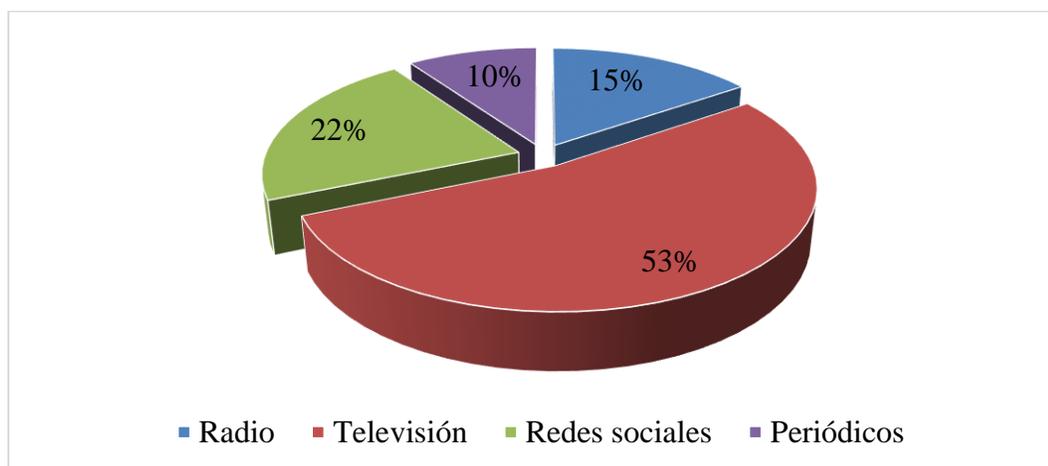
## 10. ¿Por qué medios publicitarios le gustaría conocer el producto?

**Tabla 22:** Medio publicitario

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Radio	57	15%
Televisión	197	53%
Redes sociales	80	22%
Periódicos	36	10%
<b>Total</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** El Autor



**Figura 10:** Medio publicitario

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** El Autor

### Análisis:

El porcentaje más alto de los encuestados nos manifiesta que prefieren conocer el producto mediante una publicidad en la televisión, mientras que el resto respondió que le gustaría conocer el producto a través de las redes sociales, radio y periódicos.

### **3.9. Descripción del producto**

La nueva microempresa se dedicará a la producción y comercialización de gallinas de campo, siendo el producto principal las gallinas faenadas enteras o por piezas seleccionadas como alas, pechugas, piernas, entre otras, según los solicite el consumidor.

Los productos serán de excelente calidad y a precios competitivos y económicos al alcance de los consumidores, mismos que obtendrán los beneficios altamente nutritivos de la carne de la gallina, ya que éstas serán criadas bajo grandes cuidados y alimentadas de manera natural sin usar químicos, balanceados u hormonas de crecimiento, entregando de esta manera un producto totalmente saludable para el consumo.

Además, si el consumidor llegara a requerir las gallinas en pie también se le podrá comercializar buscando siempre su satisfacción.

El producto se presentará en su respectivo empaque manteniendo las normas de sanidad y garantizando limpieza y facilidad de preparación.

### **3.10. Identificación y Análisis de la Demanda**

El mercado al cual está orientado el proyecto es a las familias otavaleñas de la provincia de Imbabura, las cuales están conformadas por un total de 10356.

Según datos de la encuesta pregunta número 1, más del 50% de las personas no conocen sobre las propiedades nutritivas de la gallina de campo, sin embargo presentan una frecuencia de compra según la pregunta número 4, dato que ayuda a formular la tabla número 23, del cual se obtiene una demanda de 2600 gallinas al mes; cabe destacar que el desconocimiento de las

propiedades nutritivas no impide su consumo lo cual presenta una importante oportunidad para la viabilidad del proyecto.

**Tabla 23:** Cálculo de la demanda

Población	Cantidad de demanda semanal	Cantidad de demanda mensual
12% (46) compran todos los días	46 gallinas (46*7*4)	1288
41% (152) compran dos veces por semana	152 gallinas (152*2*4)	1216
26% (96) compran una vez al mes	96 gallinas (96*1)	96
<b>Demanda Total</b>		<b>2600</b>

Elaborado por: El Autor

### 3.11. Análisis de la Oferta

En la ciudad de Otavalo en donde se pretende crear la microempresa de producción y comercialización de gallinas de campo en base a la observación directa se pudo identificar que existe una microempresa bajo la denominación Distribuidora Jorge Andrés dedicada a la misma actividad, misma que representa la competencia directa para el emprendimiento.

Como se puede identificar en los datos obtenidos de las encuestas realizadas a las personas otavaleñas, el producto será ofertado debido a que la mayoría de la población les encantaría consumir la gallina de campo por ser criada de una forma natural, desencadenando así nutrientes beneficiosos para el desarrollo saludable del ser humano.

A continuación se establece un cuadro de oferta;

**Tabla 24:** Cálculo de Oferta

Competencia	Nº de gallinas vendidas	Total de gallina ofertada mensual
Distribuidora Jorge Andrés	7 gallinas diarias (7*7*4)	196
<b>Oferta Total</b>		<b>196</b>

Elaborado por: El Autor

En base a datos calculados sobre la demanda y oferta que presenta la microempresa “PROCOGAL” se detalla a continuación la demanda insatisfecha;

**Tabla 25:** Resumen de la Demanda y Oferta

<b>DEMANDA MENSUAL</b>	<b>Unid. De gallinas</b>
Población	2600
<b>TOTAL DEMANDA</b>	<b>2600</b>
<b>OFERTA MENSUAL</b>	
Distribuidora Jorge Andrés	196
<b>TOTAL OFERTA</b>	<b>196</b>
<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>2404</b>
PRODUCCIÓN PREVISTA	225

Elaborado por: El Autor

### 3.12. Identificación del Precio

Para determinar el precio por libras del producto, se consideró el precio de la competencia que es de USD 2,00 por libra y el precio que los consumidores están dispuestos a pagar entre USD 1,50 a USD 2,00 por libra de gallina de campo, como se comprobó en la pregunta número 7 de la encuesta, estableciendo un margen de utilidad que permita seguir ofertando el producto, a su vez manteniendo todos los objetivos planteados.

Se elaboró el precio considerando los siguientes aspectos: precio de la competencia por gallina entera es de 11 USD valor mínimo en el mercado de animales, además se considera el precio del consumidor que están dispuesto a pagar entre USD 1,50 a USD 2,00 según la pregunta 7, sin embargo se considera los costos y el margen de utilidad del 40% para la identificación del precio final siendo de USD 1,70.

Además se estableció precios según las características;

**Tabla 26:** Aspectos del precio

PRODUCTO	PRECIO (Lb)
Gallina entera	USD 14
Gallina en porciones	USD 1,60

**Elaborado por:** El Autor

Se realizó un promedio de precios entre los datos investigados:

**Tabla 27:** Promedio de precio

Precio Entero	Precio Libras	Precio Consumidores	Precio Promedio	Precio Total
14	1,6	1,9	1,7	1,7

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado por:** El Autor

### 3.13. Comercialización

Se considera que la comercialización se realizará directamente a los consumidores, brindando un excelente producto y servicio.

#### 3.13.1 Canal de Distribución

La distribución del producto, se realizara sin la necesidad de intermediarios como tiendas de barrios, supermercados o micro mercados. Sera de forma directa al consumidor final.

**Figura 11:** Canal de distribución

**Elaborado por:** El Autor

### 3.13. Publicidad y Promoción

Un factor destacado que la microempresa considera para la gestión comercial en relación a la promoción y el gasto en la publicidad indispensable para difundir los beneficios de la gallina de

campo se encuentra dando a través de los anuncios por diversos medios que puedan dar a conocer la imagen y producto que se vende.

La estrategia promocional de la microempresa está encaminada a los consumidores de la provincia de Imbabura, a continuación se detallan el plan de acción anual de promoción.

### a) Estrategia Promocional del Producto

**Tabla 28:** Estrategia promocional del producto

<b>Promoción</b>	<b>Estrategia</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Lugar</b>	<b>Responsable</b>
<b>Descuento por cantidad de compra</b>	Entrega personal	Por temporada	Consumidores	Gerente
<b>Gallina viva, todas al mismo precio</b>	Escoja a su gusto	Por temporada	Empresa	Gerente

**Elaborado por:** El Autor

Se detallan los medios publicitarios que se utilizarán para la defunción del producto, que personificara la imagen.

### b) Medios Publicitarios

**Tabla 29:** Medios Publicitarios

<b>Actividad</b>	<b>Estrategia</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Lugar</b>	<b>Responsable</b>
Redes sociales y Periódicos	Dar a conocer la gallina de campo	Cada 2 meses	Otavaló	Gerente
Radio y Periódicos	Dar a conocer la gallina de campo	Cada 6 meses	Otavaló Atuntaqui Ibarra	Gerente

**Elaborado por:** El Autor

Se presentará esta imagen para dar a conocer el producto en la televisión, redes sociales y periódicos.

“Gallina de campo, enriquecido con nutrientes naturales que fortalecen nuestro bienestar”.

### **3.14. Conclusiones del Estudio de Mercado**

- En base al estudio realizado se evidenció que existe una demanda de 2600 gallinas de campo. Además existe una sola microempresa que oferta el mismo producto convirtiéndose en la competencia directa del emprendimiento; concluyendo que el producto llegará a tener una oferta de 225 mensuales valor que cubre la demanda insatisfecha de la competencia.
- Con datos de la ficha de observación se identifica la oferta actual de la competencia siendo la cantidad de 196 gallinas vendidas por día.
- El estudio nos mostró que la población otavaleña está dispuesta a pagar entre 1,50 USD hasta 2,00 USD por libra de gallina de campo, de la misma manera se procedió a realizar los procedimientos adecuados en la cual se estableció que la libra del producto saldrá a la venta con un precio de 1,70 USD por libra dejando a la empresa el margen de utilidad favorable e importante para el funcionamiento.
- La producción de la gallina de campo genera gran expectativa al consumidor ya que constituye nutrientes providenciales para el cuerpo humano, es un producto libre de químicos y sobre todo es producto natural siendo una opción preferencial en el momento de alimentarse. Por tal razón es de suma importancia divulgar los grandes beneficios que trae el consumo de este producto.
- El estudio nos muestra que hoy en día la gallina de campo es consumida más por la población rural y en un porcentaje menor del 30% por la población urbana, además con el

estudio de medios publicitarios se busca difundir el producto en la provincia de Imbabura e implantar una microempresa.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1. Objetivo**

##### **4.1.1. Objetivo General**

Identificar la posibilidad técnica del proyecto que determine el tamaño y localización, de tal forma también los recursos necesarios para su operatividad.

##### **4.1.2. Objetivo Específicos**

- Identificar la posibilidad técnica de la elaboración del producto que se pretende lanzar al mercado.
- Explorar y establecer el tamaño adecuado, localización, los equipos y las instalaciones necesarias.
- Establecer la disponibilidad de los recursos económicos y todo lo necesario para el funcionamiento y operatividad del emprendimiento.

#### **4.2. Localización**

La localización del proyecto se realizó a base del análisis de:

- Área geográfica (Macro Localización)
- Lugar de asentamiento (Micro Localización)

#### 4.2.1. Macro localización

La localización del proyecto será en la provincia de Imbabura, ya que es el mercado al que se pretende llegar y exponer el producto, las instalaciones de la microempresa está en la ciudad de Otavalo lugar de desarrollo de la microempresa productora y comercializadora de gallina de campo



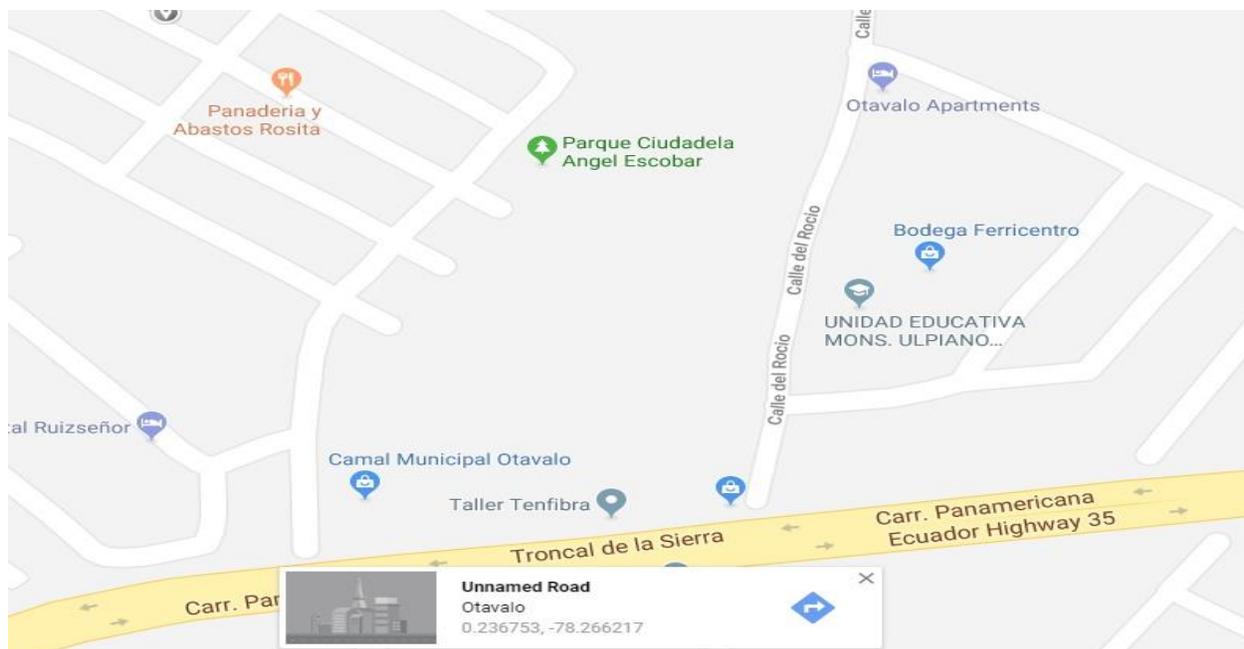
**Figura 12:** Ubicación Geográfica de la Provincia de Imbabura

**Fuente:** Google maps

**Elaborado por:** El Autor

#### 4.2.2. Micro localización

La microempresa productora y comercializadora de gallina de campo se ubicará en el sector de la Ciudadela Ángel Escobar, la cual se encuentra en la ciudad Otavalo, el lugar es escogida por la cercanía al mercado municipal 24 de mayo de la ciudad.



**Figura 13:** Ubicación Geográfica del Proyecto

**Fuente:** (<https://www.google.com.ec/maps/place/Otavalo>)

**Elaborado por:** El Autor

La calificación se realizará a través de los siguientes parámetros:

**Tabla 30:** Parámetros

<b>Alto</b>	<b>3</b>
Medio	2
Bajo	1
Indiferente	0

**Elaborado por:** El Autor

**Tabla 31:** Factores a considerar para la Micro localización

Factores	Sectores		
	Cardón	Cdl. Ángel escobar	San Juan
Facilidad de transporte	3	3	3
Cercanía al mercado municipal	2	3	3
Mayor circulación	2	3	2
Disponibilidad de servicios básicos	3	3	3
Disponibilidad de mano de obra	2	3	2
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>15</b>	<b>13</b>

**Elaborado por:** El Autor

Al realizar la ponderación de los factores en relación a cada opción, se determina que la ubicación óptima de la microempresa es la ciudadela ángel escobar, pues tiene las mejores opciones en cuanto a transporte, cercanía al mercado, mayor circulación, disponibilidad de servicios básicos y mano de obra.

#### a) Croquis del sector

**Figura 14:** Croquis del Sector

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** El Autor

### **4.3. Tamaño del proyecto**

Para determinar el tamaño del proyecto de manera eficaz es importante definir los siguientes componentes como: tamaño del mercado, capacidad de producción, disponibilidad de materia prima y la disponibilidad de la mano de obra.

#### **4.3.1. Tamaño del mercado**

Considerando la gran aceptación de la gallina de campo por parte de las mujeres amas de casa, se toma en cuenta las 10356 familias de la ciudad de Otavalo.

#### **4.3.2. Capacidad del Proyecto**

En base al tamaño de la planta y considerando que por cada metro cuadrado se puede criar 6 pollos, además la mano de obra que laborará medio tiempo y se demora un lapso de 21 minutos en faenar un ave, se determina que la capacidad del proyecto será de procesar 11 gallinas diarias, con una producción de 225 gallinas mensuales.

#### **4.3.3. Disponibilidad de Materia Prima**

En relación a la materia prima del proyecto, se considera el morocho entero y morocho molido por quintales que se les suministrará a las aves de acuerdo a su etapa de crecimiento; lo cual se adquirirá a productores de la zona en base a la necesidad y al por mayor para obtener mejores precios de compra con su respectivo descuento.

#### **4.3.4. Disponibilidad de Mano de Obra**

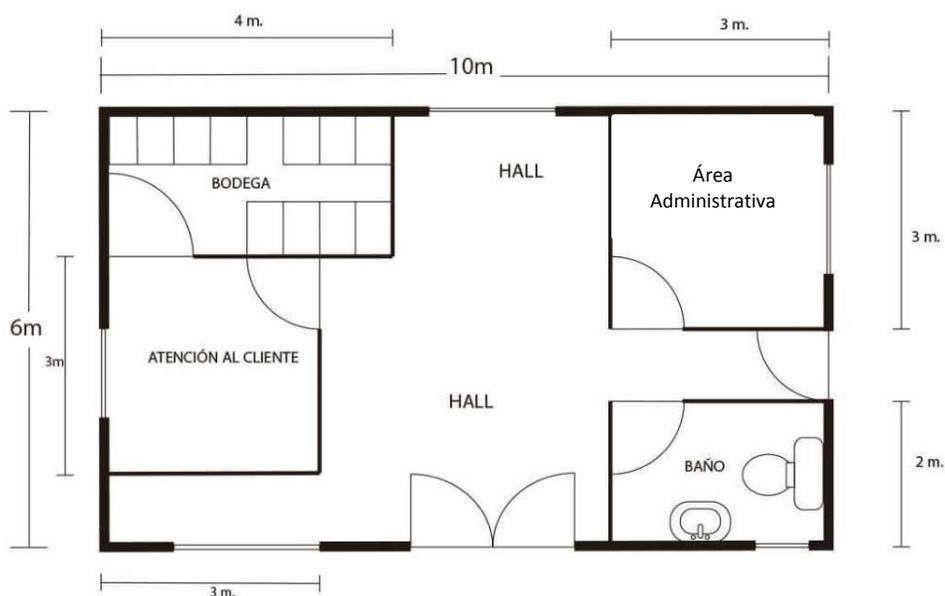
La ciudad de Otavalo dispone de una alta oferta de mano de obra, que están distribuido en distintas edades. En la ciudad existen varios centros que capacitan a personas en los campos

necesarios para este proyecto, por tal razón no existirán problemas en la búsqueda y contrato del personal.

La mano de obra requerida para la puesta en marcha de la planta es un operario que tenga conocimiento de la actividad comercial ya que es una microempresa que está en su etapa inicial.

#### 4.4. Distribución de la planta

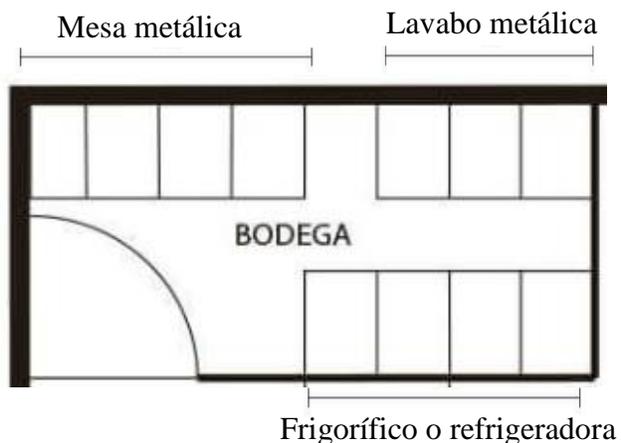
La planta fue distribuida de la siguiente manera y con sus respectivas áreas:



**Figura 15:** Distribución de la planta  
**Elaborado por:** El Autor

#### 4.4.1. Descripción de la distribución del área de faenamiento

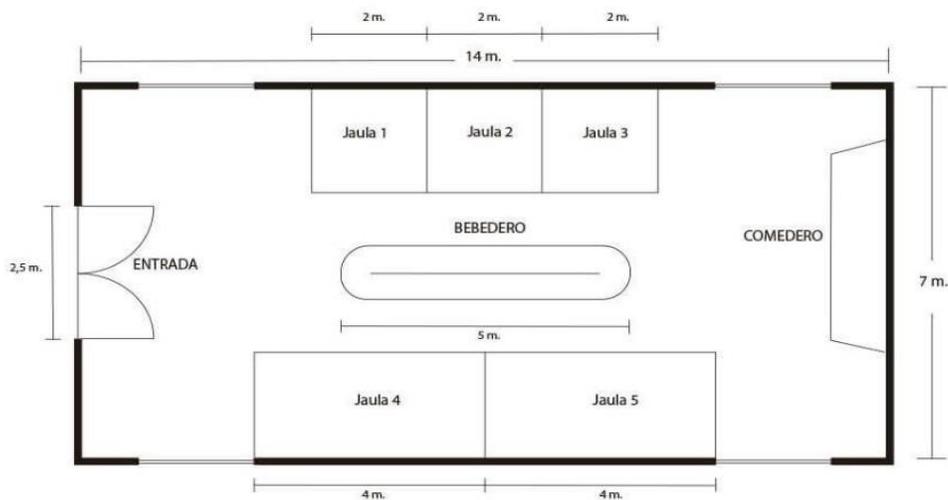
El área de faenamiento está conformada por; una mesa metálica, un lavabo metálica y una refrigeradora o frigorífico.



**Figura 16:** Distribución del área de faenamiento  
Elaborado por: El Autor

#### 4.4.1. Terreno y área de la planta

El terreno y el área de producción están distribuidos de la siguiente manera:



**Figura 17:** Distribución del terreno y el área de producción  
Elaborado por: El Autor

#### 4.4.2. Infraestructura

**Tabla 32:** Infraestructura

Área	Rubro	m2
Producción	Adecuaciones Planta	100

Elaborado por: El Autor

#### 4.5. Mobiliario, equipos y maquinaria

##### 4.5.1. Muebles y Enseres

Para su funcionamiento se requiere adquirir los siguientes muebles y enseres:

**Tabla 33:** Unidades de Muebles y Enseres

Área	Activo	Cantidad
Producción	Jaulas	5
	Bebederos	5
Administrativo	Archivador	1
	Sillas	2
	Escritorio	1
	Sillón gerente	1

Elaborado por: El Autor

##### 4.5.2. Equipo de Cómputo

Para poder llevar un control adecuado de las actividades administrativas de la microempresa es necesario contar con los siguientes equipos de cómputo:

**Tabla 34:** Unidades de Equipo de cómputo

Área	Activo	Cantidad
Administrativo	Computadora	1
	Caja registradora	1
	Impresora	1

Elaborado por: El Autor

### 4.5.3. Maquinaria y Equipo

Es necesario que la microempresa cuente con las siguientes maquinarias y equipos para una correcta operatividad:

**Tabla 35:** Unidades de Maquinaria de equipo

Área	Activo	Cantidad
Producción	Refrigeradora	1
	Frigorífico	1
	Balanza	1
	Mesa para corte	2

**Elaborado por:** El Autor

### 4.5.4. Equipo de Oficina

El equipo de oficina permitirá que el trabajo sea más fluido entre miembros de la microempresa y clientes o proveedores.

**Tabla 36:** Unidades de Equipo de Oficina

Área	Activo	Cantidad
Administrativo	Teléfono	1

**Elaborado por:** El Autor

### 4.5.5. Cubertería

Las cuberterías permitirán que las actividades del área de producción sean eficaces y eficientes a la hora de obtener un producto terminado.

**Tabla 37:** Unidades de Cubertería

Área	Activo	Cantidad
Producción	Cuchillos	3
	Tina de enjuague	1
	Bandeja metálica	2

**Elaborado por:** El Autor

#### 4.5.6. Equipo de Protección

El contar con un equipo de protección es primordial, la misma que permite mantener seguro al miembro del área de protección.

**Tabla 38:** Unidades de Equipo de Protección

Área	Activo	Cantidad
Producción	Guantes	2
	Mascarilla	2
	Delantal	2
	Botas de caucho	2

**Elaborado por:** El Autor

#### 4.6. Recurso Humano

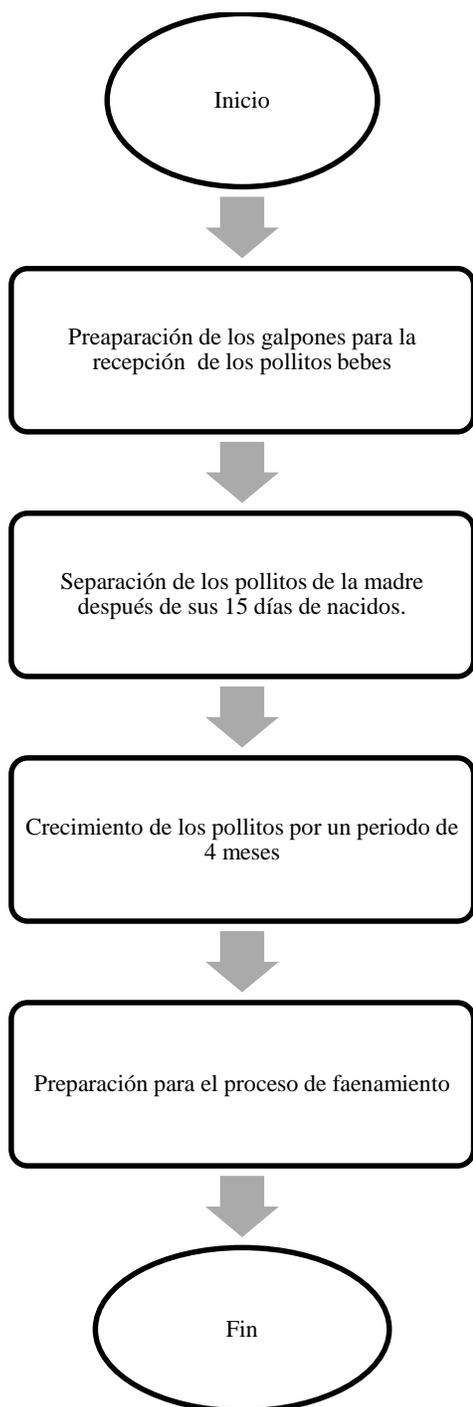
La microempresa “PROCOGAL” necesita de personal capacitado y con experiencia para ejercer las diferentes actividades de producción y comercialización, las mismas deberán garantizar un trabajo productivo y de excelente calidad.

**Tabla 39:** Recurso Humano

Cargo	Cantidad
Administrador	1
Vendedor	1
Operador	1

**Elaborado por:** El Autor

#### 4.7. Flujograma del proceso de producción



**Figura 18:** Flujograma del proceso de producción  
**Elaborado por:** El Autor

#### **4.8. Proceso de faenamiento**

- Recepción de las gallinas

La recepción de las aves se realizará de acuerdo a las ventas de los días de la semana anterior, además se realizará un cronograma de una cantidad fija para tener en el frigorífico. Sin embargo las aves seleccionadas estarán en un periodo de 12 horas en ayunas debido a que es lo más recomendable para evitar posibles rupturas que ocasionen contaminación fecal.

- Sacrificio

Para el sacrificio de las gallinas de campo será efectuada por el faenador, quien realizará un corte en la arteria carótida y en la vena yugular en el cuello, además esperará de un minuto a dos minutos aproximados para el desangrado, la misma que pasará por un canal que guie al alcantarillado.

- Escaldado

Una vez que la gallina de campo este desangrada completamente, se coloca en una olla de acero inoxidable con agua caliente por 2 minutos para que las plumas se aflojan y esto facilite a quitar las plumas.

- Des plumaje

Después de haber bañado a las gallinas en la olla con agua caliente, se procede de manera rápida a quitarles las plumas, este proceso tarda aproximadamente entre 2 a 3 minutos.

- Retiro de Vísceras

Se colocará sobre una superficie y de forma manual se procederá a realizar un corte en la parte del pecho, para retirar las vísceras de desecho que serán regaladas a personas como alimento para sus animales y las vísceras comestibles serán lavadas y enfundadas listos para la venta.

- Lavado

En el lavado de las gallinas y las vísceras comestibles se utilizará una manguera corta, las mismas que serán lavadas una por una, bajo un control estricto de calidad que garantice la excelencia presentación del producto.

- Pesado

El pesado se procederá colocando al producto sea entera o en presas sobre una balanza.

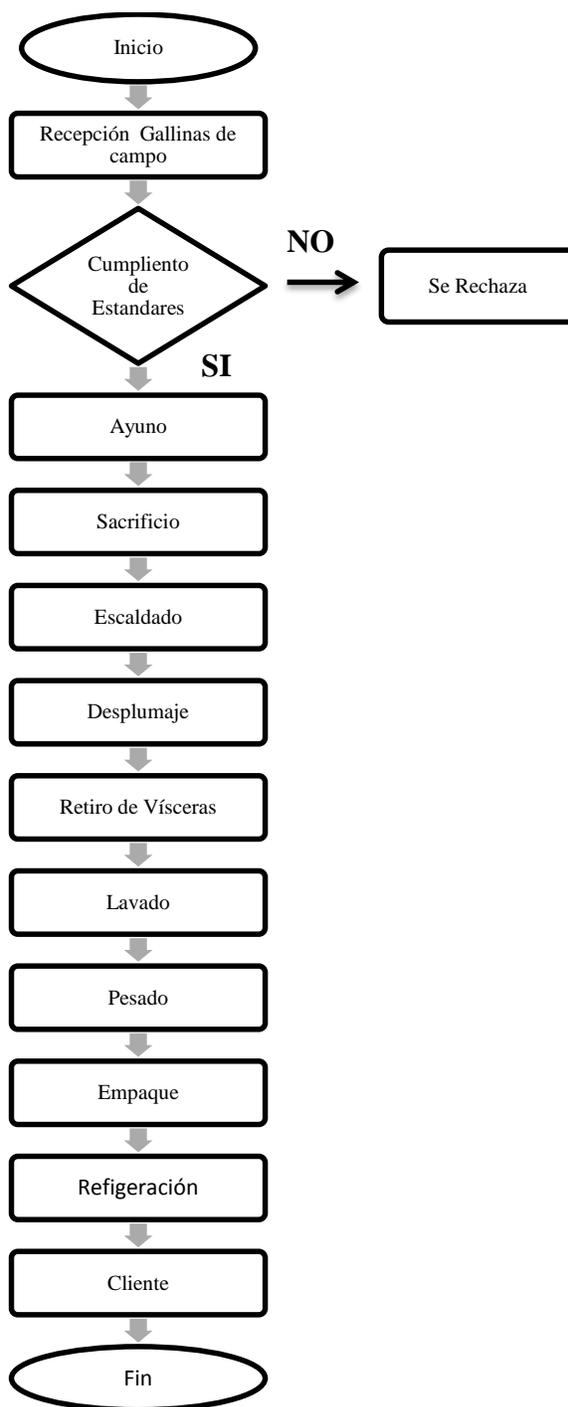
- Empaque

Serán empacadas en una funda transparente.

- Refrigeración

Una vez obtenido el producto final, se procede a colocar en el frigorífico para mantener el estado del producto hasta la hora de la venta.

#### 4.9. Flujograma del proceso de faenamiento y comercialización



**Figura 19:** Flujograma del proceso de faenamiento y comercialización  
**Elaborado por:** El Autor

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO FINANCIERO

#### 5.1. Introducción

El estudio financiero tiene como propósito hacer una presentación amplia y detallada de cada uno de los elementos que se involucran y son parte de la estructura financiera del proyecto.

##### 5.1.1. Objetivo General

Efectuar una evaluación financiera sustentada en el análisis de instrumentos e indicadores que permita apreciar la viabilidad económica del proyecto “PROCOGAL”.

##### 5.1.2. Objetivos específicos

- a) Determinar la inversión fija del proyecto “PROCOGAL”.
- b) Determinar el capital de trabajo
- c) Calcular la amortización del financiamiento externo.
- d) Determinar el presupuesto de ingresos a un año.
- e) Realizar los estados financieros correspondientes del proyecto “PROCOGAL”.
- f) Calcular el punto de equilibrio.
- g) Determinar el presupuesto de caja

## 5.2. Inversión del proyecto

### 5.2.1. Inversión Fija

La inversión que se necesita para la ejecución del proyecto productora y comercializadora de gallina de campo “PROCOGAL”, se detallan de la siguiente manera:

#### a) Infraestructura

Inversión que se efectúa en adecuaciones de la planta acorde a las necesidades de la microempresa con el propósito de que las aves se encuentren en perfectas condiciones y puedan desarrollarse adecuadamente:

**Tabla 40:** Infraestructura

Área	Rubro	m2	Valor Unitario	Valor Total
Producción	Adecuaciones Planta	100	2,00	200,00
<b>Total</b>				<b>200,00</b>

Elaborado por: El Autor

#### b) Muebles y Enseres

Los muebles y enseres que se requieren para desarrollar las actividades con comodidad en el área productiva y administrativa de la microempresa se desglosan de la siguiente manera:

**Tabla 41:** Muebles y Enseres

Área	Activo	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Producción	Jaulas	5	20,00	100,00
	Bebederos	5	1,50	7,50
	Archivador	1	20,00	20,00
Administrativo	Sillas	2	5,00	10,00
	Escritorio	1	100,00	100,00
	Sillón gerente	1	75,00	75,00
<b>Total</b>				<b>312,50</b>

Elaborado por: El Autor

### c) Equipo de Cómputo

El equipo de cómputo necesario para almacenar los datos y llevar un inventario correcto y realizar las ventas de los productos es el siguiente:

**Tabla 42:** Equipo de cómputo

Área	Activo	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Administrativo	Computadora	1	\$ 300,00	\$ 300,00
	Caja registradora	1	\$ 400,00	\$ 400,00
	Impresora	1	\$ 100,00	\$ 100,00
<b>Total</b>				<b>\$ 800,00</b>

Elaborado por: El Autor

### d) Maquinaria y Equipo

Para el faenamiento de las gallinas se requiere la maquinaria y equipo que se detalla a continuación:

**Tabla 43:** Maquinaria y Equipo

Área	Activo	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Producción	Refrigeradora	1	\$ 500,00	\$ 500,00
	Frigorífico	1	\$ 800,00	\$ 800,00
	Balanza	1	\$ 50,00	\$ 50,00
	Mesa para corte	2	\$ 15,00	\$ 30,00
<b>Total</b>				<b>\$ 1.380,00</b>

Elaborado por: El Autor

### e) Equipo de Oficina

Para realizar el trabajo en la oficina con mayor eficiencia se necesitara lo siguiente:

**Tabla 44:** Equipo de Oficina

Área	Activo	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Administrativo	Teléfono	1	\$ 15,00	\$ 15,00
<b>Total</b>				<b>\$ 15,00</b>

Elaborado por: El Autor

### f) Cubertería

Al proceder a faenar las aves es necesario que se cuente con los implementos correctos de manera que se proceda con eficiencia y sanidad, por lo cual se detalla lo siguiente:

**Tabla 45:** Cubertería y Otros

Área	Activo	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Producción	Cuchillos	3	\$ 5,00	\$ 15,00
	Tina de enjuague	1	\$ 25,00	\$ 25,00
	Bandeja metálica	2	\$ 10,00	\$ 20,00
<b>Total</b>				<b>\$ 60,00</b>

Elaborado por: El Autor

### g) Equipo de Protección

Para llevar a cabo la venta de los productos y garantizar al cliente sanidad y cuidado de los alimentos que va a adquirir, se necesita lo siguiente:

**Tabla 46:** Equipo de Protección

Área	Activo	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Producción	Guantes	2	\$ 5,00	\$ 10,00
	Mascarilla	2	\$ 1,00	\$ 2,00
	Delantal	2	\$ 10,00	\$ 20,00
	Botas de caucho	2	\$ 5,00	\$ 10,00
<b>Total</b>				<b>\$ 42,00</b>

Elaborado por: El Autor

### h) Requerimiento de ejemplares

Adicionalmente, para iniciar la producción de las gallinas de campo se requiere invierte en la compra de ejemplares tanto gallinas como gallos, mismos que se los irá distribuyendo cada mes para producir el número de productos que cubran la demanda mensual. Los ejemplares a adquirirse se desglosan de la siguiente manera:

**Tabla 47:** Requerimiento de ejemplares

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Gallinas reproductoras	50	\$ 8,00	\$ 400,00
Gallos	5	\$ 10,00	\$ 50,00
<b>Total</b>			<b>\$ 450,00</b>

Elaborado por: El Autor

### **i) Gastos de Constitución y Organización**

Para la constitución de la productora y comercializadora “PROCOGAL” se necesita incurrir en otros gastos, las mismas que se detallan a continuación;

**Tabla 48:** Gastos de constitución

<b>Activo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Permiso de Funcionamiento	2	25,00	50,00
Minuta	1	20,00	20,00
<b>Subtotal</b>			<b>70,00</b>

Elaborado por: El Autor

### **5.2.2. Costos de producción**

Los costos de producción necesarios en base al ciclo productivo de las gallinas de campo son materia prima directa, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación para el funcionamiento del emprendimiento, mismos que se detallan a continuación:

#### **a) Materia Prima Directa**

En base a la capacidad de la planta que puede mantener 6 pollos por cada metro cuadrado y a la capacidad de mano de obra de faenar un pollo en 21 minutos, se pretende producir 225 aves, considerando para ello los siguientes insumos mensuales de acuerdo a su etapa de crecimiento y para todo su ciclo productivo, desglosando de la siguiente manera:

**Tabla 49:** Materia Prima Directa

Detalle	Cantidad Requerida	Unidad de Medida	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Ciclo Productivo
Morocho molido	225	Kilogramos	0,18	40,50	<b>162,00</b>
Morocho entero	450	Kilogramos	0,20	90,00	<b>360,00</b>
<b>Total</b>	<b>675</b>		<b>0,38</b>	<b>130,50</b>	<b>522,00</b>

Elaborado por: El Autor

**b) Mano de Obra Directa**

La mano de obra directa representa a la persona capacitada que llevará a cabo las actividades del área productiva, es decir crianza y cuidado de las aves además del faenamiento de las mismas, para iniciar las actividades se requiere una persona que labore cuatro horas diarias, generando los siguientes costos:

**Tabla 50:** Mano de Obra Directa

Detalle	Remuneración	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Patronal	Total Mensual	Costo Ciclo Productivo
Operario	200,00	16,67	32,17	22,30	271,13	1084,52
		<b>Total</b>			<b>271,13</b>	<b>1084,52</b>

Elaborado por: El Autor

**c) Costos Indirectos de Fabricación**

Dentro de este costo se consideran los siguientes rubros necesarios para continuar con el ciclo productivo de las aves:

**Tabla 51:** Costos Indirectos de Fabricación

Detalle	Costo mensual	Costo ciclo productivo
Depreciación maquinaria	\$ 14,08	\$ 56,32
Servicios Básicos	\$ 23,00	\$ 92,00
Suministros de limpieza	\$ 7,60	\$ 30,40
Alimento ejemplares	\$ 22,00	\$ 88,00
<b>Total</b>	<b>\$ 66,68</b>	<b>\$ 266,72</b>

Elaborado por: El Autor

### 5.2.3. Gastos Administrativos

Dentro de este rubro se considera todos los insumos que se relacionan directamente con el área administrativa y sus respectivas funciones en la microempresa.

#### a) Sueldos Administrativos

El personal requerido para el área de administración es un gerente, el cual se encargará de dirigir la microempresa de manera eficiente buscando siempre su crecimiento y sostenibilidad a través del tiempo.

**Tabla 52:** Gasto Sueldo Administrativo

Detalle	Remuneración	Décimo tercero	Décimo cuarto	Aporte patronal	Total Mensual
Administrador	400,00	33,33	32,17	44,60	510,10
<b>Total</b>					<b>510,10</b>

Elaborado por: El Autor

Además del gerente, se requerirá contratar cada mes los servicios profesionales de un contador quien se encargará de realizar las respectivas transacciones contables y tributarias de la microempresa.

**Tabla 53:** Gasto Servicios Profesionales

Detalle	Valor Mensual
Servicios profesionales	5,00
<b>Total</b>	<b>5,00</b>

Elaborado por: El Autor

#### b) Suministros de Oficina

Los suministros de oficina se consideraron en base a las necesidades del departamento administrativo de manera que puedan realizar sus actividades sin presentar inconvenientes.

**Tabla 54:** Gasto Suministros de Oficina

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad Requerida</b>	<b>Unidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Mensual</b>
Notas de venta	2	Unidad	0,35	0,70
Tinta Impresora, carpeta archivadora y grapadora.	1	Unidad	7,98	7,98
Bolígrafos	3	Unidad	0,35	1,05
<b>Total</b>				<b>9,73</b>

Elaborado por: El Autor

**c) Servicios Básicos**

El consumo estimado por consumo de servicios básicos del área administrativa de la microempresa es el siguiente:

**Tabla 55:** Gasto Servicios Básicos

<b>Servicio</b>	<b>Valor Mensual</b>
Agua	5,00
Luz	8,00
Internet	15,00
<b>Total</b>	<b>28,00</b>

Elaborado por: El Autor

**d) Arriendo**

El gasto por concepto de arriendo se genera debido a que el local destinado para la comercialización de los productos de la microempresa es de propiedad de una persona ajena al negocio.

**Tabla 56:** Gasto Arriendo

<b>Descripción</b>	<b>Valor Mensual</b>
Arriendo	125,00
<b>Total</b>	<b>125,00</b>

Elaborado por: El Autor

## 5.2.4. Gastos de Ventas

### a) Sueldo Ventas

El personal requerido para el área de venta, quien será el encargado de brindar una atención adecuada al cliente de manera que pueda comercializar los productos satisfactoriamente.

**Tabla 57:** Gasto Sueldo Ventas

Detalle	Remuneración	Décimo tercero	Décimo cuarto	Aporte patronal	Total Mensual
Vendedor	386,00	32,17	32,17	43,04	493,37
<b>Total</b>					<b>493,37</b>

Elaborado por: El Autor

### b) Comercialización

Este gasto comprende directamente las fundas plásticas que se utilizarán para empacar el producto y poder vender el producto al cliente.

**Tabla 58:** Gasto Comercialización

Descripción	Cantidad requerida	Unidad de medida	Valor Unitario	Valor Mensual
Fundas plásticas (Paquete)	3	Unidad	2,5	7,50
<b>Total</b>				<b>7,50</b>

Elaborado por: El Autor

## 5.2.5. Capital de Trabajo

El Capital de trabajo que dispone la productora y comercializadora “PROCOGAL” es correspondiente a un valor de \$6.688,49 dólares, mismo que fueron establecidas para el funcionamiento y operatividad de sus actividades en un periodo de cuatro meses que es el tiempo que dura el ciclo productivo, tomando en cuenta los siguientes aspectos:

Tabla 59: Capital de Trabajo

Detalle	Valor Mensual	Valor Total Ciclo Productivo
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>		1873,25
Materia Prima Directa	130,50	
Mano de Obra Directa	271,13	
Costos Indirectos de Fabricación	66,68	
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		2811,75
Sueldo Administrativo	515,10	
Servicios Profesionales	5,00	
Depreciación	24,05	
Servicios Básicos	28,00	
Arriendo	125,00	
Suministros de Oficina	9,73	
<b>GASTOS DE VENTA</b>		2003,49
Sueldo Ventas	493,37	
Gastos de comercialización	7,50	
<b>TOTAL</b>	<b>1664,62</b>	<b>6688,49</b>

Elaborado por: El Autor

### 5.2.6. Inversión Total

Al determinar la inversión fija y el capital de trabajo, se obtiene la información correspondiente a la inversión total para iniciar las actividades de la microempresa “PROCOGAL”:

Tabla 60: Inversión Total

Inversión	Valor	Porcentaje
Inversión fija	2.809,50	28%
Inversión ejemplares	450,00	4%
Capital de trabajo	6.688,49	67%
<b>Total</b>	<b>9.947,99</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El Autor

### 5.3. Presupuesto de Ingresos

El presupuesto de ingresos corresponde a los recursos económicos que la microempresa “PROCOGAL” se pretende obtener a través de las ventas del producto por un periodo de un año, la misma que servirá para financiar los gastos de producción y comercialización. El precio fue establecido en base a la competencia, mismo que se aplica el 40% de margen de utilidad sobre el producto. Se estima vender 225 gallinas al mes, cantidad que tendrá un incremento del 5% en las siguientes fechas de mayor demanda; mayo por día de la madre, junio por las fiestas del Inti Raymi, noviembre por el día de los difuntos y en el mes de diciembre por la fecha navideña y por fin de año.

**Tabla 61:** Presupuesto de Ingresos

Detalle	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Pollos y Gallinas de campo procesados	225	225	225	225	236	248	225	225	225	225	236	248
Precio Unitario	10,91	10,91	10,91	10,91	10,91	10,91	10,91	10,91	10,91	10,91	10,91	10,91
<b>Total</b>	<b>2455,44</b>	<b>2455,44</b>	<b>2455,44</b>	<b>2455,44</b>	<b>2578,21</b>	<b>2707,12</b>	<b>2455,44</b>	<b>2455,44</b>	<b>2455,44</b>	<b>2455,44</b>	<b>2578,21</b>	<b>2707,12</b>

Elaborado por: El Autor

### 5.4. Presupuesto de Egresos

#### 5.4.1. Costos de Producción

Los costos de producción del proyecto corresponden a la materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación que se requerirán para la producción de gallinas de campo del primer año de actividades de la microempresa, en base a la capacidad de la planta y personal, detallando lo siguiente:

**Tabla 62:** Costos de Producción

Detalle	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Materia Prima Directa	391,50	391,50	391,50	391,50	411,08	431,63	391,50	391,50	391,50	391,50	411,08	431,63
Mano de Obra Directa	271,13	271,13	271,13	271,13	271,13	271,13	271,13	271,13	271,13	271,13	271,13	271,13
Costos Indirectos de Fabricación	66,68	66,68	66,68	66,68	66,68	66,68	66,68	66,68	66,68	66,68	66,68	66,68
<b>Total</b>	<b>729,31</b>	<b>729,31</b>	<b>729,31</b>	<b>729,31</b>	<b>748,89</b>	<b>769,44</b>	<b>729,31</b>	<b>729,31</b>	<b>729,31</b>	<b>729,31</b>	<b>748,89</b>	<b>769,44</b>

Elaborado por: El Autor

**a) Presupuesto de Materia Prima Directa**

La cantidad de materia prima necesaria para la producción mensual se determinó en base a la investigación directa, misma que arrojó datos de que por cada 100 pollos bebés se necesita de 100 kilogramos de morocho molido al mes y por cada 100 pollos adultos se necesita de 200 kilogramos de morocho entero al mes, cabe destacar que las gallinas a comercializar se alimentarán del insumo mencionado y nutrientes que encuentren en el suelo; cumpliendo así la idea de entregar un producto totalmente natural al cliente.

**Tabla 63:** Presupuesto de Materia Prima Directa

Detalle	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Unidades a producirse	225	225	225	225	236	248	225	225	225	225	236	248	2769
(x) Materia Prima por unidad (Kg)	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
<b>(=) Materiales para producción total</b>	<b>675</b>	<b>675</b>	<b>675</b>	<b>675</b>	<b>708,75</b>	<b>744,19</b>	<b>675</b>	<b>675</b>	<b>675</b>	<b>675</b>	<b>708,75</b>	<b>744,19</b>	<b>8305,88</b>
(+) Inventario final de material deseado	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>(=) Necesidades totales de material</b>	<b>675</b>	<b>675</b>	<b>675</b>	<b>675</b>	<b>708,75</b>	<b>744,19</b>	<b>675</b>	<b>675</b>	<b>675</b>	<b>675</b>	<b>708,75</b>	<b>744,19</b>	<b>8305,88</b>
(-) Inventario inicial de materiales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
<b>(=) Materiales a comprarse</b>	<b>675</b>	<b>675</b>	<b>675</b>	<b>675</b>	<b>708,75</b>	<b>744,19</b>	<b>675</b>	<b>675</b>	<b>675</b>	<b>675</b>	<b>708,75</b>	<b>744,19</b>	<b>8305,88</b>
(x) Precio por unidad	0,58	0,58	0,58	0,58	0,58	0,58	0,58	0,58	0,58	0,58	0,58	0,58	0,58
<b>(=) Costo total MPD</b>	<b>391,5</b>	<b>391,5</b>	<b>391,5</b>	<b>391,5</b>	<b>411,08</b>	<b>431,6</b>	<b>391,5</b>	<b>391,5</b>	<b>391,5</b>	<b>391,5</b>	<b>411,08</b>	<b>431,63</b>	<b>4817,4</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El Autor

## b) Presupuesto de Mano de Obra Directa

Para determinar los costos de mano de obra directa, se considera la remuneración y beneficios de ley del operario, el cual trabajará medio tiempo en la planta.

**Tabla 64:** Presupuesto de Mano de Obra Directa

Detalle	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Sueldo	200,0	200,00	200,0	200,0	200,00	200,0	200,0	200,0	200,00	200,0	200,00	200,00	2.400,00
Décimo tercero	16,67	16,67	16,67	16,67	16,67	16,67	16,67	16,67	16,67	16,67	16,67	16,67	200,00
Décimo cuarto	32,17	32,17	32,17	32,17	32,17	32,17	32,17	32,17	32,17	32,17	32,17	32,17	386,00
Aporte Patronal	22,30	22,30	22,30	22,30	22,30	22,30	22,30	22,30	22,30	22,30	22,30	22,30	267,60
<b>(=) Costo total</b>													
<b>MOD</b>	<b>271,1</b>	<b>271,13</b>	<b>271,1</b>	<b>271,1</b>	<b>271,13</b>	<b>271,1</b>	<b>271,1</b>	<b>271,1</b>	<b>271,13</b>	<b>271,1</b>	<b>271,13</b>	<b>271,13</b>	<b>3.253,60</b>

Elaborado por: El Autor

## c) Costos Indirectos de Fabricación

Los costos indirectos de fabricación se determinaron en base a las necesidades del proyecto y su producción mensual, considerando el 5% de incremento en las siguientes fechas de mayor demanda; mayo por día de la madre, junio por las fiestas del Inti Raymi, noviembre por el día de los difuntos y en el mes de diciembre por la fecha navideña y por fin de año.

**Tabla 65:** Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación

Detalle	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
<b>CIF Fijos</b>													
Depreciación	14,08	14,08	14,08	14,08	14,08	14,08	14,08	14,08	14,08	14,08	14,08	14,08	168,95
Servicios Básicos base	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	144,00
Suministros de limpieza	7,60	7,60	7,60	7,60	7,60	7,60	7,60	7,60	7,60	7,60	7,60	7,60	91,20
Alimento Ejemplares	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	264,00
<b>(=) Total CIF Fijos</b>	<b>55,68</b>	<b>668,15</b>											
<b>CIF Variables</b>													
<b>Unidades a producir</b>	<b>225</b>	<b>225</b>	<b>225</b>	<b>225</b>	<b>236</b>	<b>248</b>	<b>225</b>	<b>225</b>	<b>225</b>	<b>225</b>	<b>236</b>	<b>248</b>	<b>2769</b>
Servicios Básicos Consumo	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05
<b>(=) Total CIF variables</b>	<b>11,00</b>	<b>11,00</b>	<b>11,00</b>	<b>11,00</b>	<b>11,55</b>	<b>12,13</b>	<b>11,00</b>	<b>11,00</b>	<b>11,00</b>	<b>11,00</b>	<b>11,55</b>	<b>12,13</b>	<b>135,36</b>
<b>Total CIF Fijos y Variables</b>	<b>66,68</b>	<b>66,68</b>	<b>66,68</b>	<b>66,68</b>	<b>67,23</b>	<b>67,81</b>	<b>66,68</b>	<b>66,68</b>	<b>66,68</b>	<b>66,68</b>	<b>67,23</b>	<b>67,81</b>	<b>803,51</b>
(-) Depreciación	14,08	14,08	14,08	14,08	14,08	14,08	14,08	14,08	14,08	14,08	14,08	14,08	168,95
<b>(=) Desembolso de caja CIF</b>	<b>52,60</b>	<b>52,60</b>	<b>52,60</b>	<b>52,60</b>	<b>53,15</b>	<b>53,73</b>	<b>52,60</b>	<b>52,60</b>	<b>52,60</b>	<b>52,60</b>	<b>53,15</b>	<b>53,73</b>	<b>634,56</b>

Elaborado por: El Autor

#### 5.4.2. Gastos Administrativos y Ventas

Los gastos administrativos y de ventas consideran los rubros de sueldos y salarios del administrador y el vendedor, servicios profesionales, además el arriendo del local, los suministros de oficina, servicios básicos los gastos de comercialización durante el primer año de ejecución del proyecto.

**Tabla 66:** Presupuesto de Gastos Administrativos y de Venta

Detalle	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Ventas presupuestadas (unidades)	225,00	225,00	225,00	225,00	236,25	248,06	225,00	225,00	225,00	225,00	236,25	248,06	2.768,63
Gastos variables (Fundas plásticas)	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03
<b>Gastos variables presupuestados</b>	<b>7,50</b>	<b>7,50</b>	<b>7,50</b>	<b>7,50</b>	<b>7,88</b>	<b>8,27</b>	<b>7,50</b>	<b>7,50</b>	<b>7,50</b>	<b>7,50</b>	<b>7,88</b>	<b>8,27</b>	<b>92,29</b>
<b>Gastos de Administración y Venta Fijos</b>													
Sueldos y salarios	1.008,47	1.008,47	1.008,47	1.008,47	1.008,47	1.008,47	1.008,47	1.008,47	1.008,47	1.008,47	1.008,47	1.008,47	12.101,67
Servicios Profesionales	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	60,00
Depreciación	24,05	24,05	24,05	24,05	24,05	24,05	24,05	24,05	24,05	24,05	24,05	24,05	288,64
Servicios Básicos	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	336,00
Arriendo	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	1.500,00
Suministros de oficina	9,73	9,73	9,73	9,73	9,73	9,73	9,73	9,73	9,73	9,73	9,73	9,73	116,75
<b>Subtotal</b>	<b>1.200,25</b>	<b>14.403,06</b>											
<b>TOTAL FIJOS + VARIABLES</b>	<b>1.207,75</b>	<b>1.207,75</b>	<b>1.207,75</b>	<b>1.207,75</b>	<b>1.208,13</b>	<b>1.208,52</b>	<b>1.207,75</b>	<b>1.207,75</b>	<b>1.207,75</b>	<b>1.207,75</b>	<b>1.208,13</b>	<b>1.208,52</b>	<b>14.495,35</b>
(-) Depreciación	24,05	24,05	24,05	24,05	24,05	24,05	24,05	24,05	24,05	24,05	24,05	24,05	288,64
<b>Desembolso de caja para gastos operacionales</b>	<b>1.183,70</b>	<b>1.183,70</b>	<b>1.183,70</b>	<b>1.183,70</b>	<b>1.184,08</b>	<b>1.184,47</b>	<b>1.183,70</b>	<b>1.183,70</b>	<b>1.183,70</b>	<b>1.183,70</b>	<b>1.184,08</b>	<b>1.184,47</b>	<b>14.206,71</b>

Elaborado por: El Autor

## 5.5. Estructura del Financiamiento

Al determinar la inversión inicial de la microempresa “PROCOGAL” se considera que necesitará de un capital de \$9.947,99 dólares para su funcionamiento, de los cuales el 60% será financiado por el propietario y el 40% se obtendrá a través de un préstamo a la entidad financiera “BanEcuador”.

**Tabla 67:** Financiamiento

Financiamiento	Valor	Porcentaje
Interno	5.968,79	60%
Externo	3.979,19	40%
<b>Total</b>	<b>9.947,99</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El Autor

### 5.5.1. Amortización de la deuda

Se detalla la tabla de amortización del préstamo que se va a solicitar a la entidad financiera, misma que otorga préstamos a una tasa de interés del 15% anual con un plazo de 3 años, que servirá como apoyo para poner en marcha el emprendimiento.

**Tabla 68:** Tabla de Amortización BanEcuador

Tabla de Amortización				
<b>Capital</b>		3.979,19		
<b>Interés</b>		15%		
<b>Plazo (años)</b>		3		
<b>Cuota</b>		\$137,94		
Nº	Fecha	Cuota	Interés	Capital
1	02/01/2018	\$137,94	\$49,74	\$88,20
2	01/02/2018	\$137,94	\$48,64	\$89,30
3	03/03/2018	\$137,94	\$47,52	\$90,42
4	02/04/2018	\$137,94	\$46,39	\$91,55
5	02/05/2018	\$137,94	\$45,25	\$92,69
6	01/06/2018	\$137,94	\$44,09	\$93,85
7	01/07/2018	\$137,94	\$42,91	\$95,03
8	31/07/2018	\$137,94	\$41,73	\$96,21
9	30/08/2018	\$137,94	\$40,52	\$97,42
10	29/09/2018	\$137,94	\$39,31	\$98,63
11	29/10/2018	\$137,94	\$38,07	\$99,87
12	28/11/2018	\$137,94	\$36,83	\$101,11
			\$521,00	\$1.134,29
13	28/12/2018	\$137,94	\$35,56	\$102,38
14	27/01/2019	\$137,94	\$34,28	\$103,66
15	26/02/2019	\$137,94	\$32,99	\$104,95
16	28/03/2019	\$137,94	\$31,67	\$106,27
17	27/04/2019	\$137,94	\$30,35	\$107,59
18	27/05/2019	\$137,94	\$29,00	\$108,94
19	26/06/2019	\$137,94	\$27,64	\$110,30
20	26/07/2019	\$137,94	\$26,26	\$111,68
21	25/08/2019	\$137,94	\$24,86	\$113,08
22	24/09/2019	\$137,94	\$23,45	\$114,49
23	24/10/2019	\$137,94	\$22,02	\$115,92

24	23/11/2019	\$137,94	\$20,57	\$117,37
			\$338,65	\$1.316,63
25	23/12/2019	\$137,94	\$19,10	\$118,84
26	22/01/2020	\$137,94	\$17,62	\$120,32
27	21/02/2020	\$137,94	\$16,11	\$121,83
28	22/03/2020	\$137,94	\$14,59	\$123,35
29	21/04/2020	\$137,94	\$13,05	\$124,89
30	21/05/2020	\$137,94	\$11,49	\$126,45
31	20/06/2020	\$137,94	\$9,91	\$128,03
32	20/07/2020	\$137,94	\$8,31	\$129,63
33	19/08/2020	\$137,94	\$6,69	\$131,25
34	18/09/2020	\$137,94	\$5,05	\$132,89
35	18/10/2020	\$137,94	\$3,38	\$134,56
36	17/11/2020	\$137,94	\$1,70	\$136,24
			\$127,00	\$1.528,28

Elaborado por: El Autor

## 5.6. Depreciación

A continuación se muestra la depreciación necesaria de los activos fijos de la microempresa “PROCOGAL”.

Tabla 69: Depreciación

Activo	Valor	% Depreciación	Depreciación	Depreciación Mensual
Infraestructura	200,00	5%	10,00	0,833
Muebles y enseres	312,50	10%	31,25	2,60
Equipo de computo	800,00	33%	264,00	22,00
Maquinaria y Equipo	1.380,00	10%	138,00	11,50
Equipo de Oficina	15,00	10%	1,50	0,13
Cubertería	60,00	20%	12,00	1,00
Gastos de Constitución	70,00	20%	14,00	1,17
<b>TOTAL</b>	<b>3.312,00</b>		<b>606,57</b>	<b>50,55</b>

Fuente: Reglamento de Servicios de Rentas Internas

Elaborado por: El Autor

## 5.7. Estados Financieros

A continuación se muestran los estados financieros que reflejan la situación económica de la microempresa, los cuales permitirán tomar decisiones óptimas que procuren la viabilidad de “PROCOGAL”.

### 5.7.1. Estado de Situación Financiera

**Tabla 70:** Estado de Situación Financiera

<b>Microempresa “PROCOGAL”</b>			
<b>Estado de Situación Inicial</b>			
<b>Al 01 de _____ del 20XX</b>			
<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS NO CORRIENTES	
Caja – Bancos	\$ 6.688,49	Obligaciones Financieras	\$ 3.979,19
Ejemplares	\$ 450,00		
ACTIVOS FIJOS		<b>TOTAL PASIVO</b>	\$ 3.979,19
Infraestructura	\$ 200,00	<b>PATRIMONIO</b>	
Muebles y Enseres	\$ 312,50	Capital Social	\$ 5.968,79
Equipo de Cómputo	\$ 800,00		
Equipo de Oficina	\$ 15,00		
Maquinaria y Equipo	\$ 1.380,00		
Equipo de Protección	\$ 42,00		
Cubertería	\$ 60,00		
		<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	\$ 5.968,79
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 9.947,99</b>	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 9.947,99</b>

**Fuente:** Presupuesto de Ingresos, Egresos y Costos

**Elaborado por:** El Autor

## 5.7.2. Estados de Resultados

Es una herramienta de gestión que permite visualizar el desempeño e identificar los ingresos, gastos y las pérdidas o ganancias de la microempresa “PROCOGAL” en un periodo de un año.

**Tabla 71:** Estado de Resultados

Cuentas	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
<b>Ventas Netas</b>												
Pollos y Gallinas de campo procesados	2455,44	2455,44	2455,44	2455,44	2578,21	2707,12	2455,44	2455,44	2455,44	2455,44	2578,21	2707,12
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>44</b>	<b>44</b>	<b>44</b>	<b>2578,21</b>	<b>2707,12</b>	<b>2455,44</b>	<b>2455,44</b>	<b>2455,44</b>	<b>2455,44</b>	<b>2578,21</b>	<b>2707,12</b>
<b>(-) Costo de Ventas</b>												
Materia Prima Directa	391,50	391,50	391,50	391,50	411,08	431,63	391,50	391,50	391,50	391,50	411,08	431,63
Mano de Obra Directa	271,13	271,13	271,13	271,13	271,13	271,13	271,13	271,13	271,13	271,13	271,13	271,13
Costos Generales de Fabricación	66,68	66,68	66,68	66,68	66,68	66,68	66,68	66,68	66,68	66,68	66,68	66,68
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>748,89</b>	<b>769,44</b>	<b>729,31</b>	<b>729,31</b>	<b>729,31</b>	<b>729,31</b>	<b>748,89</b>	<b>769,44</b>
<b>(=) Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>1726,13</b>	<b>1726,13</b>	<b>1726,13</b>	<b>1726,13</b>	<b>1829,32</b>	<b>1937,68</b>	<b>1726,13</b>	<b>1726,13</b>	<b>1726,13</b>	<b>1726,13</b>	<b>1829,32</b>	<b>1937,68</b>
<b>(-) Gastos</b>												
Administrativos y Ventas	1207,75	1207,75	1207,75	1207,75	1208,13	1208,52	1207,75	1207,75	1207,75	1207,75	1208,13	1208,52
(-) Gastos de Constitución	70,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>(=) Utilidad Operaciones</b>	<b>448,37</b>	<b>518,37</b>	<b>518,37</b>	<b>518,37</b>	<b>621,19</b>	<b>729,16</b>	<b>518,37</b>	<b>518,37</b>	<b>518,37</b>	<b>518,37</b>	<b>621,19</b>	<b>729,16</b>
(-) Intereses	49,74	48,64	47,52	46,39	45,25	44,09	42,91	41,73	40,52	39,31	38,07	36,83
<b>(=) Utilidad antes de participación trabajadores</b>	<b>398,63</b>	<b>469,73</b>	<b>470,85</b>	<b>471,98</b>	<b>575,95</b>	<b>685,07</b>	<b>475,46</b>	<b>476,64</b>	<b>477,85</b>	<b>479,06</b>	<b>583,12</b>	<b>692,33</b>
<b>(-) 15% Participación trabajadores</b>												
	59,79	70,46	70,63	70,80	86,39	102,76	71,32	71,50	71,68	71,86	87,47	103,85
<b>(=) Utilidad Neta</b>	<b>338,84</b>	<b>399,27</b>	<b>400,22</b>	<b>401,18</b>	<b>489,55</b>	<b>582,31</b>	<b>404,14</b>	<b>405,15</b>	<b>406,17</b>	<b>407,21</b>	<b>495,65</b>	<b>588,48</b>

**Fuente:** Presupuesto de Ingresos, Egresos y Costos

**Elaborado por:** El Autor

### 5.7.3. Presupuesto de Caja

Este presupuesto permite identificar el saldo final de caja al finalizar el periodo económico de un año y en base a esto identificar la posibilidad financiera de la microempresa.

**Tabla 72:** Presupuesto de Caja

Cuentas	Enero	Febrer o	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiem bre	Octub re	Noviem bre	Diciemb re	Total
<b>Entradas de Efectivo:</b>													
Ventas (100% Efectivo)	2455,44	2455,44	2455,44	2455,44	2578,21	2707,12	2455,44	2455,44	2455,44	2455,44	2578,21	2707,12	30214,17
<b>Total Entradas de Efectivo</b>	<b>2455,44</b>	<b>2455,44</b>	<b>2455,44</b>	<b>2455,44</b>	<b>2578,21</b>	<b>2707,12</b>	<b>2455,44</b>	<b>2455,44</b>	<b>2455,44</b>	<b>2455,44</b>	<b>2578,21</b>	<b>2707,12</b>	<b>30214,17</b>
<b>Salidas de Efectivo:</b>													
Costo de Ventas (100% Efectivo)	715,23	715,23	715,23	715,23	735,36	756,49	715,23	715,23	715,23	715,23	735,36	756,49	8705,56
Gastos Administrativos y Ventas	1183,70	1183,70	1183,70	1183,70	1184,08	1184,47	1183,70	1183,70	1183,70	1183,70	1184,08	1184,47	14206,71
Gastos de Constitución	70,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	70,00
Intereses	49,74	48,64	47,52	46,39	45,25	44,09	42,91	41,73	40,52	39,31	38,07	36,83	521,00
Capital	88,20	89,30	90,42	91,55	92,69	93,85	95,03	96,21	97,42	98,63	99,87	101,11	1134,29
<b>Total Salidas de Efectivo</b>	<b>2106,87</b>	<b>2036,87</b>	<b>2036,87</b>	<b>2036,87</b>	<b>2057,37</b>	<b>2078,90</b>	<b>2036,87</b>	<b>2036,87</b>	<b>2036,87</b>	<b>2036,87</b>	<b>2057,37</b>	<b>2078,90</b>	<b>24637,55</b>
<b>Flujo Neto de Caja</b>	<b>348,56</b>	<b>418,56</b>	<b>418,56</b>	<b>418,56</b>	<b>520,84</b>	<b>628,22</b>	<b>418,56</b>	<b>418,56</b>	<b>418,56</b>	<b>418,56</b>	<b>520,84</b>	<b>628,22</b>	<b>5576,62</b>

**Fuente:** Capital de Trabajo y Amortización de la Deuda

**Elaborado por:** El Autor

## 5.8. Evaluación Financiera

Para el análisis de la viabilidad de la microempresa durante su primer año de producción y comercialización de gallinas de campo, se utilizará el punto de equilibrio.

### 5.8.1. Punto de Equilibrio

Este indicador permite conocer la cantidad de productos que se deberá comercializar para que no exista pérdidas y conocer la viabilidad del negocio cuando la demanda supere el punto de equilibrio, es decir el momento en que se empezará a obtener utilidades.

#### a) Comportamiento del Costo

A continuación se presenta los costos fijos y variables del emprendimiento:

**Tabla 73:** Costos Fijos

Detalle	Valor
Mano de Obra Directa	\$ 3.253,60
CIF Fijos	\$ 668,15
Gastos Administrativos y Ventas	\$ 14.556,31
<b>Total</b>	<b>\$18.478,06</b>

Elaborado por: El Autor

**Tabla 74:** Costos Variables

Detalle	Valor
Materia Prima Directa	\$ 4.817,41
CIF Variables	\$ 135,36
Gastos de Venta variables	\$ 92,29
<b>Total</b>	<b>\$5.045,05</b>

Elaborado por: El Autor

## b) Punto de Equilibrio

**Tabla 75:** Punto de Equilibrio

Producto	Unidades a vender	% participación	precio de venta	Costo variable unitario	Margen de Contribución	Margen de ponderación	Punto de equilibrio	Ingresos
Pollos y Gallinas de campo procesados	2769	100%	\$10,91	1,82	\$9,09	\$9,09	2016	21.997,94
<b>Total</b>	<b>2769</b>	<b>100%</b>		<b>1,82</b>		<b>\$9,09</b>	<b>2016</b>	<b>21.997,94</b>
<b>Punto de Equilibrio mensual</b>							<b>168</b>	<b>1.833,16</b>

**Elaborado por:** El Autor

Al aplicar la fórmula da como resultado que el punto de equilibrio de la microempresa PROCOGAL es de 2016 gallinas, es decir se deben comercializar la cantidad de productos mencionados para poder mantener el equilibrio sin generar pérdidas ni ganancias, pero para obtener beneficios económicos se debe superar esta cantidad en ventas.

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{PVu + CVu}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{18478,06}{10,91 + 1,82}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = 2016$$

### 5.9. Periodo de recuperación

Esta herramienta de evaluación económica financiera, permite determinar en qué tiempo se recupera la inversión del proyecto, a continuación se da a conocer la tabla del periodo de recuperación:

**Tabla 76:** Periodo de Recuperación

Año	Flujo de actualizados	Flujo acumulados	Porcentaje de recuperación
1	<b>5.576,62</b>	5.576,62	56%
2	<b>4.948.40</b>	10.525.02	104%
3	<b>5.370,50</b>	15.895.52	159%

**Elaborado por:** El Autor

Según el flujo de caja, la inversión del proyecto se recupera en al año y 10 meses de su puesta en marcha.

## CAPITULO VI

### 6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

#### 6.1. Nombre del emprendimiento

El nombre que se ha designado a la nueva microempresa que está ubicada en la ciudad de Otavalo es “**PROCOGAL**” que significa producción y comercialización de gallina de campo.

##### 6.1.1. Logotipo y slogan

El logotipo identifica al producto y a la microempresa, sin embargo deberá ser atractivo para atraer a los clientes; se lo ha diseñado de la siguiente manera:



**Figura 20:** Logotipo  
**Elaborado por:** El Autor

El slogan que se le ha asignado a la microempresa es “

- Enriquecido con nutrientes naturales, un excelente sabor a campo.

### **6.1.2. Diseño del empaque**

En el diseño del empaque contendrá el logotipo, el slogan y la información básica que permita identificar y promover el productor.

### **6.1.3. Presentación del producto**

El producto se empacará en fundas de polietileno, quedando de la siguiente manera:

## **6.2. Misión y Visión**

### **6.2.1. Misión**

PROCOGAL es una microempresa que busca producir y comercializar de forma innovadora gallinas de campo, presentando un producto con estándares de calidad y precios accesibles; promoviendo la confianza de los clientes y el consumo de productos nutricionales.

### **6.2.2. Visión**

PROCOGAL una microempresa que para el año 2023 llegará a ser reconocida como el principal líder en producción y comercialización de gallinas de campo de calidad, generando métodos de innovación en la producción avícola.

## **6.3. Objetivos**

- Proporcionar a los clientes un producto de calidad, a precios considerables que estén al alcance de todos.
- Generar un nivel alto de confiabilidad en los clientes, para proporcionar mejoras en la utilidad de la empresa.

- Ser reconocida en el mercado nacional como la principal microempresa productora de gallinas de campo.
- Evaluar el desempeño y conocer las necesidades de nuestros empleados y clientes.

## **6.4. Principios y valores**

### **6.4.1. Principios**

Los principios son lineamientos corporativos que generan valor y contribuye a cumplir el propósito de la empresa. La microempresa se fomenta los siguientes principios:

- Actitud positiva
- Calidad
- Trabajo en equipo
- Innovación y competitividad

### **6.4.2. Valores**

Los valores son actitudes que describen la responsabilidad ética y social en el progreso laboral dentro de una organización.

- Ética
- Honestidad
- Pro actividad
- Responsabilidad
- Puntualidad
- Compromiso

## **6.5. Políticas**

### **Generales**

- La gerencia fomentará el crecimiento personal y laboral de sus trabajadores.
- La gerencia realizará reuniones cada mes con todo el personal para saber sus necesidades y sugerencias.
- La microempresa “PROCOGAL” Otorgará un producto de calidad 100% natural al cliente.

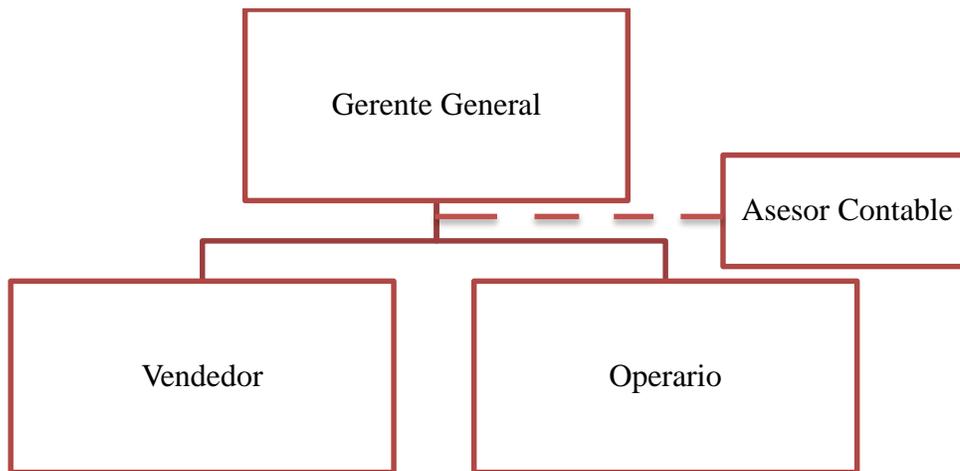
### **Ventas**

- El área de ventas escuchará sugerencias de los clientes para mejorar el producto y servicio.
- El área de ventas realizará alianzas estratégicas con clientes para obtener prioridad en pedidos.
- Se otorgará créditos a clientes con pedidos mayores al 80% de la compra mensual más alta.

### **Producción**

- El operario será capacitado de manera cuatrimestral, para brindar un producto de calidad.
- El operario verificar sistema de alimentación de las aves, para evitar que sufran posibles enfermedades.
- El operario verificará el estado de las aves antes de realizar el faenamiento.

## 6.6. Organigrama estructural



**Figura 21:** Organigrama Estructural  
**Elaborado por:** El Autor

### 6.6.1. Niveles Administrativos

Los niveles administrativos de la microempresa son:

- **Nivel Estratégico:** Gerente General
- **Nivel Operativo:** Producción y Comercialización.

## 6.7. Descripción de puestos

### DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

<b>Denominación del Cargo:</b>	Gerente General
<b>Jefe inmediato:</b>	Ninguno
<b>Número de personas en el cargo:</b>	1

**Objetivo:** El gerente general de la microempresa PROCOGAL procurará el desarrollo de manera eficaz y eficiente para el desarrollo óptimo de la microempresa.

#### Funciones:

- Responsable de la planificación, dirección y liderazgo de las actividades que se realice por la microempresa.
- Realizar planes y programas para mejorar los objetivos organizacionales con los miembros.
- Evaluar los resultados administrativos, operacionales y financieras.
- Asignar de manera eficiente los puestos de trabajo.

#### Requisitos:

##### Nivel Académico

- Título de tercer nivel en Ingeniería Empresarial, Comercial.

##### Experiencia

- Experiencia mínima de 1 años en áreas similares.

##### Capacitación

- En cursos de Gerencia.

##### Perfil Profesional

- Relaciones Públicas.
- Manejo eficiente de personas.
- Actitud negociadora.
- Nivel de Liderazgo.

##### Competencia General

- El gerente deberá ser capaz de tomar decisiones y mostrar resultados.
- El gerente debe tener la capacidad de identificar y potencializar las competencias dl equipo de trabajo y aprovechar su conocimiento para bien de la microempresa.
- El gerente debe saber guiar o transmitir los mensajes claves para motivar a su equipo de trabajo y generar compromisos con la microempresa.

##### Competencia Específica

- El gerente en casos de no contar con la información necesaria, deberá acudir de su gran intuición para la toma de decisión.
- El gerente debe tener conocimiento en manejo y control de almacenes.

**Fuente:** Comisión Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales

**Elaborado por:** El Autor

### DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

<b>Denominación del Cargo:</b>	Asesor Contable Ocasional
<b>Jefe inmediato:</b>	Ninguno
<b>Número de personas en el cargo:</b>	1

**Objetivo:** El auxiliar contable de la microempresa PROCOGAL, enfatiza sus esfuerzos en el cumplimiento de las normas del área contable, a través de informes financieros mensuales y anuales.

#### Funciones:

- Organizar y sistematizar la contabilidad de manera eficiente conforme a las normas internacionales de información financiera.
- Llevar un control de pagos, comprobantes, cheques y demás registros de cuentas que la microempresa cuente.
- Coordinar las operaciones con la gerencia.
- Presentar información contable cuando sean requeridos por la gerencia.
- Realizar declaraciones de impuestos al SRI.
- Efectuar el presupuesto y rendiciones de cuentas.

#### Requisitos:

##### Nivel Académico

- Título de tercer nivel en contabilidad, auditoría y finanzas.

##### Experiencia

- Experiencia mínima de 2 años en áreas similares.

##### Capacitación

- Capacitaciones en las NIIF y Tributaria.

##### Perfil Profesional

- Responsable
- Manejo eficiente
- Puntualidad

##### Competencia General

- El contador debe registrar las operaciones contables en los libros, registros obligatorios y auxiliares, según plan contable, normas legales y vigentes.
- El contar debe verificar y conciliar las operaciones contables y los estados de la microempresa según políticas establecidas y normas contables vigentes.

##### Competencia Especifica

- El contador deberá preparar reportes de información financiera para la toma de decisiones según políticas de la microempresa.
- Revisar los estados financieros y ejecutar el cierre anual de las operaciones contables de acuerdo a las normas tributarias y políticas institucional.

**Fuente:** Normas de Competencias del Profesional Técnico en Contabilidad

**Elaborado por:** El Autor

---

**DESCRIPCIÓN DE PUESTOS**

<b>Denominación del Cargo:</b>	Operario
<b>Jefe inmediato:</b>	Gerente
<b>Número de personas en el cargo:</b>	1

**Objetivo:** El operario de la microempresa PROCOGAL debe organizar los productos de manera eficiente.

**Funciones:**

- Controlar y coordinar las actividades de producción.
- Seleccionar las gallinas adecuadas para la etapa de faena miento.
- Inspeccionar el campo de producción.
- Planificación de actividades colgado, matanza y desangrado.
- Recepción de las gallinas y espera.

**Requisitos:**

Nivel Académico

- Título Bachiller.

Experiencia

- Experiencia de 3 meses en faenamiento o venta de pollos.
- Conocimiento en manejos de enfermedades y su prevención.

Perfil Profesional

- Puntualidad
- Responsable
- Honrado

Competencia General

- Programar y gestionar la producción.
- Cooperar en la implantación y desarrollo del plan de calidad y gestión ambiental en la microempresa.
- Controlar la elaboración de productos y preparados y sus sistemas automáticos de producción, así como el sacrificio, faenado y despiece de las aves.

Competencia Específica

- Mantener ordenado y limpio el área de faenamiento.
- Realizar las labores identificando prioridades y direccionando esfuerzos según las necesidad para cumplir con sus responsabilidades en los tiempos establecidos

---

**Fuente:** Comisión Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales

**Elaborado por:** El Autor

---

**DESCRIPCIÓN DE PUESTOS**

<b>Denominación del Cargo:</b>	Vendedor
<b>Jefe inmediato:</b>	Gerente
<b>Número de personas en el cargo:</b>	1

**Objetivo:** El vendedor de la microempresa PROCOGAL debe organizar y controlar los productos de manera que se encuentren disponibles para el consumidor.

**Funciones:**

- Ordenar los productos en el frigorífico y refrigeradora.
- Atender al cliente de manera satisfactoria.
- Negociar con los clientes.
- Encargarse del estado del producto.
- Llevar un control de inventario.
- Informar al cliente sobre las promociones y descuentos.

**Requisitos:**

## Nivel Académico

- Título Bachiller.

## Experiencia

- Experiencia mínima de 6 meses en venta

## Perfil Profesional

- Creatividad
- Agilidad
- Responsable

## Competencia General

- Habilidad para escuchar y comprender los pensamientos de los clientes.
- Capacidad de tener las emociones bajo control, así evitar las reacciones negativas.
- Expresión eficaz de los mensajes que se quiere transmitir al cliente.
- Habilidad para trabajar en equipo.

## Competencia Específica

- Capacidad de establecer relaciones con clientes claves.
- Habilidad de persuasión, influencia a nuevos clientes.
- Disposición de alcanzar las metas.

---

**Fuente:** Psicología Integral Consultores

**Elaborado por:** El Autor

## **6.8. Aspectos legales de funcionamiento**

### **6.8.1. Figura jurídica de la microempresa**

El negocio se denominará como microempresa unipersonal, debido a que el capital y los bienes necesarios son propios del socio, como también toda la responsabilidad caerá sobre el propietario.

Para la conformación de la microempresa unipersonal se tendrá en cuenta las siguientes características, mismas que se basan en la Ley de Compañías del Ecuador:

- La responsabilidad cae en su totalidad sobre el propietario.
- El monto del capital es ilimitado.

### **6.8.2. Permisos y Obligaciones**

La microempresa “PROCOGAL” deberá corresponder a los siguientes trámites y obligaciones para el correcto funcionamiento:

- Obtención de un Registro Único de Contribuyentes (RUC).
  - Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad
  - Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral.
  - Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio
- Certificado de seguridad del cuerpo de bomberos de Otavalo.
  - Solicitud de inspección del local
  - Informe favorable de la inspección
  - Copia del RUC

- Copia de la calificación artesanal
- Adquisición de la Patente municipal
  - Copia del Ruc o RISE actualizado
  - Copia de la cédula de identidad y certificado de votación
  - Copia del comprobante de pago del impuesto predial donde funciona la actividad económica.
  - Solicitud de inspección del Cuerpo de Bomberos
- Permiso Sanitario
  - Título del técnico responsable
  - Categorización otorgado por la MIPRO.
  - Indicar el número de empleados.
  - Planos de la empresa con ubicación seguimiento el flujo del proceso.
  - Planos de la empresa a escala 1:50 con la distribución de áreas.
  - Detalles de los productos a fabricarse.

## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS

#### 7.1. Introducción

La ejecución del emprendimiento PROCOGAL en la ciudad de Otavalo genera una serie de impactos, para esto se hará uso de una matriz de impactos con sus respectivas valoraciones y el análisis están realizadas con una serie de indicadores, las mismas que están tabuladas con su respectiva ponderación.

#### 7.2. Objetivo

Identificar los principales impactos que se podría generar como resultado de su implementación del emprendimiento.

#### 7.3. Escala de Medición de Impactos

Tabla 77: Medición de Impactos

Ponderación	Significado
3	Impacto Alto Positivo
2	Impacto Medio Positivo
1	Impacto Bajo Positivo
0	No hay Impactos
-1	Impacto Bajo Negativo
-2	Impacto Medio Negativo
-3	Impacto Alto Negativo

Elaborado por: El Autor

Para calcular el nivel de impacto que genera el proyecto se utiliza la siguiente formula:

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \text{Valoración de indicadores}}{\text{Número de Indicadores}}$$

## 7.4. Evaluación de Impactos

### 7.4.1. Impacto Económico

Tabla 78: Impacto Económico

Indicadores	Nivel de Impacto							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Oferta de empleo							X	3
Calidad de vida						X		2
Demanda de mano de obra							X	3
<b>Total</b>						2	6	8

Elaborado por: El Autor

$$\text{Impacto Económico} = \frac{\sum \text{Valoración de indicadores}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Económico} = \frac{8}{3} = 2,67$$

La microempresa “PROCOGAL” tiene un impacto económico medio positivo con un resultado de 2,67.

**Oferta de empleo:** La microempresa al iniciar su actividad comercial contribuirá generando tres fuentes de empleo en la ciudad de Otavalo y beneficiar a los trabajadores y a quienes dependen de ellos.

**Calidad de vida:** Mediante la ejecución del proyecto todos quienes formen parte de la microempresa podrán mejorar su calidad de vida al tener mayor poder adquisitivo.

**Demanda de mano de obra:** Para el correcto funcionamiento del negocio se necesitará personas que conozcan de la materia y al ser una microempresa que busca crecimiento en sus trabajadores, ellos tendrán capacitaciones continuas sobre la crianza y venta, para así poder desarrollar un excelente trabajo y brindar un producto de calidad.

### 7.4.2. Impacto Empresarial

Tabla 79: Impacto Empresarial

Indicadores	Nivel de Impacto								Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3		
Clima organizacional							X		3
Ambiente Físico									
Ambiente Social									
Gestión de venta						X			2
Eficiencia en la productividad							X		3
<b>Total</b>						2	6		8

Elaborado por: El Autor

$$\text{Impacto Empresarial} = \frac{\sum \text{Valoración de indicadores}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Empresarial} = \frac{8}{3} = 2,67$$

La microempresa “PROCOGAL” tiene un impacto empresarial medio positivo con un resultado de 2,67.

**Clima organizacional:** La microempresa se desarrollará bajo un ambiente óptimo que permita motivar a los trabajadores y realizar sus actividades de manera eficiente, pues el gerente será un líder que los guiará hacia el desarrollo personal y laboral.

**Gestión de venta:** El proyecto incentivará la producción y consumo de las gallinas de campo como una actividad empresarial, de manera que se logre el éxito en su comercialización.

**Eficiencia en la productividad:** Los trabajadores realizarán sus actividades adecuadamente encaminados siempre al logro de los objetivos de la microempresa.

### 7.4.3. Impacto Ambiental

Tabla 80: Impacto Ambiental

Indicadores	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Control y manejo de desechos						X		2
Contaminación					X			1
Faenamiento de las aves					X			1
Ecología						X		2
<b>Total</b>					2	4	0	6

Elaborado por: El Autor

$$\text{Impacto Ambiental} = \frac{\sum \text{Valoración de indicadores}}{\text{Número de Indicadores}}$$

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

La microempresa “PROCOGAL” tiene un impacto ambiental medio positivo con un resultado de 2.

**Control y manejo de desechos:** Se recogerá los desechos que emanen las gallinas de manera semanal, la misma recibirá el tratamiento correspondiente para convertirse en abono y así no perjudique al medio ambiente ni a las personas que viven cercanas a la planta productora.

**Contaminación:** Anteriormente mencionado los desechos de las aves serán recolectadas de manera semanal, la misma que seguirá un proceso de tratamiento para convertirse en fertilizante del terreno y por último se aprovechará la fase de cambio de pluma de las aves, seleccionando las plumas que se encuentran en buenas condiciones para la venta a fabricantes de artesanías.

**Faenamiento de las aves:** La microempresa establecerá los siguientes métodos de control de calidad para que permitan que el producto llegue al cliente en excelente estado y totalmente saludable;

- Verificar si la gallina están en la edad correcta de los 4 meses, y sin ningún daño en el cuerpo por concepto de pelea entre las aves.
- Revisar si las herramientas de corte están limpias y no estén con algún desgaste por el paso del tiempo que perjudique al producto.

**Ecología:** Al considerar los factores naturales que rodean al negocio y buscar afectarlos en el menor grado posible, cuidando y protegiendo el medio ambiente.

### 7.5. Impacto General del Proyecto

Tabla 81: Impacto General del Proyecto

Indicadores	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Impacto económico						X		2
Impacto empresarial						X		2
Impacto ambiental						X		2
<b>Total</b>						<b>6</b>		<b>6</b>

Elaborado por: El Autor

$$\text{Impacto General del Proyecto} = \frac{\sum \text{Valoración de indicadores}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto General del Proyecto} = \frac{6}{3} = 2$$

En base al análisis de los impactos económico, empresarial y ambiental de la microempresa “PROCOGAL”, se determina que tiene un impacto general medio positivo con una ponderación

de 2, lo cual significa que tiene efectos positivos, beneficiando a las personas que se relacionan directamente con el proyecto y destacando una viabilidad en su primer año de puesta en marcha.

## 8. Conclusión

- Según el estudio financiero el proyecto es factible, debido a que los estados financieros muestran una utilidad neta anual de USD 5576,62. La inversión total del proyecto es USD 9.947,99 valor que se recupera al 22<sup>a</sup> mes de su puesta en marcha. Además, el punto de equilibrio fue de 168 gallinas mensuales ésta cantidad se pretende superar desde el primer mes de su funcionamiento.
- En la investigación de campo los resultados aprueban que el producto tiene aceptación, con una demanda actual de 2600 gallinas mensuales, oferta mensual de 196 gallinas mensuales y una demanda insatisfecha de 2404 que no puede ser cubierta por la competencia distribuidora Jorge Andrés, con la implementación de la microempresa se pretende cubrir el 30% de la demanda insatisfecha.
- Con el desarrollo del estudio técnico se estableció que la Ciudadela Ángel Escobar es un lugar óptimo para la creación de la microempresa, así como también la afluencia de las personas en el lugar es poco y especialmente por la facilidad de adquirir la materia prima. Además se definió el tamaño necesario de la infraestructura para la producción que es de 100 m<sup>2</sup> y se realizó la distribución correcta de los departamentos, la mobiliaria, equipo y demás recursos necesarios para dar en marcha su creación.
- La inversión total del proyecto es de \$9.947,99, de los cuales el 60% es financiado por el propietario y el 40% se financiera bajo un crédito en el BANECUADOR. Además la inversión se recupera en el 22<sup>o</sup> mes.
- El emprendimiento llevará el nombre de “PROCOGAL” y será creada bajo empresario individual “Autónomo”. Además se estableció la estructura organizacional y funcional.

- Por último se da por terminado con los impactos que generará la creación de la microempresa, la cual serán medios positivos dentro del impacto económico se genera 3 fuentes de empleo, en el impacto empresarial cumplimiento de los objetivos de la microempresa y en el impacto ambiental cumplimiento de las medidas ambientales.

## 9. Recomendaciones

- Al contar con las condiciones suficientes y adecuadas es conveniente invertir en la creación de la microempresa de producción y comercialización de gallinas de campo.
- Para tener un amplio conocimiento del tema de investigación es necesario que se recolecte información relacionada con el mismo, que lleve a disipar dudas y asegurar el provenir de la investigación.
- Para que la demanda insatisfecha sea cubierta se debe diseñar estrategias de comercialización como: campañas publicitarias, sondeos, lo que permitirá mayor participación en el mercado.
- Se requiere que el lugar de instalación de la microempresa cuente con todas las especificaciones técnicas, para evitar alguna anomalía que ponga en peligro la actividad empresarial, medio ambiente y la salud humana.
- Se debe proveer todos los recursos y medios necesarios que permitan al personal desempeñarse eficientemente, contribuyendo en la minimización de costos y consiguiendo que la empresa sea más productiva.
- Según los resultados de los evaluadores financieros el proyecto es factible al corto plazo mientras que a futuro será arriesgado ya que las condiciones varían.
- El análisis de los impactos deben generar el mínimo riesgo en aspectos negativos y el máximo bienestar en aspectos positivos, lo que conlleva poseer un valor promedio satisfactorio para el proyecto, que permita continuar con la actividad empresarial.

## 10. BIBLIOGRAFÍA

Acosta, R. (2014). Flujograma. En R. Acosta, *Flujograma* (pág. 14).

AGRARIA. (15 de Enero de 2013). *Manual de avicultura tradicional Jose en la granja*.

Recuperado el 02 de Mayo de 2018, de  
<https://joseenlagranja.blogspot.com/2013/01/manual-de-avicultura-avicultura.html>

Agricultura, O. d. (2014). *Líneas de aves*. Canadá.

Ballina, A. (2015). *Manejo Eficiente de Gallinas*. Nicaragua: Director Programa de Ganadería.

Banzhaf, H. (2015). La Simbología y el Significado. En H. Banzhaf, *La Simbología y el Significado* (pág. 210). México.

Binetti, G. (21 de 01 de 2014). La importancia económica de los microemprendimientos. *El Comercio*, pág. 14.

Censo, I. N. (2010). [www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/). Recuperado el 2017, de [www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/):  
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

Donnelly Konopaske, G. (2014). *Organizaciones - comportamiento, estructura y procesos*. 13 edición.

Ecuador, C. N. (12 de 03 de 2016). *Conave. org*. Recuperado el 19 de 06 de 2018, de [http://amevea-ecuador.org/web\\_antigua/datos/AMEVEA\\_2007\\_\\_\\_ING.\\_JOSE\\_ORELLANA.PDF](http://amevea-ecuador.org/web_antigua/datos/AMEVEA_2007___ING._JOSE_ORELLANA.PDF)

- Espinosa, R. (06 de 05 de 2014). *Marketing mix*. Recuperado el 30 de 01 de 2018, de <http://robertoespinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>
- Fellenberg, M. A. (2015). Proceso de faenamiento. En M. A. Fellenberg, *Manual de faenamiento* (pág. 114). Chile.
- Flóres Uribe, J. (2015). *Proyectos de inversión para las pyme*. Tercera Edición.
- FUDE. (Jueves de Octubre de 2014). *Fude By Educativo*. Recuperado el Miercoles de Mayo de 2018, de <http://www.educativo.net/articulos/que-es-la-produccion-avicola-876.html>
- Hudson, J. (2014). Proceso 50 productos de diseño del concepto a la fabricación. En J. Hudson, *Proceso* (pág. 116).
- INEC. (2015). *Estadísticas Agropecuarias*. Recuperado el 23 de Mayo de 2018, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-agropecuarias-2/>
- Kotler, P., & Lane Keller, K. (2015). *Dirección de marketing*. México: Pearson Educación.
- López Miguens, J., Gonzáles Vázquez, E., & Otero Neira, C. (2015). *Manual práctico de marketing*.
- Louffat, E. (2014). *Administración: fundamentos del proceso administrativo*. tercera edición.
- Makens, J. C., Philip, K., & Bowen, J. C. (2015). *Marketing turístico*. Madrid.
- Monteros, E. (2013). *Microempresas, pequeñas y medianas empresas*. Miami.
- Obando, J. R. (2015). Elementos de Microeconomía. En J. R. Obando, *Elemento de Microeconomía* (pág. 40). México: EUNED.

Quisoboni, R. (2017). Desempleo. *El Norte*, 10.

Stuardo, E. M. (2011). Integral del Emprendimiento en la Gestión del Conocimiento. En E. M. Stuardo, *Integral del Emprendimiento en la Gestión del Conocimiento* (pág. 11).

Torres, L. (2014). *Microempresa*. México.

Zapata Sánchez, P. (2015). *Contabilidad General*. Septima.

## 11. ANEXOS

### Anexo 1. Ficha de observación de fuerzas competitivas



### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE - FACAE

#### Ficha de observación a los principales negocios que comercializan gallinas de campo de la ciudad de Otavalo.

**Objetivo:** Determinar las fuerzas competitivas del emprendimiento en la ciudad de Otavalo.

SUPERMERCADO: \_\_\_\_\_

UBICACIÓN: \_\_\_\_\_

PROPIETARIO: \_\_\_\_\_

#### Elementos a observar:

a) Aspectos del Consumidor	Alto	Regular	Bajo	Observación
Afluencia constante				
Percepción de necesidad del producto				
Poder adquisitivo				
Motivación de compra				
Satisfacción				
b) Aspectos de la Competencia	Bueno	Regular	Malo	Observación
Localización				
Imagen corporativa				
Infraestructura				
Atención al cliente				
Calidad de los productos				
Higiene				

## Anexo 2: Encuesta dirigida a la población otavaleña



### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE - FACAE

#### Encuesta dirigida a la población otavaleña

**Objetivo:** Obtener información directa acerca del consumo y aceptación de la gallina de campo en la ciudad de Otavalo, Provincia de Imbabura.

**Instrucciones:** Por favor responda las preguntas que se presentan a continuación de la manera más sincera posible, escoja solo una opción de respuesta por cada pregunta.

**Sexo:** M..... F.....

**1. ¿Usted conoce sobre las propiedades nutritivas de la gallina de campo ?**

SI.....

NO.....

**2. ¿Ha consumido gallina de campo?**

SI.....

NO.....

**3. ¿Usted estaría dispuesto a consumir gallina criada a base de productos naturales?**

SI.....

NO.....

**4. ¿Con qué frecuencia compra o compraría gallina de campo?**

a) Todos los días .....

b) Dos veces a la semana .....

c) Una vez al mes .....

d) Ocasionalmente .....

**5. ¿En qué cantidad compra la gallina de campo?**

a) Por porciones .....

b) Entero .....

**6. ¿En qué lugar preferiría comprar este producto?**

a) Supermercados .....

b) Tiendas de Barrio .....

a) Plaza de mercado .....

b) Otro ¿Cuál?.....

**7. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por cada libra de gallina?**

a) 1,50 a 2,00

b) 2,00 a 2,50

c) 2,50 a 3,00

**8. ¿Para adquirir un producto usted presta atención a la publicidad?**

SI.....

NO.....

**9. ¿Ha visto publicidad acerca de la gallina de campo?**

SI.....

NO.....

**10. ¿Porqué medios publicitarios le gustaria conocer de este producto?**

a) Radio .....

b) Televisión .....

c) Redes sociales .....

d) Periodicos .....

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**