



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN ECONOMÍA MENCIÓN

FINANZAS

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HUEVOS DE CODORNIZ, ENFOCADA A LA REINSERCIÓN LABORAL DEL ADULTO MAYOR EN LA CIUDAD DE IBARRA.

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS EN ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS

AUTORAS: REVELO, V. Carmen A.

TERAN, C. Nelly A.

DIRECTOR: ECON. GUERRERO Wilma

IBARRA, ENERO DEL 2012

RESUMEN EJECUTIVO

Siendo el objetivo principal del presente estudio de factibilidad la creación de una Microempresa Productora y Comercializadora de huevos de codorniz, se ha desarrollado el análisis de los diferentes aspectos que intervienen en esta investigación. Luego de conocer la situación actual del sector y tener una visión clara de la actividad empresarial y laboral del Adulto Mayor en la ciudad de Ibarra, se procedió a desarrollar el estudio de mercado en el que se analiza la condición en que se encuentra la producción y comercialización de los huevos de codorniz, así como también el comportamiento de la demanda, oferta, precio. Es importante para llevar adelante este estudio tener claro las conceptualizaciones de los asuntos que abordan este tema, permitiendo formar un criterio base sustentado. Una vez conocidos los resultados y siendo estos positivos, se procedió a establecer la macro y microlocalización, el tamaño e ingeniería del proyecto; para lo cual se hizo el respectivo presupuesto de las inversiones que se van a requerir. Consecuentemente éstas se evaluaron y compararon con los ingresos mediante un análisis financiero, donde se ha determinado la viabilidad del proyecto. Posteriormente, se procedió a desarrollar la organización administrativa, donde los diferentes departamentos están ubicados acorde a los niveles jerárquicos que se encuentra en el organigrama vertical, así mismo se detalla las funciones de cada individuo que conforma esta organización. Finalmente para determinar los impactos, se hace un análisis en el aspecto Económico, Social y Ecológico y Ambiental. Con la estructura antes mencionada y con los pasos aplicados eficientemente en la elaboración de este estudio, se justifica la necesidad de emprender el proyecto presentado y la conveniencia de la inversión.

EXECUTIVE SUMMARY

As the main objective of the herein feasibility study the creation of a Commercial & Producer Microenterprise of quail egg , an analysis of the different aspects involved has been developed. After learning the current situation of this sector and getting a clear vision of the business and employment of the elderly living in Ibarra city. We proceeded to develop a marketing study in which we analyze the present condition of the production and marketing of quail eggs, as well as the demand, supply, price behavior. In order to conduct this study, it is important to have a clear the conceptualizations of the issues involved in this matter that allows the construction of supported basic criteria. Once obtained positive results, we proceed to establish the macro and microlocalization, the size and engineering of the project; for which, an investment budget was primarily made. Subsequently they were evaluated and compared with the incomes through a financial analysis, where the feasibility of the project was determined. Then, we proceed to develop the administrative organization, where the different departments are established according the hierarchical levels pointed in the vertical organization, in the same way is detailed the functions of each person who is part of this organization. Finally, to determine the impacts, an Economic, Social and Environmental analysis has been made. With the previous structure and the efficiently process applied in the realization of this project, the need of undertaking this project and the convenience of the investment is justified.

DECLARACIÓN

Nosotras, **Alexandra Revelo, Nelly Terán** declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría: que no ha sido presentada para ningún grado, ni calificación profesional; y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

ALEXANDRA REVELO
C.I: 100320546-3

NELLY TERÁN
C.I: 100242406-5

CERTIFICACIÓN

Informe de Director de Trabajo de Grado

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por las egresadas **Alexandra Revelo, Nelly Terán**, para optar por el Título de **Ingeniera en Economía Mención Finanzas**, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HUEVOS DE CODORNIZ, ENFOCADA A LA REINSERCIÓN LABORAL DEL ADULTO MAYOR EN LA CIUDAD DE IBARRA”**, considero que el presente 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.....a los.....del mes de.....de.....

Ec. Wilma Guerrero
C.I: 170694853 - 4

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

Datos de Contacto		
Cédula de Identidad:	100320546-3 100242406-5	
Apellidos y Nombres:	Alexandra Revelo, Nelly Terán	
Dirección:	Ibarra.	
Email:	ale_ntc@hotmail.com	
Teléfono Fijo:	062 643 136	Teléfono: 084 900772

Datos de la obra		
Título	Estudio de Factibilidad para la creación de una Microempresa productora y comercializadora de huevos de codorniz, enfocada a la reinserción laboral del adulto mayor en la ciudad de Ibarra	
Autor (es)	Alexandra Revelo, Nelly Terán	
Fecha:		
Solo para trabajos de grado		
Programa:	Pregrado	Posgrado
Título por el que opta:	Ingeniero en Economía Mención Finanzas	
Asesor/Director:	Econ. Wilma Guerrero	

2. Autorización de Uso a Favor de la Universidad

Nosotras, Alexandra Revelo, con cédula de identidad N° 100320546-3 y Nelly Terán con cédula de identidad N° 100242406-5 en calidad de autoras y titulares de los derechos patrimoniales del trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior artículo 143.

3. Constancias

Las Autoras manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que son las titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen 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 **quince** días del mes de **marzo** de 2012

Las Autoras:

(Firma).....

Nombre: Alexandra Revelo

C.C.: 100320546-3

(Firma).....

Nombre: Nelly Terán

C.C.: 100242406-5

Aceptación:

(Firma).....

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Nosotras, Alexandra Revelo con cédula de identidad N° 100320546-3 Nelly Terán con cédula de identidad N° 100242406-5, manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5 y 6, en calidad de autoras del trabajo de grado denominado: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HUEVOS DE CODORNIZ, ENFOCADA A LA REINSERCIÓN LABORAL DEL ADULTO MAYOR EN LA CIUDAD DE IBARRA**, que ha sido desarrollado para optar por el título de: Ingeniería en Economía Mención Finanzas en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En nuestra condición de autoras nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribimos este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma).....

Nombre: Alexandra Revelo

Cédula: 100320546-3

(Firma).....

Nombre: Nelly Terán

Cédula: 100242406-5

Ibarra, a los **quince** días del mes de **marzo** del 2012.

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo y toda nuestra carrera universitaria a Dios y nuestros Padres por ser quienes han estado a nuestro lado en todo momento dándonos las fuerzas necesarias para continuar luchando día tras día y seguir adelante rompiendo todas las barreras que se nos presentan.

Las Autoras

AGRADECIMIENTO

Son muchas las personas que deberíamos nombrar en estas líneas, pero nos quedaremos con las más trascendentales, con aquellas que no han bajado la guardia y siempre nos han apoyado, tanto a lo largo del desarrollo de esta Tesis como a lo largo de nuestras vidas.

Primero, debemos dar gracias a nuestras madres. Aquellas incansables mujeres que desde que éramos pequeñas nos han guiado y acompañado en los momentos en que más lo hemos necesitado. Por su apoyo, por su incondicionalidad de madres y principalmente por su amor que no espera nada a cambio.

Nuestros padres, a su manera, siempre han jugado un rol importante en nuestras vidas. Gracias a ustedes también padres, por ser los proveedores durante los años que hemos vivido bajo su techo; gracias por los consejos que siempre nos dieron y por preocuparse del desarrollo de este Trabajo.

Finalmente, gracias a nuestra querida Universidad y nuestros Maestros por brindarnos la oportunidad de empaparnos con sus sabios conocimientos.

A todos nuestros demás familiares y amigos. Gracias por los consejos y amistad.

A todos ustedes gracias.

Las Autoras

PRESENTACIÓN

El presente proyecto está encaminado a desarrollar un estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa de producción y comercialización de huevos de codorniz enfocada a la reinserción laboral del adulto mayor en la ciudad de Ibarra. El presente proyecto consta de 6 capítulos.

En el Capítulo I tenemos el Diagnóstico situacional, que se construirá mediante los resultados de las encuestas aplicadas a la población de adultos mayores, las mismas que reflejaran la situación real de los mismos.

En el Capítulo II, El Marco Teórico en el cual utilizaremos toda la bibliografía necesaria para el desarrollo del mismo como es libros, revistas, Internet, revisión de proyectos ya realizados en la biblioteca entre otros.

En el Capítulo III, El Estudio de Mercado en el cual se trabajará directamente con los adultos mayores en la identificación de sus necesidades mediante encuestas y entrevistas. Se presentará información obtenida de fuentes relacionadas directamente con los jubilados para saber la aceptación y la factibilidad de la creación de la microempresa, y descubrir si esta propuesta tiene acogida por parte de un número representativo del grupo estudiado, además conocer los gustos y preferencias por el producto a desarrollar.

En el Capítulo IV, se elaborará un Estudio Técnico en base de datos obtenidos del capítulo anterior, el cual contiene un análisis de tamaño, localización y la ingeniería del proyecto; dentro de este último, se da a

conocer la organización y la distribución de la planta, y también vamos a recurrir a personas expertas en el tema para la realización del mismo.

En el Capítulo V, tenemos el Estudio Económico, en el cual se mostrará la factibilidad de financiamiento, sostenibilidad y sustentabilidad de la microempresa, poniendo en evidencia la rentabilidad de la misma, mediante el análisis financiero y aplicando los indicadores TIR, VAN Y COSTO BENEFICIO.

En el Capítulo VI, Impactos, en el cual se describirá los posibles impactos que generara la creación de la microempresa.

Y por último en el Capítulo VII, las conclusiones y recomendaciones.

ÍNDICE

PORTADA.....	i
RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
EXECUTIVE SUMMARY.....	iii
DECLARACIÓN.....	iv
CERTIFICACIÓN.....	v
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
CESIÓN DE DERECHOS.....	viii
DEDICATORIA.....	ix
AGRADECIMIENTO.....	x
PRESENTACIÓN.....	xi
ÍNDICE.....	xiii
Introducción.....	23
Objetivos Generales.....	24
Justificación.....	25

CAPITULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes.....	26
Objetivos.....	28
Variables Diagnósticas.....	29
Indicadores.....	29
Matriz de la Relación Diagnostica.....	30
Identificación de la Población.....	31
Calculo de la Muestra.....	32
Evaluación de la Información.....	33
Construcción de la Matriz AOOR.....	53
Cruces Estratégicos AO, AR, OO, OR.....	55
Identificación del Problema.....	56

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

Microempresa.....	58
Características de la Microempresa.....	58
Ventajas de la Microempresa.....	58
Creación de una Microempresa: Constitución y Funcionamiento.	59
Requisitos para el Funcionamiento de una Microempresa y	
Permisos Correspondientes.....	59
Registro Único de Contribuyentes.....	59
Requisitos para la Obtención de la Patente Municipal.....	60
Organismos Reguladores y de Apoyo.....	61
Servicio de Rentas Internas (SRI).....	61
Superintendencia de Compañías de Ecuador.....	62
El Banco Nacional de Fomento.....	62
Estrategias de venta.....	63
La Codorniz.....	65
Características de la Codorniz.....	65
Mercadeo del Huevo de Codorniz.....	65
Madurez Sexual.....	66
Reproducción.....	66
Selección de Reproductores.....	66
Producción de Huevos.....	67
Condiciones Ambientales.....	67
Apareamiento.....	68
Nutrición.....	69
Selección y Cuidado de los Huevos para la Incubación.....	70
Higiene.....	71
Incubación (Artificial y Natural).....	71
Recepción.....	74
Cría de Pollitos.....	75
Jaulas.....	76
Producción de Huevos Infértiles para Consumo.....	77

Iluminación.....	78
Producción de Aves para el Consumo Humano.....	78
Enfermedades.....	79
Balanceo de la Ración.....	79
Población Edad Adulta.....	80
Situación Sicológica en la Edad Adulta.....	80
Situación Económica del Adulto Mayor.....	84
Gremios y Asociaciones de Jubilados y no Jubilados.....	86
Gremios y Asociaciones de Jubilados.....	86
Gremios y Asociaciones de no Jubilados.....	87
Programas Existentes de Apoyo.....	87
Programas Existentes de Apoyo para los Jubilados por Parte del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).....	87
Programas Existentes de Apoyo para los no Jubilados por parte del Ministerio de Inclusión Económica y Social (mies).....	89
Delimitación legal del tratamiento del adulto mayor en la Reinserción al mercado laboral.....	90
Producción.....	92
Factores de Producción.....	92
Comercialización.....	93
Planteamiento de una estrategia comercial.....	95
Preparación de mezclas comerciales.....	96

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Presentación.....	98
Identificación del Producto.....	99
Mercado Meta (Macro).....	101
Segmento de Mercado (Micro).....	101
Población de Potenciales Consumidores.....	101
Población.....	101
Cálculo de la Muestra.....	102

Encuesta Aplicada a los Consumidores.....	103
Análisis de la Demanda.....	108
Proyección de la Demanda.....	109
Análisis de la Competencia.....	110
Proyección de la Oferta.....	111
Demanda Potencial por Satisfacer.....	112
Proyección del Precio.....	113
Políticas de publicidad.....	113
Conclusiones del Estudio.....	114

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Tamaño del Proyecto.....	116
Localización.....	117
Macrolocalización.....	117
Ubicación.....	117
Tipo de Clima.....	118
Infraestructura Básica y Servicios.....	118
Capacidad de Producción.....	119
Disponibilidad de Insumos.....	120
Microlocalización.....	120
Costos y Medios de Transporte.....	120
Costos y Disponibilidad de Mano de Obra.....	120
Tecnología.....	121
Planos de la Microlocalización.....	121
Ingeniería del Proyecto.....	121
Procesos de Producción.....	122
Flujograma del Área de Producción.....	122
Talento Humano.....	124
Obras Civiles.....	124
Presupuesto Técnico.....	125
Inversiones Fijas.....	125

Terreno.....	125
Infraestructura Física.....	126
Vehículo.....	126
Maquinaria y Equipo de Producción.....	126
Muebles y Equipo de Oficina.....	127
Equipos de Cómputo.....	127
Resumen de la Inversión Fija.....	128
Inversiones Diferidas.....	128
Capital de Operación.....	128
Inversión Total del Proyecto.....	129

CAPÍTULO V

ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO

Determinación de Ingresos Projectados.....	130
Determinación de Egresos.....	131
Costos de Producción.....	131
Semovientes (Costos Directos).....	131
Mano de Obra Directa.....	132
Costos Indirectos de Producción.....	133
Insumos.....	133
Otros Costos Indirectos de Producción.....	134
Gastos Administrativos.....	135
Sueldos al Personal Administrativo.....	135
Suministros y Materiales de Oficina.....	136
Gastos Generales de Administración.....	136
Gasto de Ventas.....	137
Sueldo al Personal de Ventas.....	137
Gasto Publicidad y Ventas.....	137
Entidad Financiera.....	138
Tabla de Amortización.....	138
Depreciación de Activos Fijos.....	139
Resumen de los Egresos Projectados.....	140

Balance General.....	140
Estado de Pérdidas y Ganancias.....	141
Flujo de Caja.....	142
Financiamiento.....	142
Evaluación Financiera.....	143
Costo de Oportunidad.....	143
Cálculo del Valor Actual Neto (VAN).....	144
Cálculo de la Tasa Interna de Retorno.....	145
Relación Beneficio Costo.....	146
Relación Ingresos – Egresos.....	147
Punto de Equilibrio.....	148
Periodo de Recuperación.....	149

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Misión.....	152
Visión.....	152
Políticas.....	152
Valores.....	153
Estructura Organizacional.....	154
Manual de Funciones.....	155
Gerencia.....	155
Departamento de Contabilidad.....	156
Departamento de Producción.....	156
Departamento de Ventas.....	157

CAPÍTULO VII

ESTUDIO DE IMPACTOS

Impacto Económico.....	158
Impacto Social.....	160
Impacto Ecológico o Ambiental.....	161
Impacto General.....	162

CAPÍTULO VIII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones.....	163
Recomendaciones.....	164
BIBLIOGRAFÍA.....	165
LINCOGRAFÍA.....	166
ANEXOS.....	168

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Edad.....	33
Cuadro N° 2 Género.....	34
Cuadro N° 3 Jubilado y No Jubilados.....	35
Cuadro N° 4 Número de Persona con quien viven.....	36
Cuadro N° 5 Actividades.....	37
Cuadro N° 6 Participación en programas, eventos o conv.....	38
Cuadro N° 7 Actividades que más disfruta.....	39
Cuadro N° 8 Motivos o razones para no asistir.....	40
Cuadro N° 9 Quien dependen de ellos.....	41
Cuadro N° 10 Tipos de Ingresos.....	42
Cuadro N° 11 ¿Qué actividad realiza?.....	43
Cuadro N° 12 Ingresos Mensuales.....	44
Cuadro N° 13 Necesidades Satisfechas.....	45
Cuadro N° 14 Gastos Mensuales.....	46
Cuadro N° 15 Rubro que gasta más.....	47
Cuadro N° 16 Factibilidad del Proyecto.....	48
Cuadro N° 17 No Porque.....	49
Cuadro N° 18 Si Porque.....	50
Cuadro N° 19 Actividades acorde a las capacidades.....	51
Cuadro N° 20 Horario Disponible.....	52
Cuadro N° 21 Crecimiento Poblacional.....	101
Cuadro N° 22 Beneficios Nutricionales.....	104

Cuadro N° 23 Preferencia en la Dieta.....	105
Cuadro N° 24 Demanda del Producto.....	106
Cuadro N° 25 Cantidad del Producto.....	107
Cuadro N° 26 Análisis de la Demanda.....	109
Cuadro N° 27 Proyección de la Demanda.....	109
Cuadro N° 28 Análisis de la Competencia.....	111
Cuadro N° 29 Proyección de la Oferta.....	111
Cuadro N° 30 Demanda Insatisfecha.....	112
Cuadro N° 31 Oferta Anual del Criadero.....	112
Cuadro N° 32 Análisis de Precios.....	113
Cuadro N° 33 Flujograma de Producción.....	123
Cuadro N° 34 Talento Humano.....	124
Cuadro N° 35 Costo Obra Civil.....	125
Cuadro N° 36 Vehículo.....	126
Cuadro N° 37 Maquinaria y Equipo.....	127
Cuadro N° 38 Muebles y Equipo de Oficina.....	127
Cuadro N° 39 Equipos de Cómputo.....	127
Cuadro N° 40 Inversión Fija.....	128
Cuadro N° 41 Inversiones Diferidas.....	128
Cuadro N° 42 Capital de Operación.....	129
Cuadro N° 43 Inversión Total.....	129
Cuadro N° 44 Ingresos por Venta Proyectados.....	130
Cuadro N° 45 Costos por Semovientes.....	131
Cuadro N° 46 Datos Históricos.....	132
Cuadro N° 47 Mano de Obra Directa.....	132
Cuadro N° 48 Proyección del Costo Total de la Mano de Obra Directa.....	132
Cuadro N° 49 Insumos.....	133
Cuadro N° 50 Otros Costos Indirectos de Producción.....	134
Cuadro N° 51 Total Costos Indirectos de Producción.....	135
Cuadro N° 52 Proyección del Salario Básico Unificado.....	135
Cuadro N° 53 Proyección del Gasto Total del Personal	

Administrativo.....	135
Cuadro N° 54 Suministros y Materiales de Oficina.....	136
Cuadro N° 55 Gastos Generales de Administración.....	136
Cuadro N° 56 Total Costos Indirectos de Producción.....	136
Cuadro N° 57 Proyección del Gasto Total Personal Ventas.....	137
Cuadro N° 58 Proyección del Salario Básico Unificado.....	137
Cuadro N° 59 Gasto Publicidad y Ventas.....	137
Cuadro N° 60 Total Costo de Ventas.....	138
Cuadro N° 61 Datos del Crédito.....	138
Cuadro N° 62 Tabla de Valores para el Préstamo.....	138
Cuadro N° 63 Tabla de Amortización del Préstamo.....	139
Cuadro N° 64 Detalles de Depreciación de Activos Fijos.....	139
Cuadro N° 65 Depreciación Proyectada.....	139
Cuadro N° 66 Resumen de los Egresos Proyectados.....	140
Cuadro N° 67 Balance General.....	140
Cuadro N° 68 Estado de Pérdidas y Ganancias.....	141
Cuadro N° 69 Flujo de Caja.....	142
Cuadro N° 70 Financiamiento.....	142
Cuadro N° 71 Cálculo de la Tasa de Redescuento.....	143
Cuadro N° 72 Cálculo del Valor Actual Neto.....	144
Cuadro N° 73 VAN con Tasa Inferior.....	145
Cuadro N° 74 VAN con Tasa Superior.....	145
Cuadro N° 75 Ingresos y Egresos Actualizados.....	147
Cuadro N° 76 Punto de Equilibrio.....	148
Cuadro N° 77 Periodo de Recuperación.....	150
Cuadro N° 78 Capital de Inversión.....	152
Cuadro N° 79 Tabla de Valoración de Impactos.....	158
Cuadro N° 80 Impactos Económicos.....	159
Cuadro N° 81 Impactos Sociales.....	160
Cuadro N° 82 Impactos Ecológico o Ambiental.....	161
Cuadro N° 83 Impacto General.....	162

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico N° 1. Edad.....	33
Grafico N° 2. Genero.....	34
Grafico N° 3 Jubilados y No Jubilados.....	35
Grafico N° 4 Número de Persona con quien viven.....	36
Grafico N° 5 Actividades.....	37
Grafico N° 6 Participación en programas, eventos o conv.....	38
Grafico N° 7 Actividades que más disfruta.....	39
Grafico N° 8 Motivos o razones para no asistir.....	40
Grafico N° 9 Quien dependen de ellos.....	41
Grafico N° 10 Tipos de Ingresos.....	42
Grafico N° 11 ¿Qué actividad realiza?.....	43
Grafico N° 12 Ingresos Mensuales.....	44
Grafico N° 13 Necesidades Satisfechas.....	45
Grafico N° 14 Gastos Mensuales.....	46
Grafico N° 15 Rubro que gasta más.....	47
Grafico N° 16 Integración en el mercado Laboral.....	48
Grafico N° 17 Motivo de Desinterés Laboral.....	49
Grafico N° 18 Motivo de Interés Laboral	50
Grafico N° 19 Actividades acorde a las capacidades.....	51
Grafico N° 20 Horario Disponible.....	52
Grafico N° 21 Beneficios Nutricionales.....	104
Grafico N° 22 Preferencia en la Dieta.....	105
Grafico N° 23 Demanda del Producto.....	106
Grafico N° 24 Cantidad del Producto.....	107

ÍNDICE DE MAPAS

Mapa N° 1 Provincia de Imbabura.....	117
Mapa N° 2 Obras Civiles.....	124

ÍNDICE DE FOTOS

Foto N° 1 Foto del Terreno.....	121
Foto N° 2 Foto del Terreno.....	125

INTRODUCCIÓN

Antecedentes

En la provincia de Imbabura, la pobreza se puede evidenciar en el creciente número de niños en las calles, niños trabajando, la mendicidad y el gran número de desocupación de la población.

Los niveles altos de pobreza generan graves problemas sociales, entre ellos la exclusión de la mayor parte de la población, desnutrición infantil y criminalidad, al tiempo que afecta negativamente el desempeño económico del país debido a la ausencia de mano de obra calificada y el bajo nivel de demanda agregada asociados a la pobreza.

Al revisar los trabajos más recientes sobre políticas de intervención en el tratamiento de la pobreza en diferentes países, encontramos que hay una clara tendencia a involucrar a los ciudadanos afectados en la búsqueda de soluciones al problema. Es decir, minimizar la acción del Estado y promover la participación ciudadana para atacar los problemas de la comunidad. En este sentido, los programas de micro crédito o micro finanzas han resultado ser exitosos en diversos países.

Las oportunidades de trabajo para aquellos adultos mayores (65 años en adelante) que se encuentran en capacidad y disposición de seguir aportando con su experiencia a ejercer algún oficio en esta etapa de la vida, se ven limitadas debido a la gran demanda laboral existente cada año.

Es por ello que se pretende realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa en la cual el recurso más importante lo conformarían los adultos mayores que cumplan con un perfil prediseñado que se ajuste con los objetivos generales y específicos de la organización.

➤ **OBJETIVOS**

- Realizar un diagnóstico a través de encuestas personalizadas a un grupo de adultos mayores de la Asociación de jubilados y no jubilados del IESS, residentes en la ciudad de Ibarra sobre las necesidades ocupacionales y económicas que aquejan a este segmento de la población.
- Crear bases teóricas científicas sobre la producción y comercialización de huevos de codorniz.
- Elaborar un estudio de mercado para determinar gustos, preferencias y el lugar óptimo de la implantación de este proyecto.
- Establecer mediante un estudio técnico la localización, tamaño y la ingeniería del proyecto, para determinar la factibilidad del mismo.
- Elaborar un estudio económico que permita conocer el plan de inversión del proyecto.
- Determinar los impactos que generará el proyecto por la implantación del mismo.

➤ **JUSTIFICACIÓN**

El presente proyecto es de mucha importancia para la población del adulto mayor en la ciudad de Ibarra, considerando que la sociedad obliga a la reinserción de este importante grupo de personas que ya cumplieron un ciclo laboral en una empresa, pero que aún se sienten con la suficiente vitalidad para seguir ejerciendo una actividad que les permita tener una vida productiva y contar con un ingreso adicional.

El proyecto que se presenta servirá como punto de partida para crear un canal de proyección social a posibles inversionistas, que no solo buscan la satisfacción económica sino aportar a un sector humano como es el adulto mayor.

Al ser un proyecto que no necesita de una inversión muy alta, es factible su implementación siendo lo más necesario la ubicación de un espacio físico adecuado (terreno).

Los beneficiarios directos del proyecto son los adultos mayores de la ciudad de Ibarra, los beneficiarios indirectos son las familias de los mismos ya que tendrán un ingreso adicional y por ende podrán mejorar su nivel de vida.

El desarrollo del presente proyecto generará gran interés por estar enfocado a personas con pocas oportunidades laborales actualmente, creará una gran expectativa en ellos ante la perspectiva de trabajo y nuevo ingreso, promoviendo en ellos el servicio a la sociedad.

CAPITULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

ANTECEDENTES

Actualmente la población total a nivel nacional de adultos mayores según la proyección del INEC para el 2010 está en 1.282.774 personas, entre jubilados y no jubilados, de los cuales un 66,60% son no jubilados, es decir no perciben pensión vitalicia alguna, y de este grupo un 28,7% son beneficiados con el Bono de Desarrollo Humano entregado por el Gobierno Nacional. En la provincia de Imbabura hay 44.438 personas adultas mayores, de los cuales el 44% corresponde al cantón Ibarra que son alrededor de 19.769 personas.

Los bajos ingresos para este grupo de adultos mayores jubilados y no jubilados los coloca en una posición preocupante; por un lado, la mayoría de estas personas no cuentan con otro ingreso adicional de sustento, si bien es cierto ya no cuentan con muchas responsabilidades, deben asumir sus gastos médicos y manutenciones, sin que este dinero sea suficiente; por otro lado, existen datos de investigaciones realizadas a la situación psicológica del adulto mayor y se observa que la mayoría de estas personas pasan a ser una carga familiar o la solución de los hijos para el cuidado de los nietos (abuelas), esto sin una remuneración económica que sirva como aporte a la economía del adulto mayor.

Las grandes concentraciones urbanas han ido construyendo una cultura que con frecuencia desestima la madurez y la experiencia que acompañan a la vejez, margina sistemáticamente a los viejos y nutre constantemente los prejuicios sobre los adultos mayores.

El deterioro en la calidad de vida del adulto mayor es desencadenado principalmente por la situación económica en que se encuentran muchos de ellos, ya que es innegable que el mercado laboral los ha desplazado debido, entre otras causas, a que no se ha valorado su experiencia y conocimiento producto de una práctica de años. Las innovaciones tecnológicas se convierten en una gran desventaja pues el desarrollo continuo y cambiante los aleja de la competencia en la mano de obra.

La marginación laboral y el cese voluntario o forzado de la actividad económica los empuja a realizar actividades económicas de tipo informal, con muy bajos ingresos y condiciones laborales muy precarias o como en muchos casos, los coloca en total dependencia de sus hijos o parientes cercanos, todo ello en perjuicio de su dignidad y calidad de vida.

En nuestra cultura, donde el trabajo reside fuera de la unidad doméstica para ganar un salario, es común considerar a los adultos mayores como miembros improductivos. El retirarse de la actividad laboral es, culturalmente, sinónimo de no hacer nada y esto significa no ser nadie socialmente, por lo que se tiende a percibir a los ancianos como inútiles.

A medida que aumenta la edad, también lo hace el riesgo de pérdida de la funcionalidad física y autonomía mental lo que lleva a depender de otras personas para realizar las actividades de la vida diaria y disminuye notablemente la calidad de vida.

Las condiciones de salud y enfermedad de la población mayor de 60 años son motivo de intranquilidad e incertidumbre constante en las familias y los propios adultos mayores, pues es evidente que significa la necesidad más imperante en este período de vida.

OBJETIVOS

GENERAL

- Realizar un diagnóstico a través de encuestas personalizadas a un grupo de adultos mayores de la Asociación de jubilados y no jubilados del IESS, en la ciudad de Ibarra sobre las necesidades ocupacionales y económicas que aquejan a este segmento de la población.

ESPECIFICOS

- Determinar los niveles de ingresos de los Adultos Mayores de la Asociación de jubilados y no jubilados del IESS, en la ciudad de Ibarra
- Conocer la frecuencia y preferencia de las actividades ocupacionales del Adulto Mayor.
- Definir las necesidades económicas prioritarias por cubrir de los adultos mayores.
- Conocer la predisposición del Adulto mayor a realizar actividades económicas y la disponibilidad de tiempo para las mismas.
- Elaborar un estudio de mercado para determinar gustos, preferencias y el lugar óptimo de la implantación de este proyecto.

VARIABLES DIAGNÓSTICAS

- Ingresos económicos
- Actividades ocupacionales
- Necesidades económicas
- Necesidades ocupacionales
- Producción y Comercialización de Huevos de Codorniz

INDICADORES

Ingresos económicos:

- Nivel de ingresos
- Origen del ingreso

Actividades ocupacionales

- Frecuencia de actividades
- Tipos de actividades

Necesidades económicas

- Número de dependientes
- Destino de gastos
- Nivel de gastos

Necesidades ocupacionales

- Grado de interés
- Tiempo disponible

Producción y Comercialización de Huevos de Codorniz

- Demanda de los huevos de codorniz
- Niveles de producción
- Niveles de ventas
- Oferta
- Precios
- Forma de venta

MATRIZ DE LA RELACIÓN DIAGNOSTICA

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADORES	TÉCNICA	DESTINATARIO o publico meta	FUENTE
Determinar los niveles de ingresos de los Adultos Mayores de la Asociación de jubilados y no jubilados del IESS, en la ciudad de Ibarra	Ingresos económicos	- Nivel de ingreso	Encuestas	Adultos Mayores de la Asociación de jubilados y no jubilados del IESS	Primaria.
		Origen del ingreso			
Conocer la frecuencia y preferencia de las actividades ocupacionales del Adulto Mayor.	Actividades Ocupacionales	Frecuencia de Actividades	Encuestas	Adultos Mayores de la Asociación de jubilados y no jubilados del IESS	Primaria.
		Tipos de Actividades			
Definir las necesidades económicas prioritarias por cubrir de los adultos mayores.	Necesidades económicas	Numero de dependientes	Encuestas	Adultos Mayores de la Asociación de jubilados y no jubilados del IESS	Primaria.
		Destino de gasto			
		Nivel de gasto			
Conocer la predisposición del Adulto mayor a realizar actividades económicas y la disponibilidad de tiempo para las mismas	Necesidades ocupacionales	Grado de interés	Encuestas	Adultos Mayores de la Asociación de jubilados y no jubilados del IESS	Primaria.
		Tiempo disponible			
Elaborar un estudio de mercado para determinar gustos, preferencias y el lugar óptimo de la implantación de este proyecto.	Producción y Comercialización de Huevos de Codorniz	Demanda de los huevos de codorniz	Entrevistas Encuestas	Demanda potencial a satisfacer (público en general).	Primaria Secundaria
		Niveles de Producción			
		Niveles de Ventas			
		Oferta			
		Precios			
		Forma de venta			

IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

En este proyecto se tomo como unidad de análisis “La producción y comercialización de huevos de codorniz, enfocada a la reinserción laboral del adulto mayor jubilado y no jubilado de la asociación del IESS, en donde se identificaron las siguientes poblaciones:

- Adultos Mayores Jubilados y no Jubilados de la Asociación del IESS que está conformado por 600 personas.
- Consumidores de la ciudad de Ibarra.

CALCULO DE LA MUESTRA

La población conformada por los adultos mayores jubilados y no jubilados de la asociación del IESS son 600, la misma que por ser mayor a 100 unidades se ha determinado utilizando la siguiente fórmula estadística y así poder determinar la respectiva muestra:

$$n = \frac{N \sigma^2 z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2 z^2}$$

Donde los significados y valores de los elementos que intervienen en la formula son:

n = Tamaño de la muestra, muestra de unidades a determinar

N = Población o universo a estudiarse.

σ^2 = Varianza de la población respecto a las principales características que se van a representar. Valor constante que equivale a 0.5, ya que la desviación típica tomada con referencia $d=0.25$.

z^2 = Valor obtenido bajo niveles desconfianza o nivel de significancia con el que se va a realizar el tratamiento de estimaciones, valor constante tomado en relación al 95% y equivale a 1.96.

N-1= Corrección que se usa para muestras mayores a 30 unidades.

e^2 = Limite aceptable de error de muestra que varía entre 0.01 y 0.09 (1% y9%).

$$n = \frac{(600) (0.5)^2 (1.96)^2}{(600 - 1)(0.05)^2 + (0.5)^2 (1.96)^2}$$

$$n = \frac{(600) (0.25) (3.8416)}{(600 - 1)(0.0025) + (0.25) (3.8416)}$$

$$n = \frac{576,24}{2,4579}$$

$$n = 234,44$$

$$n = 234,44 \longrightarrow n = 234 \text{ Adultos Mayores}$$

EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Encuesta Aplicada a Adultos Mayores

La presentación, interpretación y análisis de resultados obtenidos por medio del instrumento de investigación, los resultados de la encuesta aplicada a los adultos mayores es la siguiente: Datos Informativos.

a) Edad

Cuadro Nº 1

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
de 60 a 65 años	90	38%
de 66 a 70 años	47	20%
de 71 a 75 años	28	12%
más de 75 años	69	29%
Total	234	100%

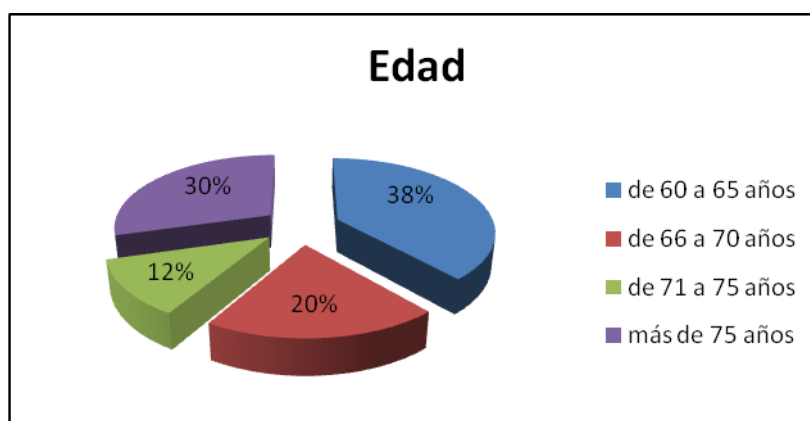


Gráfico Nº 1.

Fuente: Encuesta levantada a los adultos mayores de la asociación del IESS.
Elaboración: Autoras de la Investigación.

Análisis

Alrededor de un tercio de los encuestados se encuentra entre 60 a 65 años lo cual representa una buena edad para continuar con actividades laborales poco extenuantes.

b) Género

Cuadro N° 2

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	137	59%
Masculino	97	41%
Total	234	1

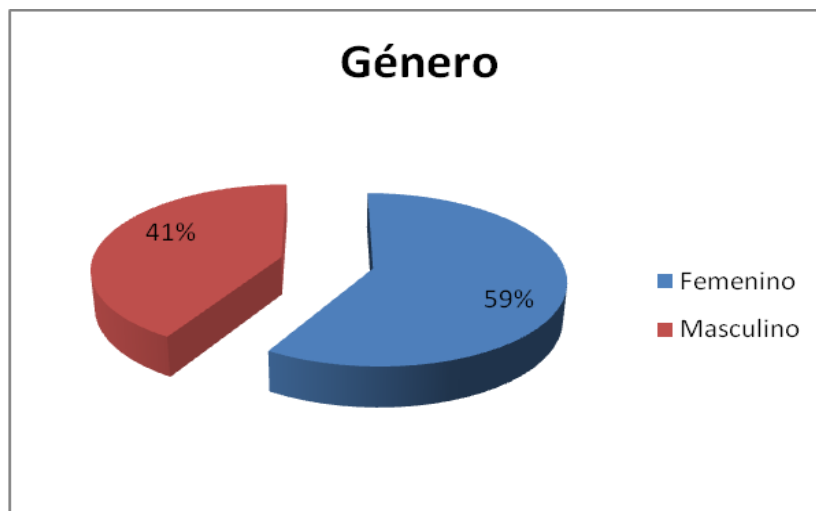


Gráfico N° 2.

Fuente: Encuesta levantada a los adultos mayores de la asociación del IESS.
Elaboración: Autoras de la Investigación.

Análisis

En los datos obtenidos tenemos como resultado que un porcentaje mayoritario es de género femenino de los adultos mayores de la asociación del IESS.

c) Jubilado y No Jubilados

Cuadro N° 3

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	193	82%
No	41	18%
Total	234	100%

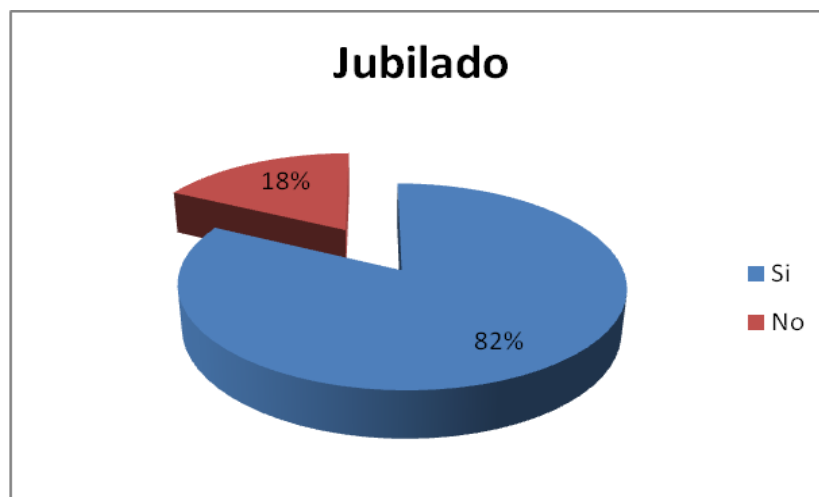


Gráfico N° 3

Fuente: Encuesta levantada a los adultos mayores de la asociación del IESS.
Elaboración: Autoras de la Investigación.

Análisis

Como se puede apreciar en los datos obtenidos, la mayor parte de los encuestados son jubilados lo que significa que tienen un ingreso constante para poder satisfacer sus necesidades básicas.

1. Número de Persona con quien viven:

Cuadro N° 4

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
a. Pareja	103	44%
b. Hijos o Familiares	62	26%
c. Solo	59	25%
d. Otros	10	4%
Total	234	100%

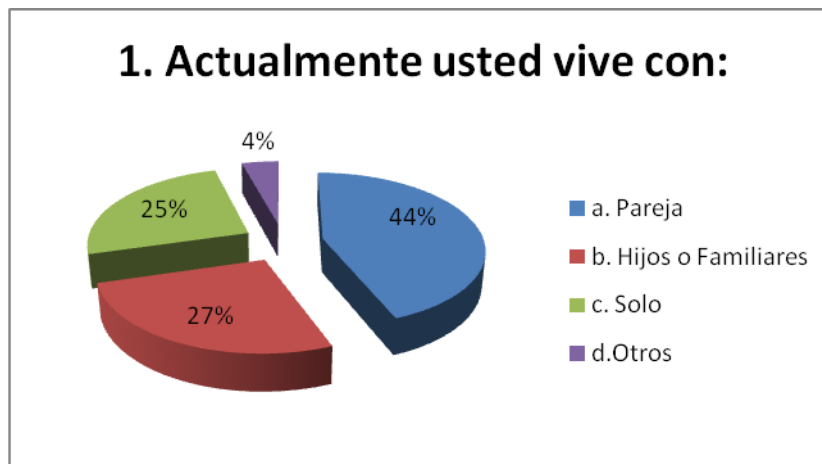


Gráfico N° 4

Fuente: Encuesta levantada a los adultos mayores de la asociación del IESS.
Elaboración: Autoras de la Investigación.

Análisis

Con respecto al número de personas con quien viven los adultos prevalece la convivencia con la pareja. En la mayoría de los casos viven con otras personas por ende les representa un incremento en el gasto para la manutención de los sujetos de estudio.

2. ¿Qué actividad realiza durante el día?

Cuadro Nº 5

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
a. Lectura	66	28%
b. Actividades Manuales	41	18%
c. Quehaceres domésticos	109	47%
d. Otra	18	8%
Total	234	100%

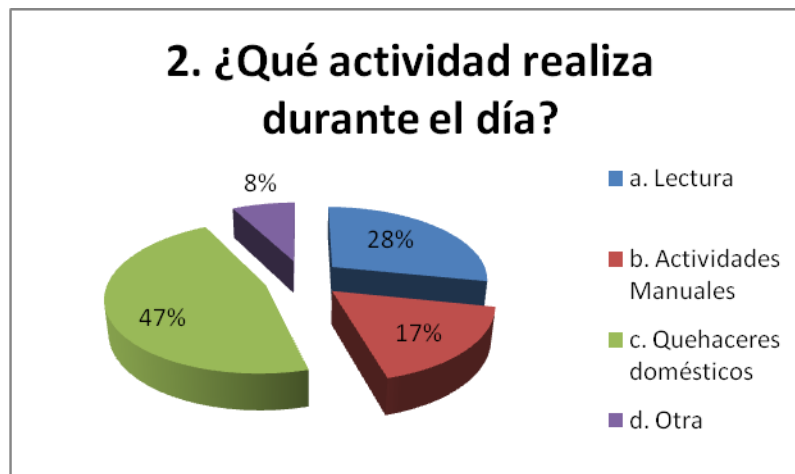


Gráfico Nº 5

Fuente: Encuesta levantada a los adultos mayores de la asociación del IESS.
Elaboración: Autoras de la Investigación.

Análisis

Como se puede apreciar en el gráfico en su mayoría de los encuestados manifiestan que se dedican a quehaceres domésticos, significando que la mayor parte de tiempo pasan en sus casas realizando actividades no remuneradas.

3. Su asistencia o participación en programas, eventos o convocatorias por parte de la asociación a la que Usted pertenece es:

Cuadro N° 6

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
a. A menudo	150	64%
b. Ocasionalmente	84	36%
c. Nunca	0	0%
Total	234	100%

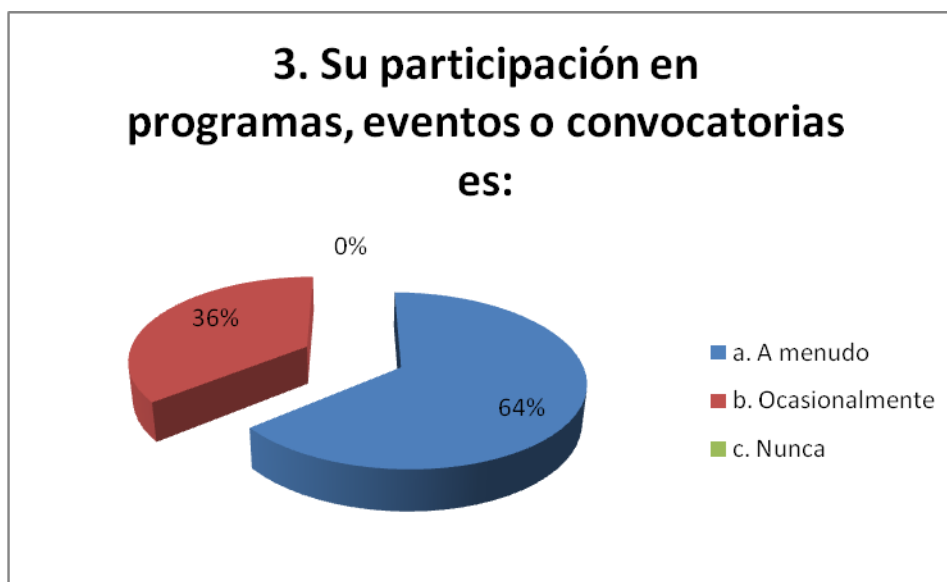


Gráfico N° 6

Fuente: Encuesta levantada a los adultos mayores de la asociación del IESS.
Elaboración: Autoras de la Investigación.

Análisis

En los datos obtenidos tenemos como resultado que en su gran mayoría los adultos mayores se encuentran en capacidad de participar a menudo en actividades de esparcimiento.

4. ¿Cuáles son las actividades de las que más disfruta al asistir a este tipo de eventos?

Cuadro Nº 7

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
a. Deportivas	134	57%
b. Salidas	31	13%
c. Culturales	25	11%
d. Talleres	34	15%
e. Juegos de mesa	10	4%
Total	234	100%

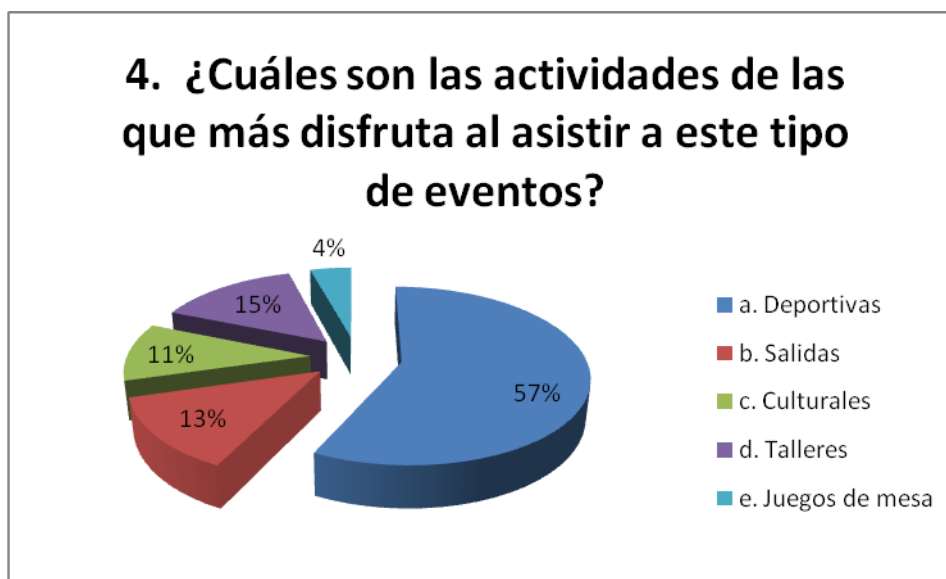


Gráfico Nº 7

Fuente: Encuesta levantada a los adultos mayores de la asociación del IESS.
Elaboración: Autoras de la Investigación.

Análisis

En los resultados obtenidos por las encuestas realizadas el mayor porcentaje de adultos mayores manifiesta que las actividades que disfruta más son las actividades deportivas poniendo en evidencia que se encuentran en un estado físico que les permite realizarlas con normalidad sin un mayor esfuerzo o riesgo para su salud.

5. ¿Cuáles son los motivos por los que usted no puede asistir, o dejaría de asistir a estos programas o eventos?

Cuadro Nº 8

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
a. Problemas de salud	137	59%
b. Tiene otras responsabilidades que atender	87	37%
c. No disfruta de ellos	10	4%
Total	234	100%

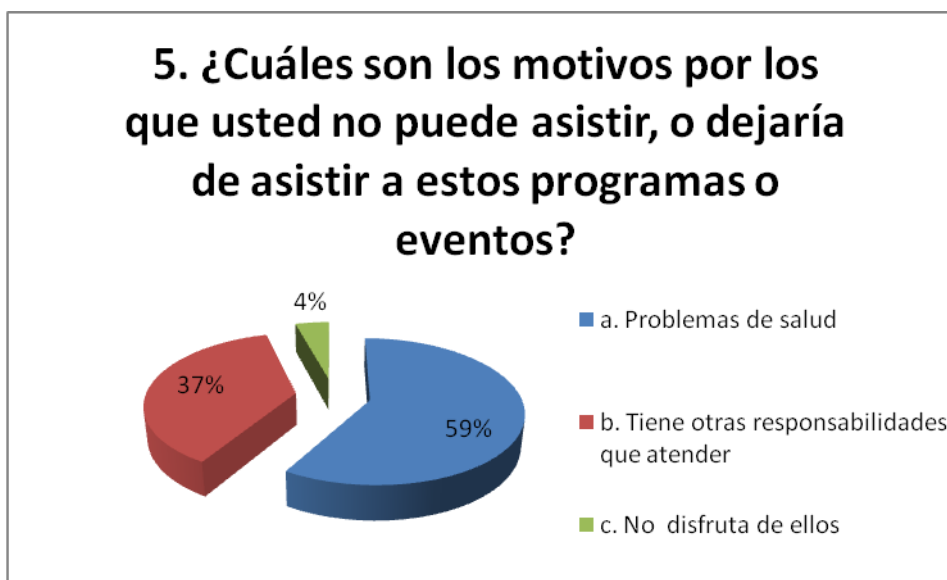


Grafico Nº 8

Fuente: Encuesta levantada a los adultos mayores de la asociación del IESS.
Elaboración: Autoras de la Investigación.

Análisis

En base a los resultados de la encuesta se tiene que una parte mayoritaria de los adultos mayores manifiestan que dejan de asistir a este tipo de eventos por problemas de salud, los mismos que están ligados directamente con la edad.

6. ¿Cuántas personas dependen económicamente de Usted?

Cuadro N° 9

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
a. de 0 a 1	147	63%
b. de 2 a 3	65	28%
c. 4 y más	22	9%
Total	234	100%



Gráfico N° 9

Fuente: Encuesta levantada a los adultos mayores de la asociación del IESS.
Elaboración: Autoras de la Investigación.

Análisis

Según los datos recopilados los adultos mayores manifiestan que son responsables de la manutención de al menos una persona adicional, por lo que es necesario percibir un ingreso adicional para de esta manera poder satisfacer sus necesidades.

7. ¿Cómo obtiene sus principales ingresos?

Cuadro N° 10

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
a. Jubilación	184	79%
b. Apoyo familiar	31	13%
c. Negocio propio	13	6%
d. Rentas de Arriendos	3	1%
e. Otros	3	1%
Total	234	100%

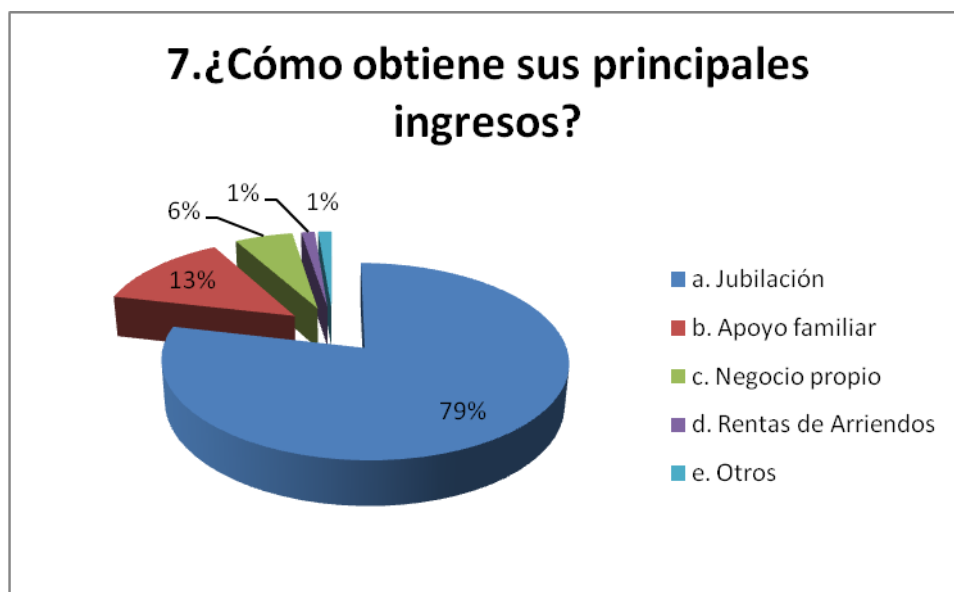


Gráfico N° 10

Fuente: Encuesta levantada a los adultos mayores de la asociación del IESS.
Elaboración: Autoras de la Investigación.

Análisis

De acuerdo a la opinión de los resultados una parte mayoritaria de los adultos mayores manifiestan que los ingresos los obtienen por la jubilación, por lo tanto se genera una dependencia de un solo ingreso.

8. ¿Cuenta usted con algún tipo de actividad o inversión que le genere ingresos económicos extras?

Cuadro N° 11

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
a. Sí	47	20%
b. No	187	80%
Total	234	100%



Gráfico N° 11

Fuente: Encuesta levantada a los adultos mayores de la asociación del IESS.
Elaboración: Autoras de la Investigación.

Análisis

Con respecto a si tienen alguna actividad se puede evidenciar que el mayor porcentaje de adultos mayores manifiesta que no tienen ningún tipo de actividad que les genere ingresos económicos adicionales.

9. ¿Cuánto percibe como ingresos mensuales?

Cuadro N° 12

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
a. de 0 a 100 dólares	10	4%
b. de 101 a 2 00 dólares	34	15%
c. de 201 a 300 dólares	106	45%
d. más de 300 dólares	84	36%
Total	234	100%

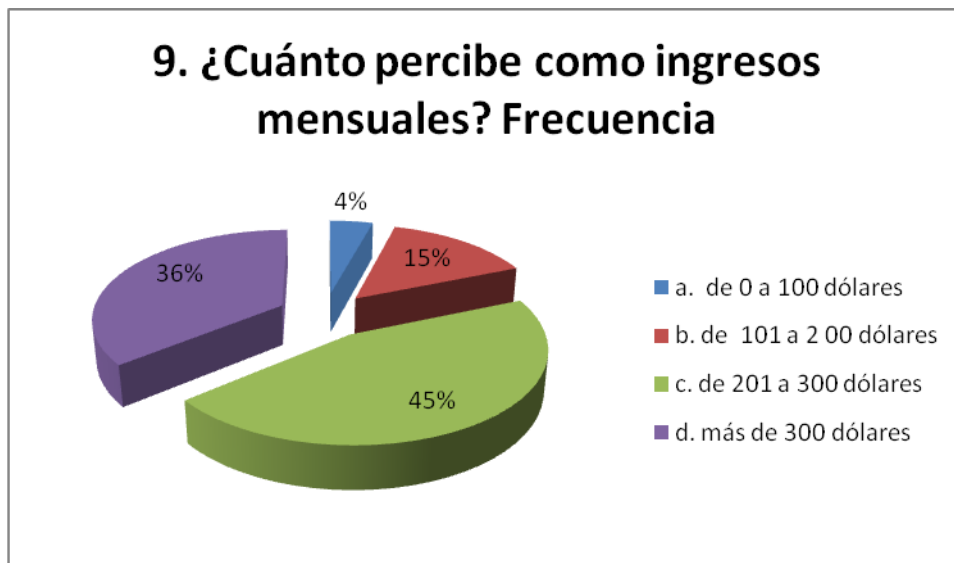


Gráfico N° 12

Fuente: Encuesta levantada a los adultos mayores de la asociación del IESS.
Elaboración: Autoras de la Investigación.

Análisis

Como muestra el gráfico casi la mitad de los encuestados cuentan con un ingreso que bordea el salario básico unificado.

10. ¿Los ingresos que percibe satisfacen sus necesidades?

Cuadro N° 13

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
a. Si	72	31%
b. No	162	69%
Total	234	100%



Gráfico N° 13

Fuente: Encuesta levantada a los adultos mayores de la asociación del IESS.
Elaboración: Autoras de la Investigación.

Análisis

Considerando que los ingresos deben satisfacer las necesidades, se obtuvo que la mayor parte de adultos mayores manifiestan que no cubren o satisfacen sus necesidades, mientras que una parte menor expresa que sus ingresos mensuales no alcanza a satisfacer todas sus necesidades sino las básicas.

11. ¿Cuánto gasta mensualmente en su manutención?

Cuadro N° 14

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
a. de 0 a 100 dólares	3	1%
b. de 101 a 2 00 dólares	38	16%
c. de 201 a 300 dólares	76	32%
d. más de 300 dólares	117	50%
Total	234	100%

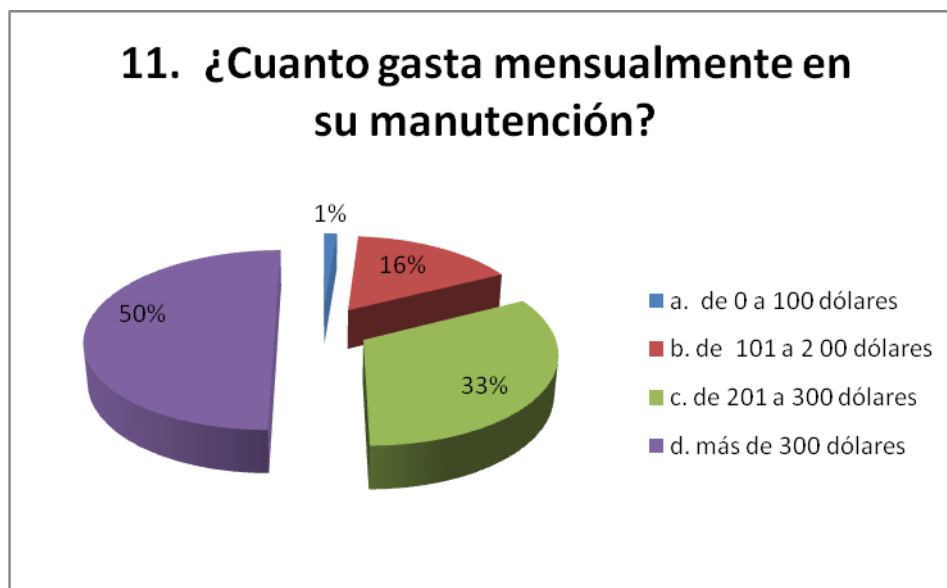


Gráfico N° 14

Fuente: Encuesta levantada a los adultos mayores de la asociación del IESS.
Elaboración: Autoras de la Investigación.

Análisis

El 50% de los encuestados acuerdan en que gastan más de lo que perciben ya que el promedio de ingresos es menor a los gastos, por lo que se ratifica que un único ingreso no es suficiente para cubrir sus necesidades.

12. ¿En qué rubro gasta mensualmente una mayor cantidad de dinero?

Cuadro Nº 15

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Vivienda	28	12%
Alimentación	146	62%
Salud	54	23%
Vestimenta	0	0%
Transporte	3	1%
Otros	3	1%
Total	234	100%

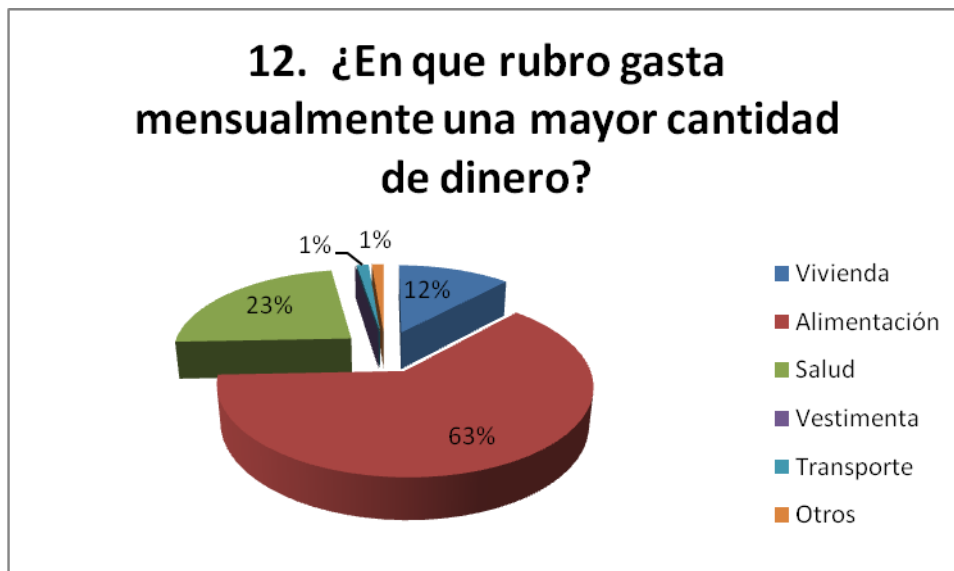


Gráfico Nº 15

Fuente: Encuesta levantada a los adultos mayores de la asociación del IESS.
Elaboración: Autoras de la Investigación.

Análisis

Más de la mitad de los Adultos Mayores encuestados manifiesta que Alimentación es el rubro más significativo en los gastos mensuales por lo que hace suponer que la alimentación de los encuestados es digna y se esfuerzan por que sea mejor.

13. ¿Le gustaría participar en un proyecto que le permita reintegrarse al mercado laboral, es decir, realizar una actividad remunerada?

Cuadro N° 16

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
a. Sí	155	66%
b. No	79	34%
Total	234	100%

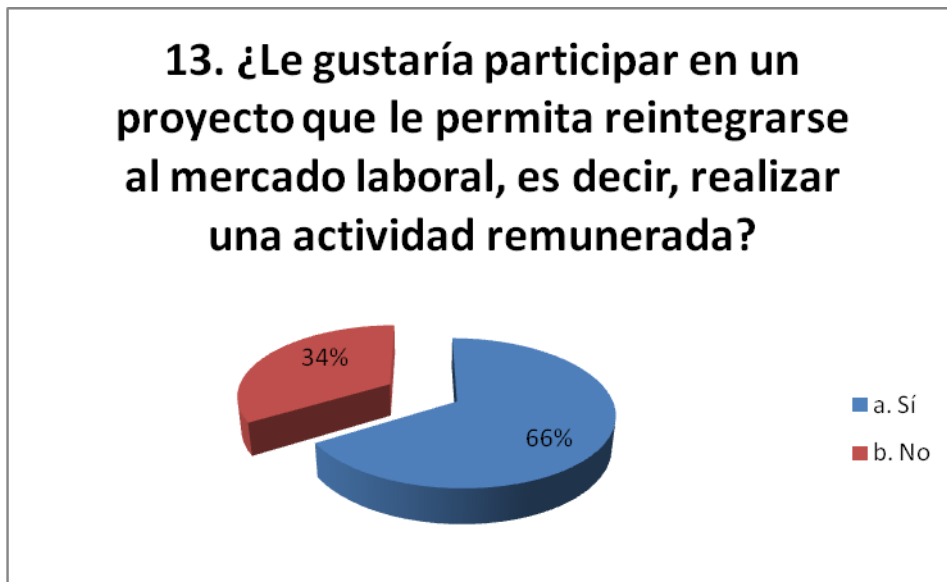


Gráfico N° 16

Fuente: Encuesta levantada a los adultos mayores de la asociación del IESS.
Elaboración: Autoras de la Investigación.

Análisis

En los datos obtenidos tenemos como resultado que las dos terceras partes de los adultos mayores manifiestan su predisposición para reintegrarse al mercado laboral, teniendo así la oportunidad de cubrir las necesidades.

14. En el caso que su respuesta a la pregunta anterior fue no, por favor explique el motivo por el cual no estaría interesado.

Cuadro N° 17

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
a. Su estado de salud no le permite	37	47%
b. No busca más ingresos económicos	12	15%
c. Ya trabajó lo suficiente, no es su prioridad ahora	24	30%
d. Otras razones	6	8%
Total	79	100%

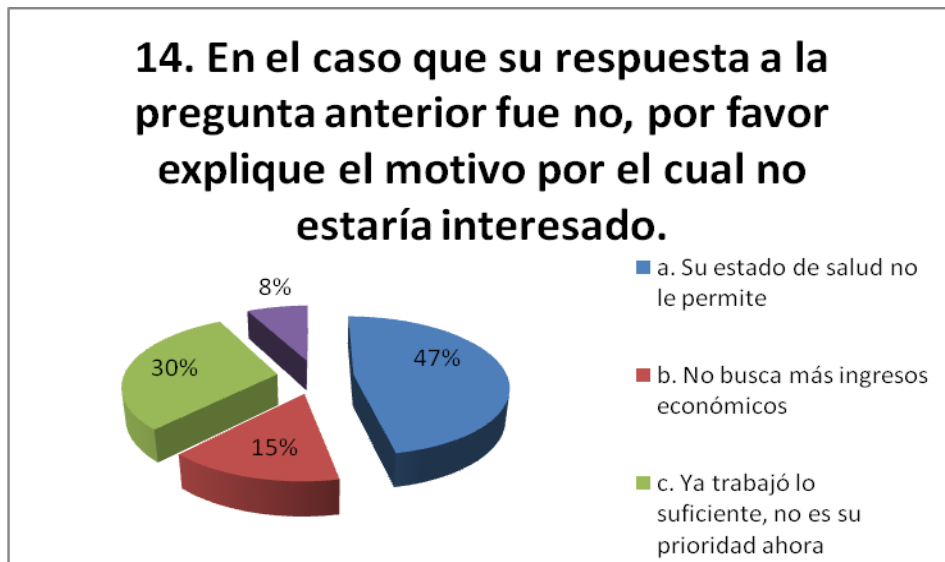


Gráfico N° 17

Fuente: Encuesta levantada a los adultos mayores de la asociación del IESS.
Elaboración: Autoras de la Investigación.

Análisis

Los resultados de las encuestas, podemos manifestar que el mayor porcentaje de adultos mayores respondieron, no les gustaría reintegrarse a la actividad laboral es por motivo de salud lo que dificultaría el desarrollo de sus actividades.

15. En el caso de que su respuesta a la pregunta 13 fue Sí, por favor explique el motivo por el cual sí estaría interesado.

Cuadro N° 18

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
a. Los ingresos actuales no son suficientes	99	64%
b. Quiere ocupar su tiempo	21	14%
c. Siente que aun puede dar mucho a esta sociedad	35	23%
d. Otros	0	0%
Total	155	100%

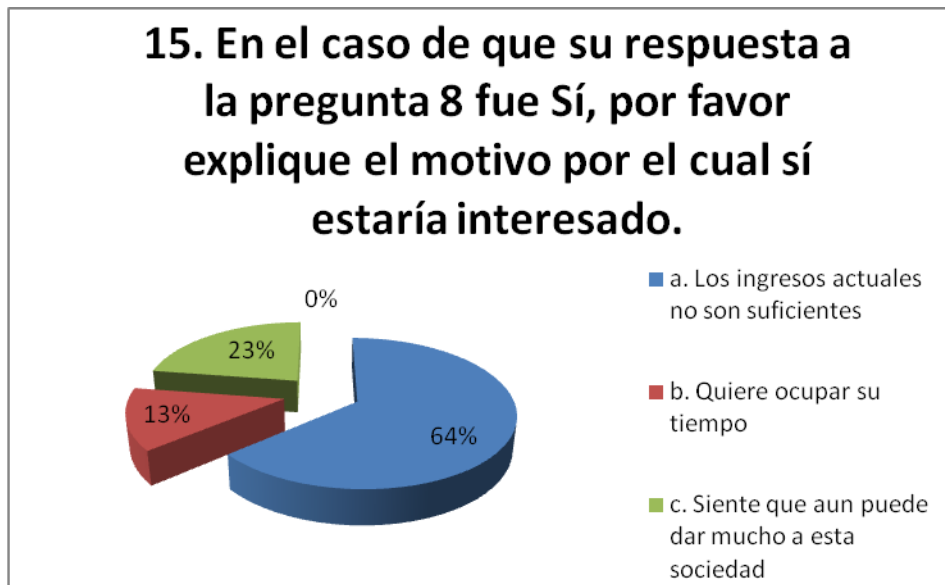


Grafico N° 18

Fuente: Encuesta levantada a los adultos mayores de la asociación del IESS.
Elaboración: Autoras de la Investigación.

Análisis

Según se muestra en los resultados dos tercios de los adultos mayores que respondieron si, manifiestan que los ingresos actuales no son suficientes este es el mayor motivador para su integración laboral y ocupar su tiempo en algo productivo.

16. ¿Con cuál de las siguientes actividades se sentiría más a gusto de realizarlas?

Cuadro N° 19

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
a. Manuales	54	23%
b. Operativas	52	22%
c. Agropecuarias	102	44%
d. Otras	26	11%
Total	234	100%



Gráfico N° 19

Fuente: Encuesta levantada a los adultos mayores de la asociación del IESS.
Elaboración: Autoras de la Investigación.

Análisis

En las encuestas realizadas se puede apreciar que el mayor porcentaje de adultos mayores se sentiría más a gusto en las actividades agropecuarias relacionando también con las respuestas anteriores en la que los adultos mayores en su mayoría mujeres realizan diariamente actividades domésticas el campo agropecuario es propicio para su desarrollo laboral.

17. ¿Cuál sería el horario disponible para realizar estas actividades?

Cuadro Nº 20

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
a. Jornada completa	21	9%
b. Media jornada	119	51%
c. Por horas	94	40%
Total	234	100%

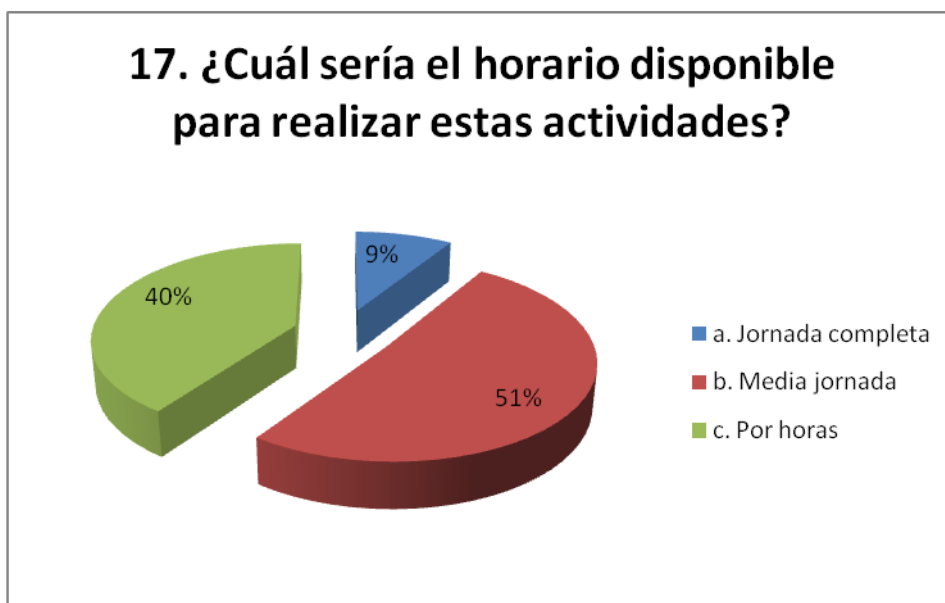


Gráfico Nº 20 Horario Disponible

Fuente: Encuesta levantada a los adultos mayores de la asociación del IESS.
Elaboración: Autoras de la Investigación.

Análisis

En los datos obtenidos tenemos como resultado que una parte mayoritaria de los adultos mayores están de acuerdo en el horario disponible para realizar estas actividades que sería de media jornada siendo este un lapso de tiempo propicio para laborar sin esfuerzos mayores que se tornarían perjudiciales para la salud.

CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ AOR.

MATRIZ AOR

➤ Aliados.

- Adultos mayores en actividad constante.
- Alimentación digna.
- Necesidad de sentirse útil.
- Disponibilidad de tiempo (media jornada)
- Preferencia por la realización de actividades agropecuarias.

➤ Oportunidades.

- Los Adultos mayores tienen un gran interés en participar en actividades alternativas de esparcimiento.
- Incremento de ingresos económicos.
- Enfoque social de proyectos de desarrollo.
- Distribución de cargas laborales en horarios no extenuantes (media jornada).
- Incremento de la productividad agropecuaria.

➤ Oponentes.

- Escasas oportunidades de inclusión en actividades de esparcimiento para adultos mayores
- Desinformación de dietas alimentarias balanceadas y adecuadas a la edad del adulto mayor
- Carencia de apoyo a ideas de emprendimiento de adultos mayores y de oportunidades laborales.
- Regulación de contratación laboral por horas
- Disminución de la inversión en actividades agropecuarias

➤ **Riesgos.**

- Problemas de salud generados por la edad.
- Desnutrición por alimentación poco balanceada
- Débil sentido de autonomía
- Inconvenientes familiares que obstruyen la participación del adulto mayor en actividades ocupacionales.
- Carencia de experiencias en el campo agropecuario.

CRUCES ESTRATÉGICOS AO, AR, OO, OR

OPORTUNIDADES	RIESGOS	
A L I A D O S	<p style="text-align: center;">AO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Los Adultos mayores que se encuentran en actividad constante manifiestan un gran interés de participar en actividades de esparcimiento alternativas 2. La alimentación digna del adulto mayor está ligada directamente a un incremento de ingresos económicos. 3. El enfoque social a la reinserción laboral busca compensar la necesidad de sentirse útil del Adulto mayor. 4. El horario laborable se ajustara en función de la disponibilidad de tiempo del Adulto mayor. 5. Existe preferencia para desarrollar actividades agropecuarias existiendo una automotivación que se refleja directamente en la producción agropecuaria. 	<p style="text-align: center;">AR</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Los Adultos mayores en actividad constante no se encuentran exentos de sufrir enfermedades propias de su edad. 2. La alimentación digna no necesariamente se refleja en una buena nutrición generando en algunos casos una desnutrición por alimentación poco balanceada y que se puede agravar por la edad avanzada. 3. La necesidad de sentirse útil al no encontrar una ocupación desencadenara un débil sentido de autonomía (depresión) 4. El tiempo invertido en la actividad laboral puede verse disminuido por inconvenientes familiares 5. La preferencia por la realización de actividades agropecuarias puede verse disminuida por la carencia de experiencia en el ámbito.
O P O N E N T E S	<p style="text-align: center;">OO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Los Adultos mayores tienen un gran interés en participar en actividades alternativas de esparcimiento pero existen escasas oportunidades de inclusión. 2. El Incremento de Ingresos económicos permitirá mejorar las dietas alimentarias y balanceadas adecuadas para su edad. 3. Los proyectos de desarrollo obligatoriamente tienen un enfoque social a pesar de que existe una carencia de apoyo a los emprendimientos de adultos mayores relacionando de manera directa el riesgo de financiamiento con la tasa de mortalidad. 4. La contratación del adulto mayor en medias jornadas laborables se encuentra definida por la regulación actual de contratación laboral. 5. El incremento de la productividad en la actividad agropecuaria se puede ver afectado por la disminución de inversión en la misma. 	<p style="text-align: center;">OR</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Las escasas oportunidades de inclusión en actividades de esparcimiento para los adultos mayores puede agravar los problemas de salud propios de la edad. 2. La desinformación de dietas alimentarias balanceadas y adecuadas a la edad del adulto mayor genera una desnutrición. 3. La carencia de apoyo a ideas de emprendimiento de adultos mayores y de oportunidades laborales hará que creen una débil autonomía. 4. Los inconvenientes laborales pueden interferir en la contratación laboral del Adulto Mayor. 5. La carencia de experiencias en el campo agropecuario por parte del adulto mayor puede influir en la disminución de la inversión.

IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Las personas adultas mayores en el Ecuador son desechadas y apartadas del mercado laboral aun cuando se sabe que muchas de éstas están aptas para realizar cierto trabajo.

La descripción y análisis de los datos obtenidos a través de la encuesta aplicada a los adultos mayores jubilados y no jubilados de la asociación del IESS de la ciudad de Ibarra, arrojó resultados interesantes y ayudó como herramienta primordial de corroboración de la propuesta del presente proyecto.

En su mayoría los encuestados pertenecen al rango de edades comprendidas entre los 60 a 65 años, esto se debe a que los asistentes a este tipo de talleres, están realmente interesados y se sienten con la suficiente vitalidad para realizar algunas actividades dentro de estos.

El número de encuestados en la Asociación del IESS fueron 234, de los cuales en su gran mayoría son mujeres, quienes ocupan un buen porcentaje del grupo que se dedica a los quehaceres domésticos. Este grupo de personas demostró interés por realizar alguna actividad que le genere algún ingreso económico adicional ya que manifestaron que los ingresos que perciben actualmente no cubren todas sus necesidades. Y de hecho escogieron o tuvieron preferencia por actividades agropecuarias ya que no requiere de mucho conocimiento técnico y les permite realizar una tarea fácil y sencilla.

En general todos los adultos mayores encuestados están en una etapa adulta mayor joven, es por eso que un 44% viven aún con su pareja, seguido por un 26% que viven con hijos o familiares y un 25% viven solos, cabe recalcar que en este porcentaje existen muchos que viven solos pero comparten su casa en propiedad horizontal con sus familiares o vecinos.

La pregunta principal, la más importante del cuestionario es la que mide el interés que tiene el adulto mayor en reintegrarse al mercado laboral realizando una actividad que le permita percibir una remuneración; y el interés que existe es de un 66% que si desean o si están dispuestos a realizar una actividad remunerativa, frente a un 34% que no desean trabajar. Los motivos por los que no se interesan en participar en este tipo de proyectos son en su mayoría porque ya trabajó lo suficiente durante toda su vida y no es su prioridad ahora realizar alguna actividad laboral, más bien necesitan actividades recreativas; otro motivo por el cual no se muestran interesados en menor porcentaje es porque su estado de salud no les permite, o simplemente no buscan más ingresos económicos.

El tiempo disponible en su gran mayoría es por horas y media jornada, en un menor porcentaje quienes quisieran trabajar jornada completa.

Las personas que producen huevos de codorniz en la ciudad de Ibarra la realizan de forma artesanal sin estar constituidas legalmente, las mismas que no tienen registro sanitario ni fecha de caducidad y producen una cantidad que no cubre la demanda en la ciudad de Ibarra.

Por lo tanto luego de realizado el diagnóstico situacional en base a los resultados obtenidos se pudo determinar que la creación de la micro empresa es factible y será de gran utilidad para los adultos mayores. Por lo mencionado anteriormente se considera que existe el entorno idóneo para la creación de una microempresa productora y comercializadora de huevos de codorniz, enfocada a la reinserción laboral del adulto mayor en la ciudad de Ibarra

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO.

MICROEMPRESA.

www.microempresa.blogdiario.com (2008) manifiesta que: “Se define como Micro Empresa o Pequeña Empresa a aquella empresa que opera una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, y que desarrolla cualquier tipo de actividad de producción o de comercialización de bienes, o de prestación de servicios”.

www.definicion.de/micro-empresa.com (2007) afirma que: “Una micro empresa o microempresa es una empresa de tamaño pequeño. Su definición varía de acuerdo a cada país, aunque, en general, puede decirse que una microempresa cuenta con un máximo de diez empleados y una facturación acotada. Por otra parte, el dueño de la microempresa suele trabajar en la misma”.

A partir de las definiciones anteriores podemos decir que, una microempresa es de tamaño pequeño y que cuenta con poco personal para laborar con un máximo de diez personas.

➤ **Características de la microempresa.**

- a) El propietario o propietarios de la empresa laboran en la misma.
- b) El número total de trabajadores y empleados no excede de diez (10) personas.
- c) El valor total anual de las ventas no excede de doce (12) Unidades Impositivas tributarias

➤ **Ventajas de la microempresa**

Al igual que la pequeña y mediana empresa es una fuente generadora de empleos.

Se transforman con gran facilidad por no poseer una estructura rígida.

Son flexibles, adaptando sus productos a los cambios del Mercado.

- **Creación de una microempresa: Constitución y Funcionamiento**
- **Empresa Civil.**

Realizar la escritura pública de constitución de la compañía.

Solicitar la aprobación en la Superintendencia de Compañías.

Depositar la suma de USD 2.000 en una cuenta bancaria.

Toda actividad económica puede desarrollar su actividad como Empresa civil, para lo cual se necesita llenar el estatuto de constitución y legalizarlo ante un Juez de lo Civil o Notario Público.

Para su funcionamiento debe contar con los siguientes requisitos: RUC y patente para empresas permanentes. Para el funcionamiento, todas las empresas deben cumplir con los requisitos básicos, sean éstas de derecho o de hecho.

- **Requisitos para el funcionamiento de una microempresa y permisos correspondientes.**
- **Registro Único de Contribuyentes.**

Para obtener el RUC se requiere:

- a) Cédula de identidad;
- b) Recibo de agua, luz o teléfono;
- c) Llenar formulario. "Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y

como objetivos proporcionar información a la administración tributaria".

Están obligados a inscribirse todas las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeros, que inicien o realicen actividades económicas en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador. El plazo para inscribirse es de treinta días contados a partir de la constitución o iniciación de las actividades económicas.

Los requisitos para inscribir una microempresa son la cédula de identidad y llenar el formulario. Para las empresas se requiere la escritura de constitución de la compañía, copia de la cédula del representante legal y llenar el formulario. La actualización de los datos de inscripción procede siempre y cuando haya: cambiado de actividad económica, cambiado de domicilio, cesado su actividad, aumentado o disminuido el capital.

➤ **Requisitos para la Obtención de la Patente Municipal.**

Es un comprobante de pago emitido por la Administración Zonal correspondiente por la cancelación anual del impuesto de patente municipal, se grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial o industrial.

- a) Tiempo: De inmediato despacho a través de la ventanilla de recaudación.
- b) Requisitos: En caso de inscripción para obtener la Patente Jurídica por primera vez, se debe presentar la siguiente documentación.
 - Formulario de declaración del impuesto de patentes, original y copia
 - Escritura de constitución de la compañía original y copia

- Original y copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías
- Copias de la cédula de ciudadanía.

Una vez creada la patente, el interesado deberá acercarse a partir del 2 de enero de cada año a la Administración Zonal respectiva para cancelar el valor anual fijado; así mismo, para todo trámite deberá presentar el certificado de votación de acuerdo a la Ley de Elecciones.

➤ **Organismos Reguladores y de Apoyo.**

Existen varios organismos que regulan y apoyan a la microempresa, entre los principales se menciona los siguientes:

➤ **Servicio de Rentas Internas (SRI).**

El SRI es una entidad técnica y autónoma que tiene la responsabilidad de recaudar los tributos internos establecidos por Ley mediante la aplicación de la normativa vigente. Su finalidad es la de consolidar la cultura tributaria en el país a efectos de incrementar sostenidamente el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes.

El SRI tiene a su cargo la ejecución de la política tributaria del país en lo que se refiere a los impuestos internos. Para ello cuenta con las siguientes facultades:

- Determinar, recaudar y controlar los tributos internos.
- Difundir y capacitar al contribuyente respecto de sus obligaciones tributarias.
- Preparar estudios de reforma a la legislación tributaria.
- Aplicar sanciones.

Los impuestos que administra y recauda el SRI son:

- Impuesto a la Renta.
- Impuesto al Valor Agregado.
- Impuesto a los Consumos Especiales.
- Impuesto a la Propiedad de Vehículos.

➤ **Superintendencia de Compañías de Ecuador.**

La Superintendencia de Compañías tiene la misión de controlar y fortalecer la actividad societaria y propiciar su desarrollo. La misión de control se la realiza a través de un servicio ágil, eficiente y proactivo, apoyando al desarrollo del sector productivo de la economía y del mercado de valores.

➤ **El Banco Nacional de Fomento.**

Es una institución financiera de fomento y desarrollo, autónoma, de derecho privado y finalidad social y pública, cuya finalidad es otorgar crédito a los pequeños y medianos productores, incluida la microempresa.

Los objetivos principales enfocados a la microempresa son:

- Facilitar y coordinar el acceso de los microempresarios capacitados por Plan Ecuador a los micro-créditos del BNF que pertenecen al sector de producción, comercio y servicios. Estos deberán cumplir con los requisitos exigidos.
- Promover mediante la capacitación el desarrollo de emprendimientos, consolidación de microempresas, empresas y fortalecimiento del tejido empresarial.
- Promover la dotación de capacidades en el manejo de micro-crédito y gestión empresarial.

➤ Estrategias de Venta

Estrategias de ventas son acciones que se llevan a cabo con el fin de cumplir objetivos de ventas propuestos.

Existen variedad de estrategias de ventas que se detallan en www.crecenegocios.com (2012) de entre las cuales nosotras hemos escogido las siguientes:

“Cambiar el producto

Una estrategia de ventas podría consistir en cambiar el producto, lo cual no significa tener que sacar un producto totalmente nuevo, sino que al que ya tenemos dotarlo de nuevas características, funciones, atributos, mejoras o usos, o simplemente cambiarle el diseño, la presentación, el diseño, el empaque, la etiqueta o los colores.”

Al cambiar el producto estaremos creando la sensación de estar lanzando un nuevo producto al mercado, o simplemente le estaremos dando un nuevo aire al producto que ya tenemos.

“Bajar los precios

Al bajar los precios podríamos estar dándole un duro golpe a la competencia, aunque debemos tener cuidado con esta estrategia pues además de reducir nuestro margen de ganancias, no debemos reducir costos aceleradamente, para no terminar reduciendo la calidad del producto.

Brindar servicios adicionales gratuitos

Como estrategia de venta también podríamos optar por brindar servicios adicionales gratuitos tales como la entrega del producto a domicilio, mostradores, nuevas garantías o políticas de devoluciones.

Dar obsequios

Así como brindar servicios adicionales gratuitos, como estrategia de ventas también podríamos optar por dar obsequios o regalos a nuestros clientes, calendarios, llaveros con la imagen de la empresa.

Uso de redes sociales

Como estrategia de ventas también podríamos optar por usar las redes sociales tales como Facebook, Twitter o Youtube, sobre todo para incentivar al público joven a que motive a sus padres al consumo familiar del producto.

Uso de testimonio

Otra estrategia de ventas consiste en el uso de testimonios de clientes que hayan quedado satisfechos con nuestros productos o servicios, visibilizarlos a través de afiches.

Búsqueda de referidos

Finalmente, otra estrategia de ventas consiste en buscar referidos, es decir, clientes que nos recomienden con otros consumidores, o que nos ayuden a conseguir nuevos clientes.”

Para ello, podríamos incentivar a nuestros clientes ofreciéndoles descuentos especiales si nos llegan a conseguir otros clientes, o simplemente entregarles cupones para que se los entreguen a sus conocidos, con los cuales éstos puedan canjearlos por descuentos, o puedan probar gratuitamente nuestros servicios.

El complementar un buen producto y servicio con una apropiada campaña de ventas, promociones y publicidad encaminara a la microempresa a conseguir los objetivos propuestos especialmente a cumplir las metas trazadas en lo referente al nivel de ventas.

LA CODORNIZ.



➤ **Características de la Codorniz.**

La codorniz es originaria de China y Japón. Se explota actualmente en Francia, Alemania, Inglaterra, Italia, Estados Unidos, Venezuela y Colombia. Las codornices son aves de tamaño pequeño; el macho presenta la garganta de color canela intenso o marcada con algo de negro en la barbilla. El color canela oscuro llega hasta las mejillas y el abdomen; la hembra es de color crema claro durante toda su vida. Los machos jóvenes son muy similares a la hembra.

➤ **Mercadeo del Huevo de Codorniz.**



El huevo de codorniz es recomendado por Pediatras y Geriatras para la alimentación de niños y ancianos por sus bajos niveles de colesterol y alto nivel proteico. Para su mercadeo se aconsejan cajas de cartón de 12, 24 y 36 unidades con una abertura en la parte superior cubierta con papel celofán. Los empaques plásticos agilizan el proceso y dan gran visibilidad y presentación. Es importante promover las diferentes formas de preparación del huevo con sus respectivas salsas.

➤ **Madurez Sexual.**

Las codornices alcanzan su madurez sexual en breve tiempo. Es así como los machos la obtienen a las 5-6 semanas de nacidos, es decir de 35 a 42 días y las hembras comienzan postura a los 40 días de nacidas. El peso de 110 a 120 gramos lo obtiene al completar su desarrollo y para ello solo requiere 8 semanas. A esta edad los ejemplares de engorde deben ser sacrificados para su venta.

➤ **Reproducción.**

➤ **Selección de Reproductores.**

*www.codornizf1.com/#codornices (2008) manifiestas que: “Para mantener una producción eficiente y que de rendimientos adecuados esta debe ser debidamente seleccionada, y al efecto debe partirse de las siguientes condiciones: **PRECOCIDAD, ALTA POSTURA Y ALTA FERTILIDAD**. Los animales que se escojan para reproductores deben tener las siguientes características:*

***MACHOS:** Desarrolla precoz, contextura fuerte y bien proporcionada, vivaces, con plumaje completo y en buenas condiciones. Las plumas de color oscuro y en el pecho el color canela lo más intenso posible. Pico negro, aparato genital con una protuberancia de color rojiza y de tamaño de un grano de garbanzo.*

***HEMBRAS:** También de desarrollo precoz, bien proporcionados y con el plumaje de color oscuro, completo y brillante. Cuello alargado y cabeza pequeña”.*

➤ **Producción de Huevos.**



Las hembras son buenas productoras durante tres años aproximadamente. Después de este tiempo decrece la postura. La producción es de unos 300 huevos por año y estos tienen un peso aproximadamente de 10 gramos. Los huevos de la codorniz son más ricos en vitaminas y minerales de mejor sabor que los de gallina. Además 6 huevos de codorniz equivalen en peso a uno de gallina.

➤ **Condiciones Ambientales**



Puede decirse que la codorniz es bastante aceptable a las condiciones ambientales, pero en su explotación doméstica se obtiene mejores resultados en zonas cuyo clima está enmarcado entre los 18 y los 30°C

con ambiente seco. Son muy sensibles a las temperaturas frías por lo cual no se recomienda su explotación en aquellos lugares donde la temperatura es bastante fría, especialmente en las noches. Las jaulas o para cría deberán estar en sitios abrigados y sin corriente de aire; la mejor ubicación es un lugar fresco pero con suficiente iluminación. En lo posible es conveniente que les dé algo de luz por la mañana temprano. Se debe mantener el galpón a una temperatura entre 18° y 24°C, además de una humedad relativa entre el 60 y 65%, siempre evitando los cambios bruscos de temperatura. En climas cálidos se maneja la temperatura con ventiladores eléctricos, colocándolos de preferencia en la parte alta de las paredes para no ocasionar corrientes directas de aire sobre las codornices. El uso de cortinas puede emplearse para proveer un medio ambiente óptimo. Indispensables

➤ **Apareamiento.**

Existen varias técnicas en este sentido; la más eficaz por dar mayores números de huevos fértiles es mantener en jaulas individuales parejas separadas.

En criaderos de tipo grande pueden adoptarse los siguientes métodos:

- a) Utilizar cuatro hembras por cada macho.
- b) Separar las codornices en grupos de 25, 50 o 100 hembras y colocarles machos en proporción de un 25% es decir que por cada 100 codornices deben haber 75 hembras y 25 machos.
- c) Existe una técnica más complicada y onerosa que consiste en mantener los machos separados en jaulas y se llevan a las hembras para su fecundación; una vez que copulan son separados y se vuelven a llevar cada 2 o 3 días.

➤ **Nutrición.**



FLORES Rubén (2000), pág. (141) manifiesta que: “Es el proceso mediante el cual, el animal ingiere del medio externo la porción química de nutrientes necesaria que requiere el animal para el normal funcionamiento de su metabolismo celular”

www.taringa.net/posts/info/950815/Cria-de-codornices.html dice que: “Un buen alimento es aquel en que están presentes todos los nutrientes en las proporciones necesarias para que las aves se desarrollen y produzcan huevos. La deficiencia de un nutriente puede retardar el desarrollo, disminuir la postura y hasta puede provocar susceptibilidad a enfermedades”.

De las definiciones antes descritas podemos concluir que, es muy importante que las aves tengan una buena alimentación, ya que de esto depende que se tenga buenos resultados en la producción de los huevos y de la carne.

Siendo animales de gran precocidad y de un alto rendimiento en la producción de carne y huevos, requieren de suficiente alimento rico en proteínas, una dieta de alto valor nutritivo especialmente en proteínas del 22 al 24% como mínimo; la mayoría de empresas comercializadoras de alimentos concentrados fabrican la comida especial para las codornices pero si se dificulta su obtención, pueden alimentarse con alimento de

pollitos para las crías y alimentos concentrado de ponedoras en jaulas, para los adultos. Es indispensable que dispongan de agua limpia y fresca durante todo el tiempo. Cada codorniz consume 23 gramos de concentrado, en granulado pequeño harinas. El peso corporal debe verificarse a las dos semanas después de recibir las ponedoras o sea al momento de iniciar la postura. Su peso promedio a esa edad deberá ser de 110 a 115 gramos. Los animales que estén por debajo de este peso 10 o 15 gramos, deben separarse en una jaula aparte para crear grupos homogéneos. Si las aves están demasiado pesadas, una reducción del 10% al 15% en la ración deberá rebajar su peso corporal. Si las aves están demasiado livianas, un aumento del 10% en su ración será necesario para obtener el peso corporal deseado. A los animales separados por bajo peso se les deberá suministrar durante cinco días vitaminas electrolíticas en el agua.

➤ **Selección y Cuidado de los Huevos para la Incubación.**

www.angelfire.com/ig2/ingagricola/aviculturacodornices.htm (2009)
dice que: Los huevos para incubación deben provenir de parejas sanas y que reúnan las características deseables de la especie.

Se recomienda:

- **Recoger diariamente lo huevos.**
- **Seleccionar los más grandes de forma y coloración típica.**
- **Colocarlos en bandejas, si es posible con la punta para abajo. Esto puede realizarse fácilmente a falta de las bandejas de cartón especiales, colocando una caja de cartón con fondo de paja.**
- **Conservación en lugar fresco y ventilado.**
- **No dejarlos más de una semana sin incubar.**

CIRIACO Pedro (1996), pág. (23) manifiesta que: “Una vez realizada la operación de recojo, los huevos son llevados a la sala de conservación. En este lugar se procede a la selección de los

óptimos para la incubación, y el resto se destina para la comercialización”.

A partir de las definiciones anteriores podemos concluir, que la selección de los huevos para la incubación debe ser muy minuciosa ya que de esto dependerá que en un futuro tengamos crías sanas para una buena producción.

➤ **Higiene.**

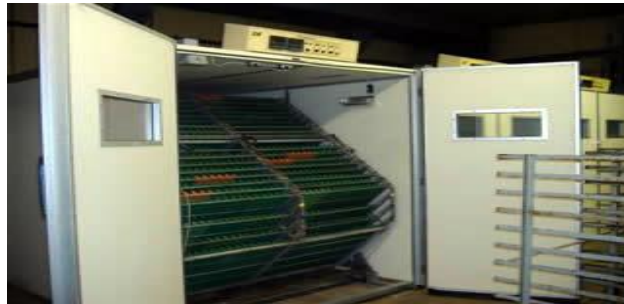
Aunque bastante resistente a las enfermedades, es necesario mantener una higiene adecuada para evitar peligros y para esto se recomienda:

- a) Cambiar el agua todos los días y que esta sea fresca y limpia.
- b) Desinfectar a diario los bebederos.
- c) Mantener los animales en un lugar fresco y sin corrientes de aire.
- d) Alimentación adecuada y permanente a su disposición. (23 gramos por ave)
- e) Evitar la contaminación de los alimentos.
- f) Lavar bien y si es posible desinfectar los pisos y bandejas una vez por semana. Esto puede realizarse lavándolos en una solución a base de yodo.
- g) No permitir a personas extrañas que manipulen los animales.
- h) En el caso de presentarse en diarreas agregar de inmediato el agua fresca son esenciales para mantener los animales en buenas condiciones.

➤ **Incubación (Artificial y Natural).**

La incubación dura un periodo de 16 días, iniciándose el picado de los huevos el día 14. La incubación al igual que en las gallinas puede realizarse en forma natural o artificial.

- **Incubación Artificial.**



Es la que se realiza en incubadoras, bien sea estas eléctricas, de gas, o de kerosene; en cuanto a su funcionamiento se refiere, son las mismas utilizadas para incubar huevos de gallina ya que lo esencial es mantener durante el periodo de incubación una temperatura y humedad adecuadas y ventilación apropiada.

De acuerdo al desarrollo del embrión y a medida que se acerca la eclosión, la temperatura y humedad varían, siendo recomendables en lo que a las codornices se refiere las siguientes:

- La incubación debe estar situada en lugar ventilado, fresco y donde no reciba sol o esté afectada por cambios bruscos de temperatura.
- Se debe nivelar bien.
- No comenzar la incubación hasta tanto no este bien graduada, para lo cual se debe seguir al pie de la letra las instrucciones que trae cada marca de incubadora.

- **Procedimiento a Seguir Durante la Incubación.**

Es muy importante que durante el proceso de incubación se sigan exactamente las siguientes instrucciones:

- Disponer de huevos para iniciar la incubación una vez que la incubadora esté perfectamente graduada.
- Colocar los huevos en las bandejas de la incubadora con la punta hacia abajo.
- Una vez colocados los huevos en la incubadora, cerrar esta y no abrirla durante los primeros días.
- A partir del tercer día de incubación, por la mañana, al medio día y en la tarde voltear los huevos. Si la incubadora no dispone del mecanismo apropiado para el volteo, simplemente pase la mano sobre los huevos con una ligera presión y dando un suave movimiento de rotación con la cual se voltearan. En el caso de pocos huevos, el volteo puede hacerse de uno en uno cambiando la posición de los mismos.
- Durante el tiempo que dura la rotación, deja la incubadora abierta para que los huevos se ventilen.

- **Miraje.**

Durante el quinto y décimo primero día de incubación puede hacerse un miraje con un ovoscopio, para eliminar los huevos infértiles, que se verán claro a trasluz o los embriones muertos que se observan al conservar un anillo completamente cerrado. El embrión vivo muestra una serie de vasos sanguíneos que se observan de color rojizo.

Al llegar al 14 día de incubación no debe moverse más los huevos y si la incubadora tiene “Nacedora” debe pasarse a ella por la eclosión. No olvidar que durante los dos últimos días la incubadora debe mantener el agua necesaria para lograr la húmeda adecuada.

- **Incubación Natural.**

Recomendable solo para cría de un pequeño lote de animales. Se utiliza para ello gallinas del tipo Bantam, conocidas en nuestro medio como

“porto rriqueñas” o “Santo Domingo” NO SE DEBEN UTILIZAR GALLINAS GRANDES pues estas por su peso, al salir o entrar al nidal, rompen los huevos.

Los pollitos una vez nacidos en la gallina, se pueden dejar con ella hasta que comiencen a emplumar; no más de 1 a 2 semanas, pues luego vuelan y se van. Si se desea dejarlos más tiempo con la madre, se debe tener la precaución de criarlos en un corral totalmente alambrado, inclusive al techo. Cada gallina puede incubar de 15 a 20 huevos, dependiendo de su tamaño.

El nidal se debe instalar en un sitio tranquilo, protegido de los rigores de la intemperie y es conveniente colocarle paja de embalaje para el nido; esta paja deberá ser espolvoreada previamente con un piojicida, para impedir la cría de piojitos que además de molestar causan graves daños, y en casos graves hasta muerte de los animales. Cerca del nido deberá tener la gallina agua fresca permanente y además un comedero con alimento adecuado.

NO SE DEBE MOLESTAR DURANTE LOS DÍAS DE INCUBACION y una vez nacidos lo pollitos, NO DARLES ALIMENTO hasta pasadas 24 horas. Los BEBEDEROS para los pollitos deben ser de poca altura, no más de 2 a 3cm y deberá colocárseles en el reborde pequeñas piedras para evitar que se ahoguen si se introducen en él.

➤ **Recepción.**

- a) Debe corroborarse la calidad del agua suministrada mediante un examen de laboratorio.
- b) Tener listo y desinfectado el galpón y las jaulas.
- c) Recibir las con agua azucarada las dos primeras horas, durante este tiempo no suministrar concentrado.

- d) Suministrar agua con vitaminas electrolíticas durante los primeros tres días de llegadas.

➤ **Cría de Pollitos.**

Aunque se pueda hacer tanto en el suelo como en criadora de batería, se prefiere este sistema, por ser más higiénico y presentar menos problemas que con la cría en el piso.

CRIA EN BATERIAS: Se utilizan las mismas que se obtienen en el comercio para la cría de pollos salvo que deben modificarse colocándolo en los lados donde van los comederos y bebederos así como en el piso, alambre cuadrado, N° 3 o 4; debido al pequeño tamaño de los pichones, esto es indispensable para que no se salgan y puedan caminar bien en el piso de la criadora.

La temperatura de la criadora inicialmente y durante los primeros 7 días deben oscilar entre los 35 y 38°C; desde el comienzo de la 4 semana en adelante ya no necesitan calor salvo que estén en lugares cuya temperatura ambiente sea de 20°C, o menos, en cuyo caso se mantendrán los 24 a 25°C.

Es indispensable que la criadora disponga de alimento y agua en forma permanente. En relación al agua y durante la primera semana, en los bebederos deberán colocarse pequeñas piedrecitas, para evitar que cuando se metan en él se puedan ahogar.

En la primera semana se puede estimar que 200 codornices necesitan un metro cuadrado de criadora, en la segunda semana metro y medio de superficie y dos metros cuadrados para la tercera semana. A partir de este momento de pasan a las jaulas de reproducción según sea el caso; en las de reproducción una pareja un macho y dos hembras por

compartimento y en las de ceba se acomodan de 4 a 5 ejemplares por sección para su engorde.

Cría de pollito en piso: Se utilizan bombillos infrarrojos para los primeros 15 a 21 días; para ello se colocan los bombillos colgando a manera que queden a una altura adecuada.

El piso del local se cubre con cascara de arroz o viruta de madera y se debe tener sumo cuidado en evitar corrientes de aire, para ello es necesario contar con cuartos que tengan paredes cerradas hasta una altura de 0.80 a 1 m o en su defecto colocar alrededor del bombillo y teniendo a este como centro, un círculo hecho en cartón de 1.5 a 2 m de radio. No se debe olvidar que los polluelos requieren tener a su disposición alimento durante todo el tiempo y que el agua se debe cambiar diariamente.

Finalmente, como medida de precaución para evitar contaminaciones de afuera, no se debe permitir la entrada de personas extrañas dentro de los cuartos de cría y mucho menos aceptar que agarren y manoseen a los animales.

➤ **Jaulas.**

Se recomiendan módulos de cuatro columnas y de dos filas, (una jaula encima de la otra), una jaula tiene la capacidad de albergar 15 codornices, cada jaula tipo conejera de 3 compartimientos y en cada compartimiento 45 aves, dependiendo del clima de la región, Así serán de 45 aves por jaula tipo conejera y de 270 aves por modulo.



Las jaulas deberán ser metálicas para permitir una limpieza perfecta. Las rejillas del piso de las jaulas con una abertura no menor de 10 mm. Tampoco es recomendable que dicha abertura sea muy ancha ya que los animales pueden meter allí sus patas y lastimarse. La capacidad de la jaula por cada mt² es de 60 codornices. Para cada 1.000 aves en jaula se necesitan 35 mt² de galpón haciendo módulos de 5 pisos y dejando corredores de 1.25 mt. entre las líneas de módulos. Es conveniente emplear siempre el sistema de piso inclinado “Roll Way” para facilitar la recolección de los huevos. Las bandejas estercoleras, así como los comederos y bebederos plásticos son más recomendables. En instalaciones de más de 10.000 ponedoras, se recomienda el sistema piramidal, para facilitar la recolección del estiércol y una gran visibilidad sobre las aves. Claro que se requiere mucho más espacio en el galpón; 40 x 8 mt. Aproximadamente para 10.000 aves. El estiércol se recoge mensualmente.

➤ **Producción de Huevos Infértiles para Consumo.**

En la producción de huevos para consumo, no se requiere de la presencia del macho, más aún, es mejor no tener machos con las hembras ya que los huevos infértiles se conservan mejor, por no existir posibilidad que el embrión comience su desarrollo, por lo que se aconseja tenerlos en otras jaulas pero dentro del mismo galpón, para que con su canto incentiven la postura; en este caso se recomiendan 4 machos por cada 1000 hembras.

Para producir huevos para consumo, las hembras pueden alojarse en grupos de 30 a 40 en cada piso de la batería (módulo), y esta debe tener el piso inclinado a su frente libre en la parte inferior, para permitir que los huevos salgan al exterior y caigan en el reten que tiene en el fondo de la jaula, donde serán recogidos con facilidad.

La recolección de los huevos se debe hacer dos veces al día en la mañana, y por la tarde, ya que los animales no ponen a la misma hora. Una vez recogidos, se deben eliminar los que presentan roturas o estén sucios y los demás almacenarlos en un sitio fresco hasta el momento de su venta.

Se debe estimar una recogida diaria que oscile entre 70 y 90% de los animales en postura, variando esto de acuerdo a la edad de los animales. Las hembras para postura no deben tenerse más de dos años, (lógicamente que en el segundo año la postura baja considerablemente) al cabo de este tiempo deberán ser eliminadas y vendidas para el consumo.

➤ **Iluminación.**

La codorniz requiere de 4 horas extras de luz en países tropicales. de las 0 a las 10 p.m. que son las horas de mayor postura. Ojalá con luz fluorescente, 3 bombillos de 100 watt con intervalos de 4 mt son suficientes.

➤ **Producción de Aves para el Consumo Humano.**

Para la producción de aves para consumo humano se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Animales que han cumplido su edad y pasa hacer beneficiados.

- Animales que han quedado como desecho de los lotes de incubación.
- Animales que se han criado especialmente para engorde y consumo.

En cualquier de los tres casos es aconsejable para engordarlos bien, mantenerlos separados por sexo a fin de evitar peleas y desgastes que afectan el engorde.

Es recomendable colocar las codornices que se van a engordar a razón de 50 aves por piso y mantenerlos con abundante alimento, que en este caso pueden ser el mismo que se utiliza para la ceba de pollos. Si es factible, es preferible suministrarles un alimento de ceba para pavos ya que este es el más adecuado para las perdices y la codornices.

➤ **Enfermedades.**

Al igual que otras aves, pueden presentarse en cualquier momento brotes producidos por coccidias, parásitos internos o externos o por virus.

El canibalismo se presenta cuando los animales están muy en espacio, es decir cuando las jaulas o corrales están sobre cargados de población.

En todo caso, si se observa la aparición de cualquier enfermedad, se deberán llevar los animales enfermos o muertos al centro de diagnóstico del ICA más cercano a su explotación. (ICA en Colombia, Centro de Investigaciones Agropecuarias).

➤ **Balanceo de la Ración.**

Si se está en la posibilidad de fabricar el propio concentrado; estos son los requerimientos nutricionales de las codornices ponedoras. Se

recomienda un análisis muy estricto de cada bache de alimento producido, no solo en cuanto a su capacidad nutricional sino también bacteriológica que le pueda asegurar que es alimento apto para el consumo.

E.M/kg	2800	Yodo	%0.3
Prot.	%24	Glis+Ser	%0.5
Calcio	%2.3	Lisina	%0.64
Fósforo	%0.5	Met+Cist	%0.55
Sodio	%0.15	Acid.Linol	%1.0
Cloro	%0.11	Colina	1999 mg

POBLACIÓN EDAD ADULTA.

➤ **Situación Sicológica en la Edad Adulta.**

SCHAJE Willis (2005), pág. (313) manifiestan que: *“La variedad de actividades del ser humano está limitada solo por su creatividad, cuando se realizan en el tiempo libre, el sujeto decide por sí mismo el ritmo empleado y no se ejecutan necesariamente para una finalidad económica. En ellas aparece la diversidad y la elección en toda su profundidad, apenas condicionada por factores externos. Cualquier tema puede ser objeto de actividad”.*

“La cantidad de tiempo libre varía a lo largo de la vida, en la infancia y la adolescencia resulta muy amplia, se reduce al entrar a la vida laboral, para ampliarse a la hora de jubilarse. Si el jubilado no se ha preparado para utilizarlo significativamente, puede transformarse en una amenaza para él si no llena con un nuevo sentido este tiempo libre, puede ser una pesada carga.

Este nuevo sentido entonces es el que posibilitará mejores condiciones y una posición más favorable en la que el nuevo

periodo jubilatorio encontrará a la persona. Así, por ejemplo, es muy distinto percibirlo como un espacio para la continuación del desarrollo personal, cultivar vínculos, el descanso y esparcimiento, que si se encuentra limitado en sus proyectos y deseos, si sus intereses son restringidos o sus recursos insuficientes.

Las personas después de jubilarse, no solo pueden, sino que requieren tener más opciones de ser saludables, mantener una función productiva. La falta de este compromiso vital conduce a un rememorar nostálgico, una autonomía debilitada, productividad descuidada e iniciativa abandonada. Se trataría de que enfrenten esta etapa de la vida no solo con serenidad y dignidad, sino como un período que presenta nuevas oportunidades de desarrollo y realización”.

En general la jubilación se vive de manera traumática, con las consecuencias que un acontecimiento de esta característica conlleva. Asumen entonces actitudes que van desde la resignación pasiva hasta la rebelión y rechazo. Estas personas, al encerrarse en sí mismas y colocarse al margen de la vida, ponen en marcha un proceso de progresiva degradación psíquica y física.

Mantenerse activo, empleando las fuerzas y habilidades de las que se dispone, valorar la propia experiencia, la constante actualización y la renovación de las motivaciones, son algunos de los objetivos de un proceso de la persona debe optar antes de entrar en el proceso de jubilación.

Hablar y reflexionar sobre la etapa de jubilación en el Ecuador plantea inevitablemente un problema social, las personas que transitan esta etapa, como grupo diferente e importante en el ámbito demográfico, con rasgos culturales específicos e intereses propios, necesitan, que se garanticen algunas condiciones que conducen a su bienestar: la posibilidad de desempeñar roles que den sentido a sus vidas, desarrollar

actitudes distintas a las actuales con las que se dé fin a la falta de integración social y a todos los prejuicios, mitos y estereotipos que envuelven al proceso de jubilación.

Los sujetos que están por jubilarse se angustian frente al ideario compartido sobre el fin de la etapa laboral. Esto produce sentimientos de pérdida de roles, de actividades, de identidad y del propio lugar, dañando la autoestima y llevándolos en dirección a cuadros depresivos.

Cuando la persona se jubila debe enfrentarse con quién es, con sus logros pero también con sus frustraciones, sus temores, el tiempo y su medio social. En este conjunto de condiciones puede comenzar a desestabilizarse, sufrir momentos de desequilibrio o bien anticiparse y hacer de estas condiciones una oportunidad.

El grado de conflicto que representa para cada individuo terminar la formal etapa laboral y las conductas defensivas que se adopten estarán determinadas por la historia personal, las experiencias y representaciones que condicionan habitualmente sus ideas, emociones y conductas.

Con el fin de obtener un buen proceso de jubilación es vital que las personas que se encuentran en ese proceso, realicen una reorientación vocacional y ocupacional abordando esta problemática desde una perspectiva preventiva. Situación que fortalece y ayuda a lograr mayor control de sus decisiones y acciones relacionadas con su bienestar tanto material como mental.

El previo empoderamiento de la etapa de jubilarse permite resolver adecuadamente la crisis respecto de los cambios que va a sufrir a futuro y reducirá al máximo la posibilidad de los consecuentes trastornos. Proceso se lleva adelante con la ayuda de experimentados profesionales, psicólogos especialmente formados. Se plantea a partir de una serie de

entrevistas periódicas individuales y/o grupales que incluyen variadas técnicas adecuadas a cada situación en donde el futuro jubilado, con la asistencia del psicólogo orientador, irá identificando y reconociendo sus propios deseos y eligiendo la forma en que invertir el tiempo de esa nueva etapa libre de actividades predefinidas.

La gran mayoría de los adultos al llegar el periodo de su jubilación, por preparados que estén, intelectual y profesionalmente, no siempre se encuentran advertidos de sus recursos motivacionales y afectivos para disfrutar saludable y vitalmente de ese momento. La re-orientación vocacional y ocupacional proporciona a los futuros jubilados un marco reflexivo donde encontrar la construcción de nuevos proyectos personales que involucren no solo una preventiva y saludable opción ocupacional, recreativa o educativa, sino también evaluación de alternativas, anticipación y preparación ante el cambio vital. Cada sujeto llegará al final de su proceso con mayor protagonismo y proyección, fortalecidos, con posibilidades de apoderarse de su futuro, habiendo aumentado su capacidad para enfrentar las circunstancias con márgenes más amplios de libertad.

Hay personas mayores a las que el hecho de envejecer les motiva a descubrir nuevos roles en la vida o les impulsa a buscar nuevos medios para conservar su habitual rol y no perder su status o razón de estar en el mundo social que conocen. Otros en cambio tienen una actitud totalmente negativa. Toda persona tiene un comportamiento, condicionado a diversos factores y su capacidad de adaptación va a depender de su salud, recursos económicos y el apoyo familiar o social que reciba.

Se puede concluir que los adultos mayores, al llegar a los 60 años (en el caso de las mujeres) y a los 65 (en el caso de los hombres) se ven enfrentados ante una situación laboral que marca su vida desde ese instante: la jubilación. Han sufrido el desvinculamiento de la empresa

donde trabajaban (hace 10 años en promedio), sin tener la posibilidad de optar por un trabajo de media jornada ni si quiera en el mismo lugar, ni pasar por un proceso de evaluación de desempeño para probar su "vigencia" en su puesto. Se les ha despedido simplemente por tener la edad legal para dejar de trabajar.

Se ha observado profesionales capaces que han influido en las ganancias y logros de la empresa u organización en las cuales se desempeñaban exitosamente, y tras un proceso de jubilación, esa motivación ha decaído y se ha dado automáticamente tras la despedida. Es desconcertante observar a personas destacadas que en dos meses de jubilación no tengan las fuerzas de luchar en su profesión como lo hacían anteriormente, y todo esto por un estigma social. Es imprescindible que los adultos mayores busquen en su interior sus motivaciones, lo que los hace felices; busquen dentro de sí mismos toda la experiencia y aprendizaje que tienen y lo vuelquen en actividades que los hagan seguir desarrollándose y generar una mayor esperanza de vida.

La problemática de la situación psicológica en adultos mayores tiene como base, en la mayoría de los casos, la poca participación y responsabilidades que se les otorga a este grupo social en el país, no así en otros países, donde el adulto mayor cumple con un factor relevante debido a la experiencia adquirida a lo largo de su vida, por lo cual se lo considera como un elemento fundamental que contribuye a potenciar las distintas tareas y/o trabajos productivos, en los cuales los adultos mayores se desempeñan en forma óptima.

➤ **Situación Económica del Adulto Mayor**

Las grandes concentraciones urbanas han ido construyendo una cultura que con frecuencia desestima la madurez y la experiencia que acompañan a la vejez, margina sistemáticamente a los viejos y nutre

constantemente los prejuicios y los crueles estereotipos sobre los adultos mayores.

El deterioro en la calidad de vida del adulto mayor es desencadenado principalmente por la situación económica en que se encuentran muchos de ellos, ya que es innegable que el mercado laboral los ha desplazado debido, entre otras causas, a que se ha desvalorado su experiencia y conocimiento producto de una práctica de años. Las innovaciones tecnológicas los colocan en desventaja pues el conocimiento continuo y cambiante los aleja de la competencia en la mano de obra.

La marginación laboral y el cese voluntario o forzado de la actividad económica los empuja a realizar actividades económicas de tipo informal, con muy bajos ingresos y condiciones laborales muy precarias o como en muchos casos, los coloca en total dependencia de sus hijos o parientes cercanos, todo ello en perjuicio de su dignidad y calidad de vida.

En nuestra cultura, donde el trabajo reside fuera de la unidad doméstica para ganar un salario, es común entonces, considerar a los adultos mayores como miembros improductivos. El retirarse de la actividad laboral es, culturalmente, sinónimo de no hacer nada y esto significa no ser nadie socialmente, por lo que se tiende a percibir a los ancianos como inútiles.

Las condiciones de salud y enfermedad de la población mayor de 60 años son motivo de intranquilidad e incertidumbre constante en las familias y los propios adultos mayores, pues es evidente que significa la necesidad más imperante en este período de vida. Es común que la presencia de enfermedad o discapacidad, acompañadas de soledad, abandono, exclusión y fragilidad económica, coloca a las familias en situaciones críticas, pues en la mayoría de los casos, se trata de enfermos con más de un padecimiento y la atención médica significa egresos altos en la

economía familiar y termina por agotar la paciencia y la reserva monetaria en muchas de ellas.

Para el trabajo con adultos mayores es preciso superar los típicos enfoques de carácter asistencialista que en la práctica han resultado más contraproducentes que benéficos y cuya fuente para la toma de decisiones son únicamente los datos numéricos.

➤ **Gremios y Asociaciones de Jubilados y no Jubilados.**

- **Gremios y Asociaciones de Jubilados.**

La Confederación Nacional de Jubilados y Pensionistas de Montepío del Ecuador es la única asociación que agrupa a todos los pensionistas a nivel nacional, esta entidad está encargada de velar por los derechos del jubilado en cuanto a los pagos de la pensión, incrementos de la misma y atención médica.

La Confederación no se encarga de la reubicación del personal en otras actividades luego que la persona salga jubilada, como Confederación ha buscado el apoyo del Gobierno Nacional en la obtención de descuentos especiales para la tercera edad como es en el transporte público, cines, supermercados.

El sostenimiento de la Confederación proviene del aporte de todos los pensionados a nivel nacional que es del 0,1% del salario que reciben; es decir, si un promedio de salario de un jubilado es de 300 dólares la Confederación recibe 0,3 centavos de dólar mensuales con esto tienen el sostenimiento administrativo de la Confederación a nivel nacional.

En cada una de las provincias se encuentran representados por asociaciones y federaciones, las cuales tienen mandato provincial y reúnen a las confederaciones. La asamblea nacional se reúne anualmente y nombra al presidente y directivos de la Confederación, con la participación de las federaciones de todo el país.

- **Gremios y Asociaciones de no Jubilados.**

La Dirección de Atención Integral Gerontológico perteneciente al Ministerio de Inclusión Económica y Social, MIES, tienen como misión garantizar la protección integral de las personas adultas mayores, la inclusión económica y social por ser un grupo poblacional de atención prioritaria, por su situación, pobreza, desigualdad, exclusión y discriminación.

Su política es la promoción de la igualdad, la inclusión de las personas adultas mayores como sujetos de derechos y plantean el envejecimiento como un proceso individual, familiar y comunitario. Impulsar la creación de condiciones dignas para que las personas preserven su autonomía el mayor tiempo posible y se mantengan seguros e integrados a sus contextos.

➤ **Programas Existentes de Apoyo.**

- **Programas Existentes de Apoyo para los Jubilados por Parte del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).**

Los pensionistas del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, IESS, jubilados y beneficiarios de montepío (viudas, convivientes, hijos), tienen beneficios y obligaciones con el Seguro Social:

➤ **Beneficios.**

• **Económicos**

- Pensiones mensuales hasta la muerte.
- Rentas mensuales para jubilados por invalidez.
- Subsidio transitorio por incapacidad (en caso de invalidez).
- Auxilio de funerales.
- Décima tercera pensión. Se paga con la renta del mes de diciembre.
- Décima cuarta pensión. Se paga con la renta de abril, en la Costa y región Insular; y, con la pensión de septiembre en la Sierra y Oriente.
- Incremento anual a las pensiones.
- Mejor aumento (para los pensionistas que cumplen 70 años de edad y se jubilaron con un mínimo de 35 años de aportes).
- Aumento excepcional (para los que cumplen 80 años de edad y se jubilaron mínimo con 30 años de aportes), siempre que no perciban el mejor aumento.
- Mejora a la pensión, cuando vuelven a aportar al Seguro Social con un mínimo de un año.
- Préstamos quirografarios.
- Préstamos hipotecarios.

➤ **Asistenciales.**

- Atención médica y odontológica.
- Consulta externa, quirúrgica y de hospitalización.
- Medicinas.
- Rehabilitación.
- Talleres sociocupacionales.
- Centros Recreacionales.
- Servicios funerarios: Salas de Velación.

➤ **Programas Recreativos para la Tercera Edad.**

• **Dirigidos a:**

- Jubilados.
- Afiliados voluntarios cotizantes mayores de 55 años.
- Y esposas de jubilados.

➤ **Objetivo.**

Elevar el bienestar físico–psicológico, espiritual y de integración socio-familiar de los adultos mayores.

➤ **Programas Existentes de Apoyo para los no Jubilados por parte del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES).**

Según el Folleto Institucional MIES (2009) dice que: “Las actividades que implementa el Ministerio de Inclusión Económica y Social, (MIES) son:

- *Formular políticas para atención integral de personas adultas mayores.*
- *Elaborar agenda social para las personas adultas mayores.*
- *Coordinar y monitorear con las instituciones nacionales y locales por el cumplimiento de la agenda social.*
- *Fomentar la creación y, a la vez, asesorar sobre modelos de atención a personas adultas mayores, centros de atención diurna, atención domiciliaria y residencias.*
- *Elaborar instrumentos para capacitación a los operadores sociales vinculados con temas referidos a la protección de los derechos de las personas adultas mayores.*
- *Promover la conformación de redes de atención a personas adultas mayores.*
- *Capacitar a las organizaciones sociales.*
- *Crear espacios de diálogo y participación con las personas adultas mayores.*

- *Promover el intercambio de experiencias, reconocimiento y saberes de diversas culturas y pueblos, respeto a su pensamiento, costumbres y valores.*
- *Promueven la erradicación de la violencia intrafamiliar y social hacia las personas adultas mayores.*
- *Orientar social y legalmente.*
- *Promover los derechos de las personas adultas mayores a través de diferentes mecanismos.*
- *Promover el asociativismo de personas adultas mayores, fortaleciendo las organizaciones existentes, la creación de nuevas organizaciones y redes sociales.*
- *Promocionar los derechos de las personas adultas mayores a nivel institucional y comunitario”.*

➤ **Delimitación legal del tratamiento del adulto mayor en la reinserción al mercado laboral.**

Según www.supercias.gov.ec/paginas_htm/vision.htm manifiesta que: “Las personas adultas mayores son reconocidas en la Constitución como parte de los grupos de atención prioritaria. El artículo 35, les garantiza la "atención prioritaria y especializada en los ámbitos público y privado". El artículo 37, ordena al Estado garantizar a los adultos mayores el trabajo remunerado, en función de sus capacidades, para lo cual tomará en cuenta sus limitaciones”.

El objetivo principal de este proyecto, es el de promover la contratación laboral remunerada de los adultos mayores con necesidades de realizar una actividad productiva ocupacional, en muchos casos son discriminados por su edad o por el simple hecho que son menos productivos para las empresas, sin tomar en cuenta el gran atributo que poseen como es la sabiduría dada por la experiencia y conocimiento adquiridos a lo largo de su vida.

El Código Laboral, no tienen ninguna distinción en cuanto al tratamiento del trabajador adulto mayor, es decir, que estos estarían amparados por

la misma reglamentación general del trabajo, teniendo así los mismos derechos y obligaciones estipuladas en la ley.

La Ley de Seguridad Social no impide bajo ningún punto que una persona que se ha jubilado vuelva a ser contratada por la empresa privada, y solo podría ser contratada en el sector público en cargos de libre remoción o asignados por voto popular.

Cuando una persona se jubila por vejez, es porque cumplió el número de aportaciones necesarias para poder retirarse, es decir ha cumplido con 30 años de servicio y tiene derecho a una remuneración por jubilación, pero también pueden jubilarse por la edad, a los 60 o 65 años. También aplica la jubilación por incapacidad o accidentes de trabajo.

Estas personas pueden volver a trabajar con las respectivas aportaciones que manda la ley, pudiendo a los 5 años mejorar la pensión jubilar percibida.

No necesitan ningún tipo de autorización, únicamente en el caso de jubilación por incapacidad o accidente de trabajo, deberán notificar a la Dirección General de Riesgos del Trabajo para que se les conceda el permiso de volver a laborar.

En el caso de las personas jubiladas por vejez tienen todo el derecho de laborar en donde sus capacidades les permitan.

PRODUCCION.

Según www.definicion.de/produccion/ manifiesta que: “Es un proceso por medio del cual se crean los bienes y servicios económicos. Es la actividad principal de cualquier sistema económico que está organizado precisamente para producir, distribuir y consumir los bienes y servicios necesarios para la satisfacción de las necesidades humanas”.

Todo proceso a través del cual un objeto, ya sea natural o con algún grado de elaboración, se transforma en un producto útil para el consumo o para iniciar otro proceso productivo. La producción se realiza por la actividad humana de trabajo y con la ayuda de determinados instrumentos que tienen una mayor o menor perfección desde el punto de vista técnico.

Según www.eumed.net/libros//2009/caracteristicas/produccion dice que: “Es un proceso de producción es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. De esta manera, los elementos de entrada (conocidos como factores) pasan a ser elementos de salida (productos), tras un proceso en el que se incrementa su valor.

Cabe destacar que los factores son los bienes que se utilizan con fines productivos (las materias primas). Los productos, en cambio, están destinados a la venta al consumidor o mayorista”.

La producción es el conjunto de actividades encaminadas a la transformación de materias naturales y materias primas que ya tienen trabajo incorporado, en bienes que satisfagan necesidades finales.

➤ **FACTORES DE PRODUCCIÓN.**

Son todos aquellos elementos que contribuyen a que la producción se lleve a cabo, tradicionalmente se han agrupado en: tierra, trabajo, capital y organización o habilidad empresarial.

TIERRA: En su sentido más amplio se refiere a los recursos naturales que pueden ser transformados en el proceso de producción: tierra, agua, minerales, vegetales, animales, etc.

TRABAJO: Es el desgaste físico y mental de los individuos que se incorpora en el proceso productivo. El trabajo también se define como la actividad humana mediante la cual se transforma y adapta la naturaleza para la satisfacción de sus necesidades.

CAPITAL: Son todos aquellos bienes que nos sirven para producir otros bienes. Son aquellos recursos económicos susceptibles de reproducirse y que ayudan en el proceso productivo; esta constituido por las inversiones en: maquinaria, equipo, mobiliario, instalaciones, edificios, etc.

ORGANIZACIÓN: También llamada habilidad empresarial, es el conjunto de actividades encaminadas a la dirección, organización, sistematización y conducción para llevar a cabo el proceso productivo. La habilidad empresarial la desarrollan los administradores, gerentes, economistas y contadores que se encuentran en puestos directivos de la unidad productora.

COMERCIALIZACION.

➤ **Definición.**

Según www.monografias.com/trabajos/comercializa/ manifiesta que: "La comercialización es a la vez un conjunto de actividades realizadas por organizaciones, y un proceso social. Se da en dos planos: Micro y Macro. Se utilizan dos definiciones: Microcomercialización y macrocomercialización.

La primera observa a los clientes y a las actividades de las organizaciones individuales que los sirven.

La otra considera ampliamente todo nuestro sistema de producción y distribución".

El concepto de comercialización significa que una organización encamina todos sus esfuerzos a satisfacer a sus clientes por una ganancia.

Hay tres ideas fundamentales incluidas en la definición del concepto de comercialización:

- 1. Orientación hacia el cliente.*
- 2. Esfuerzo total de la empresa.*
- 3. Ganancia como objetivo.*

----->Satisfacción del cliente <-----> Esfuerzo total de la empresa <-----La ganancia como objetivo -----

En otras palabras comercialización significa más que vender o hacer publicidad, ya que provee la orientación necesaria para la producción y ayuda a lograr que se fabrique el producto adecuado y que llegue a los consumidores.

➤ ***Papel de la comercialización en la empresa***

Según www.monografias.com/trabajos/comercializa/ manifiesta que: “El papel de la comercialización cambio mucho al transcurrir los años

Las decisiones comerciales son muy importantes para el éxito de una firma.

Se analizan 5 etapas en la evolución de la comercialización:

1. La era del comercio simple, cuando las familias traficaban o vendían sus "excedentes" de producción a los intermediarios locales.

2. La era de la producción, es decir, ese periodo cuando la firma se dedica a la producción de uno pocos productos específicos, quizá porque no los hay en plaza.

3. La era de la venta, se da cuando la compañía pone en énfasis en las ventas debido al incremento de la competencia.

4. La era del departamento comercial, es aquel momento en que, todas las actividades comerciales quedaron a cargo de un departamento para mejorar el planeamiento de la política de corto plazo y tratar de integrar todas las actividades de la empresa.

5. La era de la compañía comercial es aquel momento en que, además del planeamiento comercial a corto plazo, el personal de comercialización elabora planes a largo plazo”.

➤ **Planeamiento de una estrategia comercial**

Planeamiento de la estrategia comercial quiere decir encontrar oportunidades atractivas y elaborar estrategias comerciales rentables.

Una estrategia comercial especifica un mercado meta y una mezcla comercial afín.

1. Un **mercado meta**. Esto es, un grupo bastante homogéneo (similar) de clientes a los que la firma desea atraer.

2. Una **mezcla comercial**. Esto es, las variables controlables que la empresa concierta para satisfacer a este grupo meta.

➤ **Estrategia orientada hacia el mercado, comercialización por metas**

La **comercialización por metas** afirma que una mezcla comercial se adapta para que satisfaga las necesidades de algún cliente determinado.

Por el contrario, la **comercialización masiva** apunta vagamente a "todo el mundo" con la misma mezcla comercial. Este sistema supone que todo el mundo es igual.

Los "comercializadores masivos" pueden hacer comercialización por metas.

Comercialización masiva quiere decir tratar de vender a "todo el mundo".

La comercialización por metas puede significar grandes mercados y ganancias.

➤ **Preparación de mezclas comerciales para los mercados metas**

Hay muchas variables de la mezcla comercial.

Es útil reducir todas las variables de la mezcla comercial a cuatro grupos básicos.

Producto Promoción Plaza Precio

El cliente no forma parte de la mezcla comercial.

El cliente debería ser la meta de todas las acciones comerciales.

Producto: *el adecuado para la meta.*

El campo del producto se ocupa de la creación del "producto" adecuado para el mercado meta. Lo importante que debe recordarse es que el bien debería satisfacer algunas de las necesidades de los clientes.

Plaza: *alcanzar la meta.*

La Plaza hace hincapié en obtener el producto "adecuado" para la Plaza del mercado meta.

Toda vez que el producto comprenda un bien físico, el planeamiento de la Plaza incluye decisiones sobre la distribución física. (Transporte).

Promoción: *información y venta al cliente.*

Se refiere a informar al mercado meta respecto del producto "adecuado".

La promoción comprende:

Venta personal, implica comunicación hablada directa entre vendedores y clientes en potencia.

Venta masiva, comunicarse con gran cantidad de clientes al mismo tiempo. La forma principal es la **publicidad**.

Precio: *debe ser correcto.*

Al fijarlo, deben tener en cuenta la clase de competencia que se da en el mercado y el costo de toda la mezcla comercial.

Es importante destacar que escoger un mercado meta y elaborar una mezcla comercial son tareas interrelacionadas. Ambas deben decidirse juntas.

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO.

PRESENTACIÓN.

El estudio de mercado busca establecer algunos elementos tales como: presentación, identificación del producto, mercado meta, segmento de mercado, análisis de la demanda, proyección de la demanda, análisis de la competencia, proyección de la oferta, demanda potencial por satisfacer, proyección del precio, conclusiones del estudio.

En la actualidad, los alimentos con bajos niveles de colesterol son recomendados por especialistas para tener una buena salud, entre ellos los huevos de codorniz por su gran contenido proteico y beneficio nutricionales especialmente para niños y personas de la tercera edad.

Actualmente la mayoría de personas desean incluir los huevos de codorniz en su dieta, y asea por probar otro tipo de producto que no sea huevos encubados o criollos, son pocas las personas que realmente conocen el beneficio nutricional de los huevos de codorniz y lo bueno que es consumirlo para tener una buena alimentación y por ende cuidar su salud. Además, la mayoría de los potenciales consumidores podrían adquirir más de 20 huevos de codorniz, esto significa que la nueva empresa tiene gran perspectiva y probabilidades altas de éxito en el mercado.

El proyecto está enfocado a la creación de una microempresa basado en la necesidad del desarrollo de una actividad del adulto mayor jubilado y no jubilado de los cuales el 59% es mujer y el restante es de género masculino, para que les genere un ingreso adicional a su economía por

que el 82% son jubilados y, a su vez, que lo haga sentir como un ente productivo para la sociedad.

Según Chicaiza F. (2010), manifiesta que: “existe una producción mensual de huevos de 96.000 unidades, por ende se tendría una producción anual de 1'152.000”. Los consumidores de este producto serán las familias del cantón Ibarra, porque tienen una alimentación poco nutritiva en los huevos encubados, los cuales son competidores directos del nuevo producto. También se puede afirmar que el desconocimiento de las bondades y ventajas alimenticias del producto no impulsa el desarrollo de la demanda de las mismas.

En la encuesta aplicada a los posibles consumidores realizada a 382 personas que residen en la ciudad de Ibarra que tienen edades de entre 25 a 70 años la información obtenida es la siguiente:

IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO.

Los huevos provenientes de las codornices, contienen grandes beneficios para la nutrición de los adultos mayores, hombres, mujeres y niños; ya que poseen grandes cantidades de vitaminas y beneficios para la salud. Aunque son pequeños en tamaño, los huevos de codorniz son más nutritivos y saludables que los de otras especies de aves.

Proporcionalmente, los huevos de codorniz tienen más contenido de calcio, vitaminas, proteínas y hierro que los huevos de gallina. Además, contienen menos cantidad de grasa y colesterol. Por eso, los huevos de codorniz son recomendados por pediatras y geriatras para la alimentación de niños y adultos mayores.

Un huevo de codorniz, que pesa en promedio 12 gramos, equivale en calorías, proteínas y vitaminas a 100 gramos de leche.

- La digestibilidad de las grasas de codorniz son altas, entre el 96 y 97 por ciento.
- Por su alto contenido de vitamina D y calcio se recomienda para el desarrollo infantil y en mujeres menopáusicas.
- Por el bajo contenido de colesterol, los huevos de codorniz son indicados en las dietas de personas arterioscleróticas e hipertensas.
- Poseen elevadas concentraciones de vitaminas B1, B2, E, H, A, D y C, indispensables para el desarrollo infantil y en la lucha contra el raquitismo.
- Produce menos calorías que el huevo de gallina.

El huevo de codorniz contiene vitaminas, minerales, enzimas, aminoácidos, elementos nutritivos de la pectina y B-caroteno. En más de 70 estudios científicos se confirma que la B-caroteno reduce los riesgos de cáncer y aumenta las defensas del organismo (sistema inmunológico) y que la pectina ayuda a reducir la tasa de colesterol, disminuyendo los riesgos de enfermedades cardiovasculares. Además contribuye al control del apetito, mantener el bienestar, aumentar la energía y dinamismo del organismo, combatir y aliviar dolores provocados por la artritis o varias enfermedades articulares, mejorar la digestión, bajar la tasa de colesterol, combatir problemas del oído medio, retardar los signos de la vejez, prevenir la aparición de manchas debido a los signos de la edad haciendo que la piel luzca más suave y luminosa, hidratar el cabello, calmar la fatiga muscular, apaciguar dolores provocados por las picaduras de insectos, calmar la tos, destruir los microbios presentes en los alimentos, reducir la hipertensión, y es considerado un antiinflamatorio natural.

Los huevos de codorniz son recomendados por profesionales de nutrición, como una fuente ideal de niveles bajos en colesterol y alto contenido proteico, para personas de cualquier edad.

MERCADO META (MACRO)

El principal mercado en el cual se pretende introducir la producción será en la capital de la provincia de Imbabura, Ibarra. En un principio se ofertará la mayor parte de los productos a los comerciantes, luego se aplicará estrategias de distribución para llegar directamente al mercado de cada familia. El mercado meta estará constituido por toda la población de la ciudad de Ibarra, que gusten del consumo de alimentos sanos como son los huevos de codorniz y que básicamente se encuentren dentro de la Población Económicamente Activa.

Cuadro N° 21
Crecimiento Poblacional

Año	Población
2010	181.175

Fuente: INEC

Elaborado por: Las Autoras

Con el dato anterior se determinó la población económicamente activa, que es en base a la misma fuente, aproximadamente el 40% de la población total, así se tiene 72.470, el cual vendría ser el mercado meta.

SEGMENTO DE MERCADO (MICRO)

- **Población de Potenciales Consumidores**

- **Población**

La población para la demanda potencial está conformada por habitantes de la ciudad de Ibarra que tengan entre 12 a 70 años de la zona urbana, en la ciudad de Ibarra la población según el último censo realizado por INEC en el año 2010 es de 181.175 habitantes, la misma que por ser

mayor a 100 unidades se ha determinado la respectiva muestra utilizando la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{N \sigma^2 z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2 z^2}$$

Donde los significados y valores de los elementos que intervienen en la fórmula son:

n = Tamaño de la muestra, muestra de unidades a determinar

N = Población o universo a estudiarse.

σ^2 = Varianza de la población respecto a las principales características que se van a representar. Valor constante que equivale a 0.5, ya que la desviación típica tomada con referencia $d = 0.25$.

z^2 = Valor obtenido bajo niveles de desconfianza o nivel de significancia con el que se va a realizar el tratamiento de estimaciones, valor constante tomado en relación al 95% y equivale a 1.96.

$N-1$ = Corrección que se usa para muestras mayores a 30 unidades.

e^2 = Limite aceptable de error de muestra que varía entre 0.01 y 0.09 (1% y 9%).

➤ **Cálculo de la Muestra**

$$n = \frac{(72470) (0.5)^2 (1.96)^2}{(72470-1) (0.05)^2 + (0.5)^2 (1.96)^2}$$

$$n = \frac{(72470) (0.25) (3,8416)}{(72469) (0.0025) + (0.25) (3.8416)}$$

$$n = \frac{(69600,188)}{(181,1725) + (0.9604)}$$

$$n = \frac{69600,188}{182,1329}$$

$$n = 382$$

➤ **Encuesta Aplicada a los Consumidores.**

1. ¿Conoce los beneficios nutricionales de los huevos de codorniz?

Cuadro N° 22

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
a. Sí	92	24%
b. No	290	76%
Total	382	100%

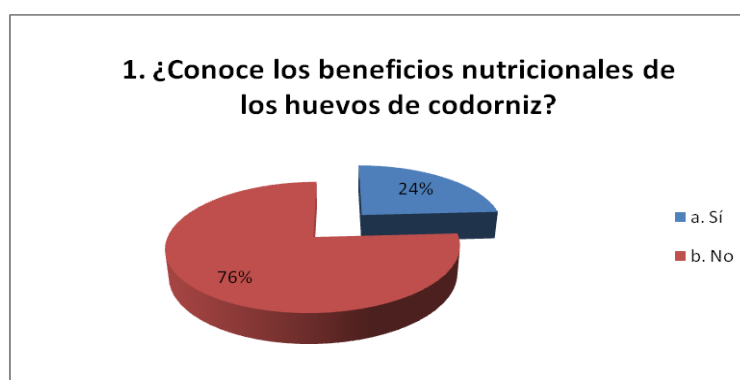


Gráfico N° 21

Fuente: Encuesta levantada a los Consumidores.

Elaboración: Autoras de la Investigación.

Análisis

En los datos obtenidos tenemos como resultado que una parte mayoritaria de los consumidores manifiestan que desconocen los beneficios nutricionales de los huevos de codorniz y una parte menor de los encuestados afirman lo contrario, lo que significa que son pocas las personas que realmente saben cómo tener una buena alimentación.

2. ¿Le gustaría incluir en su dieta huevos de codorniz?

Cuadro N° 23

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	
a. Sí	267	70%	Demanda Potencial a satisfacer
b. No	88	23%	
c. Ya los consume	27	7%	Demanda Efectiva
Total	382	100%	



Gráfico N° 22

Fuente: Encuesta levantada a los Consumidores.
Elaboración: Autoras de la Investigación.

Análisis

En las encuestas realizadas podemos darnos cuenta de que el mayor porcentaje de los consumidores manifiestan que si les gustaría incluir en su dieta diaria los huevos de codorniz, razón por la cual la aceptación de nuestra iniciativa planteada será de agrado para nuestro mercado meta.

3. ¿Cuántos huevos de codorniz estima Usted que consumiría semanalmente?

Cuadro Nº 24

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
a. De 1 a 10	42	11%
b. De 11 a 20	111	29%
c. Más de 20	229	60%
Total	382	100%

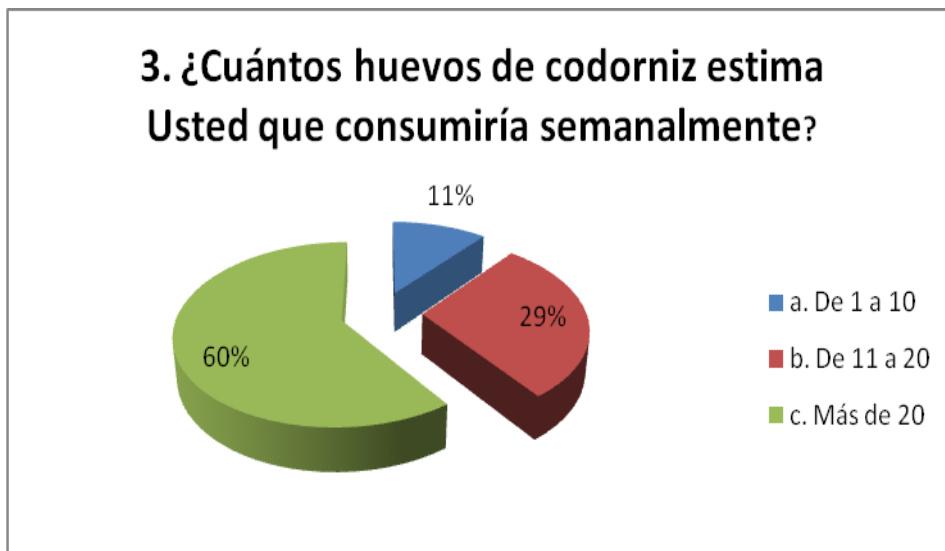


Gráfico Nº 23

Fuente: Encuesta levantada a los Consumidores.
Elaboración: Autoras de la Investigación.

Análisis

En los datos obtenidos tenemos como resultado que una parte mayoritaria de los consumidores manifiestan que consumiría semanalmente más de 20 huevos, lo cual garantizaría un flujo de consumo constante.

¿Por 20 huevos de codorniz estaría dispuesto a pagar un dólar con diez centavos (\$1.10)?

Cuadro N° 25

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
a. Sí	264	69%
b. No	118	31%
Total	382	100%

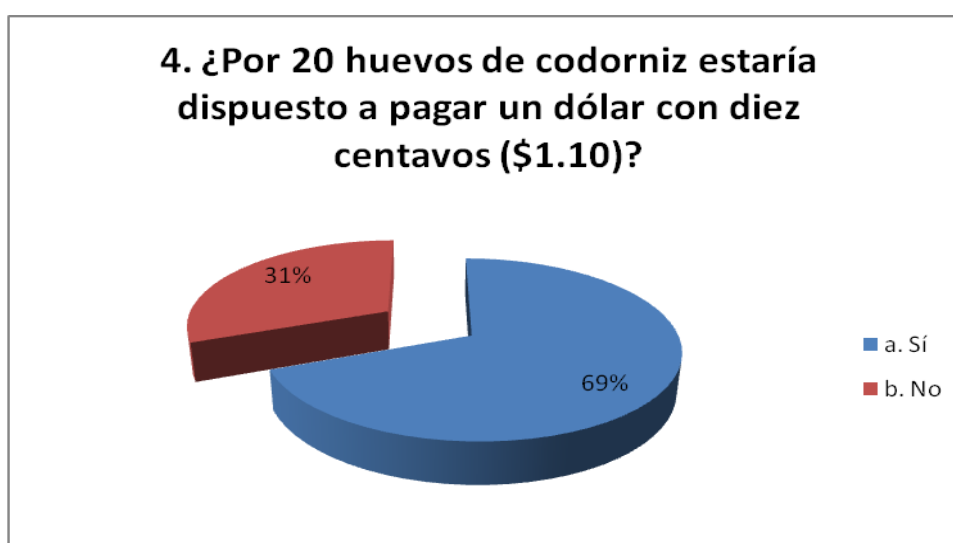


Gráfico N° 24

Fuente: Encuesta levantada a los Consumidores.
Elaboración: Autoras de la Investigación.

Análisis

En las encuestas realizadas podemos darnos cuenta de que el mayor porcentaje de los consumidores manifiestan que estaría dispuesto a pagar \$1.10 por la cajita de 20 huevos de codorniz, de esta manera se evidencia que el mercado meta es el óptimo y que el nivel de ingresos de los consumidores les permite consumir el producto dado. De igual manera será necesario buscar estrategias para que el un tercio de la población restante pueda incluirse dentro de los potenciales clientes de la nueva unidad productiva.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

Actualmente el consumo de este alimento no está posicionado o definido como parte de la canasta familiar básica, probablemente por el desconocimiento de las bondades, no solo de los huevos sino también de la carne de codorniz, pero existe un segmento definido que consume y demanda del producto, y es el de aquellas personas que buscan alimentar a su familia de una manera saludable con alimentos ricos en vitaminas y que ayuden a evitar enfermedades o sean parte del tratamiento de las mismas.

La tendencia en cuanto a la alimentación ha dado un giro y ahora se ha posicionado mucho en la mente de las personas los productos naturales y con bajas calorías, por lo que el consumo de los huevos de codorniz es muy demandado por este tipo de consumidores. Personas con dietas especiales que sufren de colesterol alto también demandan de este producto, y no solo las personas ya diagnosticadas, sino aquellas que practican la salud preventiva.

En base a lo expuesto anteriormente y en función de la encuesta realizada a la población se estableció que la demanda efectiva de los huevos de codorniz está constituida por el 7% de la población total de la ciudad (181.175 habitantes), tomando en cuenta los datos del censo poblacional se determina que una familia tiene alrededor de 4 miembros dando una población total de 45.294 familias de las cuales el 60% consumirán más de 20 huevos semanales.

A continuación se expone un cuadro de la demanda del producto.

Cuadro N° 26

Análisis de la Demanda

Opción de Consumo	Porcentaje	Familias de Ibarra	Número de Consumidores	Cantidad de Huevos Consumidos	Demanda Mensual	Demanda Anual
Más de 20 Huevos	0,07	45.294	1.902	21	159.796	1.917.556,20
Total	0,07	45.294	1.902	21	159.796	1.917.556,20

Elaborado por: Las Autoras

➤ **Proyección de la Demanda.**

La tasa de crecimiento de la población promedio es de 2.18% anual, para el presente estudio se considera que el consumo del producto es significativo basado en el crecimiento poblacional por esto la demanda proyectada para los 5 años siguientes se determina de la siguiente manera.

Cuadro N° 27

Proyección de la Demanda

Año	Consumo Futuro de H.C.
Base	1.917.556
2011	1.959.359
2012	2.002.073
2013	2.045.718
2014	2.090.315
2015	2.135.884

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.

Actualmente se ha detectado que la cotornicultura es un negocio en expansión, no solo por los atributos del producto, sino por su rentabilidad. La oferta actual en el mercado se concentra más en la costa, en Santo Domingo, Cucay y Cumandá principalmente por la temperatura de su clima que es más apropiada para la reproducción de esta ave; también en la Sierra ha tomado un crecimiento importante esta actividad, sobre todo en las provincias de Cotopaxi, Chimborazo y Pichincha.

En la provincia de Imbabura son tres productoras de huevos de codorniz, en el sondeo que se realizó en los mercados, tiendas, abastos y supermercados se pudo determinar que en su mayoría provienen de una producción artesanal ya que las cubetas de huevos no tenían ninguna etiqueta, ni fecha de caducidad entre otros aspectos. En los supermercados grandes como es Tía les proveen los huevos de codorniz una productora de Otavalo, y en el AKI les proveía una productora de Pelileo. Todas las demás partes que expenden huevos de codorniz como ya se mencionó anteriormente son de forma artesanal.

La oferta o competencia suplementaria de los huevos de gallina son los huevos de codorniz ya que este producto entrará a competir en parte o parcialmente por la calidad y beneficios pero con un precio mayor.

En la ciudad de Ibarra existen 2 productores no reglamentados de huevos de codorniz, de los cuales tienen una cantidad de codornices ponedoras de 4.000, ellas ponen en un promedio de 96.000 huevos mensuales, esto multiplicando por 12 meses da una producción anual de 1'152.000 huevos de codorniz. Pero mejor entendimiento se expone en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 28
Análisis de la Competencia

Ciudad	Nº de Productores	Cantidad de Ponedoras	Producción Mensual de Huevos	Producción anual de Huevos
Ibarra	2	4.000	96.000	1'152.000
Oferta de Huevos de Codorniz				1'152.000

Elaborado por: Las Autoras

➤ **Proyección de la Oferta**

Debido a que no existen datos históricos sobre la producción de huevos de codorniz, Según Chicaiza F. (2010), manifiesta que: “se toma la información proporcionada por los productores, que afirmaron que existe una tasa de crecimiento del 2% anual”, crecimiento que es razonable y se ha tomado en consideración con el cual se realiza la proyección de la oferta.

Cuadro N° 29
Proyección de la Oferta

Año	Oferta Futuro de H.C.
Base	1.152.000
2011	1.175.040
2012	1.198.541
2013	1.222.512
2014	1.246.962
2015	1.271.901

Elaborado por: Las Autoras

DEMANDA POTENCIAL POR SATISFACER

Cuadro N° 30
Demanda Insatisfecha

Año	Oferta	Demanda	Demanda Insatisfecha
	Huevos de Codorniz	Huevos de Codorniz	
Base	1.152.000	1.917.556	-765.556
2011	1.175.040	1.959.359	-784.319
2012	1.198.541	2.002.073	-803.532
2013	1.222.512	2.045.718	-823.207
2014	1.246.962	2.090.315	-843.353
2015	1.271.901	2.135.884	-863.983

Elaborado por: Las Autoras

Estos resultados indican que existe una demanda por satisfacer, por lo tanto se comprará 3.395 codornices ponedoras, por ende la producción de la nueva unidad productiva será de 760.789 huevos (ver cuadro N° 30), estimando un 97 % de la demanda potencial de huevos por satisfacer en el año 2011, ya que esto cubre los costos y gastos de la nueva unidad productiva y queda un margen de utilidad mínimo (ver capítulo IV y V), esto equivale a 38.039 cubetas de huevo en el primer año.

Cuadro N° 31
Oferta Anual del Criadero

Año	Huevos de Codorniz	Cubetas de 20 huevos
Base	742.590	37.129
2011	760.789	38.039
2012	779.426	38.971
2013	798.510	39.926
2014	818.052	40.903
2015	838.063	41.903

Elaborado por: Las Autoras

PROYECCIÓN DEL PRECIO

El precio de las mini cubetas de huevos de codorniz es aceptable para la población demandante, y están de acuerdo en adquirir el producto entre \$1,10 por cada cubeta huevos. Para determinar los precios para los cinco años posteriores se establecen en base a la encuesta aplicada a los consumidores y se toma la inflación del año 2011 que es del 5,4% anual como tasa de crecimiento asumiendo que esta sea constante en los próximos 5 años, lo que se expone en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 32
Análisis de Precios

Año	Precio	Tasa de Crecimiento
Base	\$ 1,10	5,40%
2011	\$ 1,16	5,40%
2012	\$ 1,21	5,40%
2013	\$ 1,29	5,40%
2014	\$ 1,36	5,40%
2015	\$ 1,43	5,40%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Las Autoras

POLITICAS DE PUBLICIDAD

Las políticas de publicidad, promoción y ventas a implantarse en nuestra microempresa para el cumplimiento de los objetivos de ventas serán específicamente las siguientes:

- Poner atención preferencial a las recomendaciones y observaciones de los clientes referente a la calidad y satisfacción que les proporciona el producto.

- Innovar en presentación e imagen manteniendo el logo de la empresa en el mercado pero tratando de llamar la atención del cliente con los cambios realizados.
- Mantener los precios con una utilidad moderada, sobre todo al iniciar la microempresa para que el cliente prefiera nuestro producto por precio hasta que pruebe su calidad y bondades y luego se fidelice.
- Brindar servicios de distribución oportunos con cumplimiento en la fecha y hora pactada para la entrega mostrando así respeto por nuestros clientes.
- Atender pedidos de servicio a domicilio con diligencia y rapidez posible.
- Brindar obsequios a los clientes frecuentes procurando la fidelización del cliente, con promociones tales como x cada 10 cubetas reclame una gratis y detalles como gorras, llaveros, recipientes, etc. Sobre todo en el primer año de servicio.
- Además incluir en nuestros canales de promoción y publicidad canales locales de televisión y emisoras de radio al igual que redes sociales ya que son gratuitas y tienen mucha acogida entre la población joven, resaltando nuestro enfoque social.
- Integrar testimonios de clientes satisfechos en una campaña gráfica de afiches que serán colocados directamente en los puntos de expendio en un lugar visible.

CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

- La mayor parte de los consumidores desconocen los beneficios nutricionales de los huevos de codorniz.
- La producción de huevos de codorniz en la ciudad de Ibarra se la realiza de forma artesanal.
- Existe una demanda por satisfacer.

- Los canales de distribución será vender a los supermercados, tiendas, restaurantes y hoteles de la ciudad de Ibarra.
- Existe mayor preocupación por los alimentos que se consume en un sector de la población.
- Existen mayores ventajas nutricionales de este producto en comparación con el de la gallina.
- Existe alto interés por consumir alimentos bajos en colesterol o con mayores nutrientes.

CAPÍTULO IV ESTUDIO TÉCNICO.

TAMAÑO DEL PROYECTO.

Según Gabriel Baca Urbina (2001), “El objetivo de este estudio es determinar la localización y ubicación óptimas del proyecto, de acuerdo a las características de los recursos; esta fase del proyecto corresponde al análisis de factibilidad tomando en cuenta ciertos elementos técnicos que deben analizarse en forma adecuada para lograr que el proyecto a implantar tenga éxito, es decir trabajar con información confiable y adecuada, porque de lo contrario se corre el riesgo de tener dificultades posteriores”. (pág. 118).

Para determinar la localización del proyecto, se realizó un análisis de macrolocalización, en la cual se va a especificar: la ubicación, el tipo de clima, infraestructura básica y servicios, la capacidad de producción y disponibilidad de insumos.

La micro localización a través de métodos cuantitativos y cualitativos con el fin de escoger la opción más conveniente que contribuya a una mayor rentabilidad sobre el capital a invertir y una minimización de los costos de producción en base a: costos y medios de transporte, costos y disponibilidad de mano de obra, tecnología, planos de la microlocalización, la ingeniería del proyecto; con procesos de producción, flujograma del área de producción, obras civiles y presupuesto técnico.

LOCALIZACIÓN.

La localización óptima de este proyecto es, la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad, sobre el capital a invertir u obtener el costo unitario mínimo.

➤ **Macrolocalización.**

La ciudad de Ibarra está ubicada al norte del país, a 115 Km. Al suroeste de Quito y 125 Km. Al norte de Tulcán, con una altitud de 2192 metros sobre el nivel de mar, su latitud bordea los $00^{\circ} 21' N$ y su longitud $078^{\circ} 07' O$. Los límites del Cantón son al norte con la provincia del Carchi, al noroeste con la provincia de Esmeraldas, al oeste con los cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, al este con el cantón Pimampiro y al sur con la provincia de Pichincha.

➤ **Ubicación.**

Mapa N° 1



FUENTE: Mapas del Ecuador

La empresa estará ubicada en la provincia de Imbabura en la ciudad de Ibarra (nombre completo: Villa de San Miguel de Ibarra), ciudad ubicada en la región andina al norte del Ecuador. Conocida históricamente como "La ciudad blanca" por sus fachadas y por los asentamientos españoles en la villa. También es muy común la frase "ciudad a la que siempre se vuelve" por su fantástica naturaleza, clima veraniego y amabilidad de sus habitantes. La localización geográfica del Cantón Ibarra en UTM (Unidad de Marcación Territorial) es de 10´041.000 norte, 820 000 oeste tomando como punto de referencia el centro de la ciudad de Ibarra.

➤ **Tipo de Clima.**

La ciudad de San Miguel de Ibarra se encuentra ubicada en la denominada región interandina. El clima es caliente llega a los 35° y clima frío baja hasta los 4°C. Imbabura cuenta con un agradable clima seco y una temperatura promedio anual que oscila alrededor de los 18° C.

En esta región se observan dos estaciones lluviosas de febrero a mayo y de octubre a noviembre, con una primera estación seca muy marcada entre junio y septiembre, y con otra segunda menos acentuada en diciembre a enero. Los totales anuales de precipitación fluctúan entre los 700 y 1500mm generalmente. De igual manera, en las regiones situadas sobre los 3500m de altura se observan frecuentes neblinas y las lluvias son generalmente de larga duración y débil intensidad.

➤ **Infraestructura Básica y Servicios.**

Según el Ilustre Municipio de Ibarra, conjuntamente con el MIDUVI se busca dimensionar el sistema inmobiliario, porque de este depende el diseño y desarrollo urbano de la ciudad, teniendo así en todas las zonas de la ciudad acceso a los servicios básicos.

Mediante políticas públicas y por intervención de los sectores públicos y privados, la ciudad cuenta con un definido espacio residencial en el centro y ciertos alrededores, al igual que las parroquias rurales aun consideradas como zonas agrícolas y pecuarias con accesos de vías de primer y segundo orden.

➤ **Capacidad de Producción.**

De acuerdo a la capacidad instalada, se establece que la capacidad de producción en la empresa “Santa Teresa” será capaz de ingresar 3.705 codornices, la cual se utilizara el 92% esto equivale a 3.395 aves, lo que significa que la producción alcanzará 40.776 mini cubetas en el primer año de operación, aproximadamente 3.398 producirá mensualmente. La capacidad de carga es en función del área que necesita una codorniz (Ver anexo N° 2), es de 0,002592 m³ esto multiplicado por 15 Codornices da un volumen total aproximado de 0,03888 m³, a esto se suma el volumen máximo que se necesita para: espacio para movilizarse, comederos, bebederos y paneles para el deposición que es de aproximadamente 0,24112 m³, como resultado, que una jaula necesita un volumen de 0,28 m³.

La jaula tipo conejera tiene 3 jaulas de características a lo explicado anteriormente, con la particularidad de armarse de dos filas y apilarse hasta cuatro pisos con dos frentes, la que tiene la capacidad de albergar 270 codornices, para cubrir toda la capacidad instalada se necesita de 96 jaulas tipo conejera, aproximadamente; 12 de tipo conejera apiladas de tres pisos y 3 de cuatro pisos (ver mapa N° 2). El número de jaulas para el primer año es de 263 jaulas pequeñas o 88 jaulas tipo conejera.

Detalle	Año				
	2011	2012	2013	2014	2015
Números de Jaulas	75	77	79	81	82

Elaborado por: Las Autoras

➤ **Disponibilidad de Insumos.**

En lo que se refiere a los insumos, están a 12.5 minutos en vehículo particular, relativamente cerca a la unidad productora, ya sea para adquirir: balanceado, vitaminas, antibióticos, envases, etiquetas y otros; además el elemento humano (adulto mayores), tienen disponibilidad absoluta y están interesados en mejorar su nivel de vida tanto personal como laboralmente y porque tienen experiencia en la crianza de animales.

➤ **Microlocalización.**

Para la realización de este proyecto se ha considerado ubicar la matriz en un terreno disponible propiedad una de las socias ubicada en Vía El Alpargate N° 2 en el sector de El Tejar parroquia San Francisco, para establecer lo antes mencionado se ha tomado en cuenta lo siguiente:

➤ **Costos y Medios de Transporte.**

Existen tres líneas de transporte público que conecta a El Tejar con el centro de la ciudad, el acceso principal al terreno cuenta con vías empedradas los 400 m iniciales y luego se conecta con el barrio Los Ceibos teniendo las vías adoquinadas en su totalidad. El transporte que existe en el entorno es variado y es mucho más económico transportar la materia prima ya que se encuentra en una parte central de la ciudad de Ibarra. Para el transporte del producto se utilizará una tricimoto acoplada con una estructura adecuada para la óptima entrega del producto.

➤ **Costos y Disponibilidad de Mano de Obra.**

La mano de obra con que se cuenta va a ser directa e indirecta y su remuneración será en base a las leyes establecidas en nuestro país. Es

necesario e indispensable tener una oferta laboral, para contratar la mejor de una variada gama de posibilidades.

➤ **Tecnología.**

La actividad de la cotornicultura requiere de implementos artesanales en su mayoría, sin embargo para facilitar y ayudar a que el negocio oferte productos de calidad se requiere de algunos equipos tecnológicos: computadoras e impresoras.

➤ **Planos de la Microlocalización.**

Se cuenta con un terreno llano. A continuación se expone la foto del terreno donde se va a poner la instalación de la microempresa apta para la nueva unidad productiva.

Foto N° 1
Foto del Terreno



INGENIERÍA DEL PROYECTO.

Para que el criadero mantenga las 3.395 codornices, la infraestructura y equipo debe cumplir con todo lo necesario para una excelente producción de huevos de codorniz.

➤ **Procesos de Producción.**

En los procesos de producción se describen los insumos que se necesitan para transformarlos con la participación de determinada tecnología (combinación de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación).

➤ **Flujograma del Área de Producción.**

El siguiente flujograma expresa gráficamente las distintas operaciones que componen un procedimiento o parte de este, estableciendo su secuencia cronológica desde la recepción de los insumos hasta la recepción y empaqueo de los huevos.

- **Compra y Recepción de las Codornices e Insumos.**

Se compra las codornices e insumos a los proveedores de los últimos tales como: vitaminas, antibióticos, envases, etiquetas, botas de caucho, guantes y mascarillas. Los cuales se recibirán por un trabajador, el cual verificará si están en buenas condiciones los insumos, lo que esté en mal estado se devolverá, en caso contrario se dará paso al otro proceso.

- **Entrega de Semovientes e Insumos.**

Luego de comprar y verificar su buena condición, se procede a entregar a los adultos mayores encargados las codornices y de los balanceados.

- **Alimentación, Cuidado y Recoger de Huevos.**

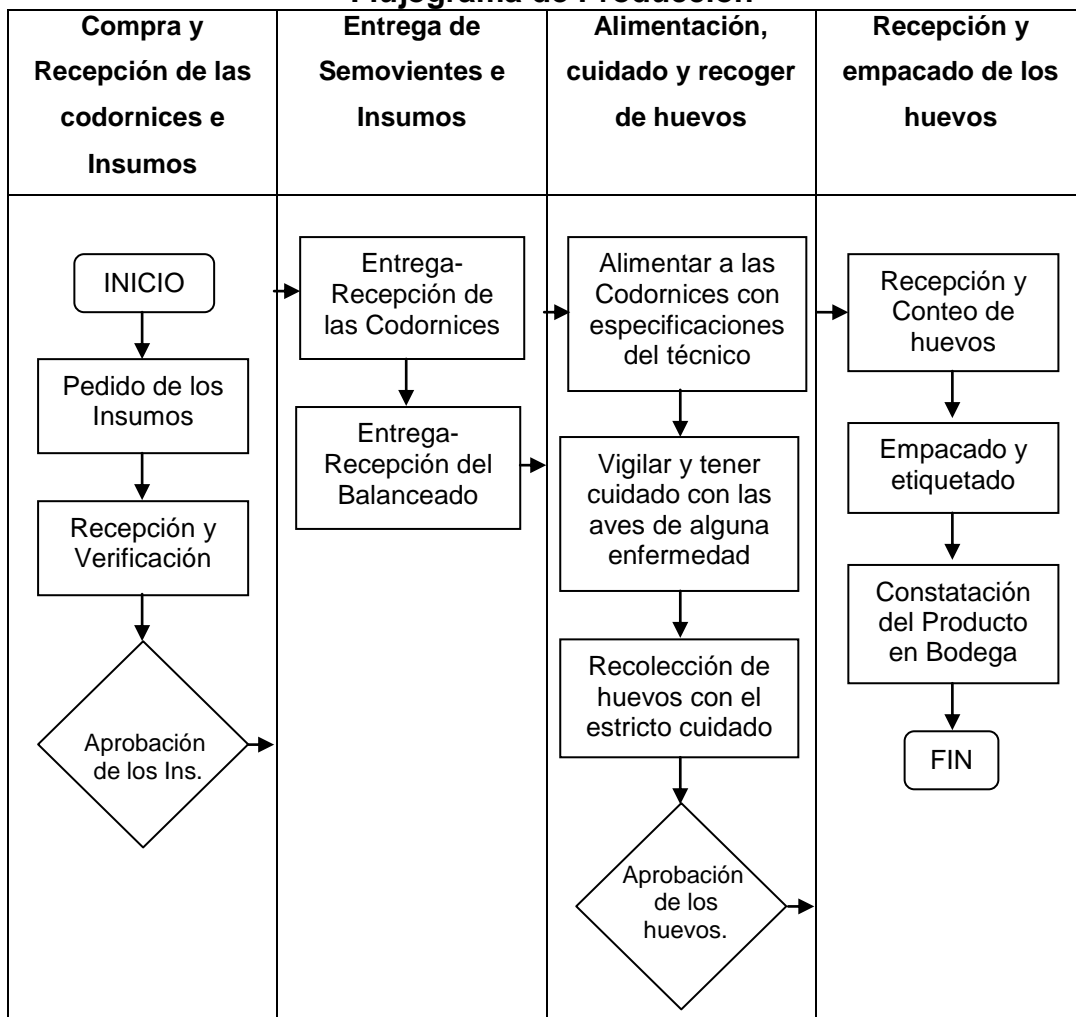
Luego de los dos pasos anteriores se procede a la alimentación de las aves con el debido cuidado y recomendaciones del veterinario y teniendo la precaución debida en el acto de recoger los huevos, ya que es la razón de ser la empresa.

- **Recepción y Empacado de los Huevos.**

El último proceso del flujograma de producción es la recepción de empacado luego de tener los huevos se procede a empacar en las mini cubetas, las cuales son de 20 huevos de codorniz con la etiquetas. Y se debe llevar el producto a la bodega para que la contadora realice la respectiva constatación.

Todo lo explicado anteriormente en el siguiente flujograma.

Cuadro N° 33
Flujograma de Producción



➤ **Talento Humano.**

El talento humano indispensable para la puesta en marcha de la nueva unidad productiva y el sueldo se basa en los valores del Ministerio de Relaciones Laborales es la que se detalla a continuación, cabe recalcar que para los adultos mayores la jornada de trabajo será de medio tiempo, ya que ellos por su edad no pueden estar laborando en horario muy sacrificado y también y el Sr. Veterinario hará visitas pertinentes cuando estas sean necesarias ya que las aves no necesitan de control muy continuo.

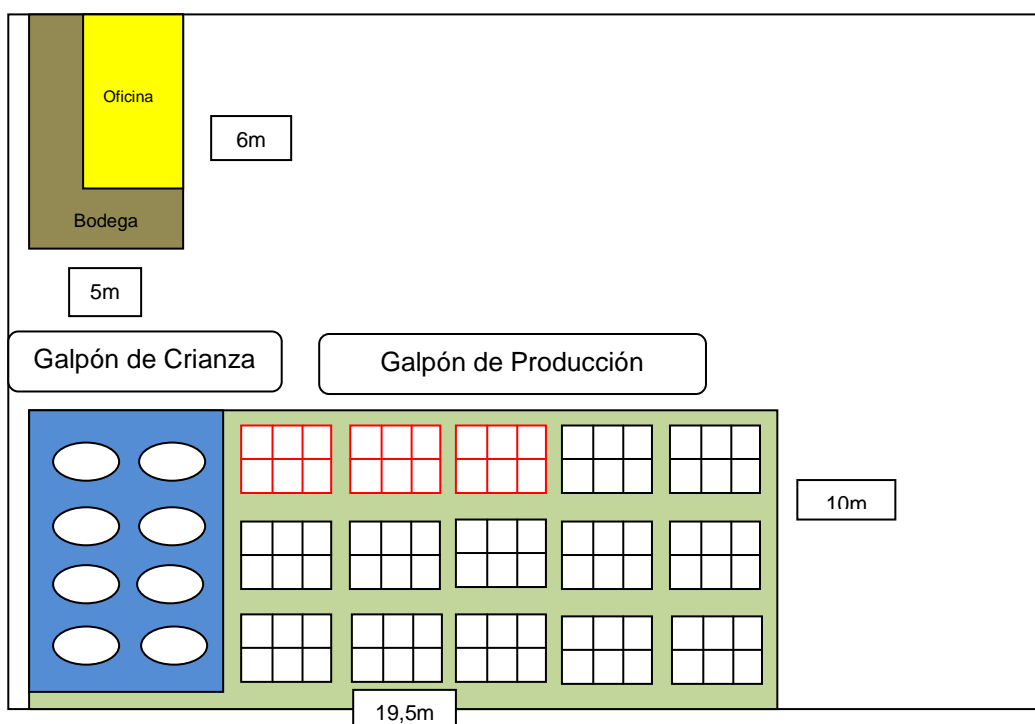
**Cuadro N° 34
Talento Humano**

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Área Administrativa			
Gerente	1	350,00	350,00
Contador (ra)	1	283,85	283,85
Área de Producción			
Veterinario(a)	1	150,00	150,00
Obreros(as)	4	132,00	528,00
Área de Ventas			
Vendedor(a)	1	277,66	277,66
Total			1.589,51

Elaborado por: Las Autoras

➤ **Obras Civiles.**

Mapa N° 2 Obras Civiles



El área total del terreno donde se va a poner el criadero es de 1000 m², de los cuales 195m² corresponderá al galpón para cría y desarrollo de las codornices, y 30m para: oficina, bodega y baño.

Cuadro N° 35
Costo Obra Civil

Detalle	Cantidad m2	Valor m2	Valor Total
Galpon de 19,5 x 10 m	195	40,00	7800,00
Oficina y Bodega 6 x 5 m	30	85,00	2550,00
Total			10350,00

Elaborado por: Las Autoras

PRESUPUESTO TÉCNICO.

El presupuesto técnico consiste en determinar las inversiones fijas, inversiones diferidas y capital de operación.

➤ **Inversiones Fijas.**

Los activos cuya vida útil es mayor a un año y cuya finalidad es de proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades se consideran inversiones fijas.

➤ **Terreno.**

Foto N° 2
Foto del Terreno



Para el proyecto se cuenta con un área de terreno de 1000m² perteneciente a una de las inversionistas que va arrendar en \$600 anuales.

Pago de Terreno

Detalle	Cantidad	C/M	Anual
Arriendo de Terreno	1	50	600

Elaborado por: Las Autoras

➤ **Infraestructura Física.**

Los costos se determinaron de acuerdo a la información entregada por empresas proveedoras y constructoras de los equipos requeridos para la producción de huevos de codornices.

➤ **Vehículo.**

Se adquirirá una tricimoto de segunda mano para la distribución de los huevos y codornices en pie por la cantidad de \$3.000.

Cuadro N° 36

Vehículo

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Tricimoto	1	3.000,00	3.000,00
Total	1	3.000,00	3.000,00

Elaborado por: Las Autoras

➤ **Maquinaria y Equipo de Producción.**

La maquinaria y equipos necesarios para la producción serán de fábrica nacional, debido a que se las puede adquirir a costos menores que las fabricadas en el extranjero. El equipo y maquinaria necesaria para la microempresa es:

**Cuadro N° 37
Maquinaria y Equipo**

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Jaulas Tipo Conejera	75	70,00	5.281,11
Total	75	70,00	5.281,11

Elaborado por: Las Autoras

➤ **Muebles y Equipo de Oficina.**

Para iniciar el funcionamiento de la empresa, se requiere de un equipo básico de oficina, a medida que la organización crezca los requerimientos de Equipo de Oficina aumentarán.

**Cuadro N° 38
Muebles y Equipo de Oficina**

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Estación de Trabajo	1	500,00	500,00
Sumadora	1	40,00	40,00
Archivador	1	85,00	85,00
Sillas	6	12,50	75,00
Total			700,00

Elaborado por: Las Autoras

➤ **Equipos de Cómputo.**

Los equipos de cómputo necesarios para la puesta en marcha de la administración de la empresa son los básicos a utilizarse y se los detalla a continuación:

**Cuadro N° 39
Equipos de Cómputo**

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Impresora	1	33,00	33,00
Computador	1	580,00	580,00
Total			613,00

Elaborado por: Las Autoras

➤ **Resumen de la Inversión Fija.**

En el siguiente cuadro se representa la Inversión Fija de la empresa: Infraestructura Física, Vehículo, Maquinaria y Equipo de Producción, Muebles y Equipo de Oficina y Equipos de Computo.

**Cuadro N° 40
Inversión Fija**

Detalle	Valor Total
Infraestructura Física	10.350,00
Trimoto	3.000,00
Maquinaria y Equipo de Producción	5.281,11
Muebles y Equipo de Oficina	700,00
Equipos de Computo	613,00
Total	19.944,11

Elaborado por: Las Autoras

➤ **Inversiones Diferidas.**

**Cuadro N° 41
Inversiones Diferidas**

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Gastos de Constitución	1	400,00	400,00
Gastos de Instalación	1	300,00	300,00
Total			700,00

Elaborado por: Las Autoras

➤ **Capital de Operación.**

El siguiente cuadro representa la inversión variable del proyecto en el primer año de funcionamiento ascendiendo a un valor total de 41.301,82 dólares. En lo cual está la Materia Prima Directa, Mano de Obra Directa, Costos Indirectos de Producción, Gasto Administrativo, Gasto de Ventas, Gasto Financiero y Gasto Depreciación.

**Cuadro N° 42
Capital de Operación**

Detalle	Valor en un Mes	Valor en un Año
Materia Prima Directa	153,57	1.842,84
Mano de Obra Directa	1.053,57	12.642,81
Costos Indirectos de Producción	291,46	3.497,57
Gasto Administrativo	1.108,05	13.296,59
Gasto de Ventas	538,55	6.462,56
Gasto Financiero	39,77	477,24
Gasto Depreciación	256,85	3.082,20
TOTAL CAPITAL DE OPERACIÓN	3.441,82	41.301,82

Elaborado por: Las Autoras

➤ **Inversión Total del Proyecto**

La inversión total que se necesita para la producción y comercialización de huevos de codorniz es el siguiente:

**Cuadro N° 43
Inversión Total
Inversión Total del Proyecto**

Detalle	Valor Total	Porcentaje
Inversión Fija	19.944,11	82,80
Inversión Diferida	700,00	2,91
Inversión Capital de Operación	3.441,82	14,29
TOTAL INVERSIÓN PROYECTO	24.085,93	100,00

Elaborado por: Las Autoras

CAPÍTULO V
ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.

El análisis financiero proporciona elementos que permiten formar una opinión de las cifras que presentan los estados financieros de la empresa y su panorama general, se efectúa para determinar la rentabilidad de un proyecto. En este capítulo se presenta las proyecciones de los estados financieros, flujo de caja, estados de resultados. Para medir la rentabilidad del proyecto se utiliza las herramientas financieras como: el VAN, la TIR, el Costo Beneficio y el período de recuperación de la inversión.

DETERMINACIÓN DE INGRESOS PROYECTADOS.

Ingresos por Venta Projectados

Cuadro N° 44

Detalle	Año Base	2011	2012	2013	2014	2015
Cantidad Real de Codornices	3.320	3.395	3.470	3.545	3.625	3.705
Huevos al Año por Codorniz	224	224	225	225,25	226	226
Huevos por Cubeta	20	20	20	20	20	20
Cantidad de Cubetas Proyectadas	37.129	38.039	38.971	39.926	40.903	41.903
Precio de Venta Proyectado	1,10	1,16	1,21	1,29	1,36	1,43
Sub Total	40842,42	44102,96	47287,79	51423,91	55527,26	59957,35
Codornices en Pie						
Detalle	Año Base	2011	2012	2013	2014	2015
Cantidad de Codornices Proyectada	3.420	3.497	3.574	3.651	3.734	3.816
Tasa de Mortalidad 3%	100	102	104	106	109	111
Cantidad Real de Codornices	3.320	3.395	3.470	3.545	3.625	3.705
Precio de Venta Proyectado	1,11	1,17	1,23	1,30	1,37	1,44
Sub Total	3.685,20	3.971,95	4.278,92	4.607,45	4.965,85	5.349,51
Ingreso Total	44.527,62	48.074,91	51.566,70	56.031,36	60.493,11	65.306,87

FUENTE: Estudio de Mercado

Elaborado por: Las Autora

La proyección de los ingresos, se obtiene multiplicando la cantidad de cubetas de huevos por el precio y la cantidad de codornices en pies por el precio, los mismos que fueron determinados en el estudio de mercado. Para la proyección del precio se consideró la tasa de inflación del año 2011 de (5,4%) y una tasa de mortalidad de las codornices del 3%.

DETERMINACIÓN DE EGRESOS.

Los egresos que incurrirán en el proyecto son los costos de producción, gastos administrativos, de ventas y financieros. Para determinar los gastos futuros se toma el criterio de tomar la inflación del 2010 y una tasa de crecimiento en función de datos históricos según corresponda.

➤ **Costos de Producción.**

Se presenta a continuación los costos que vinculan directamente la elaboración del producto, huevos de codorniz.

➤ **Semovientes (Costos Directos).**

Para la producción se necesita de codornices o llamados semovientes productoras de huevos y antes que lleguen al final de la vida útil se venderán a empresas que necesiten de la carne de codorniz. Se comparará con un aumento del 3%

**Cuadro Nº 45
Costos por Semovientes**

Detalle	Año Base	2011	2012	2013	2014	2015
Codornices	3.420	3.497	3.574	3.651	3.734	3.816
Precio Proyectado	0,50	0,53	0,56	0,59	0,62	0,65
Total	1.709,80	1.842,84	1.985,26	2.137,69	2.303,97	2.481,98

FUENTE: Estudio de Mercado
Elaborado por: Las Autoras

➤ **Mano de Obra Directa.**

Los costos por mano de obra directa están dados por los sueldos, beneficios sociales, fondo de reserva, tomando en cuenta que este último se calcula a partir del segundo año de trabajo de una persona. Se tomó como referencia datos estadísticos de la serie histórica del aumento salarial en 7,14%.

Cuadro N° 46
Datos Históricos

Nº	Sueldos Históricos	Años
1	170,00	2005
2	180,00	2006
3	190,00	2007
4	200,00	2008
5	218,00	2009
6	240,00	2010
Tasa Crecimiento	7,14%	

FUENTE: Estudio de Mercado

Elaborado por: Las Autoras

Cuadro N° 47
Mano de Obra Directa

Detalle	Año Base	2011	2012	2013	2014	2015
Veterinario(a)	150,00	160,71	172,19	184,48	197,65	211,76
Obreros(as)	528,00	565,70	606,09	649,37	695,73	745,41
Total Mensual	678,00	726,41	778,28	833,85	893,39	957,18
Total Anual	8.136,00	8.716,93	9.339,33	10.006,18	10.720,64	11.486,12

FUENTE: Estudio de Mercado

Elaborado por: Las Autoras

Cuadro N° 48
Proyección del Costo Total de la Mano de Obra Directa

Detalle	Año Base	2011	2012	2013	2014	2015
Salario Básico Unificado	8.136,00	8.716,93	9.339,33	10.006,18	10.720,64	11.486,12
Aporte Patronal 12,15%	988,52	1.059,11	1.134,73	1.215,75	1.302,56	1.395,56
Fondos de Reserva 8,33	677,73	726,12	777,97	833,51	893,03	956,79
13° Sueldo	678,00	726,41	778,28	833,85	893,39	957,18
14° Sueldo	1.320,00	1.414,25	1.515,23	1.623,42	1.739,34	1.863,53
Total Anual	11.800,25	12.642,81	13.545,54	14.512,72	15.548,95	16.659,18

FUENTE: Estudio de Mercado

Elaborado por: Las Autoras

➤ **Costos Indirectos de Producción.**

En esta parte se exponen los insumos y mano de obra indirecta con sus respectivas presentaciones, en el caso de los insumos se tiene:

➤ **Insumos.**

Cuadro N° 49
Insumos

Balanceado para Codornices Quintales						
Detalle	Año Base	2011	2012	2013	2014	2015
Cantidad	34,20	34,97	35,74	36,51	37,34	38,16
Precio Proyectado	25,50	26,88	28,33	29,86	31,47	33,17
Subtotal	871,998	939,85	1012,48	1090,22	1.175,03	1.265,81
Vitaminas						
Detalle	Año Base	2011	2012	2013	2014	2015
Cantidad	273,568	279,748	285,93	292,11	298,70	305,29
Precio Proyectado	0,50	0,53	0,56	0,59	0,62	0,65
Subtotal	136,784	147,43	158,82	171,02	184,32	198,56
Antibióticos						
Detalle	Año Base	2011	2012	2013	2014	2015
Cantidad	27,36	27,97	28,59	29,21	29,87	30,53
Precio Proyectado	3,50	3,69	3,89	4,10	4,32	4,55
Subtotal	95,75	103,20	111,17	119,71	129,02	138,99
Envases (Mini cubetas para Huevos)						
Detalle	Año Base	2011	2012	2013	2014	2015
Cantidad	37129	38039	38971	39926	40903	41903
Precio Proyectado	0,045	0,047	0,050	0,053	0,056	0,059
Subtotal	1670,83	1804,21	1948,22	2103,71	2271,57	2452,80
Etiquetas						
Detalle	Año Base	2011	2012	2013	2014	2015
Cantidad	37.129,48	38.039,47	38.971,31	39.925,52	40.902,62	41.903,15
Precio Proyectado	0,010	0,011	0,011	0,012	0,012	0,013
Subtotal	371,29	400,94	432,94	467,49	504,79	545,07
Botas de Caucho						
Detalle	Año Base	2011	2012	2013	2014	2015
Cantidad (Pares)	4	4	4	4	4	4
Precio Proyectado	7,50	7,91	8,33	8,78	9,26	9,76
Subtotal	30,00	31,62	33,33	35,13	37,02	39,02

Guantes						
Detalle	Año Base	2011	2012	2013	2014	2015
Cantidad (Pares)	8	8	8	8	8	8
Precio Proyectado	1,00	1,05	1,11	1,17	1,23	1,30
Subtotal	8,00	8,43	8,89	9,37	9,87	10,41
Mascarillas						
Detalle	Año Base	2011	2012	2013	2014	2015
Cantidad	16	16	16	16	16	16
Precio Proyectado	0,35	0,37	0,39	0,41	0,43	0,46
Subtotal	5,60	5,90	6,22	6,56	6,91	7,28
Total Insumos	3.190,25	3.441,58	3.712,08	4.003,20	4.318,54	4.657,94

FUENTE: Estudio de Mercado
Elaborado por: Las Autoras

Los insumos que se necesitan para producir huevos de codorniz son los siguientes: balanceado para codornices quintales, vitaminas, antibióticos, envases (mini cubetas para huevos), etiquetas, botas de caucho, guantes y mascarillas.

➤ **Otros Costos Indirectos de Producción.**

Esto se refiere al servicio básico indispensable en la producción de los huevos de codorniz, es así que se necesitará 521 m³ de agua en el primer año.

Cuadro N° 50
Otros Costos Indirectos de Producción
Agua

Detalle	Año Base	2011	2012	2013	2014	2015
Cantidad m ³	504	531	560	590	622	656
Precio Proyectado	0,10	0,11	0,11	0,12	0,12	0,13
Total Anual	50,40	55,99	62,20	69,10	76,76	85,28

FUENTE: Estudio de Mercado
Elaborado por: Las Autoras

Cuadro N° 51
Total Costos Indirectos de Producción

Detalle	Año Base	2011	2012	2013	2014	2015
Insumos	3.190,25	3.441,58	3.712,08	4.003,20	4.318,54	4.657,94
Otros Costos Indirectos de Fabricación	50,40	55,99	62,20	69,10	76,76	85,28
Total Otros Costos Indirectos de Producción	3.240,65	3.497,57	3.774,28	4.072,30	4.395,30	4.743,22

Elaborado por: Las Autoras

➤ **Gastos Administrativos.**

En los gastos administrativos comprenden: sueldos, aporte patronal, fondos de reserva, décimo tercero y décimo cuarto del personal administrativo.

➤ **Sueldos al Personal Administrativo.**

Los sueldos se proyectan a cinco años con la misma tasa de crecimiento por datos históricos (ver cuadro N° 46).

Cuadro N° 52
Proyección del Salario Básico Unificado

Detalle	Año Base	2011	2012	2013	2014	2015
Gerente	350,00	374,99	401,77	430,45	461,19	494,12
Contador (ra)	283,85	304,12	325,83	349,10	374,02	400,73
Total Mensual	633,85	679,11	727,60	779,55	835,21	894,85
Total Anual	7.606,20	8.149,30	8.731,17	9.354,60	10.022,54	10.738,16

FUENTE: Estudio de Mercado

Elaborado por: Las Autoras

Cuadro N° 53
Proyección del Gasto Total del Personal Administrativo

Detalle	Año Base	2011	2012	2013	2014	2015
Salario Básico Unificado	7.606,20	8.149,30	8.731,17	9.354,60	10.022,54	10.738,16
Aporte Patronal 12,15%	924,15	990,14	1060,84	1136,58	1217,74	1304,69
Fondos de Reserva 8,33	633,60	678,84	727,31	779,24	834,88	894,49
13° Sueldo	633,85	679,11	727,60	779,55	835,21	894,85
14° Sueldo	1.320,00	1.414,25	1.515,23	1.623,42	1.739,34	1.863,53
Total Anual	11.117,80	11.911,63	12.762,15	13.673,39	14.649,70	15.695,72

FUENTE: Estudio de Mercado

Elaborado por: Las Autoras

➤ **Suministros y Materiales de Oficina.**

**Cuadro N° 54
Suministros y Materiales de Oficina**

Detalle	Año Base	2011	2012	2013	2014	2015
Resma Papel Bon	20,00	21,08	22,22	23,42	24,68	26,02
Sistema de Tinta Continua	85,00	89,59	16,66	17,56	18,51	19,51
Archivadores	30,00	31,62	33,33	35,13	37,02	39,02
Imprevistos	30,00	31,62	33,33	35,13	37,02	39,02
Total S. M. de Oficina	165,00	173,91	105,54	111,24	117,24	123,57

FUENTE: Estudio de Mercado

Elaborado por: Las Autoras

➤ **Gastos Generales de Administración.**

**Cuadro N° 55
Gastos Generales de Administración**

Detalle	Año Base	2011	2012	2013	2014	2015
Arriendo	600,00	632,4	666,55	702,54	740,48	780,47
Energía Eléctrica	189,00	199,21	209,96	221,30	233,25	245,85
Teléfono	168,00	177,07	186,63	196,71	207,33	218,53
Internet	192,00	202,37	213,30	224,81	236,95	249,75
Total	1.149,00	1.211,05	1.276,44	1.345,37	1.418,02	1.494,59

FUENTE: Estudio de Mercado

Elaborado por: Las Autoras

**Cuadro N° 56
Total Costos Indirectos de Producción**

Detalle	Año Base	2011	2012	2013	2014	2015
Proyección del Costo Total de la MO Administrativa	11.117,80	11.911,63	12.762,15	13.673,39	14.649,70	15.695,72
Suministros y Materiales de Oficina	165,00	173,91	105,54	111,24	117,24	123,57
Gastos Generales de Administración	1.149,00	1.211,05	1.276,44	1.345,37	1.418,02	1.494,59
Total Costos Indirectos de Producción	12.431,80	13.296,59	14.144,13	15.130,00	16.184,96	17.313,88

FUENTE: Estudio de Mercado

Elaborado por: Las Autoras

➤ **Gasto de Ventas.**

➤ **Sueldo al Personal de Ventas.**

Cuadro N° 57
Proyección del Gasto Total Personal Ventas

Detalle	Año Base	2011	2012	2013	2014	2015
Vendedor(a)	277,66	297,49	318,73	341,48	365,87	391,99
Total Mensual	277,66	297,49	318,73	341,48	365,87	391,99
Total Anual	3.331,92	3.569,83	3.824,72	4.097,81	4.390,40	4.703,89

FUENTE: Estudio de Mercado

Elaborado por: Las Autoras

Cuadro N° 58
Proyección del Salario Básico Unificado

Detalle	Año Base	2011	2012	2013	2014	2015
Salario Básico Unificado	3.331,92	3.569,83	3.824,72	4.097,81	4.390,40	4.703,89
Aporte Patronal 12,15%	404,83	433,73	464,70	497,88	533,43	571,52
Fondos de Reserva 8,33	277,55	297,37	318,60	341,35	365,72	391,83
13° Sueldo	277,66	297,49	318,73	341,48	365,87	391,99
14° Sueldo	1.320,00	1.414,25	1.515,23	1.623,42	1.739,34	1.863,53
Total Anual	5.611,96	6.012,66	6.441,98	6.901,95	7.394,76	7.922,76

FUENTE: Estudio de Mercado

Elaborado por: Las Autoras

➤ **Gasto Publicidad y Ventas.**

Cuadro N° 59
Gasto Publicidad y Ventas

Detalle	Año Base	2011	2012	2013	2014	2015
Publicidad	50,00	52,7	55,55	58,55	61,71	65,04
Movilización		397,20	446,65	476,75	509,11	543,92
Total Anual		449,9	502,20	535,29	570,81	608,96

FUENTE: Estudio de Mercado

Elaborado por: Las Autoras

**Cuadro N° 60
Total Costo de Ventas**

Detalle	Año Base	2011	2012	2013	2014	2015
Proyección del Costo Total de la MO en Venta	5.611,96	6.012,66	6.441,98	6.901,95	7.394,76	7.922,76
Gastos Publicidad y Ventas		449,90	502,20	535,29	570,81	608,96
Total Costos Indirectos de Producción	5.611,96	6.462,56	6.944,18	7.437,24	7.965,58	8.531,72

FUENTE: Estudio de Mercado
Elaborado por: Las Autoras

ENTIDAD FINANCIERA.

La entidad financiera que nos brinda la oportunidad de realizar el préstamo sería, el tipo del crédito es productivo para fomentar la pequeña industria a una tasa de interés del 11,5 por ciento en el Banco Nacional de Fomento.

➤ **Tabla de Amortización.**

**Cuadro N° 61
Datos del Crédito**

Detalle	Monto	Porcentajes
Capital Propio	19.944,11	82,80
Crédito	4.141,82	17,20
Total	24.085,93	100,00

FUENTE: Banco Nacional de Fomento
Elaborado por: Las Autoras

**Cuadro N° 62
Tabla de Valores para el Préstamo**

Préstamo	4141,82	Dólares
Interés	11,50	Dólares
Plazo	5	Años

FUENTE: Estudio Financiero
Elaborado por: Las Autoras

Cuadro N° 63
Tabla de Amortización del Préstamo

Años	Monto	Cuotas	Interés	Amortizado	Saldo
1	4.141,82	828,36	476,31	1.304,67	3.313,45
2	3.313,45	828,36	381,05	1.209,41	2.485,09
3	2.485,09	828,36	285,79	1.114,15	1.656,73
4	1.656,73	828,36	190,52	1.018,89	828,36
5	828,36	828,36	95,26	923,63	0,00

FUENTE: Estudio Financiero
Elaborado por: Las Autoras

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS.

Cuadro N° 64
Detalle de Depreciación de Activos Fijos

Descripción	Porcentaje de Depre.	Valor a Depreciar	Años de Vida Útil	Depre. Anual	Depre. Mensual
1. Infraestructura Física	5,00%	10.350,00	20	517,50	43,13
2. Trimoto	20,00%	3.000,00	5	600,00	50,00
3. Jaulas	33,33%	5.281,11	3	1.760,37	146,70
4. Depreciación Equipos de Computo					
5, Impresora	33,33%	33,00	3	11,00	0,92
6, Computador	33,33%	580,00	3	193,33	16,11
7, Reinversión de Activos Fijos al 2014	33,33%	595,13	3	198,38	16,53
8, Reinversión de Activos Fijos al 2014	33,33%	756,52	3	252,17	21,01

FUENTE: Estudio Financiero
Elaborado por: Las Autoras

Cuadro N° 65
Depreciación Proyectada

Descripción	Valor	2011	2012	2013	2014	2015
1. Infraestructura Física	10.350,00	517,50	517,50	517,50	517,50	517,50
2. Trimoto	3.000,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
3. Jaulas	5.281,11	1.760,37	1.760,37	1.760,37	198,38	198,38
Depreciación Equipos de Computo						
4. Impresora	33,00	11,00	11,00	11,00		
5. Computador	580,00	193,33	193,33	193,33	252,17	252,17
Reinversión de Activos Fijos al 2014				198,38	198,38	198,38
Reinversión de Activos Fijos al 2014				252,17	252,17	252,17
Total Costos de Depreciaciones	19.244,11	3.082,20	3.082,20	3.532,75	2.018,60	2.018,60

FUENTE: Estudio Financiero
Elaborado por: Las Autoras

RESUMEN DE LOS EGRESOS PROYECTADOS.

Cuadro N° 66
Resumen de los Egresos Proyectos

Detalle	Año Base	2011	2012	2013	2014	2015
Costos Directos de Producción	13.510,05	14.485,65	15.530,80	16.650,41	17.852,93	19.141,16
Costos Indirectos de Producción	3.240,65	3.497,57	3.774,28	4.072,30	4.395,30	4.743,22
Gastos Administrativos	12.431,80	13.296,59	14.144,13	15.130,00	16.184,96	17.313,88
Gastos de Ventas		6.462,56	6.944,18	7.437,24	7.965,58	8.531,72
Gasto Financiero		476,31	381,05	285,79	190,52	95,26
Gasto Depreciación		3.082,20	3.082,20	3.532,75	2.018,60	2.018,60
Total Egresos Proyectos		41.300,89	43.856,64	47.108,49	48.607,89	51.843,85

FUENTE: Estudio Financiero
Elaborado por: Las Autoras

BALANCE GENERAL.

Cuadro N° 67
EMPRESA "Santa Teresa"
Estado de Situación Inicial

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS CORRIENTES	
Capital de Operación	3.441,82	TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0,00
TOTAL CAPITAL/OPERACION	3.441,82	PASIVOS A LARGO PLAZO	
		Documentos por Pagar (Crédito)	4.141,82
		TOTAL ACTIVOS LARGO PLAZO	4.141,82
ACTIVOS FIJOS			
Infraestructura Física	10.350,00		
Trimoto	3.000,00	TOTAL PASIVOS	4.141,82
Maquinaria y Equipo de Producción	5.281,11		
Muebles y Equipo de Oficina	700,00	PATRIMONIO	
Equipos de Computo	613,00	Capital Social	19.944,11
TOTAL ACTIVOS FIJOS	19.944,11	TOTAL PATRIMONIO	19.944,11
OTROS ACTIVOS			
ACTIVOS INTANGIBLES			
Gastos de Constitución	400,00		
Gastos de Instalación	300,00		
TOTAL OTROS ACTIVOS	700,00		
TOTAL ACTIVOS	24.085,93	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	24.085,93

FUENTE: Estudio Financiero
Elaborado por: Las Autoras.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

Cuadro N° 68
Estado de Pérdidas y Ganancias

DETALLE	2011	2012	2013	2014	2015
INGRESOS	48.074,91	51.566,70	56.031,36	60.493,11	65.306,87
EGRESOS					
(-) COSTOS DIRECTOS DE OPERACIÓN					
Materia Prima Directa	1.842,84	1.985,26	2.137,69	2.303,97	2.481,98
Mano de Obra Directa	12.642,81	13.545,54	14.512,72	15.548,95	16.659,18
Costos Indirectos de Producción	3.497,57	3.774,28	4.072,30	4.395,30	4.743,22
SUBTOTAL	17.983,22	19.305,08	20.722,70	22.248,23	23.884,38
(=) UTILIDAD BRUTA	30.091,68	32.261,62	35.308,66	38.244,88	41.422,49
(-) OTROS GASTOS					
Gasto Administrativo	13.296,59	14.144,13	15.130,00	16.184,96	17.313,88
Gasto de Ventas	6.462,56	6.944,18	7.437,24	7.965,58	8.531,72
Gasto Financiero	476,31	381,05	285,79	190,52	95,26
Gasto Depreciación	3.082,20	3.082,20	3.532,75	2.018,60	2.018,60
TOTAL OTROS GASTOS	23.317,66	24.551,56	26.385,78	26.359,66	27.959,47
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	6.774,02	7.710,07	8.922,87	11.885,21	13.463,02
(-) 15% Participación de Trabajadores	1.016,10	1.156,51	1.338,43	1.782,78	2.019,45
(=) UTILIDAD ANTES DE IR	5.757,92	6.553,56	7.584,44	10.102,43	11.443,57
(-) 24%, 23%, 22% Impuesto a la Renta	1.381,90	1.507,32	1.668,58	2.222,54	2.517,58
(=) SUPER AVIT O DEFICIT	4.376,02	5.046,24	5.915,87	7.879,90	8.925,98

FUENTE: Estudio Financiero

Elaborado por: Las Autoras

FLUJO DE CAJA.

Flujo de Caja

Cuadro N° 69

DETALLE	Año Base	2011	2012	2013	2014	2015
Utilidad Operacional		6.774,02	7.710,07	8.922,87	11.885,21	13.463,02
Capital Propio	19.944,11					
Crédito	4.141,82					
(-) Reinversión Activo Fijo					198,38	
(+) Depreciaciones		3.082,20	3.082,20	3.532,75	2.018,60	2.018,60
(-) 15% de Trabajadores		1.016,10	1.156,51	1.338,43	1.782,78	2.019,45
(-) 24%, 23%, 22% Impuesto a la Renta		1.381,90	1.507,32	1.668,58	2.222,54	2.517,58
(-) Compra de Activos				604,82		
(+) Recuperación de Venta de Activos						7.942,18
(+) Recuperación del Capital de Trabajo						3.441,82
(-) Pago de Capital		828,36	828,36	828,36	828,36	828,36
TOTAL INVERSIÓN	24.085,93					
FLUJO NETO DE CAJA	48.171,86	6.629,86	7.300,08	8.015,43	8.871,76	21.500,21

FUENTE: Estudio Financiero

Elaborado por: Las Autoras

FINANCIAMIENTO.

La inversión total será financiada con recurso propio cuyo monto asciende a los \$24.085,93, mientras que la diferencia se obtendrá recursos mediante un crédito al Banco de Fomento.

Cuadro N° 70 Financiamiento

Detalle	Monto	Porcentajes
Capital Propio	19.944,11	82,80
Crédito	4.141,82	17,20
Total	24.085,93	100,00

Elaborado por: Las Autoras

EVALUACIÓN FINANCIERA.

A continuación se presenta la evaluación financiera que establece y analiza los beneficios netos que obtendrá exclusivamente el factor capital por el comportamiento del proyecto, la cual va a calcular y estimar los beneficios netos que esperan de la inversión que se realiza en la implantación de la unidad económica de producción de huevos de codorniz, para lo cual se utiliza las principales técnicas de evaluación.

➤ Costo de Oportunidad.

Cuadro N° 71
Cálculo de la Tasa de Redescuento

DESCRIPCIÓN	Estructura	% de Composición	Tasa de Rendimiento	Valor Ponderado
Inversión Auto Sustentable	19.944,11	82,80%	6,10%	5,05%
Inversión Financiada	4.141,82	17,20%	11,50%	1,98%
TOTAL DE LA INVERSIÓN	24.085,93	100,00%	18%	7,03%

FUENTE: Estudio Financiero
Elaborado por: Las Autoras

Es la tasa de interés o de redescuento es la que un inversionista asumirá por el pago de intereses a redimir un valor en deuda que pueden ser reinvertidos durante el vencimiento de dicho valor.

CK = Costo de Oportunidad = 7,03 %

RP = Riesgo País= 8,94%

$$i = (1 + CK) (1 + RP) - 1$$

$$i = (1 + 0,0703) (1 + 0.0894) - 1$$

$$i = 0.16597; 16,60\%$$

El Costo de Oportunidad es de 16,60 %, el cual designa el costo de la inversión de los recursos disponibles, en una oportunidad económica a costa de la mejor inversión alternativa disponible.

➤ **Cálculo del Valor Actual Neto (VAN).**

Mediante el VAN se puede determinar el valor presente de los flujos futuros de dinero y poder evaluar la inversión de capital utilizado en este período.

Cuadro N° 72
Cálculo del Valor Actual Neto

Años	Flujos Netos	Tasa de Redescuento (16,60)	Flujos Netos Actualizados
0	-24.085,93		
1	6.629,86	1,1660	5.686,13
2	7.300,08	1,3595	5.369,74
3	8.015,43	1,5851	5.056,68
4	8.871,76	1,8482	4.800,22
5	21.500,21	2,1549	9.977,16
ΣFNA			30.889,93

FUENTE: Estudio Financiero

Elaborado por: Las Autoras

$$\text{VAN} = \sum \text{FNA} - \text{Inversión}$$

$$\text{VAN} = 30.889,93 - 24.085,93$$

$$\text{VAN} = \mathbf{6.804,00}$$

El valor actual neto es mayor a cero por lo tanto el proyecto si es factible de llevarlo a cabo. Al invertir 24.085.93 dólares, los ingresos de los cinco años futuros, se está obteniendo en la actualidad 6.804,00 más que la inversión realizada.

➤ **Cálculo de la Tasa Interna de Retorno.**

**Cuadro N° 73
VAN con Tasa Inferior**

Años	Flujos Netos	Tasa de Redescuento (16,60)	Flujos Netos Actualizados
0	-24.085,93		
1	6.629,86	1,1660	5.686,13
2	7.300,08	1,3595	5.369,74
3	8.015,43	1,5851	5.056,68
4	8.871,76	1,8482	4.800,22
5	21.500,21	2,1549	9.977,16
ΣFNA			30.889,93
VAN TASA INFERIOR			6.804,01

FUENTE: Estudio Financiero
Elaborado por: Las Autoras

Para el cálculo de la TIR se procede a calcular el valor actual neto con una tasa superior e inferior para luego poder interpolar.

**Cuadro N° 74
VAN con Tasa Superior**

Años	Flujos Netos	Tasa de Redescuento (30,50%)	Flujos Netos Actualizados
0	-24.085,93		
1	6.629,86	1,3050	5.080,35
2	7.300,08	1,7030	4.286,54
3	8.015,43	2,2224	3.606,58
4	8.871,76	2,9003	3.058,92
5	21.500,21	3,7849	5.680,55
ΣFNA			21.712,93
VAN TASA SUPERIOR			-2.373,00

FUENTE: Estudio Financiero
Elaborado por: Las Autoras

Datos para aplicar la fórmula de interpolación:

Tasa Inferior	16,60%
Tasa Superior	30,50
VAN Tasa Inferior	6.804,00
VAN Tasa Superior	-2.373,00
TIR	22,49

Su fórmula es:

$$TIR = Tasa Inferior + (Tasa Superior - Tasa Inferior) \frac{VAN Tasa Inferior}{VAN Tasa Inferior - VAN Tasa Superior}$$

$$TIR = 16,60 + (30,50 - 16,60) \frac{6.804,00}{6.804,00 - (-2.373,00)}$$

TIR = 22,49

La tasa interna de retorno obtenida es del 22,49 que devuelve la inversión en el futuro, lo que quiere decir que es rentable el proyecto porque es mayor al costo de oportunidad el cual es de 16,60.

➤ **Relación Beneficio Costo.**

Este indicador refleja el valor que tiene el proyecto en relación a los beneficios y costos, determinándose cuando se invierte un dólar se produce 30 centavos de dólar.

ΣFNA	30.889,93
INVERSIÓN	24.085,93
Beneficio - Costo	1,282489

Fórmula:

$$\text{Beneficio/Costo} = \frac{\sum \text{FNA}}{\text{INVERSIÓN}}$$

$$\text{Beneficio/Costo} = \frac{30.889,93}{24.085,93} = 1,28$$

El costo beneficio es mayor que uno. Por cuanto el proyecto si es factible. Por cada dólar invertido se recupera 1,28 dólares, o a su vez por cada dólar se obtiene un superávit de 28 centavos de dólar.

➤ **Relación Ingresos – Egresos.**

La relación ingresos egresos se calcula en base a los ingresos y egresos proyectados los cuales son multiplicados por las tasa de crecimiento, lo cual da como resultado los ingresos y egresos actualizados.

Cuadro N° 75
Ingresos y Egresos Actualizados

Años	Ingresos	Egresos	Tasa de Crecimiento	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
2011	48.074,91	41.300,89	1,1660	56.053,87	48.155,57
2012	51.566,70	43.856,64	1,3595	70.104,14	59.622,42
2013	56.031,36	47.108,49	1,5851	88.816,29	74.672,48
2014	60.493,11	48.607,89	1,8482	111.803,27	89.837,03
2015	65.306,87	51.843,85	2,1549	140.732,57	111.720,53

FUENTE: Estudio Financiero

Elaborado por: Las Autoras

Fórmula:

$$\text{Ingreso-Egreso} = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$\text{Ingreso-Egreso} = \frac{140.732,57}{111.720,53} = 1,26$$

La relación Ingreso – Egreso es de 1,26; por lo tanto por cada dólar gastado hay un ingreso de \$1,26 dólares o a su vez por cada dólar se obtiene un superávit de 0,26 centavos de dólar respecto al gasto.

➤ **Punto de Equilibrio**

El punto de equilibrio representa el volumen de ventas las cuales se representan en unidades que se deben vender a un precio determinado teniendo en cuenta los costos fijos y variables.

Cuadro N° 76
Punto de Equilibrio

Detalle	2011	2012	2013	2014	2015
INGRESOS					
Ventas	48.074,91	51.566,70	56.031,36	60.493,11	65.306,87
COSTOS FIJOS					
Gasto Administrativo	13.296,59	14.144,13	15.130,00	16.184,96	17.313,88
Gasto de Ventas	6.462,56	6.944,18	7.437,24	7.965,58	8.531,72
Gasto Financiero	476,31	381,05	285,79	190,52	95,26
TOTAL COSTOS FIJOS	20.235,46	21.469,35	22.853,03	24.341,06	25.940,87
COSTOS VARIABLES					
(-) COSTOS DIRECTOS DE OPERACIÓN					
Materia Prima Directa	1.842,84	1.985,26	2.137,69	2.303,97	2.481,98
Mano de Obra Directa	12.642,81	13.545,54	14.512,72	15.548,95	16.659,18
Costos Indirectos de Producción	3.497,57	3.774,28	4.072,30	4.395,30	4.743,22
TOTAL COSTOS VARIABLES	17.983,22	19.305,08	20.722,70	22.248,23	23.884,38
PUNTO DE EQUILIBRIO (Dólares)	32.328,46	34.316,43	36.265,50	38.501,01	40.898,48
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades)	27.884	28.281	28.157	28.361	28.583

FUENTE: Estudio Financiero

Elaborado por: Las Autoras

Fórmulas Punto de Equilibrio

Primer Año

$$\text{PE \$} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - (\text{Costos Variables} / \text{Ventas})}$$

$$\text{PE \$} = \frac{20.235,46}{1 - (17.983,22 / 48.074,91)} = 32.328,46 \text{ dólares}$$

El punto de equilibrio en dólares es de 32.328,46, lo que significa que se debe vender en el primer año para cubrir los costos fijos y variables.

$$\text{PE u} = \frac{\text{PE \$}}{\text{Precio de Venta Unitario}}$$

$$\text{PE u} = \frac{32.328,46}{1,16} = 27.884 \text{ unidades}$$

En unidades para el primer año el punto de equilibrio es de 27.884 lo que representa que en el primer año se debe vender por lo menos las 27.884 unidades para no perder ni ganar.

PERIODO DE RECUPERACIÓN.

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

Cuadro N° 77
Periodo de Recuperación

Año	Flujos de Efectivo Actualizados	Flujos Netos Actualizados
2011	5.686,13	
2012	5.369,74	11.055,87
2013	5.056,68	16.112,55
2014	4.800,22	20.912,77
2015	9.977,16	30.889,93

FUENTE: Estudio Financiero

Elaborado por: Las Autoras

Su cálculo es:

20.912,77	Σ 4 año
24.085,93	Inversión
24085,93-20.912,77=	3.173,16
9.977,16 /12	813,43 al mes
3.173,16 / 813,43	3,8165 3 Meses
0,817 X 30	24,495 24 Días

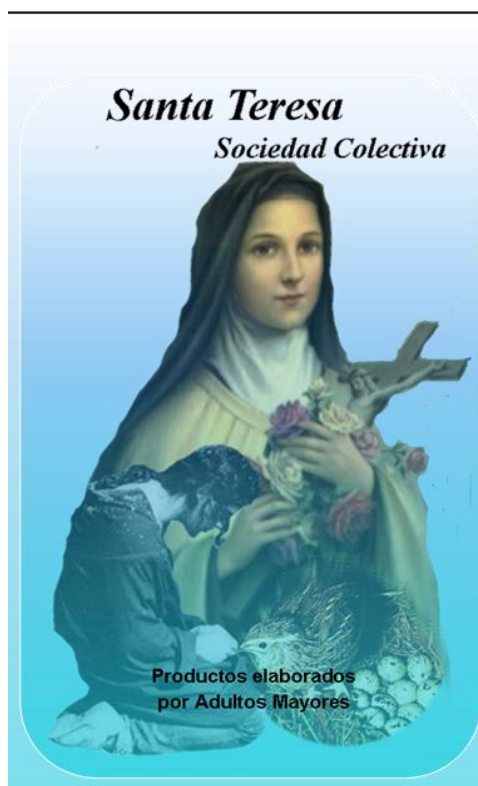
FUENTE: Estudio Financiero

Elaborado por: Las Autoras

La inversión que se realizará en la empresa, se recuperara en 4 años, tres meses y veinticuatro días, es decir que el negocio es rentable.

CAPÍTULO VI ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

El nombre de la empresa es “Santa Teresa” porque es el santo de los adultos mayores, con la razón social de Sociedad Colectiva con las siglas SC ya que esta razón no tiene muchas exigencias y es una de las más antiguas.



FUENTE: Las Autoras

Los socios que conformaran la nueva unidad productiva son emprendedores en función a que se dedican como: Homero Cevallos tiene conocimientos para mejorar la producción de la empresa, Nelly Terán tiene un local de expendio de insumos para producir este tipo de producto y Revelo Alexandra tiene el terreno donde va estar situada la nueva empresa.

Cuadro N° 78
Capital de Inversión

Nº	Egresados	Socios	Capital	Participaciones
1	Ing. Economía M.F.	Revelo Alexandra	6648,04	33,33%
2	Ing. Economía M.F.	Terán Nelly	6648,04	33,33%
3	Ing. Agropecuario	Cevallos Homero	6648,04	33,33%
			19944,11	100,00%

FUENTE: Las Autoras

➤ **Misión.**

Santa Teresa es una sociedad civil dedicada a producir huevos de codorniz brindando: calidad, buena atención al cliente, siempre oportuna y a precio justo, logrando así cubrir en parte de la demanda insatisfecha que existe en el mercado de la localidad.

➤ **Visión.**

En los próximos cinco años los huevos de codorniz “Santa Teresa” tendrá un posicionamiento en el mercado local de la provincia de Imbabura, alcanzando su objetivo principal, abastecer de huevos de codorniz a las respectivas distribuidoras y logrando la satisfacción de los clientes.

➤ **Políticas.**

Las políticas más importantes que van a orientar las decisiones microempresariales y que aportarán al cumplimiento de la misión y visión de la institución son:

- Cada actividad desarrollada en las diferentes áreas de la microempresa, se cumplan bajo normativas legales.
- Crear procedimientos de control interno en cada área y cumplir a cabalidad.

- Mantener la imagen institucional dentro y fuera de los predios de la microempresa.
- Tardar los pagos a proveedores y acelerar los cobros a clientes, sin dañar la imagen de la empresa.
- Todo el personal estará sujeto a evaluaciones de desempeño.
- Mantener un talento humano eficiente con alto espíritu de responsabilidad.

VALORES.

➤ **Honestidad.**

El lema de la microempresa, honestidad nuestra manera de ser. Trabajar con honradez, dignidad, equidad, solidaridad y modestia.

➤ **Vocación de Servicio.**

Actitud proactiva que deberá tener el personal de la micro empresa, atender las necesidades del cliente y satisfacer sus expectativas.

➤ **Actitud de Liderazgo.**

Busca el mejoramiento continuo, para constituirnos en el mejor referente del desarrollo local y regional.

➤ **Trabajo en Equipo.**

Complementamos y potenciamos las iniciativas, los conocimientos y recursos individuales se conjugan para el óptimo desarrollo del proceso productivo.

➤ **Competitividad.**

Ofrecer un producto de calidad, con principios de eficiencia y eficacia.

➤ **Respeto.**

Este valor supremo, por encima de todo, regirá las relaciones entre: la comunidad, la microempresa y todo el grupo que esta conforma.

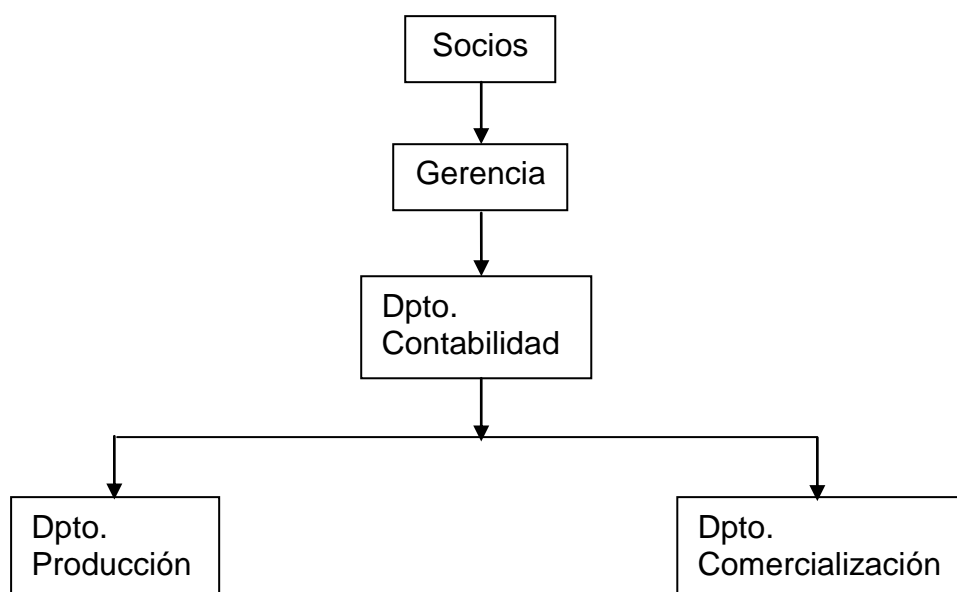
➤ **Lealtad.**

Estar comprometido con la empresa en todo momento, obrando con honestidad y justicia.

➤ **Responsabilidad.**

Cumplir con las obligaciones, dando siempre lo mejor de uno, tomando decisiones justas y a tiempo.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.



➤ **Manual de Funciones.**

Establece las funciones que debe realizar cada uno de los departamentos de la sociedad permitiendo el logro de los objetivos y consecuentemente de las metas mediante la optimización de recursos.

➤ **Socios.**

- **Principales Funciones.**

- Supervisar el desarrollo de las actividades planificadas por la gerencia
- Controlar el cumplimiento de los objetivos planteados en la planificación mensual.
- Participar activamente en la toma de decisiones.
- Asistir puntualmente a las reuniones convocadas por el gerente u otros socios.
- Estar al día en los pagos de las cuotas fijadas.

➤ **Gerencia.**

- **Principales Funciones.**

- Diseñar e implementar un sistema administrativo funcional e integral que permita su adecuación a los requerimientos.
- Definir estándares para medir la eficiencia del servicio y establecer políticas de control interno.
- Efectuar las adquisiciones conforme leyes y reglamentos vigentes.
- Administrar los bienes inmuebles de la sociedad

- **Departamento de Contabilidad.**

Se encarga de registrar las transacciones económicas de la sociedad y elaboración de estados financieros.

➤ **Principales Funciones.**

- Registrar las operaciones económicas – financieras de la sociedad, en base a los documentos debidamente legalizados.
- Aplicar del sistema contable integrado.
- Elaborar los estados financieros con la periodicidad y modalidad requeridas para la gestión interna y de los órganos de control.
- Proporcionar la documentación necesaria para informes o auditorias.

➤ **Departamento de Producción.**

Controlar el producto, la calidad de producto, contando con personas de tercera edad capacitadas para la ejecución de las actividades así como manteniendo un estricto cuidado y conservación de los huevos de codorniz.

- **Principales Funciones**

- Supervisar, dirigir que las actividades productivas se cumplan de eficiente manera.
- Supervisar que exista el total cumplimiento o las medidas de seguridad.
- Reportar diariamente el informe de producción.
- Proponer a la gerencia, alternativas para el mejoramiento de la eficiencia del proceso o la calidad de los productos.
- Coordinar la provisión oportuna de los insumos.
- Velar por los estándares de calidad.

- Conservar en forma óptima los activos a su cargo de la sociedad.

➤ **Departamento de Ventas**

Encargado de la venta y distribución de los huevos de codorniz, así como la búsqueda de potenciales clientes.

- **Principales Funciones.**

- Identificar y satisfacer las necesidades de los consumidores.
- Proponer el plan de promoción y publicidad que incluirá las distintas campañas publicitarias y la selección de los medios publicitarios óptimos para atraer a los clientes.
- Determinar los canales adecuados de comercialización del producto.
- Informar sobre las ventas realizadas y novedades de los clientes.
- Cumplir con los objetivos de venta propuesto por la sociedad.
- Utilizar una estrategia de comercialización para tener un mejor posicionamiento firme en el mercado.

- **Estrategias de Comercialización.**

- En el campo publicitario realizar una campaña en radio y televisión, exponiendo las bondades del producto.
- Existirá promociones a los clientes frecuentes y dar un trato privilegiado conservando este tipo de cliente.
- Utilizar estrategias de mercadeo, para llegar a potenciales clientes.

CAPÍTULO VII

ESTUDIO DE IMPACTOS

La microempresa de producción y comercialización de huevos de codorniz, enfocada a la reinserción laboral del adulto mayor, pretende generar impactos positivos en lo ambiental, económico, y sobre todo en lo social. Se ha establecido un sistema de calificación en base al análisis de las variables siguientes:

Cuadro N° 79
Tabla de Valoración de Impactos

Valoración Cualitativa	Valoración Cuantitativa
Muy Alto	3
Alto	2
Medio	1
Indiferente	0
Bajo	-1
Muy Bajo	-2
Extremadamente bajo	-3

IMPACTO ECONÓMICO

➤ **Huevos de codorniz con grandes beneficios nutricionales y de calidad**

Uno de los beneficios encontrados en la producción de huevos de codorniz es el aspecto nutricional que posee el producto tanto en proteínas, vitaminas ofrece un producto de buena calidad, con empaque y precio competitivo en el mercado para satisfacer los requerimientos de los clientes.

➤ **Inclusión del adulto mayor a la actividad laboral**

El beneficio social más importante encontrado en la elaboración del proyecto es principalmente la generación de fuentes de empleo para los adultos mayores, con lo cual habrá una reinserción laboral de estas personas a veces olvidadas por sus familiares y se van a sentir útiles para la sociedad. Inicialmente se contará con un número determinado de trabajadores dentro de la microempresa, la misma que de acuerdo al crecimiento de la demanda, se irá incorporando un número determinado de nuevos trabajadores, con lo cual se irá mejorando y fomentando un empleo sostenible dentro de la misma.

➤ **Contribuir al desarrollo económico de la ciudad de Ibarra**

Es de gran ayuda ya que los alienta a otros microempresarios a invertir o mejorar su negocio, a trabajar mejor y enfrentar a la competencia con productos de calidad, que obligue a la gente a apreciar lo nuestro y a tener esperanza de que se vengán tiempos mejores.

Cuadro N° 80
Impactos Económicos

Impactos	(-3)	(-2)	(-1)	(0)	(+1)	(+2)	(+3)
1. Huevos de codorniz con grandes beneficios nutricionales y de calidad							
2. Inclusión del adulto mayor a la actividad laboral.							
3. Contribuir al desarrollo económico de la ciudad de Ibarra							
TOTAL						4	3

Elaboración: Las autoras

Fuente: Investigación directa

Total indicadores = 3

+4+3 =7

7/ 3 = 2,33 = 2 Impacto Medio Positivo

Resultado:

El impacto económico será de 2, lo cual implica una calificación aceptable.

IMPACTO SOCIAL

➤ Mejor calidad de vida

El proyecto tendrá un impacto muy importante en la sociedad, en especial en los adultos mayores ya que al tener una ocupación adicional mejorará la calidad de vida de los mismos, ya que con un ingreso adicional podrán cubrir sus necesidades de la mejor manera, e incrementando al mismo tiempo su autoestima haciéndoles sentir personas útiles, a la sociedad.

➤ Mejor situación emocional del adulto mayor

Los aspectos emocionales del adulto mayor afloran con mayor intensidad ya que en esta edad se tiende a convertirse en un niño grande y lo que más les interesa es ser útil en la sociedad.

Cuadro N° 81
Impactos Sociales

Impactos Sociales	(-3)	(-2)	(-1)	(0)	(+1)	(+2)	(+3)
1. Mejor calidad de vida							
2. Mejor situación emocional del adulto mayor.							
TOTAL							6

Elaboración: Las autoras

Fuente: Investigación directa

Total indicadores = 2

+3+3 =6

6/ 2 = 3 Impacto Alto Positivo

Resultado

El impacto social será de 3, lo cual implica una calificación aceptable.

IMPACTO ECOLÓGICO O AMBIENTAL

➤ Control de Desperdicios

La microempresa establecerá una política interna para el manejo de los desperdicios que producirá el proceso productivo, en especial los desechos de las codornices, almacenándolos en sus respectivos recipientes con las indicaciones debidas de uso.

➤ Manejo de la Contaminación ambiental por efecto del proceso productivo

En nuestro caso la contaminación ambiental que puede darse durante el proceso productivo es indiferente ya que los desechos de las codornices sirven como abono y no causan ningún daño, al contrario sirve de nutrientes para la tierra.

Cuadro N° 82
Impactos Ecológico o Ambiental

Impactos	(-3)	(-2)	(-1)	(0)	(+1)	(+2)	(+3)
1. Control de desperdicios							
2. Manejo de la contaminación ambiental por efecto del proceso productivo							
TOTAL				0		2	

Elaboración: Las autoras

Fuente: Investigación directa

Total indicadores = 2

+0+2 =2

2 / 2 = 1 Impacto Bajo Positivo

Resultados:

Los impactos ecológico o ambiental tienen apariencia positiva con un coeficiente igual a 1 lo que equivale a una calificación aceptable.

IMPACTO GENERAL

Cuadro N° 83
Impacto General

Impacto General	(-3)	(-2)	(-1)	(0)	(+1)	(+2)	(+3)
1. Impactos Económicos							
2. Impactos Sociales							
3. Impactos Ecológico o Ambiental							
TOTAL					1	2	3

Elaboración: Las autoras

Fuente: Investigación directa

Total indicadores = 3

+1+2+3 =6

6 /3 = 2 Impacto Medio Positivo

Resultados

El impacto general tiene apariencia positiva con un coeficiente igual a 2 lo que equivale a una calificación aceptable.

CAPÍTULO VIII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

➤ CONCLUSIONES

- La producción de huevos de codorniz en la ciudad de Ibarra, tiene una considerable aceptación, permitiendo contar con una comercialización que conlleva a una positiva ejecución del presente proyecto, así dar soluciones a los agravantes problemas sociales.
- La demanda de huevos de codorniz en el mercado local, tiene una gran potencialidad, aspecto que es considerado de gran importancia en el presente estudio, lo que incide en la búsqueda de nuevas alternativas dentro de la canasta básica.
- El estudio establece que la producción de huevos de codorniz no requiere procesos muy complejos, materia prima asequible de obtener, maquinaria y equipos no muy sofisticados, que pueden ser adquiridos en el mercado local y precios asequibles.
- La producción de este tipo de producto no solo conlleva a la búsqueda de una rentabilidad monetaria, también es una actividad para reinsertar en el ámbito laboral a los adultos mayores.
- La estructura orgánica para la conformación de la sociedad es simple, está conformada por el personal administrativo y operativo para cada área acorde a su perfil y capacidad; al incursionar el proyecto planteado permitirá la generación de empleo directo e indirecto y a la comunidad en general y permitir el desarrollo de la ciudad.
- Mediante el estudio económico y financiero se ha determinado que si es factible la creación de la microempresa productora y comercializadora de huevos de codorniz en la ciudad de Ibarra, ya que genera rentabilidad garantizando así el éxito en la ejecución de la misma.

➤ **RECOMENDACIONES**

- Se recomienda a las autoridades locales y nacionales que impulsen la producción de la ciudad, en especial de productos naturales y nutritivos y sanos como es la venta de huevos de codorniz.
- Es conveniente apoyar a esta clase de proyectos ya que los habitantes son los más beneficiados y aun más la tercera edad que es la población desfavorecida, y con el apoyo a los emprendedores porque eso necesita el país.
- Las políticas estatales apoyen a los empresarios con leyes que impulsen la producción tales como: reducir los impuestos en el SRI, en la aduana, porque así abra mayor producción en el país.
- Se plantea campañas de difusión dirigidas a la población sobre las bondades de los huevos de codorniz, y más aun por sus propiedades nutritivas, para que este producto sea uno dentro de la tradición de la cultura alimenticia de los consumidores.
- A pesar de que la sociedad es pequeña es recomendable que posea una organización adecuada en lo que tiene que ver con la documentación contable – financiera para la toma de decisiones, además se recomienda realizar un Manual de Funciones que haga énfasis en la descripción de cargos y responsabilidades que tienen todos los miembros de la sociedad, garantizando la existencia de una buena administración empresarial.

BIBLIOGRAFÍA

- BARRENO, Juan, (2010), “El turismo en la cuenca baja de la Laguna de Yahuarcocha y su incidencia en el desarrollo socioeconómico y ambiental de la comunidad de San Miguel de Yahuarcocha, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura. (Tesis Defendida).
- BERNAL César A. (2006); Metodología de la Investigación, Tercera Edición.
- CIRIACO Pedro. (1996); Crianza de codornices Lima, Perú.
- CHICAIZA Francisca (2010), “Estudio de Factibilidad para la Ampliación de la Microempresa Productora y Comercializadora de Huevos de Codorniz “Criadero DANIELIZ” en la Parroquia de San Francisco de Natabuela, Provincia de Imbabura”, Tesis Defendida.
- FLORES Rubén. (2000), Crianza de Codorniz. Editorial Lima, Perú.
- HERNANDEZ S. Roberto, FERNANDEZ C. Carlos, BAPTISTA Pilar, (2006) Metodología de la investigación, Cuarta Edición, Editado por McGRAW – HILL INTERAMERICANA DE MÉXICO S.A.A de CV.
- LAVAYEN Leopoldo, (Diciembre 2001), Separatas Metodología de la investigación Científica, Quito-Ecuador.
- SANDOVAL, Molina, “Lineamientos Básicos de Exportación” Primera Edición, Editado y Diseñado por THE HOUSE OF PROJECT, Ibarra – Ecuador.

- MÉNDEZ Carlos E. (2001); Metodología y Desarrollo del Proceso de Investigación, Tercera Edición.
- MENDOZA, Armando, (2010), “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de granola en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura”. Tesis Defendida.
- FRANCO, Víctor, (2010), “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de ranas en la cuenca baja del río Mira, comunidad de Parambas”. (Tesis defendida).
- Folleto Institucional MIES, (2009), “ Atención integral a personas adultas mayores/ancianos/as”
- SCHAJE, Willis, (2005), “Psicología de la Edad Adulta y la Vejez”, Editorial Paterson, 5ta Edición.

LINCOGRAFÍA

- Biblioteca Encarta 2007 Fecha de consulta (23/05/2011)
- www.monografias.com/trabajos12/html. Fecha de consulta (23/05/2011)
- www.min.agricultura.org/es/ele/conferencia4/sintesis.htm Fecha de consulta (25/05/2011)
- www.imbabura.gov.ec/spanish/proyecto.php?macid=4&ptyid=4 Fecha de consulta (03/06/2011)

- www.casadelacodorniz.com/codorniz.html?gclid=CPy38YPT3KICFQqwsgodliR9wQ Fecha de consulta (03/06/2011).
- www.taringa.net/posts/info/950815/Cria-de-codornices.html
Fecha de consulta (03/06/2011)
- www.elpipaso.com.ar/huevosdecodorniz/huevosdecodorniz.htm
Fecha de consulta (03/06/2011).
- www.angelfire.com/ig2/ingagricola/aviculturacodornizces.htm
Fecha de consulta (05/07/2011)
- www.iess.gov.ec/site.php?category=pensionistas
Fecha de consulta (25/06/2011)
- www.supercias.gov.ec/paginas_htm/vision.htm
Fecha de consulta (25/06/2011)
- www.codornizf1.com/#codornices.com
Fecha de consulta (14/08/2011)
- www.crecenegocios.com
Fecha de consulta (16/03/2012)
- **www.definicion.de/produccion/**
Fecha de consulta (16/03/2012)
- **www.eumed.net/libros//2009/caracteristicas/produccion**
Fecha de consulta (16/03/2012)
- **www.monografias.com/trabajos/comercializa/**
Fecha de consulta (16/03/2012)

ANEXOS

Anexo Nº 1

Tasas Pasivas para personas Naturales y Empresas Privadas

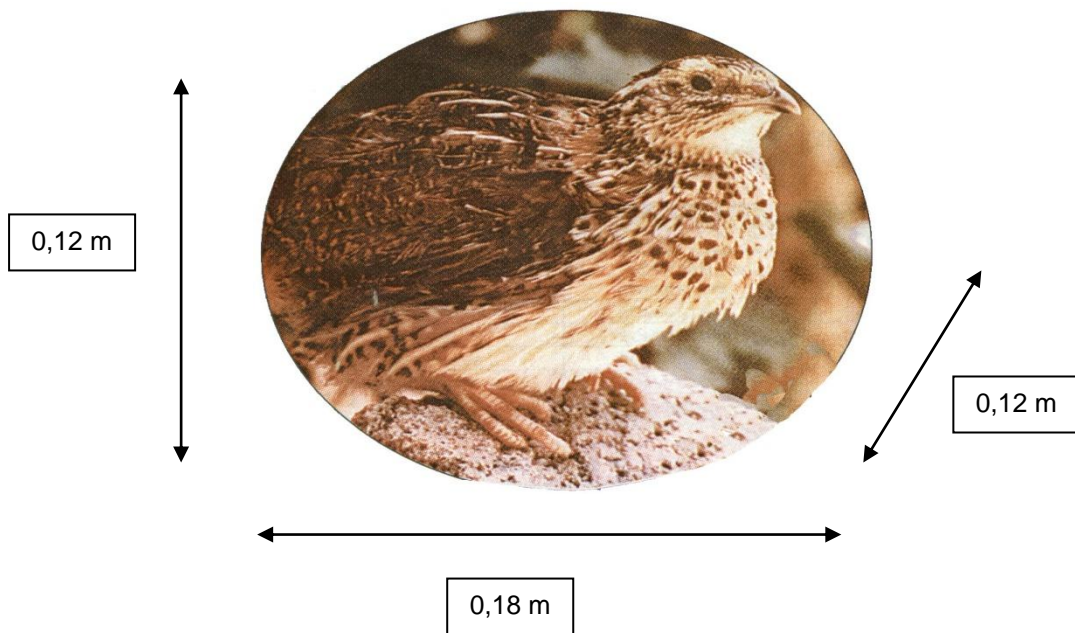
4.1 CERTIFICADOS DE INVERSIÓN								
MONTO		31-60	61-90	91-120	121-150	151-180	181-360	MÁS DE 360
250	2,000	3.50%	4.40%	4.80%	5.10%	5.25%	5.50%	5.75%
2,001	10,000	3.85%	4.50%	5.00%	5.25%	5.40%	5.70%	6.00%
10,001	20,000	3.85%	4.70%	5.20%	5.50%	5.65%	5.85%	6.10%
20,001	40,000	4.05%	4.85%	5.40%	5.70%	5.85%	6.00%	6.25%
40,001	100,000	4.25%	4.95%	5.60%	5.85%	6.00%	6.10%	6.50%
100,001	EN ADELANTE	4.25%	5.00%	5.80%	6.00%	6.15%	6.25%	6.50%

DEPOSITOS EN CUENTAS AHORROS		
MONTO		CTA. AHORROS
0	500	0.75%
501	1,000	1.25%
1,001	2,000	1.75%
2,001	5,000	2.25%
5,001	EN ADELANTE	2.75%
Sobre saldos promedio		

DEPOSITOS EN CUENTAS CORRIENTES		
MONTO		CTA. CORRIENTE
0	5,000	0.00%
5,001	10,000	0.25%
10,001	50,000	0.50%
50,001	EN ADELANTE	1.00%
AVALES BANCARIOS		
AVALES BANCARIOS		4.00%
CARTAS DE GARANTIA		4.00%

FUENTE: Banco Nacional de Fomento

Anexo N° 2



Volumen de una Codorniz Grande = Largo x Altura x Ancho

Volumen de una Codorniz Grande = (0,18 m) x (0,12m) x (0,12m)

Volumen de una Codorniz Grande = 0,002592 m³

Anexo N° 3

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PARTICIPANTES DE LOS TALLERES RECREATIVOS PARA ADULTOS MAYORES DE LA CIUDAD DE IBARRA FINANCIADOS POR EL IESS.

Por favor conteste las siguientes preguntas con sinceridad, se guardará total confidencialidad.

Marque con una X en la opción que corresponda

INFORMACIÓN PERSONAL

Edad: de 60 a 65 años___

De 66 a 70 años___

De 71 a 75 años___

Más de 75 años___

Género: Femenino___ Masculino___

Jubilado: Sí___ No___

SITUACIÓN FAMILIAR

1. Actualmente usted vive con:

a. Pareja___ b. Hijos o familiares___ c. Solo___ d. Otros___

2. ¿Qué actividad realiza durante el día?

a. Lectura___ b. Actividades Manuales___

c. Quehaceres domésticos___ d. Otra___ Cual?_____

3. Su asistencia o participación en programas, eventos o convocatorias por parte de la asociación a la que Usted pertenece es:

a. A menudo___ b. Ocasionalmente___ c. Nunca___

4. ¿Cuáles son las actividades de las que más disfruta al asistir a este tipo de eventos?

a. Deportivas___ b. Salidas___ c. Culturales___ d. Talleres___

e. Juegos de mesa___

5. ¿Cuáles son los motivos por los que usted no puede asistir, o dejaría de asistir a estos programas o eventos?

- a. Problemas de salud___ b. Tiene otras responsabilidades que atender___
c. No disfruta de ellos___

6. ¿Cuántas personas dependen económicamente de Usted?

- a. de 0 a 1___ b. de 2 a 3___ c. 4 y más ___

7. ¿Cómo obtiene sus principales ingresos?

- a. Jubilación___ b. Apoyo familiar___ c. Negocio propio___
d. Rentas de Arriendos___ e. Otros___

8. ¿Cuenta usted con algún tipo de actividad o inversión que le genere ingresos económicos extras?

- a. Sí___ b. No___

9. ¿Cuánto percibe como ingresos mensuales?

- a. de 0 a 100 dólares___
b. de 101 a 2 00 dólares___
c. de 201 a 300 dólares___
d. más de 300 dólares___

10. ¿Los ingresos que percibe satisfacen sus necesidades?

- a. Si ___ b. No ___

11. ¿Cuanto gasta mensualmente en su manutención?

- a. de 0 a 100 dólares___
b. de 101 a 2 00 dólares___
c. de 201 a 300 dólares___
d. más de 300 dólares___

12. ¿En que rubro gasta mensualmente una mayor cantidad de dinero? Numere del 1 al 6 según sus gastos, elija 1 para el que genera más gastos y 6 para el que genera menos gastos.

Vivienda
Alimentación
Salud

Vestimenta
Transporte
Otros

13. ¿Le gustaría participar en un proyecto que le permita reintegrarse al mercado laboral, es decir, realizar una actividad remunerada?

- a. Sí___ b. No___

14. En el caso que su respuesta a la pregunta anterior fue no, por favor explique el motivo por el cual no estaría interesado. Agradecemos mucho por su colaboración a la presente encuesta.

- a. Su estado de salud no le permite___
b. No busca más ingresos económicos___
c. Ya trabajó lo suficiente, no es su prioridad ahora___
d. Otras razones _____

15. En el caso de que su respuesta a la pregunta 8 fue Sí, por favor explique el motivo por el cual sí estaría interesado.

- a. Los ingresos actuales no son suficientes___
b. Quiere ocupar su tiempo___
c. Siente que aun puede dar mucho a esta sociedad
d. Otros _____

16. ¿Con cual de las siguientes actividades se sentiría más a gusto de realizarlas?

- a. Manuales___ b. Operativas___ c. Agropecuarias___ d. Otras___

17. ¿Cuál sería el horario disponible para realizar estas actividades?

- a. Jornada completa___ b. Media jornada___ c. Por horas___

Muchas gracias por su colaboración.

Anexo N° 4

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

ENCUESTA DIRIGIDA A LAS PERSONAS POSIBLES CONSUMIDORES DE HUEVOS DE CODORNIZ EN LA CIUDAD DE IBARRA.

Por favor conteste las siguientes preguntas con sinceridad, se guardará total confidencialidad.

1. ¿Conoce los beneficios nutricionales de los huevos de codorniz?

- a. Si_____ b. No_____

2. ¿Le gustaría incluir en su dieta huevos de codorniz?

- a. Si_____ b. No_____ c. Ya los consume_____

3. ¿Cuántos huevos de codorniz estima Usted que consumiría semanalmente?

- a. De 1 a 10_____ b. De 11 a 20_____ c. Más de 20_____

4. ¿Por 20 huevos de codorniz estaría dispuesto a pagar un dólar con diez centavos (\$1.10)?

- a. Si_____ b. No_____

Muchas gracias por su colaboración.