



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

### **CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

#### **INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO:**

#### **TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA DE CRIANZA Y COMERCIALIZACIÓN DE PAVOS DE  
CARNE EN EL SECTOR PUCAHUAYCO, PARROQUIA SAN ANTONIO,  
CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN  
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA – CPA**

**AUTORA: Inés Lorena Chávez Fuentes.**

**DIRECTOR: Econ. José Chamorro M.**

**Ibarra, Octubre, 2011**

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio tiene como finalidad determinar la factibilidad de la creación de una Microempresa Productora y Comercializadora de pavos de carne en el Sector Pucahuayco, Parroquia San Antonio, Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura. A continuación se presenta un extracto del contenido del informe final del trabajo de grado. A través del Diagnóstico Situacional se logró conocer las principales características del sector, establecer los aliados, oponentes, oportunidades y los riesgos que tendría el proyecto a instalarse, de esta forma se estableció la oportunidad de inversión. Con el desarrollo del Marco Teórico se enunció los conceptos teóricos considerados importantes para el proceso de estructuración del proyecto. Con el Estudio de Mercado se identificó el comportamiento de la oferta y la demanda, lo que sirvió de base para conocer que existe demanda insatisfecha atractiva para el proyecto y formular estrategias que permitan introducir el producto al mercado. Por medio del Estudio Técnico se demostró que Pucahuayco es el lugar estratégico para la gestión de la microempresa como también los requerimientos físicos, técnicos e inversiones necesarias para la implantación del proyecto. Con el propósito de fundamentar la factibilidad del proyecto, se realizó el estudio económico-financiero, donde se concretó la estructura de la inversión de un 30% de capital propio y un 70% de capital financiado. En cuanto a la Evaluación Financiera se obtuvo como resultado lo siguiente: El Valor Actual Neto para el proyecto es de 14.416,53, la Tasa Interna de Retorno que señala la rentabilidad del proyecto es del 23,36%, el Beneficio Costo es de 1,23 dólares, lo que significa que por cada dólar invertido en el proyecto generará 0.23 centavos de dólar adicionales. En cuanto al Punto de equilibrio indica que para empezar a recuperar los activos y costos fijos se tendrá que vender 33.494 kilos de carne de pavo, por lo que se concluye que el proyecto es económicamente factible. En Base a lo anteriormente expuesto se precisa la Estructura Organizacional y Funcional de la Microempresa, donde se detallan todos los elementos administrativos y estratégicos de la microempresa a implantarse. Finalmente se evaluó los posibles impactos que puede generar el proyecto al ejecutarlo en el aspecto: Económico, Ambiental, Educativo y Cultural, obteniendo un resultado positivo.

## EXECUTIVE SUMMARY

The present study has as purpose to determine the feasibility of creating a Producer and Merchandiser Microenterprise of meat turkeys in Pucahuayco, San Antonio Parish, Ibarra Canton, Imbabura Province. Then an extract of the content of the final report of the degree work is presented. Through the Situational Diagnosis it was possible to know the main characteristics of the sector, to establish the allied, opponents, opportunities and the risks that the project would have to install, this way the investment opportunity was established. With the Theoretical Framework development it was enunciated the important considered theoretical concepts for the structural process of the project. With the Market Study was identified the law behavior of supply and demand, that which it served of base in order to know that there is unsatisfied demand, but attractive demand for the project and to formulate strategies that allow to introduce the product to the market. By means of the Technical Study it was demonstrated that Pucahuayco is the strategic place for the administration of the microenterprise as well as the physical and technical requirements and necessary investments in order install the project. With the purpose of stablish the feasibility of the project; it was carried out the economic-financial study, where it was made more specific the structure of the investment of 30% of own capital and 70% of financed capital. In point of the Financial Evaluation it was obtained the following result: The Net Current Value for the project is of 14.416,53. The Internal Rate of Return that points out the profitability of the project is of 23,36%, the Cost Benefit is of 1,23 dollars, that which means that for each dollar invested in the project it will generate 0.23 additional cents of dollar. With respect to balance Point it indicates that in order to begin to recover the assets and fixed costs it will have to sell 33.494 kilos of turkeys of meat, as conclusion the project is economically feasible. On the basis of the previously exposed it is necessary the Organizational and Functional Structure of the microenterprise, where all the administrative and strategic elements of the microenterprise are detailed in order to be implanted. Finally it was evaluated the possible impacts that the project can generate to perform it in the: Economic, Environmental, Educational and Cultural aspect, obtaining a positive result.

## AUTORÍA

Yo, Inés Lorena Chávez Fuentes, portadora de la cédula de ciudadanía Nro. 100314980-2, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CRIANZA Y COMERCIALIZACIÓN DE PAVOS DE CARNE EN EL SECTOR PUCAHUAYCO, PARROQUIA SAN ANTONIO, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

.....  
Srta. Inés Lorena Chávez Fuentes  
C.C. 100314980-2

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada Inés Lorena Chávez Fuentes para optar por el Título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A., cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CRIANZA Y COMERCIALIZACIÓN DE PAVOS DE CARNE EN EL SECTOR PUCAHUAYCO, PARROQUIA SAN ANTONIO, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**. Considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 10 días del mes de octubre del 2011.

.....  
ECON. JOSÉ CHAMORRO MAYANQUER  
C.C. 100094275-3



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

Yo, INÉS LORENA CHÁVEZ FUENTES, con cédula de identidad N° 100314980-2, manifiesto mi 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 autora del trabajo de grado denominado: **”ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CRIANZA Y COMERCIALIZACIÓN DE PAVOS DE CARNE EN EL SECTOR PUCAHUAYCO, PARROQUIA SAN ANTONIO, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de: INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A. en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

f).....

AUTORA: Inés Lorena Chávez Fuentes

C. C.: 100314980-2

Ibarra, a los 10 días del mes de Octubre del 2011



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

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

**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 dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	100314980-2		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Chávez Fuentes Inés Lorena		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Barrio Santa Isabel. Parroquia Andrade Marín		
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:ineslorena.chavez@hotmail.com">ineslorena.chavez@hotmail.com</a>		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	(06)2 908 716	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	085622647

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	<b>“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CRIANZA Y COMERCIALIZACIÓN DE PAVOS DE CARNE EN EL SECTOR PUCAHUAYCO, PARROQUIA SAN ANTONIO, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”</b>
<b>AUTORA :</b>	Chávez Fuentes Inés Lorena
<b>FECHA:</b>	2011/OCTUBRE/10

SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	ECON. JOSÉ CHAMORRO

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, INÉS CHÁVEZ, con cédula de identidad Nro. 100314980-2, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago 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

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

Ibarra, a los 10 días del mes de octubre del 2011

**EL AUTOR:**

**ACEPTACIÓN:**

(Firma)..... (Firma).....

Nombre: ..... Nombre: Lic. Ximena Vallejos

C.C.: ..... Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

---



## DEDICATORIA

A mis padres: Miguel Chávez y Zoila Fuentes, razón de mi existencia y de mis ideales, por brindarme su apoyo incondicional y estar junto a mí en los momentos buenos y difíciles de mi vida, sus sabios consejos me enseñaron que las pruebas nos vuelven más fuertes y a ser más humanos y que alcanzar la felicidad depende de cada uno.

A mis hermanas Judith y Verónica, que con su amor y comprensión me ayudaron a culminar mis estudios.

A mi sobrina Melany Paola, por ser mi motivación, mi fortaleza y el motor del día a día para seguir adelante.

Inés Lorena

## AGRADECIMIENTO

A mis padres: Miguel Chávez y Zoila Fuentes, a mis hermanas Judith y Verónica, a mis padrinos: Juanito Almachi y Hortensia Guevara, a mi sobrina Melany Paola, quiero manifestarles mi más eterna gratitud, por su amor, comprensión y apoyo incondicional.

Un sincero agradecimiento a mi Asesor de Tesis Econ. José Chamorro, quien me brindó su tiempo y supo orientarme de una manera correcta, ética y profesional durante todo el proceso del trabajo de investigación.

A mis Profesores de los diferentes años de la Universidad, por compartir sus conocimientos y sobre todo por enseñarme a que un profesional debe actuar con honestidad y transparencia en cualquier labor que desempeñe.

A mis familiares, amigos y demás personas que de alguna manera me colaboraron desinteresadamente en el desarrollo y culminación del proyecto.

Inés Lorena

# PRESENTACIÓN

El presente Trabajo de Grado denominado “Estudio de Factibilidad para la creación de una Microempresa de crianza y comercialización de pavos de carne en el Sector Pucahuayco, Parroquia San Antonio, Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura”, consta de siete capítulos, los cuales se detallan a continuación:

Capítulo I: Diagnóstico Situacional, el cual tiene como finalidad conocer la situación actual del sector, partiendo de aspectos como antecedentes históricos, aspectos geográficos y socio-demográficos, las actividades económicas que se desarrollan en el sector; así como también identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que influyan en el proyecto.

Capítulo II: Marco Teórico, fase que permite definir los conceptos básicos que sustentan todas las etapas de la investigación.

Capítulo III: Estudio de Mercado, en este punto se analiza: la oferta de pavos de carne y el verdadero potencial de la demanda, las bondades del producto, los precios, los principales competidores, estrategias de comercialización, etc. Es decir, se investiga los puntos claves que permitan a la nueva microempresa mantenerse y posicionarse en el mercado.

Capítulo IV: Estudio Técnico, capítulo en el cual se abordan puntos relacionados a la macro y microlocalización del proyecto, diseño y distribución de las instalaciones, requerimientos económicos, materiales, tecnológicos y humanos en el desarrollo de las actividades, procesos productivos a seguir e identificación de las inversiones fijas, variables y diferidas necesarias.

Capítulo V: Estudio Financiero, en esta parte se define la factibilidad del proyecto en términos financieros, para lo cual se puntualizan aspectos relacionados a: estructura de la inversión, proyección de ingresos, costos y gastos para estructurar los estados proforma que sirven para realizar la evaluación financiera y conocer los resultados esperados, mediante el cálculo del VAN, la TIR, Período de Recuperación de la Inversión, Costo Beneficio y Punto de Equilibrio.

Capítulo VI: Organización de la Microempresa, en este capítulo se detalla la denominación de la Microempresa, los elementos estratégicos a aplicar, la estructura organizacional y funcional, la base legal para su funcionamiento de acuerdo a la Ley y la descripción de cargos y funciones del personal para laborar.

Capítulo VII: Impactos, el análisis de impactos que genera la creación de la microempresa es importante, por lo que se efectúa el análisis mediante el empleo de la matriz de impactos, donde se señalan los respectivos indicadores y escalas de puntuación, valoración que va desde alto, medio y bajo tanto positivamente como negativamente.

# ÍNDICE GENERAL

PORTADA .....	I
RESUMEN EJECUTIVO .....	II
EXECUTIVE SUMMARY .....	III
AUTORÍA .....	IV
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR .....	V
CESIÓN DE DERECHOS A LA UTN .....	VI
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN .....	VII
DEDICATORIA .....	IX
AGRADECIMIENTO .....	X
PRESENTACIÓN .....	XI
ÍNDICE GENERAL .....	XIII
ÍNDICE DE CUADROS .....	XX
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XXIV
INTRODUCCIÓN.....	25
JUSTIFICACIÓN .....	28
OBJETIVOS .....	30
METODOLOGÍA UTILIZADA .....	31

## CAPÍTULO I: DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

ANTECEDENTES DIAGNÓSTICOS .....	32
OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS .....	32
DETERMINACIÓN DE VARIABLES E INDICADORES .....	33
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA .....	35
FUENTES DE INFORMACIÓN .....	35
ANÁLISIS DE VARIABLES DIAGNÓSTICAS .....	36
Antecedentes Históricos de San Antonio de Ibarra .....	36

Ubicación y Aspectos Geográficos .....	37
Aspectos Socio - Demográficos.....	38
Actividades Económicas.....	41
DIAGNÓSTICO EXTERNO .....	43
Aliados del nuevo producto .....	43
Oponentes.....	44
Oportunidades.....	44
Riesgos .....	44
DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN .....	44

## CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

LA MICROEMPRESA.....	46
Concepto de microempresa .....	46
Importancia de la microempresa .....	46
Objetivos de la microempresa .....	47
Características de la microempresa .....	48
Clasificación de la microempresa .....	48
BASE LEGAL .....	49
CONTABILIDAD DE COSTOS.....	50
Definición.....	50
Fines de la contabilidad de costo .....	50
EL COSTO Y EL GASTO .....	51
ELEMENTOS DEL COSTO TOTAL .....	52
COSTO DE PRODUCCIÓN .....	53
ESTUDIO DE MERCADO .....	56
Oferta .....	57
Demanda.....	57
Producto .....	58
Precio .....	58

Comercialización .....	59
ESTUDIO TÉCNICO .....	60
Ingeniería del proyecto .....	60
Inversiones fijas.....	61
Inversiones diferidas.....	61
Capital de trabajo .....	61
ESTUDIO FINANCIERO .....	62
Evaluadores financieros .....	62
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	66
Organigrama estructural.....	66
Organigrama funcional .....	67
Misión .....	67
Visión.....	67
IMPACTO .....	68
EL PAVO .....	68

### CAPÍTULO III: ESTUDIO DE MERCADO

ANTECEDENTES DEL ESTUDIO DE MERCADO .....	71
OBJETIVOS .....	72
MATRIZ DE RELACIÓN .....	73
MECÁNICA OPERATIVA.....	74
ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN .....	75
Resultados de encuestas aplicadas a supermercados y tiendas .....	75
Resultados de entrevistas a productores .....	94
IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO .....	98
SEGMENTACIÓN DE MERCADO .....	100
Segmentación Geográfica .....	101
Segmentación Demográfica .....	101
Segmentación Conductual .....	101

ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA OFERTA .....	101
Oferta ecuatoriana.....	101
Oferta actual en Imbabura.....	102
Proyección de la Oferta (Nacional).....	104
Proyección de la Oferta Nacional mediante Métodos Matemáticos.....	105
Proyección de la Producción en Imbabura.....	109
ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	112
Demanda Actual.....	112
BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA.....	115
ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE PRECIOS.....	116
Precios Actuales.....	116
Proyecciones del Precio.....	118
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	119
PLAN DE COMERCIALIZACIÓN .....	119
Producto .....	119
Marca .....	120
Logotipo.....	120
Slogan .....	120
Precio .....	121
Publicidad Y Promoción .....	121
Plaza o Distribución.....	122

#### CAPÍTULO IV: ESTUDIO TÉCNICO

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO .....	123
Macrolocalización.....	123
Microlocalización .....	125
TAMAÑO DEL PROYECTO .....	127
PLAN DE PRODUCCIÓN.....	129
INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	130



Infraestructura Civil.....	130
Requerimientos Técnicos en el Proceso de Producción .....	133
PROCESO DE PRODUCCIÓN .....	136
Fases de Producción.....	142
Proceso de Faenamiento de los Pavos .....	142
FLUJOGRAMAS DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y FAENAMIENTO.....	144
PRESUPUESTO DE INVERSIONES.....	146
Inversiones Fijas.....	146
Costo de Producción .....	151
Requerimientos Administrativos y de Ventas .....	154
Inversión Variable o Capital de Trabajo.....	155
Inversión Diferida.....	157
RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS, VARIABLES Y DIFERIDAS .....	158

## CAPÍTULO V : ESTUDIO FINANCIERO

ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO .....	159
AMORTIZACIÓN.....	160
PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	161
PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS .....	163
Costos de Producción .....	163
Gastos Administrativos.....	167
Gastos de Ventas .....	170
Gastos Financieros.....	171
Depreciación de Activos Fijos .....	171
Amortización de Activos Diferidos .....	172
ESTADOS FINANCIEROS PRO-FORMAS.....	173
Estado de Situación Inicial o de Arranque.....	174
Balance de Resultados.....	174

Flujo de Efectivo .....	175
EVALUACIÓN FINANCIERA.....	176
Cálculo del Costo de Capital y la Tasa de Rendimiento Medio.....	177
Valor Actual Neto (VAN).....	178
Tasa Interna de Retorno.....	179
Período de Recuperación de la Inversión.....	180
Costo Beneficio .....	180
Punto de Equilibrio .....	181
Sensibilidad del Proyecto .....	182

## CAPÍTULO VI: ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA

ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA .....	184
DENOMINACIÓN DE LA MICROEMPRESA.....	184
MARCA. ....	184
LOGOTIPO.....	185
SLOGAN .....	185
PROPUESTA ADMINISTRATIVA – ESTRATÉGICA .....	185
Misión....	185
Visión.....	186
Objetivos .....	186
Objetivo General.....	186
Objetivos Específicos .....	186
Políticas.....	187
Valores .....	187
BASE LEGAL .....	188
Determinación de la Forma Jurídica.....	188
Requisitos para Obtener el RUC .....	188
Patente Municipal.....	189
Permiso de Funcionamiento de los Bomberos .....	189

Permiso Sanitario .....	190
ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL Y FUNCIONAL .....	190
Organigrama Estructural y Funcional .....	191
Descripción de Cargos y Funciones .....	192

## CAPÍTULO VII: IMPACTOS

IMPACTOS.....	197
INTRODUCCIÓN.....	197
IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS .....	198
ANÁLISIS DE IMPACTOS.....	198
Impacto Económico .....	198
Impacto Ambiental.....	200
Impacto Educativo y Cultural .....	202
Impacto General.....	204
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	205
BIBLIOGRAFÍA.....	209
LINCOGRAFÍA .....	211
ANEXOS.....	212

## ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO Nº 1. 1	MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA.....	35
CUADRO Nº 1. 2	POBLACIÓN DE LA PARROQUIA SAN ANTONIO.....	39
CUADRO Nº 1. 3	POBLACIÓN DE 10 AÑOS Y MÁS, POR CONDICIÓN DE ALFABETISMO Y SEXO DE SAN ANTONIO .....	40
CUADRO Nº 1. 4	POBLACIÓN POR NIVEL DE INSTRUCCIÓN DE LA PARROQUIA SAN ANTONIO .....	40
CUADRO Nº 1. 5	POBLACIÓN DE 5 AÑOS Y MÁS, POR TIPO DE ACTIVIDAD DE LA PARROQUIA SAN ANTONIO DE IBARRA.....	42
CUADRO Nº 3. 1	IMBABURA: ADQUISICIÓN DEL PRODUCTO.....	75
CUADRO Nº 3. 2	IMBABURA: ESTADO DE ADQUISICIÓN DEL PROD.....	76
CUADRO Nº 3. 3	IMBABURA: PRINCIPAL PROVEEDOR.....	77
CUADRO Nº 3. 4	IMBABURA: FRECUENCIA DE COMPRA.....	78
CUADRO Nº 3. 5	IMBABURA: CANTIDAD DE COMPRA.....	79
CUADRO Nº 3. 6	IMBABURA: COMPRA DE PAVOS EN TEMPORADA NAVIDEÑA.....	80
CUADRO Nº 3. 7	IMBABURA: PRECIO DE COMPRA .....	81
CUADRO Nº 3. 8	IMBABURA: PRECIO DE VENTA .....	82
CUADRO Nº 3. 9	IMBABURA: DEMANDA POR PESO .....	83
CUADRO Nº 3. 10	IMBABURA: ESTADO DE VENTA.....	84
CUADRO Nº 3. 11	IMBABURA: MESES DE MAYOR DEMANDA .....	85
CUADRO Nº 3. 12	IMBABURA: IMPORTANCIA DEL PRODUCTO SEGÚN LA PREFERENCIA .....	86
CUADRO Nº 3. 13	IMBABURA: IMPORTANCIA DEL PRODUCTO SEGÚN LA PREFERENCIA EN TEMPORADA NAVIDEÑA ..	88
CUADRO Nº 3. 14	IMBABURA: DIFICULTADES PARA ADQUIRIR EL PRODUCTO .....	90
CUADRO Nº 3. 15	IMBABURA: ACEPTACIÓN DEL PRODUCTO.....	91
CUADRO Nº 3. 16	IMBABURA: PROMOCIONES.....	92
CUADRO Nº 3. 17	IMBABURA: PUBLICIDAD .....	93
CUADRO Nº 3. 18	DETALLE COMPARATIVO ENTRE LA CARNE DE PAVO CON LA CARNE DE POLLO Y CHANCHO .....	99
CUADRO Nº 3. 19	ECUADOR: OFERTA DE CARNE DE PAVO.....	102
CUADRO Nº 3. 20	PRODUCCIÓN DE PAVOS PRONACA COTACACHI AÑO 2.010 .....	103
CUADRO Nº 3. 21	PRODUC. DE PAVOS GRUPO ORO AÑO 2.010.....	103
CUADRO Nº 3. 22	CÁLCULO DE LA TASA DE CRECIMIENTO.....	105
CUADRO Nº 3. 23	PROYECCIÓN DE LA OFERTA NACIONAL MEDIANTE MÉTODOS MATEMÁTICOS.....	106

CUADRO N° 3. 24 CÁLCULO DEL MÉTODO EXPONENCIAL .....	107
CUADRO N° 3. 25 PROYECCIÓN DE LA OFERTA NACIONAL .....	109
CUADRO N° 3. 26 PRODUC. DESTINADA A IMBABURA AÑO 2.010....	110
CUADRO N° 3. 27 IMBABURA: PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE PAVOS .....	111
CUADRO N° 3. 28 DEMANDA DE CARNE DE PAVO EN IMBABURA AÑO 2010 .....	112
CUADRO N° 3. 29 IMBABURA: DEMANDA PROYECT. DE PAVOS .....	114
CUADRO N° 3. 30 BALANCE OFERTA – DEMANDA DE PAVOS DE CARNE .....	115
CUADRO N° 3. 31 MARCAS Y PRECIO DEL KILOGRAMO .....	117
CUADRO N° 3. 32 PRESENTACIÓN EN BANDEJAS Y PRECIO EN KILOGRAMOS .....	117
CUADRO N° 3. 33 PROYECCIONES DEL PRECIO EN KILOGRAMOS.	118
CUADRO N° 3. 34 PROYECCIONES DEL PRECIO POR EL TIPO DE PRESENTACIÓN.....	118
CUADRO N° 4. 1 CAPACIDAD PRODUCTIVA SEGÚN DEMANDA INSATISFECHA Y FACTORES DE CRECIMIENTO .	128
CUADRO N° 4. 2 TEMPERATURA.....	133
CUADRO N° 4. 3 DENSIDAD .....	134
CUADRO N° 4. 4 ALIMENTACIÓN.....	139
CUADRO N° 4. 5 REQUERIMIENTO DE MUEBLES Y ENSERES .....	146
CUADRO N° 4. 6 REQUERIMIENTO DE EQUIPO DE CÓMPUTO .....	146
CUADRO N° 4. 7 REQUERIMIENTO DE EQUIPO DE OFICINA .....	147
CUADRO N° 4. 8 REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO .....	147
CUADRO N° 4. 9 REQUERI. DE HERRAMIENTAS DE TRABAJO .....	148
CUADRO N° 4. 10 REQUERIMIENTO DE VEHÍCULO .....	148
CUADRO N° 4. 11 REQUERIMIENTO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN.....	149
CUADRO N°4. 12 REQUERIMIENTO DE TERRENO.....	150
CUADRO N° 4. 13 RESUMEN INVERSIÓN FIJA.....	150
CUADRO N° 4. 14 MATERIA PRIMA E INSUMOS.....	151
CUADRO N° 4. 15 MANO DE OBRA DIRECTA .....	152
CUADRO N° 4. 16 MANO DE OBRA DIRECTA (HONORARIOS POR SERVICIOS OCASIONALES).....	152
CUADRO N° 4. 17 VESTIMENTA DE TRABAJO .....	153
CUADRO N° 4. 18 SERVICIOS BÁSICOS Y MANTENIMIENTO .....	153
CUADRO N° 4. 19 EMPAQUES.....	153
CUADRO N° 4. 20 PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS.....	154
CUADRO N° 4. 21 SUMINISTROS DE OFICINA .....	154
CUADRO N° 4. 22 SERVICIOS BÁSICOS Y OTROS GASTOS.....	155
CUADRO N° 4. 23 CAPITAL DE TRABAJO .....	156

CUADRO Nº 4. 24 COSTOS DE INVESTIGACIÓN.....	157
CUADRO Nº 4. 25 GASTOS DE CONSTITUCIÓN.....	157
CUADRO Nº 4. 26 INVERSIONES: FIJAS, VARIABLES Y DIFERIDAS..	158
CUADRO Nº 5. 1 ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO .....	159
CUADRO Nº 5. 2 TABLA DE AMORTIZACIÓN .....	161
CUADRO Nº 5. 3 CANTIDAD DE PAVOS APTOS PARA LA VENTA ....	162
CUADRO Nº 5. 4 PRESUPUESTOS DE INGRESOS.....	163
CUADRO Nº 5. 5 MATERIA PRIMA E INSUMOS .....	164
CUADRO Nº 5. 6 SUELDO BÁSICO UNIFICADO .....	164
CUADRO Nº 5. 7 MANO DE OBRA DIRECTA (AREA DE PRODUC.)...	165
CUADRO Nº 5. 8 MANO DE OBRA DIRECTA (AREA DE FAENA.) .....	165
CUADRO Nº 5. 9 VESTIMENTA DE TRABAJO.....	166
CUADRO Nº 5. 10 SERVICIOS BÁSICOS Y MANTENIMIENTO DE EQUIPO.....	166
CUADRO Nº 5. 11 EMPAQUES.....	166
CUADRO Nº 5. 12 RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	167
CUADRO Nº 5. 13 SUELDO BÁSICO UNIFICADO.....	168
CUADRO Nº 5. 14 SUELDOS ADMINISTRATIVOS.....	168
CUADRO Nº 5. 15 SUMINISTROS DE OFICINA .....	169
CUADRO Nº 5. 16 SERVICIOS BÁSICOS Y OTROS GASTOS.....	169
CUADRO Nº 5. 17 SUELDO BÁSICO UNIFICADO.....	170
CUADRO Nº 5. 18 SUELDOS EN VENTAS .....	170
CUADRO Nº 5. 19 OTROS GASTOS DE VENTAS.....	171
CUADRO Nº 5. 20 GASTOS FINANCIEROS .....	171
CUADRO Nº 5. 21 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS.....	172
CUADRO Nº 5. 22 AMORTIZACION DE ACTIVOS DIFERIDOS .....	172
CUADRO Nº 5. 23 RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS.....	173
CUADRO Nº 5. 24 ESTADO DE SITUAC. INICIAL O DE ARRANQUE ...	174
CUADRO Nº 5. 25 BALANCE DE RESULTADOS PROYECTADO .....	175
CUADRO Nº 5. 26 ESTADO DE FLUJO DEL EFECTIVO.....	176
CUADRO Nº 5. 27 COSTO DE CAPITAL .....	177
CUADRO Nº 5. 28 VALOR ACTUAL NETO .....	178
CUADRO Nº 5. 29 TASA INTERNA DE RETORNO .....	179
CUADRO Nº 5. 30 PERÍODO DE RECUPER. DE LA INVERSIÓN.....	180
CUADRO Nº 5. 31 COSTO BENEFICIO .....	181
CUADRO Nº 5. 32 SENSIBILIDAD DEL PROYECTO ESCENARIO A ...	182
CUADRO Nº 5. 33 SENSIBILIDAD DEL PROYECTO ESCENARIO B...	183
CUADRO Nº 6. 1 CARGO: GERENTE.....	192
CUADRO Nº 6. 2 CARGO: CONTADOR(A).....	193
CUADRO Nº 6. 3 CARGO: INGENIERO AGROPECUARIO .....	194
CUADRO Nº 6. 4 CARGO: (OBRERO) GALPONERO.....	195
CUADRO Nº 6. 5 CARGO: FAENADORES .....	195

CUADRO N° 6. 6	CARGO: VENDEDOR.....	196
CUADRO N° 7. 1	VALORACIÓN DE IMPACTOS .....	197
CUADRO N° 7. 2	IMPACTO ECONÓMICO .....	198
CUADRO N° 7. 3	IMPACTO AMBIENTAL .....	200
CUADRO N° 7. 4	IMPACTO EDUCATIVO Y CULTURAL .....	202
CUADRO N° 7. 5	IMPACTO GENERAL.....	204

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO Nº 3. 1	OFERTA FUTURA DE PAVOS .....	111
GRÁFICO Nº 3. 2	DEMANDA FUTURA DE PAVOS.....	114
GRÁFICO Nº 3. 3	BALANCE OFERTA - DEMANDA .....	116
GRÁFICO Nº 4. 1	UBICACIÓN DEL SECTOR PUCAHUAYCO.....	124
GRÁFICO Nº 4. 2	CROQUIS DE UBICAC. DEL PLANTEL AVÍCOLA ...	125
GRÁFICO Nº 4. 3	PLAN DE PRODUCCIÓN PARA EL PRIMER AÑO...	129
GRÁFICO Nº 4. 4	VISTA LATERAL IZQUIERDA DEL GALPÓN .....	131
GRÁFICO Nº 4. 5	DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES.....	132
GRÁFICO Nº 4. 6	PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	144
GRÁFICO Nº 4. 7	PROCESO DE FAENAMIENTO.....	145
GRÁFICO Nº 6. 1	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA GRANJA AVÍCOLA PUCAHUAYCO .....	191
GRÁFICO Nº 6. 2	ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA GRANJA AVÍCOLA PUCAHUAYCO .....	191



## INTRODUCCIÓN

Con el propósito de dar a conocer el procedimiento metodológico seguido para realizar el presente trabajo de investigación, a continuación se transcriben partes fundamentales del Anteproyecto o Plan de Investigación aprobado por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte.

**Problema o necesidad a satisfacer.-** La Provincia de Imbabura, se encuentra ubicada en la Hoya del Chota, limita al norte con Carchi, al sur con Pichincha, al Este con Sucumbíos y al Oeste con Esmeraldas, su extensión territorial es de 4.611 Km<sup>2</sup>, con una población de 414.451 habitantes, conformada por 6 cantones.

El Cantón Ibarra goza de un clima seco con una temperatura de 18°C, conformado por cinco parroquias urbanas y siete rurales; los cuales han visto en el comercio, la agricultura, las manifestaciones culturales y en sus delicias tradicionales, una oportunidad para su subsistencia.

A 15 minutos de Ibarra se encuentra la Parroquia de San Antonio, cuna de hábiles artesanos desde 1.880, donde se realizan esculturas en madera, piedra y barro de tipo religioso o decorativo con las técnicas de la Escuela Quiteña. Por otra parte, la crianza de aves de corral es considerada como otro medio de trabajo de primer orden, por tal razón y con el fin de aprovechar la condición climática con que cuenta este sector, las familias del lugar han implementado granjas agrícolas, con el cultivo de productos de ciclo corto y largo, y la crianza de animales menores especialmente, alternativa que está beneficiando al desarrollo del sector de Pucahuayco, de la progresista parroquia de San Antonio, por lo que el presente proyecto se desarrollará en este sector; por ser una zona considerada como apta para la agricultura y ganadería, actividades que han sido consideradas por sus pobladores como medios para mejorar sus ingresos económicos; en la actualidad se han instalado varias empresas

de crianza de pollos de carne y de gallinas ponedoras; pero que no se ha implementado planteles de crianza de pavos, sin embargo por su factor climático y condiciones ambientales son propicias para este tipo de actividad.

En los últimos años el consumo de carne de pavo se ha ido incrementando notablemente según datos de la Empresa PRONACA; no solamente en época navideña sino que también por su incorporación a la dieta diaria, por ser un alimento nutritivo, dietético, que contiene tirosina y bajo nivel de colesterol. Es considerado como un producto de gran valor para el mantenimiento de la forma física y de la salud en todas las edades. Pero en este año no solo se consumió pavos de productoras de nuestro país, sino que también de productoras de Perú y de Chile, según el MAGAP.

En la provincia por el incremento de las actividades productivas, empresariales, sociales y turísticas especialmente; como por la generación de servicios complementarios que se produce en esta área, ha generado un sustancial desarrollo de hoteles y restaurantes, que cuentan en las cartas del menú con platos a partir del pavo como ingrediente principal, demanda que también se determina por la necesidad de la familia para degustar en celebraciones especiales; motivo por el cual la oferta no logra cubrir la demanda de manera especial en fiestas de temporada.

La provincia de Imbabura cuenta con un plantel de crianza de pavos de carne, lo que limita la demanda permanente de este producto ya sea enteros o en presas. Se ha mantenido el criterio de que la crianza y venta de pollos es muy rentable y que la de pavos es privilegio de los grandes empresarios; lo cual ha dado lugar al contrabando, provocando un desbalance entre oferta y demanda principalmente en época navideña, en la que prevalece el monopolio de las industrias Pronaca con Mr. Pavo en la comercialización de este producto alimenticio.

En el sector de Pucahuayco los moradores son personas que tienen sus pequeñas parcelas con producción tradicional, por la falta de iniciativas o condiciones de capacidad de crédito o de inversión, por lo que trabajan en calidad de jornaleros en las fincas, propiedades de gran extensión o en planteles avícolas del cantón; por lo que se determina que hay capacidad de mano de obra que aportaría en el desarrollo de proyectos productivos; que se oriente a la satisfacción de la demanda de este producto avícola con lo nuestro. Por lo tanto, la implementación de un plantel avícola ayudará a crear una fuente de empleo y de esta manera participar como entes activos en el desarrollo del Cantón Ibarra.

## JUSTIFICACIÓN

El trabajo en equipo y el uso adecuado de los recursos productivos dan lugar a la formación de microempresas, las cuales no solamente benefician a quienes lo integran sino que también fortalecen el desarrollo de nuestro país.

El presente estudio de factibilidad busca dar alternativas a la actividad avícola tanto en la producción como en la comercialización de pavos de carne específicamente, debido a que en los últimos años el consumo de este producto ha crecido notablemente, por ser una carne con alto valor nutritivo que ayuda al mantenimiento de la salud en todas las edades; actividad que no solo beneficia al consumidor sino que es una oportunidad para crear fuentes de trabajo y beneficios para el inversionista, mediante la oferta de pavos faenados y troceados, es decir, de acuerdo a las necesidades del cliente.

Por otra parte este estudio permitirá mejorar el conocimiento sobre la comercialización de carne de pavo bajo estrictas normas de producción, y manejo de las diferentes áreas como son prevención, nutrición, aire, hidratación y temperatura, entre otros aspectos, garantizando una calidad de carne tanto en apariencia, fragancia y sabor; aspectos que garantiza la confiabilidad de una carne beneficiosa al consumo humano, al que se incluye un valor agregado producido en el sector, sin tener que pasar el producto por varios períodos bajo refrigeración o transporte que ocasiona deterioro de la calidad de la carne.

La implantación de la microempresa de crianza y comercialización de pavos de carne genera la presencia de beneficiarios directos siendo estos: la autora del proyecto y moradores del Sector Pucahuayco que tengan acceso a un puesto de trabajo, el cual ayudará a mejorar sus ingresos económicos y calidad de vida; y beneficiarios indirectos: los propietarios de los principales supermercados, consumidores de Ibarra,

Otavalo, Cotacachi y Antonio Ante y proveedores de las diferentes materias primas para el buen funcionamiento de la microempresa.

Este proyecto es factible porque cumplirá con lo señalado en la Constitución Política del Ecuador que dice: “Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferiblemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales”, así como en las normas de salud en las que se basa la producción de animales y el manejo de carne faenada.

Además el impulso de esta actividad presenta factibilidad porque cuenta con ciertos recursos como: Talento Humano representado por la autora del proyecto. También cuenta con un lote de terreno con los servicios básicos y vías de acceso ubicado en el Sector Pucahuayco; lo que constituye una fortaleza por estar situado fuera del área urbana.

Dicho proyecto se financiará a través de un crédito solicitado al Banco Nacional de Fomento, institución financiera que apoya la inversión micro empresarial favoreciendo el desarrollo y las aspiraciones de quien se interese por crear microempresas.

Este proyecto es de interés regional, porque permitirá asociar los conocimientos adquiridos en la Universidad con el servicio a la comunidad y de esta manera, optimizar y aprovechar los recursos con que se cuenta.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General:**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de crianza y comercialización de pavos de carne en el Sector Pucahuayco, Parroquia San Antonio, Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura.

### **Objetivos Específicos:**

- Efectuar un diagnóstico situacional del sector donde se implantará esta unidad productiva.
- Señalar los fundamentos teórico-científicos que sustenten el planteamiento del proyecto en todas sus fases de investigación.
- Realizar un estudio de mercado que determine la oferta, demanda, precios, competencia y canales de comercialización del bien a producir durante la vida útil del proyecto.
- Desarrollar un estudio técnico que indique el tamaño, la localización, infraestructura física, inversión y talento humano para un funcionamiento adecuado de la microempresa.
- Establecer un estudio financiero que permita determinar la factibilidad de ejecución del proyecto.
- Diseñar la estructura organizacional y funcional de la nueva microempresa; así como también el establecimiento de estrategias administrativas y operacionales, que permitan la buena marcha del proyecto a implantarse.
- Analizar los principales impactos del proyecto en el ámbito Económico, Ambiental, Educativo y Cultural.

## **METODOLOGÍA UTILIZADA**

**Tipo de Investigación efectuada.-** Con el fin de descubrir las verdaderas causas del problema o necesidad, sus efectos y relaciones; la investigación efectuada cae en el campo de ser cualitativa, descriptiva, de campo, bibliográfica y documental.

Se efectuó una investigación bibliográfica documental, especialmente para desarrollar el diagnóstico situacional y marco teórico.

El estudio que se aplicó fue de tipo descriptivo, porque permitió determinar el estado actual y señalar los aspectos más importantes del problema o necesidad que se identificó.

Por la naturaleza de la información, fue una investigación de tipo cualitativo, ya que estuvo encaminada a encontrar el sentido y significado de la conducta humana, ya que se trata de un grupo pequeño.

La investigación de Campo.- Se refiere al trabajo metódico que un investigador realiza para recoger información primaria o directa en el mismo lugar donde se presenta un hecho, suceso o fenómeno que se quiere estudiar. Se acogió este tipo de investigación utilizando técnicas como la observación, entrevistas y encuestas, creando datos primarios sobre el tema en estudio. Información y datos que fueron utilizados para la formulación del diagnóstico situacional y el estudio de mercado.

Además, por el alcance temporal de la información, la investigación fue de tipo sincrónica, porque el estudio y análisis del problema se realizó durante 10 meses.

Esta investigación tuvo carácter de propositiva, porque tiende a dar una propuesta de solución al problema o necesidad que se detectó.

# **CAPÍTULO I**

## **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

### **1.1. ANTECEDENTES DIAGNÓSTICOS**

El presente Diagnóstico Situacional se efectuó con el propósito de conocer la situación real del Sector Pucahuayco de San Antonio de Ibarra; para lo cual se plantearon objetivos diagnósticos, variables e indicadores, así como también se elaboró la matriz de relación diagnóstica y se determinó las fuentes de información primaria y secundaria. Las fuentes de información antes mencionadas permitieron conocer: antecedentes históricos, ubicación geográfica, aspecto socio-demográfico y aspecto socio-económico del área de influencia del proyecto. También se puntualizó aspectos relacionados a las cuatro variables del diagnóstico externo como son: aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá el proyecto.

#### **1.1.1. OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS**

##### **1.1.1.1. Objetivo General**

- Efectuar un Diagnóstico Situacional del lugar donde se implementará esta unidad productiva, que será el Sector Pucahuayco de San Antonio de Ibarra, con el fin de caracterizarlo en aspectos como: antecedentes históricos, aspectos geográficos, socio-demográficos y actividades económicas de la población.



### 1.1.1.2. Objetivos Específicos

- Describir los antecedentes históricos de San Antonio de Ibarra.
- Establecer los aspectos geográficos del lugar donde se pretende desarrollar la microempresa.
- Identificar los aspectos socio-demográficos que incidan en el sector objeto de estudio.
- Analizar las actividades económicas que desarrolla la población, que permita conocer la realidad del Sector Pucahuayco de San Antonio de Ibarra.

### 1.1.2. DETERMINACIÓN DE VARIABLES E INDICADORES

En la presente investigación se aplicarán las siguientes variables diagnósticas:

#### VARIABLES DIAGNÓSTICAS

- Antecedentes Históricos
- Aspecto Geográfico
- Aspecto Socio – Demográfico
- Aspecto Socio – Económico

#### INDICADORES QUE DEFINEN LAS VARIABLES

- **VARIABLE:** Antecedentes Históricos
  - Fundación
- **VARIABLE:** Aspecto Geográfico
  - Ubicación
  - Clima

➤ **VARIABLE:** Aspecto Socio – Demográfico

- Población
- Nivel de Educación
- Vivienda

➤ **VARIABLE:** Actividades Económicas

- Población Económicamente Activa e Inactiva
- Principales Actividades Ocupacionales

### 1.1.3 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

CUADRO Nº 1. 1

#### MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Describir los antecedentes históricos de San Antonio de Ibarra.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Antecedentes Históricos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Fundación</li> </ul>	Bibliografía Documentos Observación Internet
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Establecer los aspectos geográficos del lugar donde se pretende desarrollar la microempresa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ubicación Geográfica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ubicación</li> <li>➤ Clima</li> </ul>	Bibliografía Documentos Observación Internet
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Identificar los aspectos socio-demográficos que incidan en el sector objeto de estudio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Aspecto Socio-Demográfico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Población</li> <li>➤ Nivel de educación</li> <li>➤ Vivienda</li> </ul>	Bibliografía Documentos Observación Internet
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Analizar el aspecto socio-económico que permita conocer la realidad del Sector Pucahuayco de San Antonio de Ibarra.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Aspecto Socio Económico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ PEA</li> <li>➤ Actividades Ocupacionales</li> </ul>	Bibliografía Documentos Observación Internet

Elaborado por: **La Autora**

### 1.1.4. FUENTES DE INFORMACIÓN

El Diagnóstico Situacional se desarrolló acudiendo al empleo de información primaria y secundaria, con el propósito de sustentar la presente propuesta.

Información Primaria:

En la presente investigación, se diseñó una ficha de observación relacionada con la variable de Antecedentes Históricos de San Antonio y su respectivo indicador.

Información Secundaria.

- a. Se utilizó bibliografía relacionada con antecedentes históricos.
- b. Documentos como: Reglamento Interno del Sector Pucahuayco, Línea Base e índice de calidad de vida del Cantón Ibarra.
- c. Información obtenida de internet.

## **1.2. ANÁLISIS DE VARIABLES DIAGNÓSTICAS**

### **1.2.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE SAN ANTONIO DE IBARRA**

Según la autora NARVÁEZ, Cecilia; 2.009; Pág. 63; en su obra “Imbabura Tierra Preciosa”, manifiesta:

Es necesario señalar que hasta el 3 de enero de 1.628 se le conocía con el nombre de HUATABIRO, pero a partir de esta fecha pasa a denominarse San Antonio de Ibarra; lugar reconocido como el escenario de la Batalla de San Antonio de Ibarra. El valor de los coroneles Francisco Calderón, Carlos Montufar, Gullón y Pólit para luchar en contra de las filas españolas, llevaron a dar un grito de triunfo y a conquistar la libertad aunque no en su totalidad del yugo español un 27 de noviembre de 1.812.

Posteriormente, San Antonio de Ibarra, parroquia rural perteneciente al cantón Ibarra, fue creada civilmente el 29 de mayo de 1.861; la misma que es considerada como uno de los centros artesanales más importantes de la región norte. Dicha actividad comenzó en 1.880, con la creación del Liceo Artístico que capacitaba en pintura, escultura, tallado y carpintería. Su estructura político administrativa está conformada por 27

sectores entre comunas y barrios, siendo estos: Bellavista Alto, Bellavista Bajo, Bellavista Sur Oriental, Israel (Sierra Maestra), Ciudadela Andrea Tobar, Ciudadela Gustavo Pareja, Ciudadela José Tobar, Ciudadela Nuevo Hogar, Compañía de Jesús, Chorlaví, Guayllabamba, La Cruz, Las Orquídeas, Los Soles, Los Nogales, Moras, Barrio Norte, Barrio Occidental, Pucahuayco, San Agustín, San Vicente, Santa Clara, Santa Marianita, Santo Domingo, Barrio Central, Tanguarín y Ciudadela San Carlos.

Como se indica anteriormente, el Sector Pucahuayco pertenece a la parroquia San Antonio, el mismo que fue creado aproximadamente hace 50 años, en sus inicios se denominaba Peña Colorada, pero con el paso del tiempo toma la denominación de Pucahuayco donde: PUCA significa PEÑA y HUAYCO significa COLORADA. Sus habitantes se dedicaban a la agricultura, albañilería, bordados y tejidos; actividades que se siguen manteniendo hasta la actualidad. La organización de los moradores y el cumplimiento de los requisitos necesarios, hizo que el sector obtenga personería jurídica, el 1 de agosto del 2.000, según Acuerdo Ministerial Nro. 340, dicha legalización lo realizaron con el MAGAP. Por esta razón, Pucahuayco se desarrolla bajo un estatuto y un reglamento y su administración está representada por un Cabildo.

## **1.2.2. UBICACIÓN Y ASPECTOS GEOGRÁFICOS**

### **1.2.2.1. Ubicación:**

La parroquia San Antonio de Ibarra, cuya superficie es de 29.07 Km<sup>2</sup>, está ubicada a 6 km. al suroeste de Ibarra y a 121 km. al noreste de Quito. A 10 minutos de la parroquia se encuentra ubicado el Sector Pucahuayco; el mismo que limita: al Norte con la el barrio San Agustín, al Sur con el sector Los Óvalos Alto, al Oriente con la comuna San Vicente y al Occidente con el sector Los Óvalos Bajo.

### **1.2.2.2. Clima:**

Durán, H. (2.008, pág. 488), en su obra Antología de Personajes Sanantonenses, señala: “La parroquia San Antonio de Ibarra presenta un clima frío en la parte alta del páramo que se encuentra desde los 2.800 hasta los 4.620 m.s.n.m. y templado correspondiente al centro poblado 2.040 m.s.n.m. hasta los 2.800; posee una pluviosidad de 600 a 1000 mmsu, su temperatura promedio es de 9.8 grados centígrados en la parte alta y alcanza los 17 grados centígrados en la parte baja”.

Pucahuayco por encontrarse en la parte baja de la parroquia, goza de un clima apto para el cultivo de productos y la crianza de animales.

### **1.2.3. ASPECTOS SOCIO - DEMOGRÁFICOS**

#### **Población:**

A continuación se detalla el número de habitantes de San Antonio de Ibarra, por grupos de edad y sexo:

**CUADRO Nº 1. 2**  
**POBLACIÓN DE LA PARROQUIA SAN ANTONIO**

GRUPOS DE EDAD	SEXO		TOTAL
	HOMBRES	MUJERES	
0 - 12 AÑOS	2.254	2.253	4.507
13 - 20 AÑOS	1.242	1.210	2.452
21 - 40 AÑOS	2.543	2.738	5.281
41 - 64 AÑOS	1.817	1.940	3.757
65 AÑOS Y MÁS	739	786	1.525
<b>TOTAL</b>	<b>8.595</b>	<b>8.927</b>	<b>17.522</b>

**Fuente:** INEC 2010, Dirección de Estudios de Análisis Estadísticos-DESAE-DIZ3C-Darwin Padilla.

**Elaborado por:** La Autora.

En resumen, San Antonio de Ibarra tiene una población de 17.522 habitantes, donde 8.595 son hombres y 8.927 son mujeres, con un exceso de 332 mujeres sobre el número de hombres; de acuerdo al último censo poblacional de Noviembre del 2.010.

De acuerdo a las etapas de la vida, dicha población está conformada por los siguientes porcentajes: Infancia y Niñez (0 - 12 años) con el 26%, Adolescencia (13 - 20 años) con el 14%, Juventud (21 - 40 años) con el 30%, Adulthood (41 - 64 años) con el 21% y Adultos Mayores (65 años en adelante) con el 9%; observándose que el mayor porcentaje de los habitantes recae en la tercera etapa de la vida que es la juventud.

En lo que se refiere al Sector Pucahuayco, tiene una población aproximada de 361 habitantes, de acuerdo al último censo realizado en el año 2.007 por un grupo de moradores en coordinación con el Cabildo. Este dato se conoció gracias al aporte de la Presidenta de este sector.

## Nivel de Educación:

**CUADRO Nº 1. 3**  
**POBLACIÓN DE 10 AÑOS Y MÁS, POR CONDICION DE**  
**ALFABETISMO Y SEXO DE LA PARROQUIA SAN ANTONIO**

SEXO	CONDICIÓN		TOTAL	TASA DE ANALFABETISMO
	ALFABETA	ANALFABETA		
HOMBRES	5.734	222	5.956	3,73%
MUJERES	5.867	442	6.309	7,01%
<b>TOTAL</b>	<b>11.601</b>	<b>664</b>	<b>12.265</b>	<b>5,41%</b>

**Fuente:** INEC 2010, Dirección de Estudios de Análisis Estadísticos-DESAE-DIZ3C-Darwin Padilla.

**Elaborado por:** La Autora.

En lo que se refiere al nivel de educación la población alfabetada de la parroquia es de 11.601 habitantes, donde 5.734 son hombres y 5.867 son mujeres. La población analfabeta es de 664 personas, observándose que la mayor tasa de analfabetismo recae en las mujeres con un 7.01%.

**CUADRO Nº 1. 4**  
**POBLACIÓN POR NIVEL DE INSTRUCCIÓN DE LA PARROQUIA SAN ANTONIO**

PARROQUIA	PRIMARIA COMPLETA	SECUNDARIA COMPLETA	INSTRUCCIÓN SUPERIOR
San Antonio	61.70%	16.90%	13.70%

**Fuente:** Municipio de Ibarra, Línea Base del Cantón Ibarra 2.005

**Elaborado por:** La Autora.

De acuerdo al documento Línea Base del cantón Ibarra 2.005, en San Antonio de Ibarra el 61.70% de la población ha completado la primaria, el 16.90% han cursado los 6 años de secundaria y un 13.70% tienen instrucción superior.



La parroquia cuenta con 15 instituciones educativas públicas y privadas entre jardines, escuelas y colegios.

Es importante señalar que los diferentes centros educativos se encuentran ubicados en lugares de fácil traslado, lo que favorece a que los niños y jóvenes del Sector Pucahuayco puedan estudiar.

#### **Vivienda:**

En lo referente a la vivienda, existen casas de tapialera con techos de teja, así como también casas construidas con bloque, ladrillo; la cubierta de algunas de estas son de teja, eternit y en menor cantidad de loza; poseen el número de habitaciones de acuerdo a las posibilidades del dueño, ya que a la mayoría de habitantes son de escasos recursos económicos.

#### **1.2.4. ACTIVIDADES ECONÓMICAS**

En el siguiente cuadro se detalla la población económicamente activa de San Antonio de Ibarra, según la rama de actividad que desarrollan:

**CUADRO Nº 1. 5**  
**POBLACIÓN DE 5 AÑOS Y MÁS, POR TIPO DE ACTIVIDAD DE LA**  
**PARROQUIA SAN ANTONIO DE IBARRA**

RAMA DE ACTIVIDAD	SEXO		TOTAL	%
	HOMBRES	MUJERES		
Agricultura y ganadería	750	236	986	13
Artesanías y pintura	1.370	692	2.062	27
Construcción	472	14	486	6
Comercio, hoteles, restaurantes	608	635	1.243	17
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	315	43	358	5
Servicios personales y sociales	463	708	1.171	16
Administración pública y defensa	130	71	201	3
Otras actividades	176	122	298	4
No declarado	342	374	716	9
<b>TOTAL</b>	<b>4.626</b>	<b>2.895</b>	<b>7.521</b>	<b>100</b>

**Fuente:** INEC 2010, Dirección de Estudios de Análisis Estadísticos-DESAE-DIZ3C-Darwin Padilla.

**Elaborado por:** La Autora.

La Población Económicamente Activa de San Antonio de Ibarra está formada por 4.626 hombres y 2.895 mujeres. En base a lo expuesto se concluye que la producción de artesanías y pintura, el comercio, servicio de alojamiento y comida, servicios personales y sociales, la agricultura y la ganadería son las principales actividades ocupacionales dentro de la parroquia, mientras que el resto de actividades señaladas son realizadas por un porcentaje mínimo de la población.

**Principales Actividades Ocupacionales:**

Como se puede observar en la información señalada, los habitantes de la Parroquia San Antonio tienen como actividad económica principal la producción de artesanías y pintura, la misma que es desarrollada por una gran parte de la población. Dicha actividad representa el 27% de la Población Económicamente Activa, la cual es considerada como una de las principales fuentes generadoras de ingresos económicos.

Por otra parte las personas dedicadas a las actividades de comercio, alojamiento y servicios de comida, está representada por el 17%.

En cuanto a servicios personales y sociales como por ejemplo: enseñanza, artes, entretenimiento y recreación, actividades de servicios administrativos y de apoyo, entre otras, representa el 16% de la población.

Otra de las actividades principales dentro de San Antonio es la agricultura y ganadería, está representada por el 13% de la población. A pesar de que esta actividad ha sido desplazada en cierto modo por las anteriormente mencionadas, no deja de ser importante ya que muchas familias se dedican no solamente a la agricultura sino que también a la crianza de animales, como es el caso de los habitantes de Pucahuayco.

Si bien es cierto, los moradores de este sector consideran a estas actividades como una forma de vivir y por consiguiente un medio para mejorar sus ingresos, la falta de iniciativas, capacitación y acceso a créditos, hace que la agricultura y la ganadería sean desarrolladas de una manera tradicional; lo cual no es favorable para su progreso. Además los moradores de este sector también se han orientado a otras actividades como: la albañilería, bordados y tejidos; siendo estas dos últimas actividades remuneradas de una manera muy baja, lo que no les permite tener un estilo de vida apropiado que cubra sus necesidades básicas.

### **1.3. DIAGNÓSTICO EXTERNO**

#### **1.3.1. Aliados del nuevo producto**

- Mano de Obra disponible
- Instituciones que proveen los servicios básicos
- Organizaciones debidamente estructuradas como:  
Cooperativa de Transporte.

### **1.3.2. Oponentes**

- Falta de información sobre las ventajas y desventajas del producto.
- Carencia de conocimiento para la crianza de animales de manera técnica.
- Difícil acceso a tecnología sofisticada.
- Elevado costo de insumos.

### **1.3.3. Oportunidades**

- Créditos accesibles por instituciones financieras para fomentar la producción y comercialización.
- Convenios con supermercados y locales que tienen relación con esta actividad económica.
- Disponibilidad de Empresas Públicas y Privadas para capacitar a las personas.
- Nuevos mercados a nivel regional.

### **1.3.4. Riesgos**

- Aumento de la competencia
- Inestabilidad del precio en el mercado.
- Presencia de productos sustitutos a menor precio.
- Pérdidas económicas por las afectaciones de los pavos a causa del clima, enfermedades y manejo inadecuado del plantel avícola.

## **1.4. DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN**

Efectuado el Diagnóstico Situacional, se establece que la falta de asesoramiento en producción agrícola y crianza de animales hace que se

desarrollen de manera tradicional, lo cual constituye un obstáculo para que esta actividad no salga a flote.

Por otra parte la ausencia de propuestas creativas e innovadoras que diversifiquen las actividades que desarrolla la población, ha dado lugar a que no se aprovechen las fortalezas de la comunidad y las oportunidades del entorno; por lo que implantar una microempresa bajo una sólida estructura organizativa permitirá aprovechar los medios con que cuenta y mejorar en cierto modo el nivel de vida de los habitantes.

Por lo tanto, este sector se considera apto para ser explotado ya que presenta las condiciones necesarias para crear una Microempresa de crianza y comercialización de pavos de carne en el Sector Pucahuayco de la Parroquia San Antonio de Ibarra, Provincia de Imbabura.

## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. LA MICROEMPRESA**

##### **2.1.1. CONCEPTO DE MICROEMPRESA**

**MONTEROS, Edgar; 2005, señala: Una microempresa puede ser definida como una asociación de personas que, operando en forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o la prestación de servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos, costos variables y gastos de fabricación". (Pág. 15)**

La Microempresa se constituye como un negocio pequeño, está dirigido por sus propios dueños quienes aportan con el capital y asumen el riesgo que se pueda presentar en el negocio. En los últimos años se ha convertido en un medio primordial en la vida económica del país, ya que la iniciativa de personas emprendedoras ha dado origen a que este tipo de negocio tenga una gran presencia en el mercado y por consiguiente se constituya como una salida a la situación de la falta de empleo, lo que lleva en cierto modo a reducir el índice de pobreza.

##### **2.1.2. IMPORTANCIA DE LA MICROEMPRESA**

**ANZOLA, Sérvulo; 2002, sobre la importancia de la microempresa señala: "En su gran mayoría las pequeñas empresas están dedicadas a la actividad comercial. Además es notorio que las pequeñas empresas dedicadas a la transformación de sus productos las comercializan ellas mismas, descartando en lo posible los intermediarios y logrando una relación más directa entre productor y consumidor". (Pág. 4)**

Actualmente el sector Microempresarial es muy importante dentro de la estructura económica y social del país, porque se ha convertido en un medio generador de empleo, logrando en cierto modo mejorar los

ingresos económicos familiares. Por otra parte esta alternativa de producción de bienes y servicios tiene como característica distribuirlos directamente al consumidor final, evitando en lo posible la presencia de intermediarios, lo que facilita una mejor identificación de lo que el cliente necesita y espera.

### **2.1.3. OBJETIVOS DE LA MICROEMPRESA**

La duración de una microempresa obedece a los objetivos planteados, los mismos que deben ser operativos para ser desarrollados y se pueda tener un panorama claro de lo que se pretende ejecutar.

Según el autor MONTEROS, Edgar; 2005; Pág. 21; en su libro “Manual de Gestión Microempresarial”, señala los siguientes objetivos:

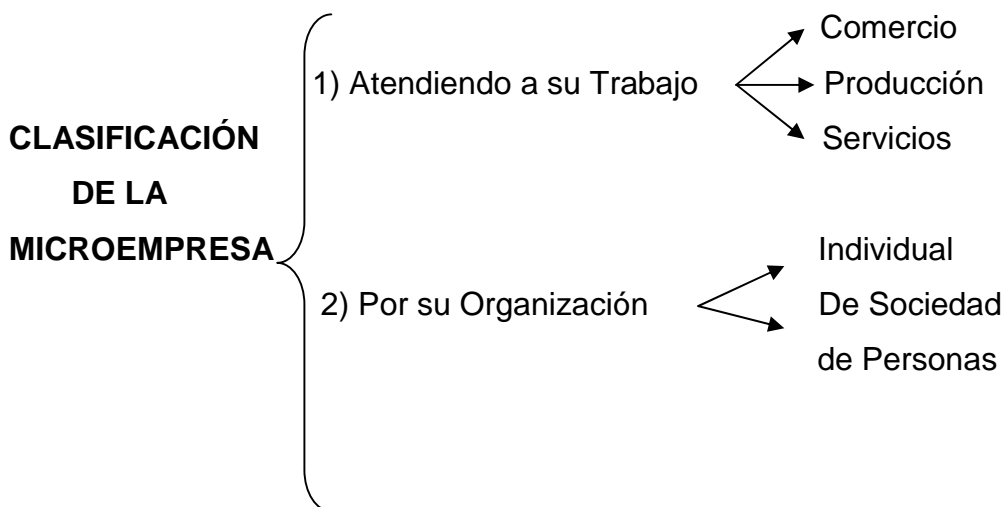
- **Objetivo de Comercialización.**- Crear un cliente que constituya un soporte para su producción y mantenimiento.
- **Objetivo de Innovación.**- Innovar para enfrentar la competencia.
- **Objetivo sobre Talento Humano.**- Señalar objetivos relacionados con el suministro, empleo y desarrollo del talento humano.
- **Objetivo de Productividad.**- Emplear adecuadamente los recursos para que la empresa sobreviva.
- **Objetivo relacionado con las Dimensiones Sociales de la Microempresa.**- Afrontar responsabilidades sociales, tomando en cuenta su influencia sobre el ambiente.
- **Objetivo de Supervivencia.**- Obtener de la actividad desarrollada, los ingresos necesarios para cubrir gastos básicos y mantener un capital mínimo para reposición de recursos.
- **Objetivo de Rentabilidad.**- Fortalecer las áreas de resultados, dependen de las estrategias empleadas.

#### 2.1.4. CARACTERÍSTICAS DE LA MICROEMPRESA

Son características predominantes de una microempresa las siguientes:

- Se dedican a la actividad comercial, prestación de servicios y transformación.
- Son de tipo familiar, se constituyen individualmente o como sociedad de personas, el dueño es el que aporta con el capital necesario para sus operaciones normales.
- Su objetivo predominante es el mercado local y eventualmente el regional. Depende de la habilidad del empresario para ofrecer el producto o servicio.
- Por lo general no cambian su lugar de operaciones y se mantienen donde se iniciaron.
- Existe una relación más directa entre productor y consumidor, dejando a un lado al intermediario.
- Constituyen un soporte en el desarrollo de grandes empresas.
- Las actividades se concentran en el dueño de la microempresa, es el que ejerce el control y dirección general de todas las acciones de la misma.

#### 2.1.5. CLASIFICACIÓN DE LA MICROEMPRESA





## **2.1.6. BASE LEGAL**

**MONTEROS, Edgar; 2005; señala: “Al iniciar una actividad económica se deben analizar ciertos factores que influyen en su funcionamiento como: tipo de organización, medios con que cuenta, ubicación y forma jurídica a la cual se registrá”. (Pág. 16)**

De acuerdo a la siguiente aseveración, para emprender un negocio se debe considerar los parámetros básicos que inciden en el funcionamiento y desarrollo de todas las áreas que lo van a conformar.

Para que una microempresa funcione adecuadamente en nuestro país, es necesario que cumpla con ciertas leyes como: Constitución Política del Ecuador, Ley Municipal, Ley Tributaria, Ley del Medio Ambiente, Código de Trabajo, Código de Comercio, entre otras que orienten la actividad económica.

### **2.1.6.1. Requisitos para el Funcionamiento de la Microempresa**

Los requisitos para el funcionamiento de la microempresa, de acuerdo a la información proporcionada por la Cámara de la Pequeña Industria de Imbabura son:

- Obtención de la Patente Municipal
- Obtención del RUC
- Obtención del Permiso Sanitario
- Obtención del Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

### **2.1.6.2. Registro Contable**

La actividad Microempresarial debe desarrollarse en base a ciertas parámetros que hay que cumplir, tal es el caso de llevar un registro contable el cual refleje de manera sistemática toda transacción que se dé

dentro de esta; con el fin de dejar constancia las operaciones realizadas y conocer los resultados obtenidos dentro de un periodo y de esta manera tomar medidas pertinentes de ser necesario.

## **2.2. CONTABILIDAD DE COSTOS**

### **2.2.1. DEFINICIÓN**

**CHILQUINGA, Manuel; 2007, señala: “La contabilidad de costos permite conocer el valor de todos los elementos del costo de producción de un bien y/o servicio, por tanto calcular el costo unitario real del mismo con miras a fijar el precio de venta y el manejo de las utilidades empresariales”.(Pág. 6)**

La contabilidad de costos constituye una parte fundamental de la contabilidad general, su objetivo principal es identificar los elementos del costo de producción (materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación) que intervienen en la transformación de forma o de fondo de la materia prima en productos semielaborados o terminados o en la prestación de un servicio y de esta manera determinar el costo unitario. El análisis y control de estos elementos es la base para la planificación y la toma de decisiones.

### **2.2.2. FINES DE LA CONTABILIDAD DE COSTO**

Según el autor CHILQUINGA, Manuel; 2007; pág.6; en su libro “Costos por Órdenes de Producción”, indica que los principales fines son:

- Calcular el costo unitario real del producto terminado
- Evaluación de inventarios y cálculo de utilidades
- Conocer la importancia de cada uno de los elementos del costo, para la toma de decisiones acertadas
- Fijación de políticas y planeación a largo plazo
- Aumentar o disminuir la línea de fabricación

## **2.2.3. EL COSTO Y EL GASTO**

### **2.2.3.1 El Costo**

**CHILQUINGA, Manuel; 2005, señala: “Costo es el conjunto de valores incurridos en un período perfectamente identificados con el producto que se fabrica”. (Pág.10)**

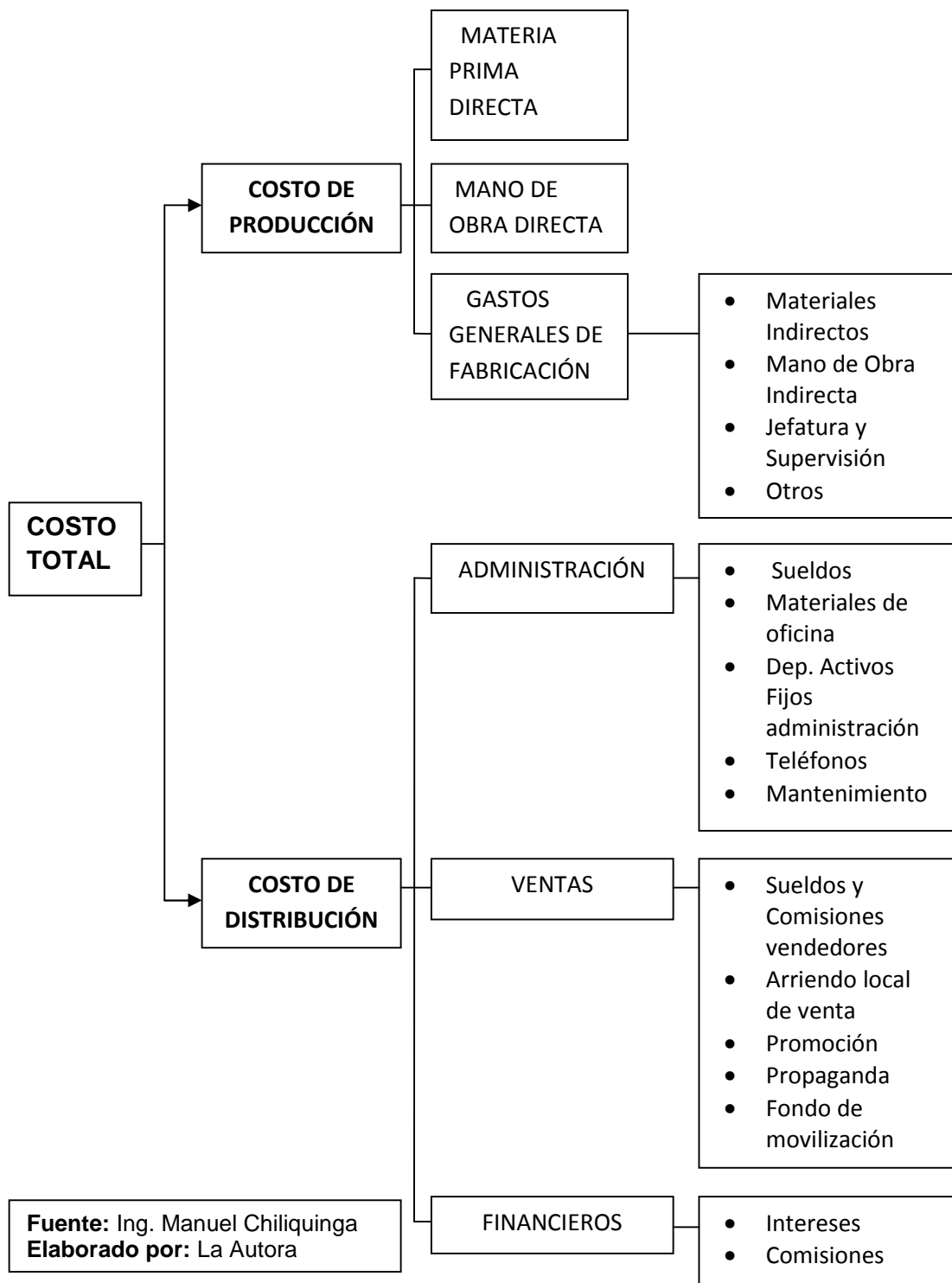
El Costo está formado por aquellos valores que se aplican en la fabricación de un producto o en la prestación de un servicio, es recuperable, estos valores son identificables en empresas industriales.

### **2.2.3.2. El Gasto**

**CHILQUINGA, Manuel; 2005; indica: “Son los valores que se aplican para cumplir con las funciones de administración, ventas y financiamiento (Costo de Distribución)”. (Pág. 10)**

El Gasto está representado por los valores que se aplican en el desarrollo de las operaciones de venta, administración y obligaciones financieras, es decir, son desembolsos necesarios que se emplean para la consecución de los objetivos planteados. El manejo e identificación de los tres desembolsos se deben acumular por separado de acuerdo a cada función.

## 2.2.4. ELEMENTOS DEL COSTO TOTAL



## 2.2.5. COSTO DE PRODUCCIÓN

CHILQUINGA, Manuel; 2005, señala: “Son los costos que se generan en el proceso de transformación de las materias primas en productos terminados o semielaborados, utilizando fuerza de trabajo, maquinaria, equipos y otros”. (Pág.10)

El Costo de Producción está formado por tres elementos que se diferencian entre sí, siendo estos: Materia Prima Directa, Mano de Obra Directa y Gastos Generales de Fabricación; los cuales son necesarios para transformar de forma o de fondo los materiales en productos semielaborados o terminados o en la prestación de un servicio.

### 2.2.5.1. Materia Prima

La Materia Prima puede ser: Directa o Indirecta

**Materia Prima Directa.-** Elemento básico para la elaboración de un producto o la prestación de un servicio, la misma que se puede identificar, medir y cuantificar fácilmente.

**Materia Prima Indirecta.-** Es aquella que puede o no formar parte del producto terminado, se caracteriza por ser de difícil cuantificación ya que los valores se conocen de forma global.

### 2.2.5.2. Mano de Obra

La Mano de Obra se clasifica en Mano de Obra Directa e Indirecta

Se define como Mano de obra Directa cuando el personal interviene directamente de forma manual o accionando máquinas en la transformación de materiales en un producto terminado o semielaborado o en la prestación de servicios, ya sea este con un grado de instrucción o sin ninguna capacitación.

Es Indirecta cuando la fuerza de trabajo no se involucra directamente con la producción o servicio.

### 2.2.5.3. Gastos Generales de Fabricación

Son aquellos costos que son necesarios en la elaboración de un producto o prestación de un servicio, pero no están directamente incorporados en estos, por lo que no son de fácil identificación y cuantificación. Entre estos tenemos: materiales indirectos, mano de obra indirecta, depreciación, arrendamiento, servicios básicos, mantenimiento, reparaciones, impuestos, etc.

### 2.2.5.4. Fórmulas de los Elementos del Costo Total

Según el autor CHILQUINGA, Manuel; 2005; Pág.12; en su libro “Costos por Órdenes de Producción”, las principales fórmulas que se derivan del costo total son las siguientes:

$$\text{COSTO TOTAL} = \text{COSTO DE PRODUCCIÓN} + \text{COSTO DE DISTRIBUCIÓN}$$

$$\text{COSTO DE PRODUCCIÓN} = \text{M.P.D.} + \text{M.O.D.} + \text{G.G.F.}$$

$$\text{COSTO DE DISTRIBUCIÓN} = \text{G.A.} + \text{G.V.} + \text{G.F.}$$

$$\text{COSTO PRIMO} = \text{M.P.D.} + \text{M.O.D.}$$

$$\text{COSTO DE CONVERSIÓN} = \text{M.O.D.} + \text{G.G.F.}$$

$$\text{VENTAS} = \text{C.T.} + \text{UTILIDAD}$$

$$\text{PRECIO DE VENTA UNITARIO} = \text{C.T.U.} + \text{UTILIDAD NETA}$$

### 2.2.5.5 Costo de Ventas

Según el autor CHILQUINGA, Manuel; 2005; Pág.30; en su libro “Costos por Órdenes de Producción”, el Costo de Ventas se puede obtener bajo dos aspectos: cuando existen inventarios finales y cuando el total de los materiales adquiridos fueron procesados, terminados y vendidos.

#### 1) SIN INVENTARIOS FINALES

En el caso de empresas sin inventarios finales el Costo de Productos Vendidos es igual a la suma de los tres Elementos del Costo de Producción.

## 2) CON INVENTARIOS FINALES

Compras netas de materia prima directa
Compras brutas de materia prima directa
+ Fletes en compras
- Devoluciones y rebajas en compras
- Inventario final de materia prima
<hr/>
Materia prima directa utilizada en el periodo
+ Mano de obra directa
+ Gastos generales de fabricación
<hr/>
Costo de producción en proceso del periodo
- Inventario final de productos en proceso
<hr/>
Costo de productos terminados en el periodo
- Inventario final de productos terminados
<hr/>
<b>COSTO DE VENTAS</b>

**Fuente:** Ing. Manuel Chilinga

**Elaborado por:** La Autora

### 2.3. ESTUDIO DE MERCADO

**JÁCOME, Walter; 2005; señala: “El Estudio de Mercado es el diseño sistemático, recolección, procesamiento, análisis y presentación de los hallazgos relevantes acerca de una situación de mercadotecnia específica que enfrenta una unidad productiva o empresa”. (Pág. 99)**

Complementando la definición del autor, el estudio de mercado mediante el empleo de fuentes de información primaria y secundaria permite identificar la existencia de una necesidad insatisfecha, la posibilidad de ofrecer un mejor producto o servicio ya existente y verificar la aceptación o no de lo que se desee ofertar en un mercado determinado, ya que aquí se define la oferta y la demanda.



Por otra parte un estudio de mercado tiene como finalidad estudiar aspectos relacionados con el precio y la comercialización; siendo estos cuatro puntos los cuales deben ser considerados para su desarrollo.

### **2.3.1 OFERTA**

**BACA, Gabriel; 2006; expresa: “Oferta es la cantidad de bienes o servicios que cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”. (Pág. 48)**

**NUÑEZ, Rafael; 2007; manifiesta: ”La oferta es la cantidad de productos o servicios que un cierto número de empresas o productores están dispuestos a llevar al mercado por un precio determinado”. (Pág. 50)**

Con estos conceptos se indica que el estudio de la oferta está orientado a conocer a grupos de proveedores presentes en el mercado en el caso de productos y servicios ya existentes y en el caso de productos y servicios nuevos a identificar los posibles sustitutos, con el fin de dar un elemento de juicio referente a la situación de la oferta y decidir la puesta en marcha o no del proyecto.

El estudio de la oferta se puede desarrollar a través de la utilización de información secundaria, pero existen ciertos datos indispensables como: información sobre volúmenes de producción, capacidad instalada y utilizada calidad y precio del producto o servicio, planes de ampliación, número de trabajadores entre otros, los cuales se obtienen a través de un diseño de recopilación de datos (encuestas).

### **2.3.2. DEMANDA**

**BACA, Gabriel; 2006; expresa: “Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”. (Pág. 17,)**

Lo descrito por el autor señala que la demanda es la cantidad de un bien o servicio que el mercado requiere para satisfacer las necesidades del consumidor.

El análisis de la demanda tiene como propósito establecer los posibles demandantes del producto o servicio, tomando en cuenta factores como: necesidad real del producto o servicio, nivel de ingreso, precio de mercado, publicidad, promoción, medio geográfico, nivel de educación, entre otros.

### **2.3.3. PRODUCTO**

**JOBBER, David y FAHY, John; 2007; señala: “Un bien o servicio ofrecido o realizado por una organización o individuo, capaz de satisfacer las necesidades del consumidor”. (Pág. 19)**

Considerando el criterio del autor, para dar inicio a un proyecto se debe definir claramente que bien o servicio está en la capacidad de ofrecer la organización o individuo, así como también los materiales a utilizar y los procesos a seguir de acuerdo a sus características, con el fin de obtener y ofrecer un producto o servicio que cumpla con las exigencias del que lo adquiera.

### **2.3.4. PRECIO**

**BACA, Gabriel; 2006; afirma: “El precio es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”. (Pág. 53)**

**KOMIYA, Raúl; 2004; menciona: “Es el valor monetario convenido entre el vendedor y el comprador en un intercambio de venta”. (Pág. 123)**

De las definiciones antes mencionadas se puede decir que el precio es un valor expresado en dinero, el cual influye directamente en el momento en que se ofrece el bien o servicio. Se puede manifestar que este

elemento es uno de los determinantes del estancamiento, permanencia o crecimiento dentro del mercado.

#### **2.3.4.1 Factores que Influyen en su Determinación**

Para el autor BACA, Gabriel; 2006; Pág. 55, el precio se determina tomando en cuenta lo siguiente:

- Costo de producción, administración y ventas.
- Demanda potencial del producto y condiciones económicas del país.
- Reacción de la competencia frente a un nuevo competidor.
- Comportamiento del revendedor.
- Estrategia de mercadeo.
- Control de precios por parte del Gobierno.

#### **2.3.5. COMERCIALIZACIÓN**

**BACA, Gabriel; 2006; afirma: “Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”. (Pág. 57)**

**CHARLES, Lamb; 2006; señala: “Es la decisión de llevar un producto al mercado, ya que esto incide varias tareas como el embarque del producto a los puntos de distribución, capacitación de los vendedores y anuncios de nuevos productos a los negocios y a los consumidores potenciales”. (Pág. 342)**

El análisis de la comercialización es un factor esencial en la marcha de una empresa, ya que permite establecer la forma de cómo llegar con el producto o servicio en un tiempo y lugar oportuno, teniendo en cuenta la necesidad, el alcance y la satisfacción del consumidor.

Entre los principales puntos a considerarse en el proceso de comercialización son: la necesidad que presenta el consumidor, instalaciones adecuadas para el manejo del producto o servicio, canal de distribución (desde el sitio de producción hasta el lugar de consumo),

cantidad y tipo de artículo o servicio, publicidad, promoción, entre otras, las cuales lleven a un contacto entre productores y consumidores.

## 2.4. ESTUDIO TÉCNICO

**BACA, Gabriel; 2006; señala: “El Estudio Técnico busca resolver preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo cómo y con qué producir lo que se desea”. (Pág. 92)**

Para el autor esta etapa permite determinar aspectos relacionados con el funcionamiento y operatividad del proyecto, para lo cual se debe considerar los siguientes puntos:

### **LOCALIZACIÓN** →

Selección de ubicación Macro y Micro del proyecto, encaminada a obtener un máximo rendimiento. La localización obedece al análisis de factores como: disponibilidad y costo de terreno e infraestructura, acceso a servicios básicos, vías y medios de transporte, cercanía a fuentes de abastecimiento y mercado, entre otras.

### **TAMAÑO** →

Está relacionado con la capacidad de producción de un bien o servicio, lo cual dependerá de la localización, disponibilidad del recurso material, humano, tecnológico y financiero.

### 2.4.1. INGENIERÍA DEL PROYECTO

De acuerdo a los conocimientos adquiridos, la Ingeniería del proyecto comprende aspectos básicos referentes a la instalación y funcionamiento de la planta, siendo estos: determinación de la inversión para la adquisición de los recursos necesarios para un normal funcionamiento, diseño y distribución de la planta, proceso productivo, organización general de la empresa y recurso humano.

## **2.4.2. INVERSIONES FIJAS**

**CÓRDOVA, Marcial; 2006; señala: “Las inversiones fijas son los activos tangibles, están referidos al terreno, edificaciones, maquinaria y equipo, mobiliario, vehículos, herramientas, etc.”. (Pág. 324)**

En breves palabras dichas inversiones están compuestas por la compra de activos fijos entre los cuales están: maquinaria y equipo, muebles y enseres, vehículos, edificaciones, terrenos, entre otros, Como una de las características de estos activos es la depreciación al que están sujetos durante su vida útil, excepto terrenos, el cual con el paso del tiempo gana plusvalía.

## **2.4.3. INVERSIONES DIFERIDAS**

**CÓRDOVA, Marcial; 2006, sobre las inversiones diferidas manifiesta: “Los activos intangibles están referidos al conjunto de bienes de propiedad de la empresa para su funcionamiento e incluye investigaciones preliminares, gastos de estudios, adquisiciones, patentes, licencias, permisos, marcas, asistencia técnica, gastos preoperativos y de instalación, puesta en marcha, estructura organizativa, etc.”. (Pág. 320)**

Este tipo de inversiones no están sujetas al desgaste físico, se caracterizan por ser intangibles y se refieren a los derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio e implantación del proyecto.

## **2.4.4. CAPITAL DE TRABAJO**

**ARBOLEDA, Vélez; (2001), señala: “El capital de trabajo requerido por un proyecto es la diferencia entre los activos corrientes y los pasivos corrientes”. (Pág. 260)**

Para determinar el capital de trabajo se debe definir las necesidades mínimas que un negocio requiere en cuanto a activos y pasivos corrientes. Esta inversión es adicional al activo fijo y diferido, es decir, la adquisición de materia prima, mano de obra, costos indirectos de

fabricación, en resumen, lo que tiene que ver con la producción en un determinado período.

## **2.5. ESTUDIO FINANCIERO**

**JÁCOME, Walter; 2005; afirma: “El análisis y evaluación económica establece el nivel de factibilidad del proyecto en base a un estudio y análisis de los fondos disponibles contrastando con los posibles escenarios que se presentan en el entorno del proyecto”. (Pág. 161)**

El Estudio Financiero está direccionado al análisis de los fondos con que se cuenta para el proyecto, es importante señalar en forma ordenada las fuentes de inversión (aporte propio, crédito) y determinar su identificación (inversión fija, inversión variable), presupuesto de ingresos y egresos.

### **2.5.1. EVALUADORES FINANCIEROS**

Para la Evaluación Financiera de un proyecto se consideran los siguientes indicadores:

- Valor Actual Neto
- Tasa Interna de Retorno
- Período de Recuperación de la inversión
- Relación Beneficio Costo

Para el cálculo de los índices señalados primero se deberá calcular el Costo de Capital y la Tasa de Rendimiento Medio.

#### **2.5.1.1. Valor Actual Neto**

**BACA, Gabriel; 2006; asevera: “El valor actual neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”. (Pág. 221)**

**SAPAG, Nassir; 2007; explica: “Mide la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión”. (Pág. 253)**

De acuerdo a la definición el VAN permite determinar si el proyecto es atractivo o no, es decir mide la rentabilidad en términos del dinero que se desea obtener luego de recuperar toda la inversión.

Para el cálculo del VAN se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = \text{Inversión} + \frac{\text{FC}}{(1+i)^n}$$

Donde:

**FC** = Flujos de caja netos proyectados.

**i** = Tasa de descuento.

**n** = Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto o inversión.

#### 2.5.1.2. Tasa Interna de Retorno

**JÁCOME, Walter; 2005; afirma: “La tasa interna de retorno es la rentabilidad de la inversión durante la vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN es cero” (Pág. 84)**

**ORTIZ, Alberto; 2005; manifiesta: “Representa la tasa de rentabilidad de los recursos invertidos en el plan de negocio y por tanto, se define como la tasa que iguala el valor de la inversión inicial y el valor de los flujos de producción o de efectivo generado”. (Pág. 45)**

La Tasa Interna de Retorno es la herramienta que expresa en porcentaje la rentabilidad que devuelve un proyecto durante su vida útil. Es importante considerar que esta tasa iguala los flujos descontados a la inversión inicial.

Para calcular la Tasa Interna de Retorno se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{TIR} = T_i + \frac{T_i (\text{VAN (+)} - \text{VAN (-)})}{T_s - T_i}$$

Donde:

**T<sub>i</sub>** = Tasa inferior de descuento

**T<sub>s</sub>** = Tasa superior de descuento

**VAN** = Valor positivo

**VAN** = Valor negativo

### 2.5.1.3. Período de Recuperación de la Inversión

**JÁCOME, Walter; 2005; afirma: “El período de recuperación de la inversión permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados”. (Pág. 83)**

El Período de Recuperación de la Inversión sirve para medir en cuanto tiempo se recupera la inversión empleada en un período de tiempo determinado. Mientras menor sea el tiempo de recuperación de la inversión, el proyecto tiene mejores características de aceptación.

El período de recuperación de la inversión se obtiene a través de la siguiente fórmula:

$$\text{PRI} = \text{Inv. Inicial} * \text{Nro. de años proyectados} / \text{FC}$$



#### 2.5.1.4. Punto de Equilibrio

CHILQUINGA, Manuel; 2005; asevera: “El punto de equilibrio es aquel volumen de ventas donde los ingresos totales se igualan a los costos totales, en este punto no se gana ni se pierde”. (Pág. 60)

GITMAN, Laurence; 2007; manifiesta: “El punto de equilibrio es el nivel de ventas que se requiere para cubrir todos los costos operativos”. (Pág. 439)

El punto de equilibrio indica que los ingresos son iguales a los costos, por lo tanto no existe ni pérdida ni ganancia. Resulta válido únicamente para el primer año, porque mientras más tardío es el pronóstico es menos cierto.

Para su cálculo se aplica la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CF}{MC}$$

Donde:

**CF** = Costo fijo

**MC** = Margen de Contribución

El Margen de Contribución es igual a: Precio de Venta - Costo Variable

#### 2.5.1.5 Relación Beneficio Costo

JÁCOME, Walter; 2005; afirma: “La relación beneficio – costo es el parámetro que sirve para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos, para lo cual sirve de insumos los ingresos y egresos proyectados en los flujos de caja”. (Pág. 96)

De acuerdo a la definición, esta herramienta permite comparar el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos del

proyecto y de esta manera conocer si existe o no un adecuado retorno de los ingresos.

La fórmula de cálculo es:

$$B/C = \frac{\text{Ingresos} / (1 + i)}{\text{Egresos} / (1 + i)}$$

## 2.6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

**HITT, Michael; 2006; señala: “La estructura organizacional es la suma de las formas en las cuales una organización divide sus labores en distintas actividades y luego las coordina”. (Pág. 230)**

La estructura organizacional dentro de la microempresa es fundamental, ya que implica definir las jerarquías, funciones y la manera de como se agrupan y asignan las actividades para facilitar el trabajo y lograr los objetivos planteados. Por lo general dicha estructura se muestra mediante el empleo de organigramas, los cuales ilustran gráficamente los aspectos más importantes de la organización.

### 2.6.1. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

**“Es por decir la espina dorsal de una empresa, en donde se señalan los puestos jerárquicos tanto en forma horizontal como vertical, desde los puestos más bajos hasta los de más alto rango”. (<http://www.monografias.com>)**

Este tipo de organigrama muestra en forma esquemática la estructura organizacional de la empresa, es decir, las unidades que la integran, los niveles jerárquicos; en donde las líneas de autoridad y responsabilidad se definen claramente.

## 2.6.2. ORGANIGRAMA FUNCIONAL

**“Es aquel que incluye las principales funciones que tienen asignadas, además de las unidades y sus interrelaciones”.** (<http://www.monografias.com>)

Este tipo de organigrama refleja además de las unidades existentes en la empresa con sus respectivos niveles jerárquicos y sus relaciones, las diferentes actividades a desempeñar, con el fin de mantener una comunicación adecuada orientada al logro de un trabajo coordinado.

## 2.6.3. MISIÓN

**“La misión es el motivo, propósito y razón de ser como organización “.** (<http://misionvisionvalores.com>)

**CHARLES, Hill y GARETH, John; 2008; afirma: “Misión es una descripción o afirmación del por qué una empresa está en operación”.** (Pág. 11)

La misión está relacionada con la actualidad, pone énfasis en lo que ahora es la organización, por lo que debe ser construida en base a interrogantes como: ¿Quiénes somos hoy? ¿En qué negocio estamos? y ¿Para qué existe la organización?

## 2.6.4. VISIÓN

**“La visión se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad”.** (<http://misionvisionvalores.com>)

**IPINZA, Fernando y D´, Alessio; 2008; señala: “La visión de una organización es la definición deseada de su futuro, responde a la pregunta ¿qué queremos llegar a ser?, implica un enfoque de largo plazo”.** (Pág. 61)

La visión indica la situación futura que desea alcanzar la organización, tomando en cuenta aspectos como: el impacto de nuevas tecnologías, las necesidades y expectativas de los clientes, entre otras; su formulación debe ser factible y no ser una simple fantasía. Está orientada a responder

a la pregunta: ¿Qué queremos que sea la organización en los próximos años?

## **2.7. IMPACTO**

**POSSO, Miguel; 2006; señala: “Los impactos son las huellas, señales y aspectos positivos o negativos que la ejecución del proyecto provocó o provocará en un grupo, área o ámbito determinado”. (Pág. 198)**

**CASTRO, Raúl; 2005; indica: “El impacto es el resultado de los efectos de un proyecto”. (Pág. 32)**

El análisis de los impactos es una parte fundamental dentro del informe final de un trabajo de grado, los mismos que pueden identificarse dentro de diferentes ámbitos como: económico, ambiental, educativo, cultural, social, entre otros. Es importante tomar en cuenta que la ejecución de un proyecto puede generar impactos positivos o negativos. Para facilitar su análisis se debe emplear una matriz de impactos, en la que se señala los respectivos indicadores y las escalas de puntuación.

## **2.8. EL PAVO**

Según el autor SÁNCHEZ, Cristian; 2005; en su libro “Cría, Producción y Comercialización de pavos” y la página web [www.rednaturaleza.com](http://www.rednaturaleza.com), se señala los siguientes aspectos:

### **Origen del Pavo Doméstico**

El pavo conocido como Meleagris gallopavo (nombre científico), descende probablemente del pavo del sur de México, su domesticación la iniciaron las poblaciones nativas del norte de América.

## **Generalidades**

Los pavos son animales omnívoros, en la actualidad es imposible hablar de razas debido a la cantidad de cruces producidos para mejorar los ejemplares domésticos.

En lo relacionado al peso corporal, el pavo pesa entre un 30% y 40% más que la pava, un pavo grande puede llegar a pesar hasta 20 kg., mientras que un pavo pequeño no supera los 10 kg.

Las hembras ponen de 8 a 15 huevos y los empollan durante 28 días, una de las características de los pavipollos es su alimentación, ya que lo hacen desde el mismo momento de su nacimiento.

En lo relacionado a las instalaciones se consideran factores como: temperatura, ventilación, iluminación y espacio. El suministro de alimentos juega un papel muy importante y por ende debe ser apropiada y suficiente. El pavo es un animal muy fuerte y resistente al frío y a la humedad, pero sensible a las afecciones propias de las aves de corral por lo que es importante desarrollar un buen manejo y emplear medidas sanitarias adecuadas.

## **Utilidad del Pavo Doméstico**

El consumo de esta ave está aumentando recientemente, porque es considerada como una carne muy saludable, con poca grasa y colesterol, por lo tanto es un alimento poco pesado y fácil de digerir. Además, la pechuga y los muslos pueden ser utilizados para la elaboración de derivados cárnicos como el jamón de pavo.

Por otra parte, sus plumas también pueden ser empleadas por la industria avícola, ya que pueden ser aprovechadas por ejemplo: en vestidos, decoraciones para la casa y como fertilizante.

Su utilización depende de la calidad del pavo, para ello se debe considerar aspectos como: instalaciones adecuadas, alimentación, sanidad, entre otros.

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO DE MERCADO**

El presente estudio de mercado se desarrolló en los cantones: Ibarra, Otavalo, Antonio Ante y Cotacachi; con el fin de conocer si los pavos de carne, en diferentes presentaciones, que se pretende ofrecer tendrá una aceptación exitosa durante todo el año; debido a que el producto ha sido reconocido como de consumo exclusivo de la época navideña y a la inclinación de los consumidores por otro tipo de carnes que son fáciles de adquirirlas y prepararlas.

Por otra parte se efectuó un estudio de la oferta, segmentación del mercado, análisis de precios y la comercialización; información que sirvió de base para dar un elemento de juicio y decidir la puesta en marcha o no del proyecto.

De acuerdo a la Corporación Nacional de Avicultores (CONAVE), la producción y consumo de carne de pavo se ha ido incrementando poco a poco, por ser un tipo de carne blanca con altas propiedades nutritivas, apropiada para incorporarla a la dieta diaria.

Ante la importancia que ha alcanzado dicha ave, tanto en el sector avícola como en el mercado, se plantea la creación de una Microempresa de crianza y comercialización de pavos de carne en el Sector Pucahuayco de San Antonio de Ibarra, provincia de Imbabura.

### **3.1.1. OBJETIVOS**

#### **3.1.1.1. Objetivo General**

- Realizar un estudio de mercado que determine la oferta, demanda, precio y estrategias de comercialización de pavos en la provincia de Imbabura.

#### **3.1.1.2. Objetivos Específicos**

- Analizar los factores determinantes que influyen en la oferta de carne de pavo.
- Determinar la demanda de carne de pavo en los supermercados de los cantones: Ibarra, Otavalo, Antonio Ante y Cotacachi.
- Definir los factores que determinan la fijación del precio del producto objeto de estudio.
- Identificar las estrategias de comercialización que permitan llegar con el producto al consumidor.



### 3.1.2. MATRIZ DE RELACIÓN

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE	INDICADORES	FUENTE DE DATOS	TÉCNICAS
Analizar los factores determinantes que influyen en la oferta de carne de pavo.	OFERTA	Tiempo de funcionamiento Tipo y selección de materia prima Número de galpones Capacidad instalada Grado de mortalidad Nivel de producción y ventas mensual Nivel de producción y ventas por temporada Precio de venta Mercado meta	Primaria	Entrevista a Productores
Determinar la demanda de carne de pavo en los supermercados de los cantones: Ibarra, Otavalo, Antonio Ante y Cotacachi.	DEMANDA	Origen del producto Forma de adquisición Principal proveedor Cantidad adquirida Adquisición por temporada	Primaria	Encuesta a Distribuidores
Definir los factores que determinan la fijación del precio del producto objeto de estudio.	PRECIO	Precio de adquisición Precio de venta Variaciones de peso Estado y presentación del producto Meses de mayor demanda Preferencia	Primaria	Encuesta a Productores y Distribuidores
Identificar las estrategias de comercialización que permitan llegar con el producto al consumidor.	COMERCIALIZACIÓN	Dificultades para adquirir Aceptación del producto Publicidad Promoción	Primaria	Encuesta a Distribuidores

Elaborado por: La Autora

### 3.1.3. MECÁNICA OPERATIVA

#### 3.1.3.1. Identificación de la Población

La población sujeta a investigar está determinada de la siguiente manera:

- Dos planteles avícolas de crianza de pavos, el primero ubicado en la parroquia Imantag del cantón Cotacachi, único en la provincia de Imbabura; de acuerdo a información obtenida de Agrocalidad y el segundo perteneciente al Grupo Oro, ubicado en San Vicente de Pusir, en la provincia del Carchi.
- Distribuidores de carne de pavo de acuerdo al siguiente detalle:

CANTÓN	DISTRIBUIDOR
<b>IBARRA</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Supermaxi</li><li>➤ Tía</li><li>➤ Akí</li><li>➤ Frigorífico Centro Ibarra</li><li>➤ Frigo Express</li><li>➤ Frigo Doña Mony</li><li>➤ Mercado Amazonas (local N° 160)</li><li>➤ Mercado Amazonas (local N° 163)</li><li>➤ Frigo Fama El Cebú</li></ul>
<b>ANTONIO ANTE</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Tía</li><li>➤ Supermercado Mi Economía</li><li>➤ Abastos F. T.</li><li>➤ Comercial Don Vini</li><li>➤ Comercializadora Punto de Venta</li></ul>
<b>OTAVALO</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Comisariato Municipal</li><li>➤ Su Comisariato</li><li>➤ Tía</li></ul>
<b>COTACACHI</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Supermercado 10 de Agosto</li><li>➤ Comisariato Municipal</li></ul>

**Fuente:** Dirección de Salud de Imbabura

**Elaborado por:** La Autora

En el presente Estudio de Mercado, se tomó en cuenta la totalidad de la población por no ser tan grande; por lo que se aplicó una entrevista a los productores de pavos de carne y una encuesta a los distribuidores.

### 3.2. ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

#### 3.2.1. Resultados de encuestas aplicadas a supermercados y tiendas

##### 1.- ¿Los pavos de carne que usted vende, a quién adquiere?

**CUADRO Nº 3. 1**  
**IMBABURA: ADQUISICIÓN DEL PRODUCTO**

OPCIONES	F	%
Directamente del productor	8	42,11
De Intermediarios	11	57,89
Producción propia	0	0
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta Supermercados y Tiendas. Diciembre de 2010.

Elaborado por: La Autora



##### **Análisis:**

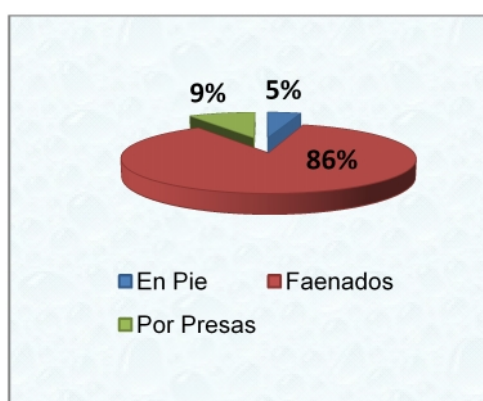
De acuerdo a la encuesta realizada, la mayoría de distribuidores adquieren pavos de carne a intermediarios, lo que influye en la fijación del precio para el consumidor final. Mientras que el resto de distribuidores prefieren proveerse directamente del productor, beneficiando tanto al distribuidor como al consumidor final a la hora de adquirirlo. Además cabe indicar que ninguno de los encuestados cuenta con producción propia.

## 2.- ¿En qué forma adquiere los pavos?

**CUADRO Nº 3. 2**  
**IMBABURA: ESTADO DE ADQUISICIÓN DEL PRODUCTO**

OPCIONES	f	%
En Pie	1	4,55
Faenados	19	86,36
Por Presas	2	9,09
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta Supermercados y Tiendas. Diciembre de 2010.  
**Elaborado por:** La Autora



### **Análisis:**

Según los resultados obtenidos de la investigación, se concluye que el mayor porcentaje de distribuidores adquieren pavos faenados lo que garantiza un producto de calidad y en buen estado. En su minoría adquieren pavos en pie y troceados, siendo esta última solicitada por los consumidores pero poco expendida por sus distribuidores. En este caso el total de frecuencia es 22, debido a que existen ciertas Tiendas y Supermercados que adquieren el producto en diferente estado ( en pie, faenados, por presas).

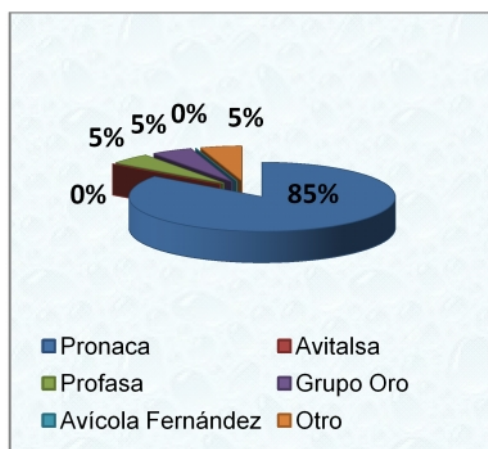
### 3.- ¿Cuál es su principal proveedor y en qué cantidad compra?

**CUADRO Nº 3. 3**  
**IMBABURA: PRINCIPAL PROVEEDOR**

OPCIONES	f	%
Pronaca	17	85
Avitalsa	0	0
Profasa	1	5
Grupo Oro	1	5
Avícola Fernández	0	0
Otro	1	5
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta Supermercados y Tiendas. Diciembre de 2010.

**Elaborado por:** La Autora



#### **Análisis:**

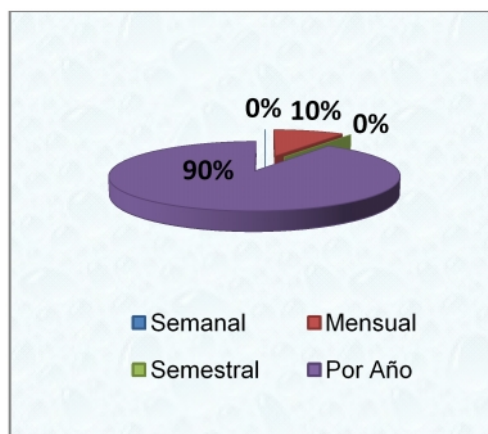
Los resultados evidencian que la empresa Pronaca es la mayor proveedora de pavos con su marca Mr. Pavo dentro de los cantones: Ibarra, Otavalo, Cotacachi y Antonio Ante, debido a que su marca es reconocida a nivel nacional e internacional, por ofrecer un producto de calidad. Mientras que el resto de marcas distribuidoras de pavos como: Profasa, Grupo Oro y Don Diego tienen una mínima participación en el mercado. El total de frecuencia en esta pregunta es 20, porque hay ciertos distribuidores que se abastecen de más de un proveedor.

**CUADRO N° 3. 4**  
**IMBABURA: FRECUENCIA DE COMPRA**

<b>OPCIONES</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Semanal	0	0
Mensual	2	9,52
Semestral	0	0
Por Año	19	90,48
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta Supermercados y Tiendas. Diciembre de 2010.

**Elaborado por:** La Autora



**Análisis:**

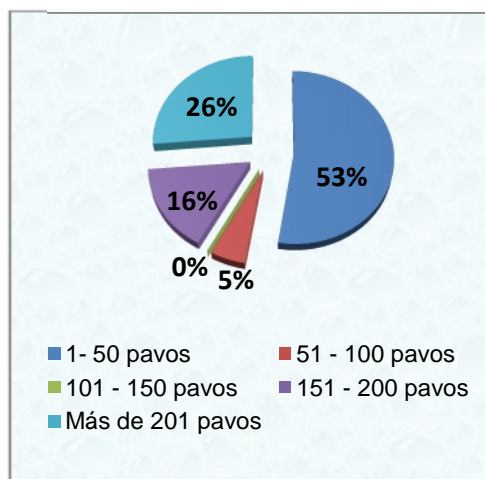
La investigación demuestra que los expendedores adquieren pavos en su mayoría cada año por la temporada navideña, ya que ha sido reconocido como un producto propio de esta época. El resto del año es adquirido en poca cantidad mensualmente, es decir de enero a noviembre, donde la cantidad varía; por ser un producto que no tiene una cultura de alto consumo fuera de temporada. A pesar de esta dificultad de expendio existen distribuidores que se abastecen de este producto todo el año, como por ejemplo: Supermaxi, Aquí, entre otros; razón por la que el total de frecuencia es 21.

**CUADRO Nº 3. 5**  
**IMBABURA: CANTIDAD DE COMPRA**

OPCIONES	f	%
1- 50 pavos	10	52,63
51 - 100 pavos	1	5,26
101 - 150 pavos	0	0
151 - 200 pavos	3	15,79
Más de 201 pavos	5	26,32
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta Supermercados y Tiendas. Diciembre de 2010.

**Elaborado por:** La Autora



**Análisis:**

Con respecto a los resultados se puede observar que el mayor porcentaje de compra se encuentra en el rango de 1 a 50 pavos, seguido de un rango de compra ubicado entre 51 a 100 pavos, superando a éste el porcentaje de compra de 151 a 200 pavos; esto en expendedores minoritarios. Con respecto a expendedores mayoritarios, la compra es mayor a los 200 pavos como es el caso de Supermaxi, Supermercado Akí, Frigo Express, entre otros; que adquieren hasta 1.000, 1.200, 1.500, 9.000 pavos.

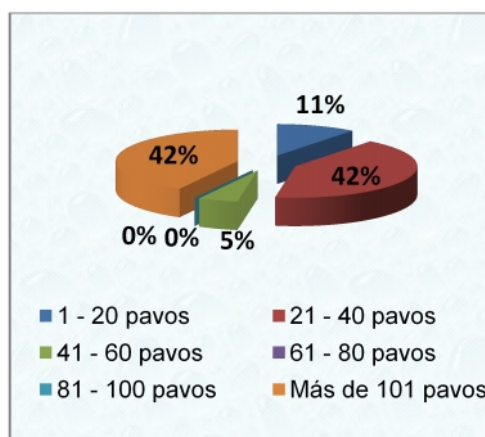
#### 4.- ¿Cuántos pavos adquiere por temporada navideña?

**CUADRO Nº 3. 6**  
**IMBABURA: COMPRA DE PAVOS EN TEMPORADA NAVIDEÑA**

OPCIONES	f	%
1 - 20 pavos	2	10,53
21 - 40 pavos	8	42,11
41 - 60 pavos	1	5,26
61 - 80 pavos	0	0
81 - 100 pavos	0	0
Más de 101 pavos	8	42,11
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta Supermercados y Tiendas. Diciembre de 2010.

**Elaborado por:** La Autora



#### **Análisis:**

Los resultados reflejan que los encuestados se proveen de mayor cantidad de pavos en temporada navideña sobrepasando las 100 unidades por su alto índice de consumo, esto en Supermercados con alta capacidad de almacenamiento. Mientras que otros se proveen de hasta 50 pavos bajo pedido, política empleada por ciertos distribuidores como los locales ubicados en el Mercado Amazonas de Ibarra.

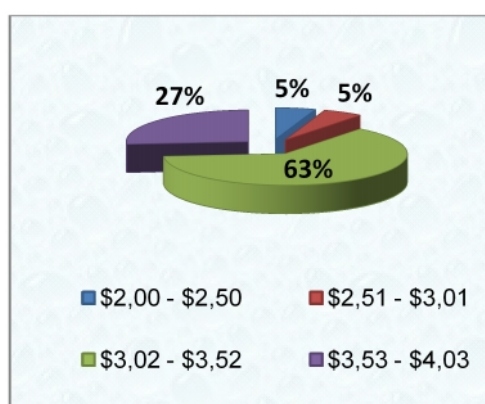


## 5.- ¿Aproximadamente a qué precio compra el kilo?

**CUADRO Nº 3. 7**  
**IMBABURA: PRECIO DE COMPRA**

OPCIONES	f	%
\$2,00 - \$2,50	1	5,26
\$2,51 - \$3,01	1	5,26
\$3,02 - \$3,52	12	63,16
\$3,53 - \$4,03	5	26,32
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta Supermercados y Tiendas. Diciembre de 2010.  
**Elaborado por:** La Autora



### **Análisis:**

De acuerdo a los resultados obtenidos, la mayor parte de distribuidores adquieren el kilo de carne de pavo a un precio promedio de \$3,36; considerando las condiciones y presentación del producto, factores claves a la hora de comprarlo.

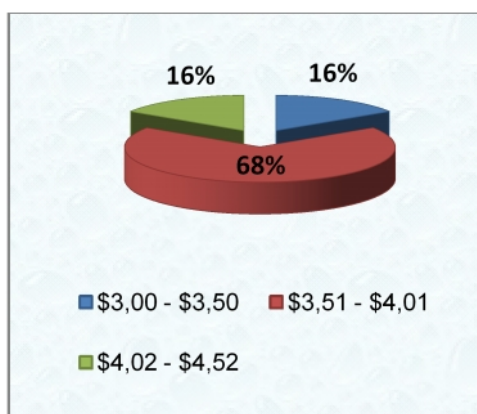
## 6.- ¿Aproximadamente a cómo vende el kilo?

**CUADRO Nº 3. 8**  
**IMBABURA: PRECIO DE VENTA**

OPCIONES	F	%
\$3,00 - \$3,50	3	15,79
\$3,51 - \$4,01	13	68,42
\$4,02 - \$4,52	3	15,79
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta Supermercados y Tiendas. Diciembre de 2010.

**Elaborado por:** La Autora



### **Análisis:**

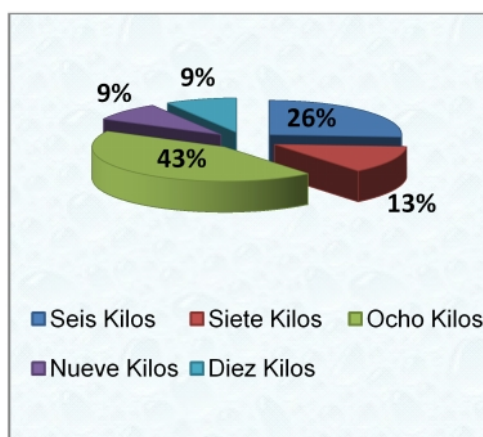
Los resultados ponen en evidencia, que el kilo de carne de pavo se comercializa en el mercado a un precio promedio de \$3.81, precio que puede variar de acuerdo al estado, presentación y empaque del producto que ofrece cada distribuidor, el mismo que debe regirse a las exigencias del consumidor.

7.- ¿De acuerdo al peso, cuál tiene mayor demanda?

**CUADRO Nº 3. 9**  
**IMBABURA: DEMANDA POR PESO**

OPCIONES	f	%
Seis Kilos	6	26,09
Siete Kilos	3	13,04
Ocho Kilos	10	43,48
Nueve Kilos	2	8,7
Diez Kilos	2	8,7
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta Supermercados y Tiendas. Diciembre de 2010.  
**Elaborado por:** La Autora



**Análisis:**

De la totalidad de encuestas realizadas se concluye que de acuerdo al peso, el pavo de mayor aceptación es el de 8 Kilos, seguido por el de 6 Kilos considerado como pequeño, evidenciando que los consumidores tienen poca inclinación por los pavos grandes (9 Kilos) y extra grandes (10 o más Kilos). Es importante indicar que el número de frecuencia es 23 porque algunos distribuidores se abastecen de pavos de diferentes pesos.

## 8.- ¿En qué forma vende los pavos?

**CUADRO N° 3. 10**  
**IMBABURA: ESTADO DE VENTA**

OPCIONES	f	%
Faenados enteros	18	90
Faenados por presas	2	10
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta Supermercados y Tiendas. Diciembre de 2010.

**Elaborado por:** La Autora



### **Análisis:**

Considerando los resultados obtenidos, se puede apreciar que la mayoría de consumidores optan por adquirir pavos faenados enteros, esto debido a que otro tipo de presentaciones del producto es escaso y limitado, recalcando que son pocos los que ofrecen pavos por presas lo cual restringe al consumidor al momento de seleccionar; sin embargo existen ciertos expendedores que facilitan al cliente su compra ya que se abastecen de pavos enteros y troceados.

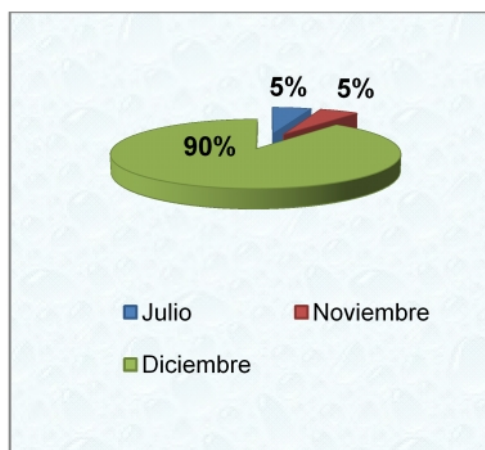
## 9.- ¿Cuáles son los meses de mayor demanda?

**CUADRO N° 3. 11**  
**IMBABURA: MESES DE MAYOR DEMANDA**

OPCIONES	f	%
Julio	1	5,26
Noviembre	1	5,26
Diciembre	17	89,47
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta Supermercados y Tiendas. Diciembre de 2010.

**Elaborado por:** La Autora



### **Análisis:**

Las encuestas arrojan que el mes de mayor demanda es diciembre, ya que el consumidor prefiere este tipo de carne para preparar sus cenas de navidad, mientras que el resto del año es poco consumida la carne de pavo, prefiriendo consumir otros tipos de carne por su fácil accesibilidad y preparación.

10.- Señale en orden de importancia los productos cárnicos que adquieren los consumidores con mayor frecuencia. Califique 5 al más importante y 1 al menos importante.

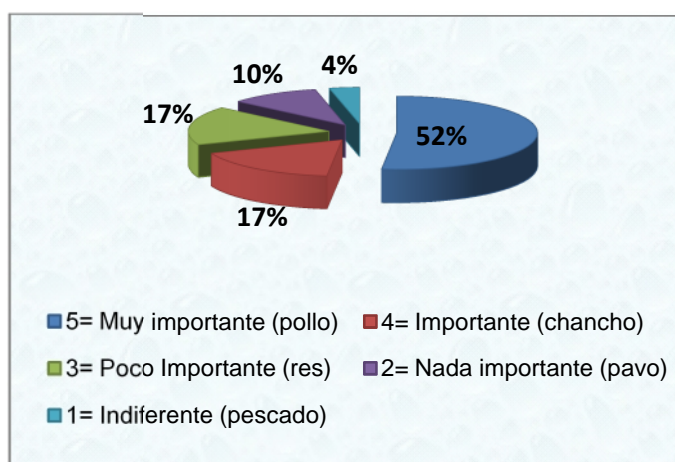
**CUADRO N° 3. 12**  
**IMBABURA: IMPORTANCIA DEL PRODUCTO SEGÚN LA PREFERENCIA**

PRODUCTO	1	2	3	4	5	%	TOTAL
Carne de pollo	1	0	0	3	15	21,11	19
Carne de pavo	12	3	0	3	1	21,11	19
Carne de res	0	2	5	7	2	17,78	16
Carne de chancho	1	1	11	5	1	21,11	19
Pescado	1	11	4	1	0	18,89	17
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>17</b>	<b>20</b>	<b>19</b>	<b>19</b>	<b>100</b>	<b>90</b>

Fuente: Encuesta Supermercados y Tiendas. Diciembre de 2010

Elaborado por: La Autora

CALIFICACIÓN	f	%
5= Muy importante (pollo)	15	51,72
4= Importante (chancho)	5	17,24
3= Poco importante ( res)	5	17,24
2= Nada importante ( pavo)	3	10,34
1= Indiferente (pescado)	1	3,45
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100</b>



**Análisis:**

El presente cuadro hace referencia al orden de importancia en que se ubican los productos de acuerdo a la preferencia de los consumidores durante todo el año, los resultados demuestran:

La carne de pollo es consumida en mayor cantidad por lo que se puede calificar como un alimento muy importante dentro de la alimentación, en la categoría como importante se encuentra la carne de chanco, como poco importante se ubica la carne de res, mientras que la carne de pavo por ser un producto difícil de adquirir en cualquier temporada y por no existir variedad de presentación para poder escoger al gusto ya que la mayoría distribuye pavos enteros, está en la categoría de nada importante y como indiferente se ubica el pescado.

11.- Señale en orden de importancia los productos cárnicos que adquieren con mayor frecuencia por temporada navideña. Califique 5 al más importante y 1 al menos importante.

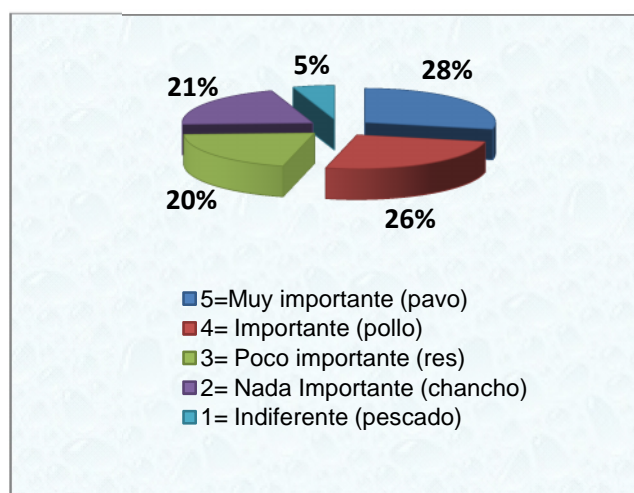
**CUADRO N° 3. 13**  
**IMBABURA: IMPORTANCIA DEL PRODUCTO SEGÚN LA PREFERENCIA EN TEMPORADA NAVIDEÑA**

PRODUCTO	1	2	3	4	5	%	TOTAL
Carne de pollo	0	0	1	10	8	21,11	<b>19</b>
Carne de pavo	0	0	2	6	11	21,11	<b>19</b>
Carne de res	0	8	8	0	0	17,78	<b>16</b>
Carne de chancho	0	8	8	3	0	21,11	<b>19</b>
Pescado	15	2	0	0	0	18,89	<b>17</b>
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>19</b>	<b>19</b>	<b>100</b>	<b>90</b>

Fuente: Encuesta Supermercados y Tiendas. Diciembre de 2010

Elaborado por: La Autora

PRODUCTO	f	%
5= Muy importante (pavo)	11	28,21
4= Importante (pollo)	10	25,64
3= Poco importante ( res)	8	20,51
2= Nada importante ( chancho)	8	20,51
1= Indiferente (pescado)	2	5,13
<b>Total</b>	<b>39</b>	<b>100</b>





**Análisis:**

Por medio de los resultados obtenidos, la importancia del producto según la preferencia en época navideña, la carne de pavo es la más consumida por lo que es considerada como muy importante, a continuación se encuentra la carne de pollo calificada como importante, como poco y nada importante está la carne de res y de chancho respectivamente y por último se ubica el pescado como un producto indiferente.

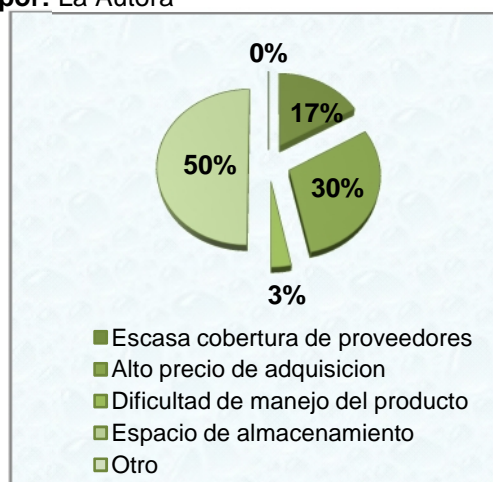
12.- ¿Qué dificultades tiene usted para adquirir el producto en la temporada navideña?

**CUADRO N° 3. 14**  
**IMBABURA: DIFICULTADES PARA ADQUIRIR EL PRODUCTO**

OPCIONES	f	%
Escasa cobertura de proveedores	5	16.67
Alto precio de adquisición	9	30.00
Dificultad de manejo del producto	1	3.33
Espacio de almacenamiento	15	50.00
Otro	0	0
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta Supermercados y Tiendas. Diciembre de 2010.

Elaborado por: La Autora



### **Análisis:**

De acuerdo a la información recolectada, los distribuidores manifiestan que se presentan algunas dificultades al momento de adquirir: en primer lugar se encuentra el espacio de almacenamiento, pues es un producto que necesita de refrigeración y espacio adecuado. En segundo lugar se encuentra el alto precio de adquisición ya que por temporada tiende a subir por su alto índice de demanda. En tercer lugar se sitúa la escasa cobertura de proveedores, debido a que en esta época los pedidos tienden a elevarse y por ende los productores de pavos no alcanzan a abastecer el mercado y en un mínimo porcentaje se encuentra la dificultad de manejo del producto.

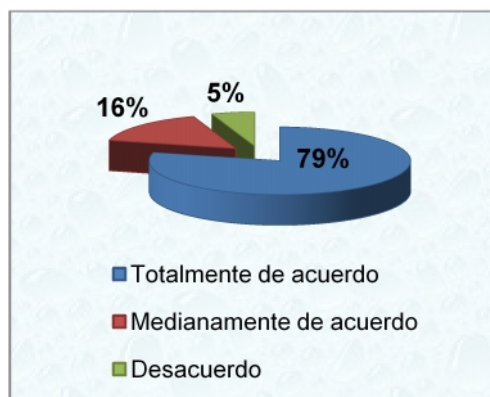
13.- ¿Estaría dispuesto a adquirir carne de pavo troceada en forma permanente?

**CUADRO N° 3. 15**  
**IMBABURA: ACEPTACIÓN DEL PRODUCTO**

OPCIONES	f	%
Totalmente de acuerdo	15	78,94
Medianamente de acuerdo	3	15,79
Desacuerdo	1	5,27
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta Supermercados y Tiendas. Diciembre de 2010.

**Elaborado por:** La Autora



### **Análisis:**

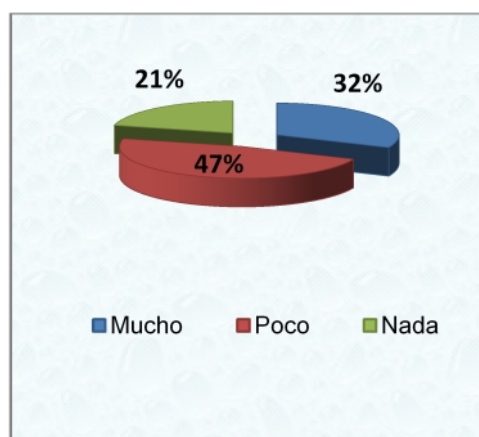
Las encuestas demuestran que las tiendas y supermercados estarían dispuestos a adquirir carne de pavo siempre y cuando este se ofrezca en forma troceada y de calidad; ya que el consumidor tendría la posibilidad de escoger de acuerdo a su necesidad. Por otra parte esta forma de expender el producto favorece al consumidor en cuanto al precio ya que adquirir un pavo entero resulta restrictivo por su elevado costo. Además esta sería una manera de incentivar su consumo, ya que se trata de un producto con un alto valor nutritivo.

#### 14.- ¿Aplica con frecuencia promociones?

**CUADRO N° 3. 16**  
**IMBABURA: PROMOCIONES**

OPCIONES	f	%
Mucho	6	31,58
Poco	9	47,37
Nada	4	21,05
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta Supermercados y Tiendas. Diciembre de 2010.  
**Elaborado por:** La Autora



#### **Análisis:**

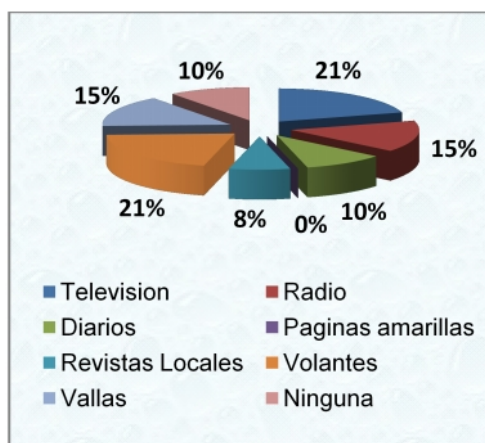
A partir de los datos obtenidos se observa que la mayoría de encuestados realizan muy poca promoción, debido a la falta de recursos económicos que les permita crecer en el negocio y usarla como una estrategia de mercado que ayude a incrementar sus ingresos. Además por ser un producto casi exclusivo de temporada navideña se considera poco factible el invertir en promoción.

15.- ¿Cuáles de los siguientes medios de comunicación utiliza para dar a conocer los productos?

**CUADRO N° 3. 17  
IMBABURA: PUBLICIDAD**

OPCIONES	f	%
Televisión	8	20,51
Radio	6	15,38
Diarios	4	10,26
Páginas amarillas	0	0
Revistas Locales	3	7,69
Volantes	8	20,51
Vallas	6	15,38
Ninguna	4	10,26
<b>Total</b>	<b>39</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta Supermercados y Tiendas. Diciembre de 2010.  
Elaborado por: La Autora



**Análisis:**

Según los resultados se determina que entre los medios de comunicaciones más utilizadas para dar a conocer el producto y de mayor aceptación por parte del público se encuentran: televisión y volantes; seguidos de radio y vallas publicitarias; diarios y revistas, mientras que algunos negocios optan por no utilizar ninguna estrategia de publicidad por falta de recursos económicos.

### **3.2.2. RESULTADOS DE ENTREVISTAS A PRODUCTORES**

#### **ENTREVISTA REALIZADA A:**

**Dr. Wilson Báez Ortiz ADMINISTRADOR DE PRONACA COTACACHI**

**1.- ¿Hace qué tiempo funciona la empresa?**

La empresa funciona desde el año 1.990, es decir 20 años.

**2.- ¿Qué tipo de pavos maneja el plantel avícola y por qué?**

En la granja se maneja pavos para carne como Hybrid, porque estos pavos son más eficientes para convertir el alimento en carne.

**3.- ¿Cuántos galpones tiene y cuál es la capacidad instalada?**

La Granja Pronaca Cotacachi tiene 12 galpones y la capacidad total es de 60.000 pavos.

**4.- ¿Cuál es el grado de mortalidad en la producción de pavos de carne?**

El porcentaje de mortalidad varía desde un 3% a un 5%.

**5.- ¿Cuál es nivel de producción y venta mensual?**

Pronaca Cotacachi tiene una producción al año de 100.000 pavos, los mismos que son entregados en pie a la planta de procesamiento ubicada en Yarukí; para luego ser distribuidos. El 20% de la producción se destina a diferentes ciudades de enero a noviembre. Para la provincia de Imbabura se destina el 7%, es decir, 1.400 pavos; para cubrir los meses antes señalados.

**6.- ¿Cuál es el nivel de producción y ventas por temporada navideña?**

De la producción al año que es de 100.000 pavos, el 80% se destina para época navideña; producción que es distribuida en diferentes provincias. A

Imbabura le corresponde un 11% de esta producción; es decir 8.800 pavos.

**7.- ¿Cuál es el consumo per cápita de carne de pavo?**

El consumo per cápita de carne de pavo es de 0.6 kilogramos al año.

**8.- Aproximadamente ¿cuál es el precio de venta del kilo?**

En pie a \$2.00 por kilo de peso, en el caso de Pronaca Cotacachi que solo se dedica a la crianza, engorde y venta en pie a la planta de proceso.

El precio del pavo faenado está entre \$3.35 a \$3.40 por kilo.

**9.- ¿En qué mercado ubica el producto?**

En el Ecuador Pronaca ocupa el 60% en la producción de pavos, característica que le ha llevado a tener una gran participación en el mercado de algunas ciudades como: Guayaquil, Quito, Santo Domingo de los Colorados, Cuenca, Porto Viejo e Imbabura.

**10.- ¿Realiza importaciones para cubrir la demanda de este producto?**

No, porque trata de cubrir las ventas con su propio producto.

**11.- ¿Cuál es el principal problema que actualmente tiene la producción y comercialización de carne de pavo?**

En la producción el principal problema es que en el Ecuador no existen ni reproductoras ni incubadoras para conseguir a los pavitos bb por lo que son importados de Perú, Chile, Estados Unidos.

En cuanto a la comercialización, en el Ecuador no existe una cultura de consumo permanente como en otros países, por lo que se ha convertido en un producto de temporada.

## **ENTREVISTA REALIZADA A:**

**Dr. Juan Ríos GERENTE DE PRODUCCIÓN GRUPO ORO**

### **1.- ¿Hace qué tiempo funciona la empresa?**

La empresa funciona aproximadamente desde hace 10 años.

### **2.- ¿Qué tipo de pavos maneja el plantel avícola y por qué?**

Grupo Oro maneja los pavos de raza BUTA-HYBRYD, porque son aves propias para la producción de carne.

### **3.- ¿Cuántos galpones tiene y cuál es la capacidad instalada?**

A nivel del país, Grupo Oro cuenta con una Granja denominada Gaviota ubicada en San Vicente de Pusir de la provincia del Carchi. Dicha granja cuenta con 10 galpones cuya capacidad instalada total es de 60.000 pavos.

### **4.- ¿Cuál es el grado de mortalidad en la producción de pavos de carne?**

El porcentaje de mortalidad es de un 5%.

### **5.- ¿Cuál es nivel de producción y venta mensual?**

Grupo Oro tiene una producción de 60.000 pavos al año. De esta producción el 10%, es decir 6.000 pavos se distribuye a ciertos lugares del país de enero a noviembre. Para Imbabura de este porcentaje le corresponde un 3%, es decir 180 pavos para cubrir los meses indicados.



**6.- ¿Cuál es el nivel de producción y ventas por temporada navideña?**

Del total de producción al año que es de 60.000 pavos, el 90%, es decir, 54.000 pavos se destinan para época navideña, los mismos que son vendidos a diferentes ciudades como Quito, Guayaquil, entre otras. De esta cantidad a Imbabura le corresponde un 5%, es decir 2.700 pavos

**7.- Aproximadamente ¿cuál es el precio de venta del kilo?**

El precio de venta es de \$3.60 por kilo.

**8.- ¿En qué mercado ubica el producto?**

El producto de Grupo Oro se ubica en el mercado nacional. Las ciudades de mayor acogida son Quito y Guayaquil durante todo el año. Imbabura de enero a noviembre representa el 3% de participación en el mercado; mientras que en diciembre el 5%.

**9.- ¿Realiza importaciones para cubrir la demanda de este producto?**

No, porque la empresa no contempla importaciones dentro de sus operaciones para cubrir la demanda.

**10.- ¿Cuál es el principal problema que actualmente tiene la producción y comercialización de carne de pavo?**

Los problemas que se presentan entre otros son:

- No se puede criar todo el año.
- Los pavos de mayor peso no se pueden vender.
- Por dificultades económicas el consumidor no lo adquiere.

### 3.3. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

Actualmente en la llamada producción industrial del pavo (*Meleagris gallopavo*) ya no se habla de razas, sino de cruzamientos o de “híbridos comerciales”. Estos híbridos comerciales son el producto de cruces entre dos o más líneas diferentes; dando como resultado lo que se denomina como “vigor híbrido”, mediante el cual la generación comercial tiene características económicas superiores al promedio de las variedades originales (número de pavitos al nacimiento, peso corporal, velocidad de crecimiento, etc.).

En cuanto a las características generales, la mayoría de los pavos son de plumaje blanco y se les denomina como pavos de “doble pechuga”, pueden ser clasificados como: pesados, medianos y ligeros.

Los pavos alcanzan un peso óptimo de faena entre las 12 y las 13 semanas, cuando oscila en los 10 kg. En el caso de los machos criados hasta las 20 semanas, se logran pesos superiores a los 15 kg. adecuados para el consumo en restaurantes y hoteles o para ser troceados o embutidos.

Comercialmente, el pavo es un ave muy redituable, ya que su pechuga representa el 33% del peso del animal, mientras que en el caso del pollo la misma alcanza como máximo un 20%.

La carne de pavo en lo referente a la composición nutricional, es considerada como un alimento de gran valor nutritivo, por poseer una excelente fuente de proteínas, vitaminas del grupo del complejo B y el ácido fólico y de minerales como fósforo, potasio, magnesio, hierro y zinc. Además su carne contiene grasa insaturada, conocida también como grasa buena que ayuda a prevenir problemas del corazón.

A continuación se presenta el siguiente cuadro comparativo:

**CUADRO N° 3. 18**  
**DETALLE COMPARATIVO ENTRE LA CARNE DE PAVO CON LA**  
**CARNE DE POLLO Y CHANCHO**

<b>BASADO EN 100 g. DEL PRODUCTO</b>	<b>PAVO</b>	<b>POLLO</b>	<b>CHANCHO</b>
Energía	150	161	320
Agua	66,4	66,2	50
Proteínas	29,1	26,4	23,7
Lípidos	3,8	6,2	25,1
Ácidos Saturados	1,32	1,95	9,14
Ácidos Monoinsat.	0,97	2,65	11,45
Ácidos Poliinsat.	1,25	1,23	2,59
Colesterol	75	90	95
Sodio	63	80	69
Potasio	305	300	324
Fósforo	217	200	207
Calcio	17	12	9
Hierro	1,3	1,3	1,2
Retinol	0,01	7	0,01
Carotenoides	0,01	0,01	0,01
Tiamina	0,07	0,07	0,64
Riboflavina	0,2	0,17	0,3
B6	0,4	0,44	0,36
B12	1,2	0,3	0,9
Vitamina C	0	0	0,2
Vitamina D	0,01	0,2	0,01
Vitamina E	0,01	0,2	0,03

**Fuente:** <http://nutrición.nichese.com>

**Elaborado por:** La Autora

De acuerdo al análisis realizado por la Doctora Victoria Pérez, Especialista en Gerencia y Planificación Estratégica en Salud, en lo referente al valor nutricional, la carne de pavo y la carne de pollo son similares, mientras que la carne de chancho posee ciertas características que deben ser consideradas para ser consumida.

La carne de pavo es apta para el consumo de toda persona, debido a sus propiedades como: alta en proteínas y baja en grasa, alta en fósforo y

calcio y baja en sodio; razones por las que se recomienda utilizarla dentro de la alimentación.

**SÁNCHEZ, Cristian; 2005, señala: “Del pavo como materia prima principal se puede obtener otros derivados cárnicos como; jamón, pechuga, entre otros. Las plumas también se consideran como otro subproducto dentro de la industria avícola ya que pueden ser aprovechadas para la fabricación de ropas de cama; por su color, forma, tamaño y peculiaridad se pueden utilizar para fines decorativos; además se puede obtener harina de plumas, considerada como un producto apto y sustancioso para el ganado y aves. Tanto las plumas como el excremento se pueden emplear como abono, el mismo que es recomendable para la obtención de productos libres de químicos”. (Pág. 120)**

El presente proyecto pretende ofrecer un producto de calidad, con excelente sabor sin afectar el aporte nutricional que proporciona como tal y sobre todo dar opción a que el consumidor pueda escoger; ya que se ofrecerá faenados en cortes.

#### **3.4. SEGMENTACIÓN DE MERCADO**

La segmentación de mercado tiene como propósito identificar a los posibles consumidores que demandan carne de pavo; para lo cual se ha efectuado un estudio sistemático encaminado a establecer los requerimientos de este mercado. La propuesta de la microempresa es constituirse como proveedor permanente a través de presentaciones del producto donde el consumidor tenga opción de escoger de acuerdo a su necesidad.

Para la segmentación del mismo se ha considerado las siguientes variables:

### **3.4.1. Segmentación Geográfica**

Por la cercanía que tiene el Sector Pucahuayco a los cantones de Imbabura, la población objetivo son los distribuidores de Ibarra, Otavalo, Antonio Ante y Cotacachi.

### **3.4.2. Segmentación Demográfica**

“Esta carne es recomendable para toda la población y prácticamente se puede incluir en todo tipo de dietas, es ideal para deportistas, personas mayores y para niños; debido a su bajo contenido calórico y composición grasa. Las únicas personas que deben moderar su consumo son aquellas que tengan el ácido úrico elevado”. (<http://www.cuidadodelasalud.com>)

### **3.4.3. Segmentación Conductual**

Por ser una carne nutritiva la actitud de aceptación sobre el producto es alta, ya que brinda beneficios para la salud y las formas de presentación a ofertar se consideran un punto favorable para su consumo.

## **3.5 ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA OFERTA**

### **3.5.1. OFERTA ECUATORIANA**

Según CONAVE (Corporación Nacional de Avicultores), la producción de pavos se ha ido incrementando poco a poco, así como también su consumo por tratarse de un producto muy nutritivo, lo que ha provocado a que no sea solamente de consumo exclusivo de navidad, sino que también de consumo a lo largo de todo el año, especialmente en cortes para sánduches y restaurantes aunque en menor proporción.

El mercado nacional cuenta con cinco empresas productoras: Pronaca, Grupo Oro, Avícola Fernández la única de Guayaquil, Avitalisa y Profasa.

Sin embargo dicha producción no solo se efectúa en las grandes empresas, sino que también existen criaderos caseros, mismos que no aparecen en las estadísticas debido a su baja producción.

A continuación se presenta la oferta de carne de pavo en el Ecuador:

**CUADRO Nº 3. 19**  
**ECUADOR: OFERTA DE CARNE DE PAVO**

AÑO	SALDO INICIAL	PRODUCCIÓN NACIONAL	IMPORTACIÓN DE PAVO CONGELADO	TOTAL DISPONIBLE
	TM	TM	TM	TM
2.006		5.081	1.369	6.450
2.007	250	5.709	1.536	7.495
2.008	600	6.027	1.381	8.008
2.009	700	6.434	893	8.027
2.010*	400	7.612	200	8.212

**Fuente:** CONAVE. \*Estimación.

**Elaborado por:** La Autora

Como se puede observar, a partir del año 2.006 la producción nacional se ha ido incrementando progresivamente, lo que favorece a productores, consumidores y productores de maíz y soya ecuatorianos. Sin embargo, la importación de pavos para cubrir el déficit de producción interna, del 2.006 al 2.008 reflejan cifras significativas; dichas importaciones se obtienen del Perú, Estados Unidos y Canadá. Para el 2.009 la importación disminuye, debido a lo establecido por el COMEXI (Consejo de Comercio Exterior e Inversiones), reducción que tiene como fin proteger la producción local y priorizar el consumo nacional.

### **3.5.2. OFERTA ACTUAL EN IMBABURA**

Según información del Dr. Jorge Rosero Director de Agrocalidad de Imbabura, la producción de pavos en la provincia de Imbabura está representada por PRONACA Cotacachi. Además en la provincia del Carchi se encuentra la Granja denominada Gaviota, perteneciente al

Grupo Oro; la misma que está ubicada en San Vicente de Pusir. Dicho plantel se ha considerado por estar cerca a Imbabura.

A continuación se detalla la producción de las dos granjas:

**CUADRO N° 3. 20  
PRODUCCIÓN DE PAVOS PRONACA COTACACHI AÑO 2.010**

<b>PRONACA AÑO 2.010</b>	Producción Total en unidades	100.000
	20% de Producción (enero-noviembre)	20.000
	80% de Producción (diciembre)	80.000
	7% para Imbabura (enero-noviembre)	1.400
	11% para Imbabura (diciembre)	8.800
	<b>TOTAL OFERTA PARA IMBABURA</b>	<b>10.200</b>

**Fuente:** Entrevista Pronaca Cotacachi

**Elaborado por:** La Autora

A partir de los datos señalados, se puede apreciar que Pronaca Cotacachi tiene una producción total al año de 100.000 pavos. De esta cantidad un 20%, es decir, 20.000 pavos se destina a diferentes lugares del país de enero a noviembre. A Imbabura le corresponde un 7% de esta cantidad es decir 1.400 pavos durante estos meses. Para el mes de diciembre dicha granja destina el 80%, es decir, 80.000 pavos a varios lugares; de los cuales el 11% le corresponde a Imbabura, es decir, 8.800 pavos. Por lo que se puede concluir que la producción de Pronaca Cotacachi para Imbabura es de 10.200 pavos.

**CUADRO N° 3. 21  
PRODUCCIÓN DE PAVOS GRUPO ORO AÑO 2.010**

<b>GRUPO ORO AÑO 2.010</b>	Producción Total en unidades	60.000
	10% de Producción (enero-noviembre)	6.000
	90% de Producción (diciembre)	54.000
	3% para Imbabura (enero-noviembre)	180
	5% para Imbabura (diciembre)	2.700
	<b>TOTAL OFERTA PARA IMBABURA</b>	<b>2.880</b>

**Fuente:** Entrevista Pronaca Cotacachi

**Elaborado por:** La Autora

Aquí se observa que Grupo Oro tiene menor nivel de producción que Pronaca Cotacachi. Su producción anual es de 60.000 pavos. Un 10% lo destina de enero a noviembre a ciertas ciudades, es decir 6.000 pavos. A Imbabura le corresponde durante estos meses un 3%, es decir 180 pavos. En el mes de diciembre destina un 90% de su producción igualmente a diferentes lugares, es decir 54.000 pavos. Para Imbabura destina un 5% cuyo valor es de 2.700 pavos; por lo que se puede deducir que Grupo Oro cubre a la provincia de Imbabura con 2.880 pavos.

En conclusión se señala que la oferta entre las dos granjas destinada a Imbabura es de 13.080 pavos.

### **3.5.3. PROYECCIÓN DE LA OFERTA (NACIONAL)**

Para calcular la proyección de la oferta nacional en primer lugar se procedió a calcular la tasa de crecimiento, utilizando información del registro histórico de la oferta de carne de pavo del Ecuador a partir del año 2.006; la misma que se transformó a kilogramos por su presentación en toneladas métricas.

En este caso el total de la oferta de carne de pavo presente en el Ecuador, está conformada por la suma de: un saldo inicial, producción nacional y la importación de pavo congelado; de acuerdo al detalle presentado en el cuadro N° 3.19. Los cálculos se detallan en el anexo D, numeral 1.

Los resultados quedan de la siguiente manera:



**CUADRO N° 3. 22  
CÁLCULO DE LA TASA DE CRECIMIENTO**

<b>AÑO</b>	<b>SALDO INICIAL</b>	<b>PRODUCCIÓN NACIONAL</b>	<b>IMPORTACIÓN DE PAVO CONGELADO</b>	<b>TOTAL DISPONIBLE</b>	<b>TASA DE CRECIMIENTO <math>i=(Q2/Q1)-1</math></b>
	TM	TM	TM	TM	
2.006		5.081	1.369	6.450	
2.007	250	5.709	1.536	7.495	0,16201550
2.008	600	6.027	1.381	8.008	0,06844563
2.009	700	6.434	893	8.027	0,00237263
2.010*	400	7.612	200	8.212	0,02304722
<b>Sumatoria</b>					<b>0,25588098</b>
<b>Nº de años</b>					<b>4</b>
<b>Tasa de crecimiento promedio</b>					<b>6,40%</b>

**Fuente:** Anexo D  
**Elaborado por:** La Autora

#### **3.5.4. PROYECCIÓN DE LA OFERTA NACIONAL MEDIANTE MÉTODOS MATEMÁTICOS**

La proyección de la oferta nacional se realizó mediante métodos matemáticos como: fórmula del monto, método lineal, método parabólico y método exponencial.

A continuación se presenta el cuadro comparativo de la proyección de la oferta nacional mediante los métodos empleados:

**CUADRO N° 3. 23**  
**PROYECCIÓN DE LA OFERTA NACIONAL MEDIANTE MÉTODOS**  
**MATEMÁTICOS**

<b>AÑOS</b>	<b>FÓRMULA DEL MONTO</b>	<b>MÉTODO LINEAL</b>	<b>MÉTODO PARABÓLICO</b>	<b>MÉTODO EXPONENCIAL</b>
2.011	8'737.568	8'855.200	7'748.199	8'979.240
2.012	9'296.772	9'260.800	7'046.798	9'488.456
2.013	9'891.766	9'666.400	6'029.111	10'026.551
2.014	10'524.839	10'072.000	4'695.138	10'595.161
2.015	11'198.428	10'477.600	3'044.879	11'196.017
2.016	11'915.128	10'883.200	1'078.334	11'830.948
<b>TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO</b>	<b>6.40%</b>	<b>4.21%</b>	<b>-32.59%</b>	<b>5.67%</b>

Fuente: Anexo D

Elaborado por: La Autora

Luego del análisis de los métodos de proyección señalados, a partir del registro histórico de la oferta nacional, se determina que el método para calcular la proyección a nivel del país es el exponencial; ya que la tasa de crecimiento obtenida es del 5.67%, la misma que se aproxima más a la tasa de crecimiento observada en la serie histórica (6.40%).

Los métodos lineal y parabólico se descartan, debido a que las tasas de crecimiento 4.21% y -32.59% respectivamente, no se ajustan al comportamiento de la tendencia histórica; observándose que las tasas de crecimiento futuro no son alentadoras para alcanzar un buen desarrollo de la oferta de carne de pavo.

Los cálculos de los métodos descartados (lineal y parabólico), se registran en el Anexo D, numeral 2; mientras que los cálculos de la proyección de la oferta nacional mediante el método exponencial se puntualizan a continuación:

La fórmula y ecuaciones en el método exponencial son:

**FÓRMULA:**

$$y = a (b)^x$$

**ECUACIONES:**

- 1)  $\sum \log y = n \log a + \sum x \log b$
- 2)  $\sum \log y(x) = \sum x \log a + \sum x^2 \log b$

**CUADRO Nº 3. 24  
CÁLCULO DEL MÉTODO EXPONENCIAL**

AÑOS	x	y	x <sup>2</sup>	log. Y	(x)(log. y)
2.006	1	6´450.000	1	6,809559715	6,809559715
2.007	2	7´495.000	4	6,874771637	13,74954327
2.008	3	8´008.000	9	6,903524064	20,711057219
2.009	4	8´027.000	16	6,904553263	27,61821305
2.010	5	8´212.000	25	6,914448941	34,5722447
	<b>15</b>	<b>38´192.000</b>	<b>55</b>	<b>34,40685762</b>	<b>103,4601329</b>

$$1) \sum \log y = n \log a + \sum x \log b \qquad 2) \sum \log y(x) = \sum x \log a + \sum x^2 \log b$$

$$34,40685762 = (5) \log. a + (15) \log. b \qquad 103,4601329 = (15) \log. a + (55) \log. b$$

**Unión de ecuaciones 1 y 2:**

$$1) 34,40685762 = (5) \log. a + (15) \log. b \quad (-3)$$

$$2) \underline{103,4601329 = (15) \log. a + (55) \log. b}$$

$$1) - 103,2205729 = -15 \log. a - 45 \log. b$$

$$2) \underline{103,4601329 = 15 \log. a + 55 \log. b}$$

$$0,23956 = 10 \log. b$$

$$\log. b = 0,23956/10$$

$$\log. b = 0,023956$$

$$b = \text{Anti log. } 0,023956$$

$$b = 1,056710445$$

**Identificado el valor de b se sustituye en la ecuación 1:**

$$1) 34,40685762 = (5) \log. a + (15) \log. b$$

$$34,40685762 = (5) \log. a + (15) (0,023956)$$

$$34,40685762 = (5) \log. a + 0,35934$$

$$\log. a = 34,04751762/5$$

$$\log. a = 6,809503524$$

$$a = \text{Anti log. } 6,809503524$$

$$a = 6^{449.166}$$

Identificados los valores de a y b se procede a calcular la proyección de la oferta para cinco años a partir del año 2.011 al 2.016.

**CUADRO N° 3. 25**  
**PROYECCIÓN DE LA OFERTA NACIONAL**  
 $y = a (b)^x$

<b>AÑOS</b>	<b>a</b>	<b>b</b>	<b>x</b>	<b>b<sup>x</sup></b>	<b>PROYECCIÓN EN Kg.</b>
2.011	6´449.166	1,056710445	6	1,392310189	8´979.240
2.012	6´449.166	1,056710445	7	1,471268719	9´488.456
2.013	6´449.166	1,056710445	8	1,554705023	10´026.551
2.014	6´449.166	1,056710445	9	1,642873037	10´595.161
2.015	6´449.166	1,056710445	10	1,736041097	11´196.017
2.016	6´449.166	1,056710445	11	1.834492761	11´830.948
					<b>62´116.373</b>

Cálculo de la tasa de crecimiento de los datos proyectados:

$$i = \sqrt[n-1]{Pn/Po} - 1$$

$$i = ( \sqrt[5]{11\ 830.948/8\ 979.240} ) - 1$$

$$i = 0.056710427$$

$$i = 5.67\%$$

### 3.5.5. PROYECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN EN IMBABURA

Antes de proyectar la oferta de pavos de carne para Imbabura, es necesario calcular la Producción de Pronaca Cotacachi y Grupo Oro año 2.010 en kilogramos; ya que la misma está presentada en unidades, según se indica en los Cuadros N° 3.20 y N° 3.21. Para este cálculo se considera el peso promedio del pavo de 10 Kg. dato obtenido del trabajo de campo realizado en estas dos granjas.

- **Cálculo para obtener la producción en kilogramos:**

**CUADRO Nº 3. 26  
PRODUCCIÓN DESTINADA A IMBABURA AÑO 2.010**

<b>GRANJAS</b>	<b>PRODUCCIÓN EN UNIDADES AÑO 2.010</b>
Pronaca Cotacachi	10.200
Grupo Oro	2.880
<b>TOTAL</b>	<b>13.080</b>

**Fuente:** Entrevista a Pronaca Cotacachi y Grupo Oro  
**Elaborado** por: La Autora

- 13.080 pavos \* 10 Kg = 130.800 Kg

- **Cálculo de la proyección de la oferta**

Para poder determinar la oferta futura local, se aplicó la tasa de crecimiento a nivel del país del 5.67%, obtenida mediante el método exponencial. Se emplea esta tasa ya que no se cuenta con un registro histórico de producción de pavos a nivel de la provincia de Imbabura.

Tomando como base el año 2.010 y utilizando dicha tasa se procede a realizar las proyecciones para los próximos años, aplicando la siguiente fórmula:

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

**Donde:**

**C<sub>n</sub>** = Oferta futura

**C<sub>o</sub>** = Oferta inicial

**i** = Tasa de crecimiento

**n** = Año proyectado

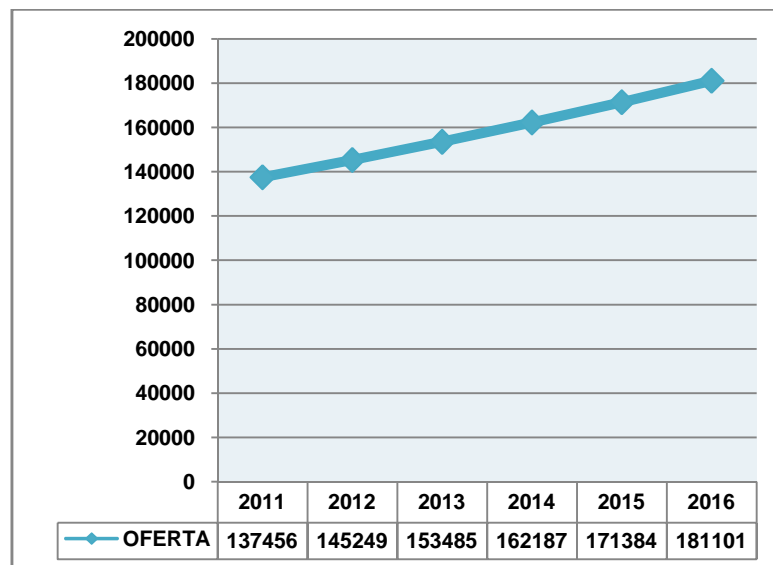
**CUADRO N° 3. 27**  
**IMBABURA: PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE PAVOS**

AÑOS	PROYECCIÓN EN Kg.	PROYECCIÓN EN UNIDADES DE 10 Kg.
2.011	137.456	13.745
2.012	145.249	14.525
2.013	153.485	15.348
2.014	162.187	16.219
2.015	171.384	17.138
2.016	181.101	18.110

Elaborado por: La Autora

### 3.5.5.1 Representación Gráfica de la Oferta Futura

**GRÁFICO N° 3. 1**  
**OFERTA FUTURA DE PAVOS**



Elaborado por: La Autora

### 3.6. ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

#### 3.6.1. DEMANDA ACTUAL

La demanda de carne de pavo últimamente refleja una tendencia creciente, debido a que ha logrado una gran aceptación en el mercado. Por sus beneficios nutricionales y por ser apta para toda persona, ha pasado a ser consumida en el transcurso de todo el año aunque en menor porcentaje y no solamente en navidad. Según información de PRONACA COTACACHI, el consumo per cápita es de 0.6 kilogramos por persona al año, de acuerdo a lo señalado en la entrevista realizada.

A continuación se presenta la demanda de carne de pavo a nivel de la provincia de Imbabura, estableciendo una relación entre el consumo per cápita y el número de habitantes estimados según el último censo de noviembre del 2.010; información obtenida en el mes de marzo del 2.011.

**CUADRO Nº 3. 28**  
**DEMANDA DE CARNE DE PAVO EN IMBABURA AÑO 2010**

CANTÓN	POBLACIÓN	CONSUMO PERCÁPITA EN Kg.	CONSUMO EN IMBABURA EN Kg.
Ibarra	174.796	0,6	104.877,60
Otavalo	102.852	0,6	61.711,20
Cotacachi	42.478	0,6	25.486,80
Antonio Ante	41.117	0,6	24.670,20
			<b>216.745,80</b>

**Fuente:** INEC, datos preliminares de la población marzo del 2.011  
**Elaborado por:** La Autora

#### 3.6.2. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EN IMBABURA

Para calcular la proyección de la demanda de carne de pavo se consideró la información publicada el 13 de octubre del 2.008 que señala:



“El consumo de carne de pavo ha crecido en el Ecuador, específicamente en diciembre. Según Mauricio Larrea, Gerente de Ventas de Grupo Oro, el pavo se ha institucionalizado en el país, logrando un crecimiento de entre el 7% y el 8%, cada año”. (<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador>).

Por no existir un registro histórico de la demanda en el ámbito local, se realiza la proyección considerando la tasa de crecimiento promedio señalada en el párrafo anterior; obteniendo como resultado el 7.5%.

La demanda en Imbabura año 2.010 de acuerdo a Cuadro N° 3.28 es de 216.745.80 Kg.

Identificada la tasa de crecimiento y la demanda se realiza las proyecciones para los próximos años empleando la fórmula siguiente:

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

**Donde:**

**C<sub>n</sub>** = Demanda futura

**C<sub>o</sub>** = Demanda inicial

**i** = Tasa de crecimiento

**n** = Año proyectado

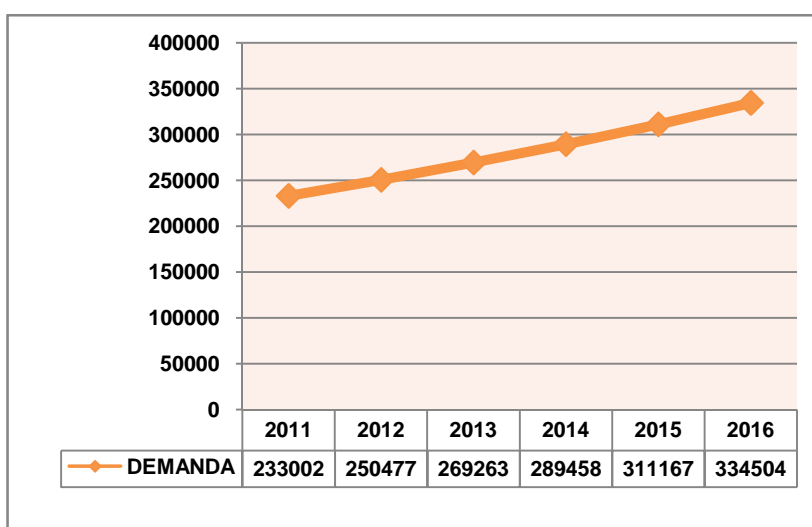
**CUADRO N° 3. 29**  
**IMBABURA: DEMANDA PROYECTADA DE PAVOS**

<b>AÑOS</b>	<b>PROYECCIÓN EN Kg.</b>	<b>PROYECCIÓN EN UNIDADES DE 10 Kg.</b>
2.011	233.002	23.300
2.012	250.477	25.048
2.013	269.263	26.926
2.014	289.458	28.946
2.015	311.167	31.116
2.016	334.504	33.450

Elaborado por: La Autora

### 3.6.2.1 Representación Gráfica de la Demanda Futura

**GRÁFICO N° 3. 2**  
**DEMANDA FUTURA DE PAVOS**



Elaborado por: La Autora

De acuerdo a la gráfica, se puede observar que la proyección de la demanda en los diferentes años tiene un incremento de 7.5%, lo cual constituye un punto positivo de la propuesta.

### 3.6.3. BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA

Para calcular la demanda insatisfecha se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{Demanda Insatisfecha} = \text{Demanda} - \text{Oferta}$$

**CUADRO N° 3. 30**  
**BALANCE OFERTA – DEMANDA DE PAVOS DE CARNE**

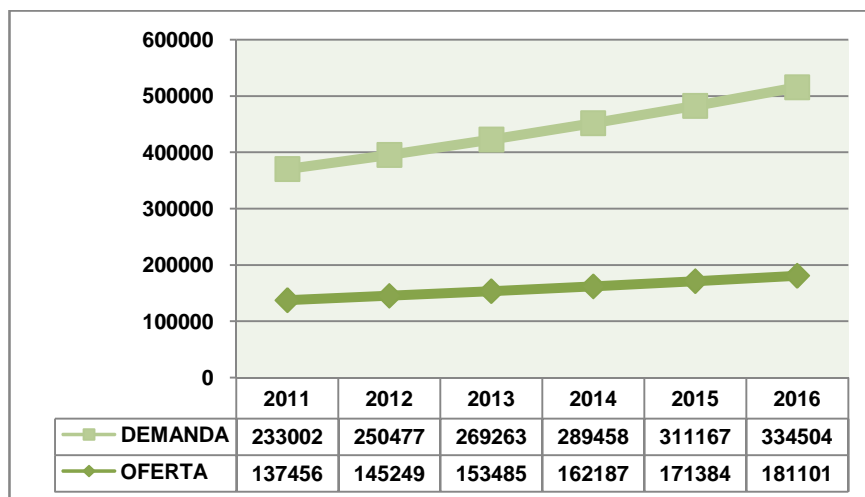
AÑOS	OFERTA EN Kg.	DEMANDA EN Kg.	DEMANDA INSATISFECHA EN Kg.	DEMANDA INSATISFECHA EN UNIDADES DE 10 Kg.
2.011	137.456	233.002	-95.546	-9.555
2.012	145.249	250.477	-105.228	-10.523
2.013	153.485	269.263	-115.778	-11.578
2.014	162.187	289.458	-127.271	-12.727
2.015	171.384	311.167	-139.783	-13.978
2.016	181.101	334.504	-153.403	-15.340

Elaborado por: La Autora

En el Balance Oferta - Demanda se puede apreciar que existe demanda insatisfecha para los cinco años en el mercado local, a pesar de que la proyección de la oferta es creciente no logra cubrir el consumo, por lo que su déficit es notorio. De ahí que considerando que la proyección de la demanda presenta una tendencia creciente positiva se justifica el futuro y la factibilidad del proyecto.

### 3.6.3.1 Representación Gráfica del Balance Oferta – Demanda

**GRÁFICO Nº 3. 3  
BALANCE OFERTA – DEMANDA**



Elaborado por: La Autora

## 3.7. ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE PRECIOS

### 3.7.1. PRECIOS ACTUALES

Para conocer los precios actuales de los productos de la carne de pavo que se distribuyen en la provincia de Imbabura se ha realizado una observación directa, acudiendo a diferentes locales como Supermaxi, Frigo Express, Akí, entre otros, donde se obtuvo la siguiente información:

**CUADRO N° 3. 31  
MARCAS Y PRECIO DEL KILOGRAMO**

MARCA	PRECIO DEL KILO
Oro	3,48
Supermaxi	3,45
Mr. Pavo	3,65
San Francisco	3,39
Americano	6,52
<b>SUMATORIA</b>	<b>20,49</b>
<b>PRECIO PROMEDIO</b>	<b>4,098</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 3. 32  
PRESENTACIÓN EN BANDEJAS Y PRECIO EN KILOGRAMOS**

PRESENTACIÓN	PRECIO DEL KILOGRAMO
Chuleta de pechuga	7,33
Chuleta de pierna	7,33
Filete de pechuga	12,22
Muslo deshuesado	6,82
Pechuga deshuesada	10,96
Pechugas enteras	7,25
Muslos	4,57
Alas	4,43
Piernas	3,96

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La Autora

Con la información recopilada se puede manifestar que el precio del kilogramo de carne de pavo depende de la marca, la presentación, la competencia, entre otros factores que influyen en la oferta. Hay que tomar en cuenta que existe importación como es el caso de la marca denominada Americano, proveniente de Estados Unidos, misma que es

distribuida por Supermaxi; pero como se puede observar tiene un precio significativo.

### 3.7.2. PROYECCIONES DE PRECIO

La proyección de los precios actuales se realizó mediante el empleo del índice inflacionario a diciembre del 2.010 del 3.3%, detallándose de la siguiente manera:

**CUADRO Nº 3. 33  
PROYECCIONES DEL PRECIO EN KILOGRAMOS**

MARCA	PRECIO DEL KILOGRAMO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Oro	3,48	3,59	3,71	3,84	3,96	4,09
Supermaxi	3,45	3,56	3,68	3,80	3,93	4,06
Mr. Pavo	3,65	3,77	3,89	4,02	4,16	4,29
San Francisco	3,39	3,50	3,62	3,74	3,86	3,99
Americano	6,52	6,74	6,96	7,19	7,42	7,67

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO Nº 3. 34  
PROYECCIONES DEL PRECIO POR EL TIPO DE PRESENTACIÓN**

PRESENTACIÓN	PRECIO DEL KILOGRAMO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Chuleta de pechuga	7,33	7,57	7,82	8,08	8,35	8,62
Chuleta de pierna	7,33	7,57	7,82	8,08	8,35	8,62
Filete de pechuga	12,22	12,62	13,04	13,47	13,91	14,37
Muslo deshuesado	6,82	7,05	7,28	7,52	7,77	8,02
Pechuga deshuesada	10,96	11,32	11,70	12,08	12,48	12,89
Pechugas enteras	7,25	7,49	7,74	7,99	8,26	8,53
Muslos	4,57	4,72	4,88	5,04	5,20	5,38
Alas	4,43	4,58	4,73	4,88	5,04	5,21
Piernas	3,96	4,09	4,23	4,37	4,51	4,66

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

### **3.8. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

Según información de CONAVE, el mercado nacional cuenta actualmente con cinco empresas procesadoras de pavos: Pronaca con el 60% de la producción, Grupo Oro con el 13%, Avícola Fernández con el 7%, Avitalsa con el 4%, Profasa con el 3% y la diferencia por criaderos caseros que por su mínima producción no se reflejan en estadísticas.

Tanto criaderos grandes como pequeños, coinciden que con el paso del tiempo este tipo de negocio es más atractivo, por lo que su manejo y niveles de producción se han ido mejorando.

La existencia de la competencia en el mercado avícola, permite de una u otra manera crear salvaguardas que eviten pérdidas en la producción; por lo que se puede decir que la competencia es una guía para mejorar un negocio.

### **3.9. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN**

Identificado el mercado objeto del proyecto, es importante establecer la manera de cómo llegar con el producto, considerando la calidad del mismo y atención pertinente a los posibles consumidores; por lo que en este punto se manejará las siguientes estrategias:

#### **3.9.1. PRODUCTO**

Ofrecer variedad en la presentación del producto es una estrategia decisiva en el proyecto para que el cliente pueda escoger de acuerdo a su necesidad, así como también mantener la calidad y sabor sin afectar el aporte nutricional; por lo que se brindará: pavos troceados como: muslos, alas y pechuga.

Puesto que es un producto ya conocido y de mayor consumo estacional, la variedad en presentación y la oferta permanente será la principal preocupación de manera que se pueda lograr un impulso en la cultura de consumo.

### **3.9.2. MARCA**

La marca en el producto será el elemento clave que permita a los clientes identificarlo con rapidez y saber con exactitud que producto están adquiriendo, facilitando de esta manera su compra.

### **3.9.3. LOGOTIPO**

La imagen que se implementará permitirá representar el prestigio, la confianza y el respaldo que dará al producto que se pretende ofertar.

### **3.9.4. SLOGAN**

En el producto a ofrecer se reflejará una frase la misma que apoyará y reforzará la marca, resaltando las características y el valor del mismo.

#### **ILUSTRACIÓN N° 1 MARCA, LOGOTIPO Y SLOGAN DE LA MICROEMPRESA**

**RiCo PaVo**



**Lo nutritivo sabe mejor**



### **3.9.5. PRECIO**

Para fijar el precio se considerará ciertas variables como: costos de producción y comercialización, las restricciones legales y el precio reflejado en los resultados de las encuestas (competencia).

El precio propuesto estará acorde a los consumidores objetivos y al interés de la microempresa, con el fin de lograr en lo posible no aumentar el precio promedio del producto.

### **3.9.6. PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN**

#### **3.9.6.1. Publicidad**

La difusión del producto se realizará con el propósito de motivar a los posibles clientes hacia una acción de consumo. Se utilizará los siguientes soportes:

**Radio.-** Por tratarse de un medio de gran cobertura, la difusión radial permitirá llegar a más hogares con la información necesaria sobre el valor nutritivo de la carne de pavo y con la dirección exacta donde puedan adquirirlo.

**Hojas Volantes.-** Los puntos estratégicos de entrega serán: calles donde exista una mayor afluencia de personas, patios de comida y en las diferentes cadenas de supermercados y tiendas donde se comercializará el producto. En él se describirá la marca, logotipo, slogan, dirección; así como también el valor nutritivo del producto y de esta manera crear una mentalidad de adquirir productos beneficiosos para la salud.

### 3.9.6.2. Promoción

Se empleará la estrategia de descuento, estará dirigida tanto para intermediarios como para consumidores finales, el mismo que dependerá del volumen de compra.

### 3.9.7. PLAZA O DISTRIBUCIÓN

El producto será distribuido por medio de un canal corto, por tratarse de la etapa de introducción, a través de diferentes cadenas de supermercados y tiendas de los cantones Ibarra, Otavalo, Antonio Ante y Cotacachi; para dar mayor comodidad y un gran alcance a los consumidores.

El diseño del canal de distribución es el siguiente:

#### ILUSTRACIÓN N° 2 CANAL DE DISTRIBUCIÓN



**Elaborado por:** La autora

Es importante indicar que se venderá al por mayor y menor, con el fin de que el consumo siga en aumento.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO**

En esta fase del proyecto se analizó la posibilidad de ofrecer un producto, tomando en consideración la localización, tamaño e ingeniería del proyecto; elementos básicos para la implantación.

La participación de un experto en el tema permitió contar con información orientada a determinar los recursos humanos, materiales tecnológicos y económicos que se deben emplear, es decir, precisar cada una de las etapas a ser consideradas dentro del proceso productivo hasta la obtención del producto terminado destinado para la venta.

#### **4.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

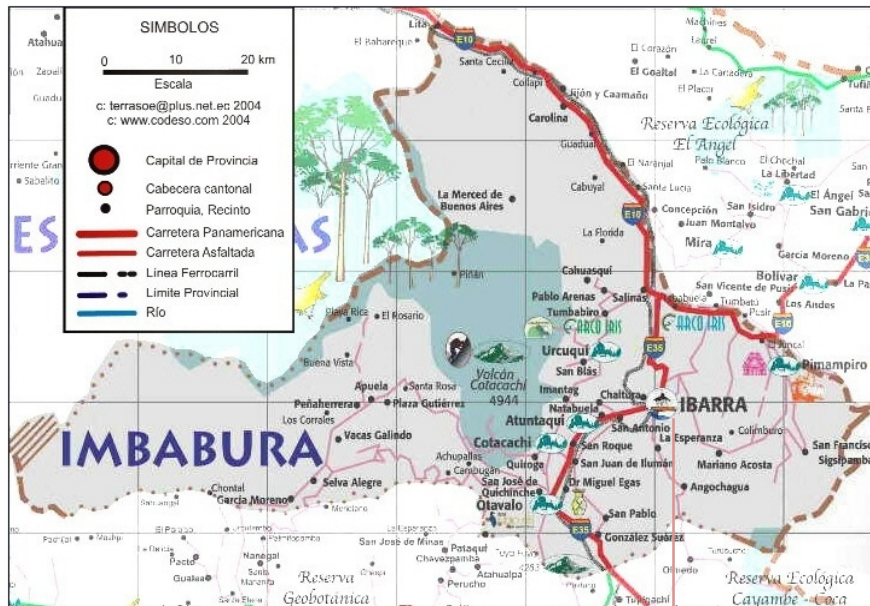
##### **4.1.1. MACROLOCALIZACIÓN**

El proyecto se ubicará en la Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Parroquia San Antonio, Sector Pucahuayco.

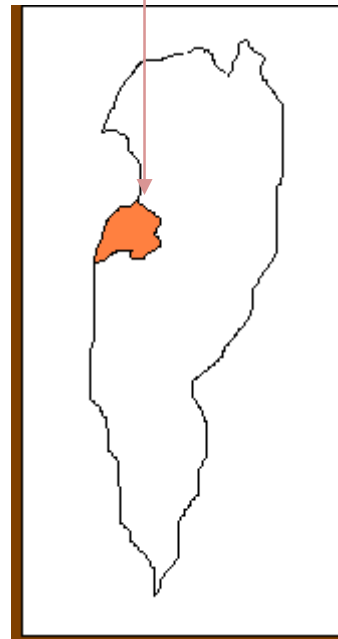
A continuación se presenta el mapa de la Provincia de Imbabura con sus respectivos cantones y el mapa de la Parroquia San Antonio donde se ubica el Sector Pucahuayco.

# GRÁFICO Nº 4. 1 UBICACIÓN DEL SECTOR PUCAHUAYCO

## PROVINCIA DE IMBABURA



### PARROQUIA SAN ANTONIO SECTOR PUCAHUAYCO

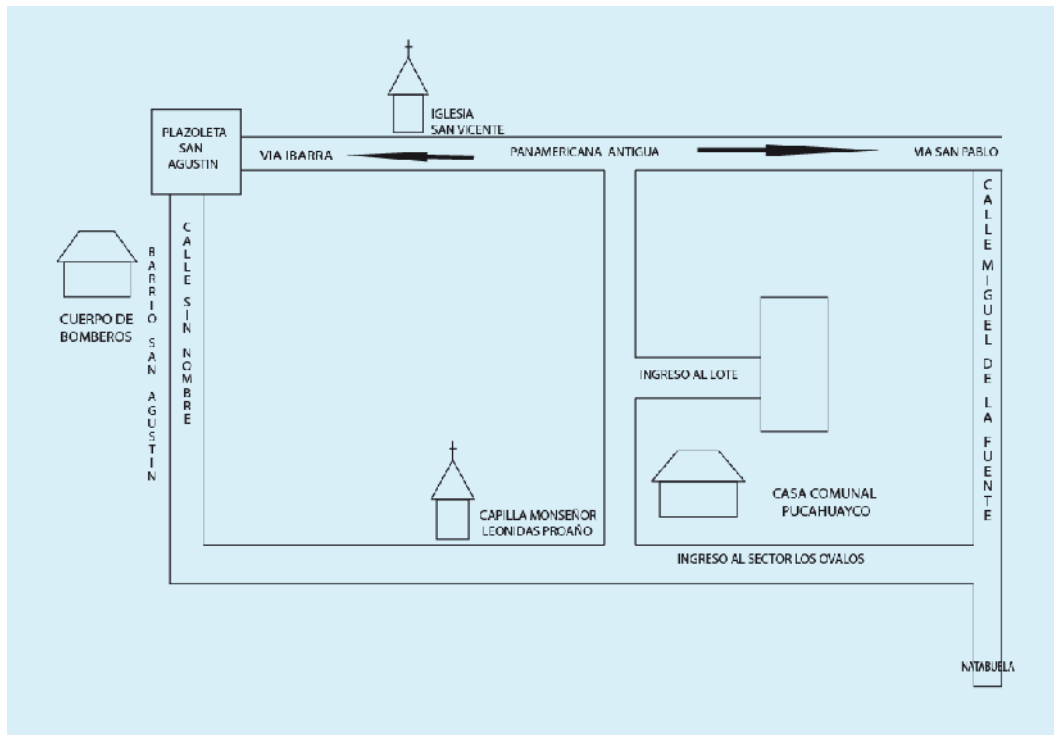


Fuente: Municipio de Ibarra  
Elaborado por: La Autora

#### 4.1.2. MICROLOCALIZACIÓN

Tomando en cuenta que el presente proyecto tiene establecida la microlocalización desde el planteamiento del tema a investigarse; a continuación se presenta el croquis de ubicación:

**GRÁFICO No 4. 2**  
**CROQUIS DE UBICACIÓN DEL PLANTEL AVÍCOLA**



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado por:** La Autora

La ubicación de la microempresa se eligió considerando los siguientes factores:

➤ **Localización**

El plantel avícola se ubicará en este sector, porque no se encuentra dentro del centro urbano; pero existe cercanía a los cantones establecidos como mercados meta que persigue el proyecto.

### ➤ **Vías de Comunicación y Transporte**

Pucahuayco, es de rápido y fácil acceso, gracias a la presencia de la Panamericana Norte y Panamericana Antigua que hacen que se encuentre relacionada con Ibarra y cantones cercanos como: Otavalo, Cotacachi y Antonio Ante; lo que favorecerá la futura comercialización del producto. Por otra parte cuenta con el servicio de transporte interparroquial (Cooperativa San Miguel de Ibarra y 28 de Septiembre) e intercantonal (Cooperativa Imbaburapak).

### ➤ **Servicios Básicos**

En el Sector existe disponibilidad de: servicio de energía eléctrica y agua potable. Además cuenta con servicio telefónico, recolector de basura y agua de riego; elementos fundamentales que ayudarán al desarrollo correcto de las actividades operativas.

### ➤ **Seguridad**

Considerando la seguridad, Pucahuayco se encuentra a pocos minutos de San Agustín, lugar donde se encuentra situada la Estación del Cuerpo de Bomberos.

### ➤ **Factores Ambientales**

El clima templado que posee este lugar facilita la crianza avícola, las estaciones de invierno y verano que se identifican permiten establecer medidas que ayuden a iniciar con éxito la crianza y a prevenir enfermedades que afecten la calidad del ave.

## **4.2. TAMAÑO DEL PROYECTO**

Para establecer el tamaño, se parte del análisis de aspectos que permitan determinar un panorama claro con respecto a si es viable o riesgoso llevar a cabo su implementación. Los aspectos a considerarse son:

### **➤ Demanda**

La demanda es un factor determinante en el tamaño de un proyecto, en este caso, partiendo de los resultados del estudio de mercado si existe demanda insatisfecha para los diferentes años proyectados, por lo que se puede decir que hay una necesidad por cubrir.

Con este análisis se concluye que aunque la demanda potencial insatisfecha no arroja cantidades elevadas, con el paso del tiempo tenderá a incrementarse. Por tal razón, partiendo del año 2012 la microempresa estaría en la capacidad de cubrir un 20% de la demanda insatisfecha determinada en el estudio de mercado.

### **➤ Materia Prima e Insumos**

A nivel del país no existe proveedores directos de pavitos bb, sin embargo, hay distribuidores que se proveen de este producto de países como: Perú Chile y Estados Unidos.

El pavito bb como materia prima básica, en el mercado local se lo puede adquirir a través del Comercial Agrícola RUEDAGRO de la ciudad de Ibarra, que importa pavitos blancos o doble pechuga desde Perú.

En cuanto a alimentación, vacunas y demás implementos para la crianza si se puede adquirir dentro del país.

### ➤ **Recurso Financiero**

Para la gestión y desarrollo del proyecto es fundamental la disponibilidad del recurso financiero. La decisión de operar con capital propio o acceder a un crédito en las instituciones del sistema financiero se determinará en el V Capítulo que se refiere al Estudio Financiero.

### ➤ **Organización**

Contar con el personal necesario para cubrir las operaciones dentro de la organización será fundamental; por lo tanto la microempresa contará con personal para el área administrativa, de producción y ventas.

Dicho personal deberá cumplir con el perfil definido para cada puesto de trabajo. En cuanto a este aspecto no existe ningún limitante, ya que a nivel local si existe personal calificado.

**CUADRO Nº 4. 1**  
**CAPACIDAD PRODUCTIVA SEGÚN DEMANDA INSATISFECHA Y**  
**FACTORES DE CRECIMIENTO**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>FACTOR DE CRECIMIENTO %</b>	<b>CAPACIDAD PRODUCTIVA</b>
2.012	105.228		21.000
2.013	115.778	10	23.100
2.014	127.271	10	25.410
2.015	139.783	10	27.951
2.016	153.403	10	30.746

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

El primer año de funcionamiento el proyecto estará en capacidad de producir 21.000 kilos de carne de pavo, lo que representa el 20% (19.9566) de la demanda insatisfecha, con un crecimiento anual del 10% tomando como referencia la capacidad instalada.

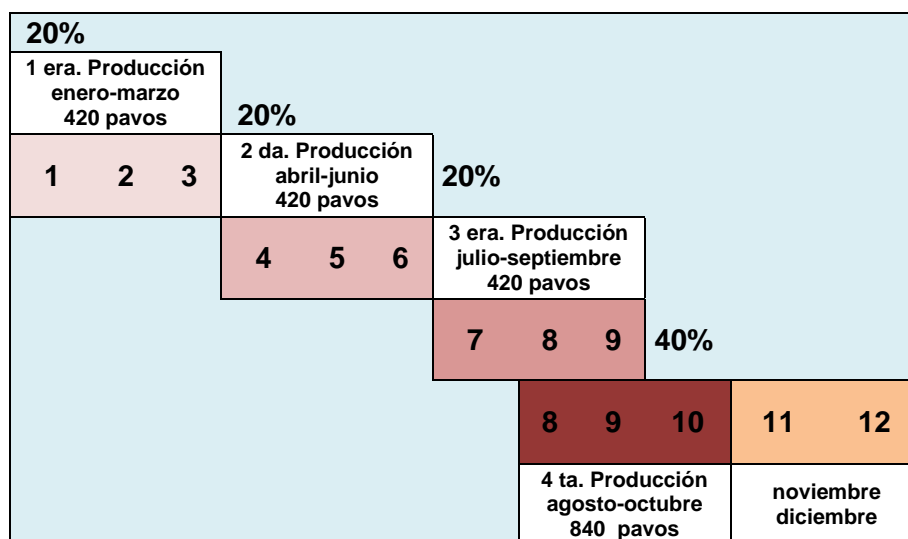


#### 4.2.1. PLAN DE PRODUCCIÓN

Considerando el ciclo de producción, un pavo a las 12 semanas alcanza un peso de 10 Kg. En base a esto y a la capacidad productiva, la misma que se ajusta a la capacidad instalada, se proyecta para la primera producción la crianza de 2.100 pavos al año; tomando en cuenta el 5% de mortalidad.

Para el primero, segundo y tercer trimestre, la producción será de 420 pavos respectivamente, lo que representa el 20%, es decir, los tres trimestres permitirán cubrir el 60% de la producción total. En el cuarto trimestre, la producción será del 40%, lo que representa 840 pavos. En este período el porcentaje es mayor debido a que en los dos últimos meses del año el producto tiene mayor demanda.

**GRÁFICO Nº 4. 3  
PLAN DE PRODUCCIÓN PARA EL PRIMER AÑO**



Elaborado por: La Autora

### **4.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO**

En este punto se identifican los requerimientos necesarios para la marcha del proyecto tales como: infraestructura civil, proceso de producción, materia prima, maquinaria y equipo, recurso humano, etc.

#### **4.3.1. INFRAESTRUCTURA CIVIL**

En este punto se definirán las instalaciones físicas necesarias para un buen funcionamiento del área operativa, administrativa y de ventas con las que contará la microempresa.

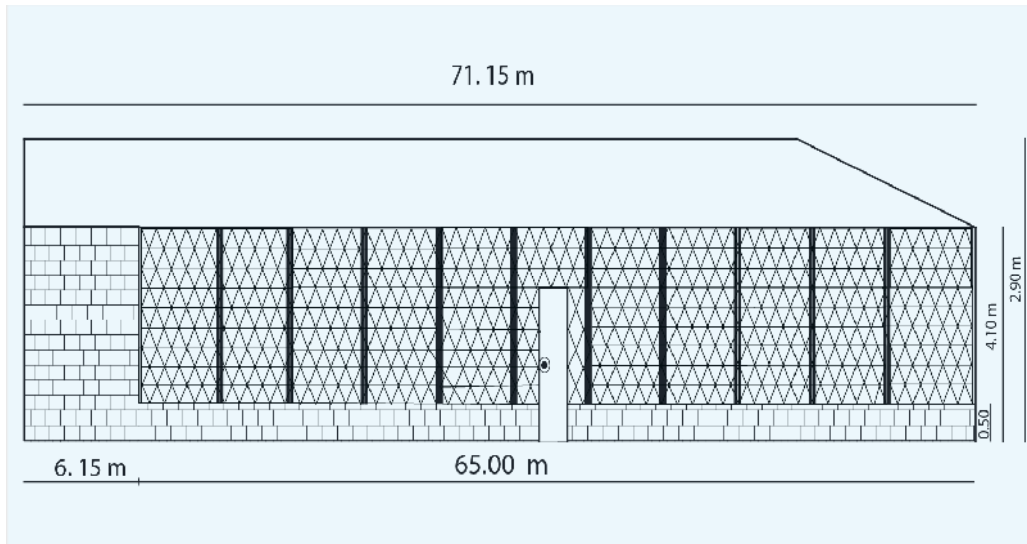
Para el presente proyecto se cuenta con un terreno cuya extensión es de 2.227,25 m<sup>2</sup>, con un valor comercial de 5.568,13 USD.

A continuación se detallan las diferentes áreas que contemplará la infraestructura civil:

- Para la construcción del galpón se considerará: Medidas: ancho 11.15 metros, largo 65 metros y alto 4.10 metros, la ubicación será en sentido este - oeste. La altura óptima de las paredes laterales serán de 50 centímetros y el resto serán cubiertas por malla antipájaros; donde se utilizará cortinas de plástico que ayudarán a la ventilación. La estructura del galpón será de madera con cubierta de eternit. Se ubicará una puerta de una hoja en las paredes laterales y una al ingreso del galpón de doble hoja, junto a ésta se instalará un pediluvio. En el interior del galpón se colocará vigas que servirán para las hiladas de comederos y bebederos.

A continuación se presenta la vista lateral del galpón:

#### GRÁFICO Nº 4. 4 VISTA LATERAL IZQUIERDA DEL GALPÓN



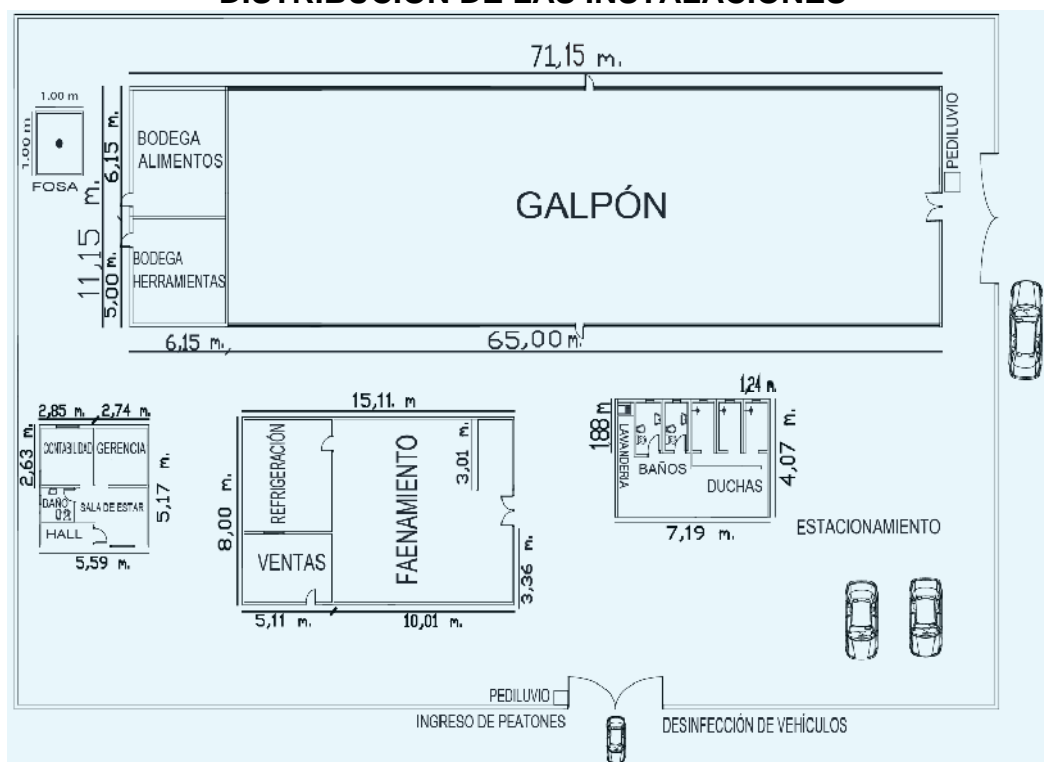
Elaborado por: La Autora

- La bodega se ubicará junto al galpón con las siguientes medidas: ancho 11.15 metros, largo 6.15 metros y alto 4.10 metros; la misma que estará dividida en dos secciones: alimentos y herramientas.
- Para el área de faenamiento se destinará 80,08 m<sup>2</sup>, junto a ésta se construirá un espacio de 40.88 m<sup>2</sup>, el cual se distribuirá para la sección de refrigeración y ventas.
- Para el área administrativa se dispondrá de 29 m<sup>2</sup>, la misma que se dividirá en Oficina de Gerencia, Oficina de Contabilidad y Sala de Espera; además en dicha área se construirá un baño.
- En cuanto al espacio considerado como área limpia se destinará 19 m<sup>2</sup>, la que constará de 3 duchas, dos baños y una lavandería.
- Una fosa séptica de 1 m<sup>2</sup> con una profundidad de 5 metros. Por otra parte dentro de la infraestructura civil se destinará un espacio que servirá como parqueadero.

- En las dos entradas a la granja, se ubicará una ranfla de desinfección de vehículos con las siguientes medidas: 3.50 metros de ancho y 5.50 metros de largo.
- Los pisos de las construcciones serán de cemento para facilitar la limpieza y seguridad del personal, mientras que las paredes serán de ladrillo visto.
- La estructura de todas las construcciones serán de madera con cubierta de eternit.
- En cuanto al cerramiento de la granja será ornamental y con alambre de púa.

A continuación se presenta la distribución completa de las instalaciones de la microempresa:

**GRÁFICO Nº 4. 5  
DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES**



Elaborado por: La Autora

#### 4.3.2. REQUERIMIENTOS TÉCNICOS EN EL PROCESO DE PRODUCCIÓN

##### ➤ Iluminación

Se debe tener cuidado de no proporcionar excesiva iluminación, pues demasiada luz excita a las aves, aumentando la vivacidad y el picaje entre ellas (canibalismo).

Se recomienda utilizar la primera noche luz artificial, mientras que a partir del segundo día hasta el momento del sacrificio es suficiente darles 13 horas de luz natural.

##### ➤ Temperatura

Para que la eficiencia productiva llegue a un nivel máximo, los pavos deben crecer dentro de límites confortables de temperatura, por lo que se recomienda:

**CUADRO Nº 4. 2  
TEMPERATURA**

SEMANAS	TEMPERATURA
1	30° C
2	27° C
3	24° C
4	21° C hasta el fin del proceso

**Fuente:** Dr. Wilson Báez. Médico Veterinario Zootecnista  
**Elaborado por:** La Autora

##### ➤ Densidad

En los pavos, los requerimientos de espacio de piso aumentan de manera notable durante el periodo de crecimiento. La reducción de este puede

ocasionar: aumento de la mortalidad, disminución del crecimiento y un mayor peligro de canibalismo.

A continuación se presenta el siguiente detalle:

**CUADRO Nº 4. 3  
DENSIDAD**

<b>SEMANAS</b>	<b>PAVOS / m<sup>2</sup></b>
1	30
2	25
3	20
4	15
5	10
6	8
7	6
8 en adelante	4 hasta el fin del proceso

**Fuente:** Dr. Wilson Báez. Médico Veterinario Zootecnista  
**Elaborado por:** La Autora

#### ➤ **Camas**

Es el término con se conoce al material que se colocará sobre el piso de los galpones donde se ubicará a las aves. Esta debe ser seca y libre de materiales extraños.

El material más comúnmente usado es la viruta de madera gruesa, la misma que debe estar libre de polvo. La profundidad de la cama debe ser 10 y 15cm. Para librarla de hongos y otros patógenos se debe realizar una desinfección rigurosa.

➤ **Cercos:**

Para un mejor desarrollo de los pavos al interior del galpón, se debe confeccionar cercos divisorios como por ejemplo de 60 cm. de alto con un diámetro de 3 metros, el cual permitirá alojar entre 250 a 300 pavos; se deberá construir de acuerdo a las necesidades, para lo cual se puede utilizar planchas de triplex, tool o malla electrosoldada.

➤ **Ventilación:**

La ventilación es un punto clave en la crianza de pavos, ya que tiene como finalidad controlar la temperatura, la humedad y la pureza dentro del galpón. Con la utilización de cortinas se debe remover periódicamente el exceso de gas carbónico proveniente de la respiración de las aves, el amoníaco y la humedad.

➤ **Criadoras o campanas**

Se denomina así a la fuente de calor que proporciona a los pavos en su primera etapa de cría.

El calor es el factor fundamental de la crianza en los primeros días de vida de los pavitos. A su llegada y durante la primera semana deberán encontrar como mínimo 30°C debajo de la campana. Esta temperatura irá disminuyendo tres grados por semana.

Los pavitos son los que mejor indican la temperatura que necesitan a través de su comportamiento, sin embargo se recomienda contar con un termómetro.

La criadora se utiliza hasta los 28 días, para lo cual se utiliza gas industrial de 45 Kg.

### ➤ **Comederos y bebederos**

Los pavos requieren un acceso fácil al alimento y agua en el área de crianza; por lo general se considera que los pavos tienen más problemas que los pollos para comenzar a comer y tomar agua.

Dichos implementos deben adaptarse a las distintas edades del pavo. Se recomienda utilizar durante las primeras 6 semanas comederos y bebederos de pollos, posteriormente se reemplazará por los de pavos.

## **4.3.3. PROCESO DE PRODUCCIÓN**

### **4.3.3.1. Adquisición de los pavitos bb**

A pesar de que en el Ecuador el principal inconveniente es que no existe reproductoras ni incubadoras para la adquisición de pavitos bb, si se puede encontrar distribuidores a nivel local de la materia prima, como es el caso del Comercial Agrícola RUEDAGRO de la ciudad de Ibarra, que importa pavitos bb blancos o doble pechuga de Perú, para la comercialización en nuestra Provincia de Imbabura. En Perú entre los proveedores más reconocidos se encuentran: GRAMOBIER, SAN FERNANDO y APOGRAND, siendo este último el proveedor de RUEDAGRO.

### **4.3.3.2. Calidad de los pavitos bb**

- Provenir de incubadoras de garantía.
- Carecer de anomalías como patas torcidas, picos cruzados
- Deben estar activos y alertas.
- Tener plumón seco y esponjoso y con el ombligo cicatrizado.
- Tamaño uniforme y buena conformación.
- Tener patitas brillantes y no estar deshidratados.



#### **4.3.3.3. Recepción de pavitos bb**

- La zona de recepción del galpón deberá estar cubierta completamente con cortinas. Dicha zona deberá estar lista una semana antes de que el pavito bb ingrese.
- Cama: Con viruta gruesa y sin polvo, entre 10 y 15 cm. sin objetos extraños, distribución por toda el área, humedecer y apisonar cama.
- Formación de cercos: Puede ser de triplex, tool o malla electrosoldada. Se debe tomar en cuenta que puede haber de 18 a 20 pavitos por m<sup>2</sup>.
- Las criadoras o campanas se deben encender unas cuatro horas antes de la llegada de los pavitos bb, con la finalidad de que las aves encuentren una temperatura agradable tanto dentro del cerco como en el galpón. Se debe iniciar con una temperatura de 29°C.
- Colocación de comederos y bebederos.
- Pesaje: ideal de 55 a 60 gr. de peso.
- Al momento de su llegada, deberán ser colocados individualmente, en forma manual debajo de la campana.
- Se deberá introducir el pico del pavito en el agua para enseñarle a beber, así como también a picar el alimento.

#### **4.3.3.4. Manejo de la primera semana**

Por ser una de las etapas críticas en el manejo de los pavitos, se deberá tomar las siguientes medidas:

- Los bebederos deben lavarse dos veces al día con agua y desinfectante antes de suministrar el agua. Nunca debe faltarles agua.
- Para incentivar el consumo, cada dos horas se deberá mover el alimento con la mano.

- El material de cama se deberá cambiar cada vez que se moje.
- Los pavitos deberán tener la fuente calor las 24 horas del día.
- Se debe verificar que la ventilación sea adecuada todo el tiempo (sin corriente de aire).
- Desmoque al primer día.
- Despique del 5to. al 10mo. Día. Consiste en cortar las 2/3 partes del pico superior, el pico inferior no se corta. La finalidad de este corte es evitar el canibalismo, para ello se puede utilizar despicatoras manuales o despicatoras tipo cortaúñas, además se deberá utilizar solución yodada como desinfectante.
- Ampliar de acuerdo a la densidad por semanas.
- Vacunación para la enfermedad de New Castle a los 10, 28 y 56 días.

#### **4.3.3.5. Alimentación**

Los pavitos bb recién llegados deben tener acceso inmediato a un alimento y agua de calidad y alta digestibilidad. El alimento de las aves deberá tener todos los nutrientes adecuadamente balanceados para producir un pavo sano y con buena conformación corporal.

Es importante indicar que las necesidades nutricionales están íntimamente relacionadas con la raza y la futura comercialización (peso).

En la alimentación de pavos se recomienda suministrar:

#### CUADRO Nº 4. 4 ALIMENTACIÓN

SAMANAS	FÓRMULA O ENGORDE	CONSUMO EN Kg.	
		MACHOS	HEMBRAS
1 a 4	Engorde 1	1,69	1,58
5 a 7	Engorde 2	4,86	5,70
8 a 9	Engorde 3	9,73	8,19
10 a 12	Engorde 4	17,69	14,50

**Fuente:** Dr. Wilson Báez Médico Veterinario Zootecnista  
**Elaborado por:** La Autora

#### 4.3.3.6. Agua

Dentro del cuerpo del ave el agua constituye un medio básico para el transporte de nutrientes, reacciones metabólicas y colabora con el mantenimiento de la temperatura corporal del ave. En este caso se recomienda suministrar el agua a voluntad, con cloro de 3 a 5 ppm (partes por millón).

#### 4.3.3.7. Enfermedades

El prevenir una enfermedad es más económico que curarla, por lo que es recomendable diseñar y evaluar periódicamente planes de vacunación establecidos en la granja. Entre las enfermedades presentes en los pavos se puede citar las siguientes: New Castle, Enteritis transmisible y hemorrágica, Aspergilosis Micoplasmosis, entre otras.

#### 4.3.3.8. Tareas diarias

- Observar la conducta de los pavos para determinar la temperatura correcta.
- Abrir las cortinas dependiendo del clima y viento.
- Retirar las aves muertas y verificar si la cama está seca.
- Lavar y regular los comederos y bebederos de acuerdo a la altura de las aves.

- Llenar comederos y bebederos de alimento y agua desde el fondo del galpón hacia la puerta de entrada.
- Fumigar una vez por semana el galpón.
- Pesar los pavos una vez por semana.
- El manejo deberá ser realizado siempre por la misma persona.

#### **4.3.3.9. Limpieza del galpón después de cada camada**

- Retirar el equipo avícola y lavar con detergente.
- Desalojo total de la cama.
- Limpiar y barrer el galpón.
- Lavar a presión con agua cortinas, techo, piso, mallas paredes y veredas.
- Enjabonar y enjuagar con detergente, el tiempo de enjuague deberá ser entre 10 y 30 minutos toda la instalación.
- Limpiar cisternas, tanques y tuberías con abundante agua. Se recomienda utilizar vinagre y cloro para desinfectar.
- Mantenimiento de galpones y sus alrededores.
- Distribución de cal para desinfectar el piso, distribuir homogéneamente.
- Ingresar cama nueva.
- Desinfección de techo y cama cuatro días antes de la recepción. Para desinfección del techo se puede usar Cid-20 o Virocid y para la cama con Formol.

#### **4.3.3.10. Medidas de Bioseguridad**

Bioseguridad es el conjunto de reglas y acciones que realiza el productor para prevenir la introducción de organismos patógenos causantes de enfermedades en la granja. Entre las medidas a considerar son:

- Colocar las fundas de alimento sobre bases preferentemente de madera para su mejor conservación.
- Mantener un listado de personas y vehículos autorizados para ingresar a la granja.
- Colocar un pediluvio y desinfectante de manos al ingreso de la granja.
- Lavar y desinfectar vehículos que ingresen.
- Prohibir el ingreso de personas ajenas.
- Ingreso al área limpia: Se deberá ducharse y usar ropa de trabajo adecuada como: overol, botas de caucho, gorra, guantes y mascarilla.
- Ingreso a galpones: Lavar el calzado con agua a presión, desinfección de manos con alcohol, pisar en el pediluvio de cal, al salir pasar el calzado por una rejilla metálica y enjuagarlo.
- Lavar por separado la ropa de trabajo del área sucia y limpia.
- Limpiar y desinfectar: duchas, baños, galpones y granja en general.
- Control de insectos y roedores.
- Evacuación de basura y desechos: Pozos sépticos con tapas herméticas, composteras, basureros y fundas.
- Mantener a las mascotas sin excepción en lugares definidos (área sucia).
- No mantener aves enfermas y postradas dentro del galpón.
- Recolectar y evacuar aves muertas designándolas a un lugar determinado (incinerados, pozo séptico, composteras).
- Prohibir la crianza de animales de corral en casa del personal que labora en la granja para evitar problemas sanitarios.

#### **4.4. FASES DE PRODUCCIÓN**

##### **➤ FASE DE CRÍA (1 – 3 SEMANAS)**

Es la más delicada. Se debe cuidar las temperaturas focal y ambiental, corte de picos, vacunaciones, traslados, etc. Cualquier error significativo implicará gran mortalidad.

##### **➤ FASE DE CRECIMIENTO (4 – 6 SEMANAS)**

Sigue siendo sensible a posibles fallos de manejo que afectan al crecimiento.

##### **➤ FASE DE ENGORDE (7 – 12 SEMANAS)**

Esta fase termina cuando el animal va al matadero. El sacrificio dependerá del sexo, mercado (peso), entre otras.

#### **4.5. PROCESO DE FAENAMIENTO DE LOS PAVOS**

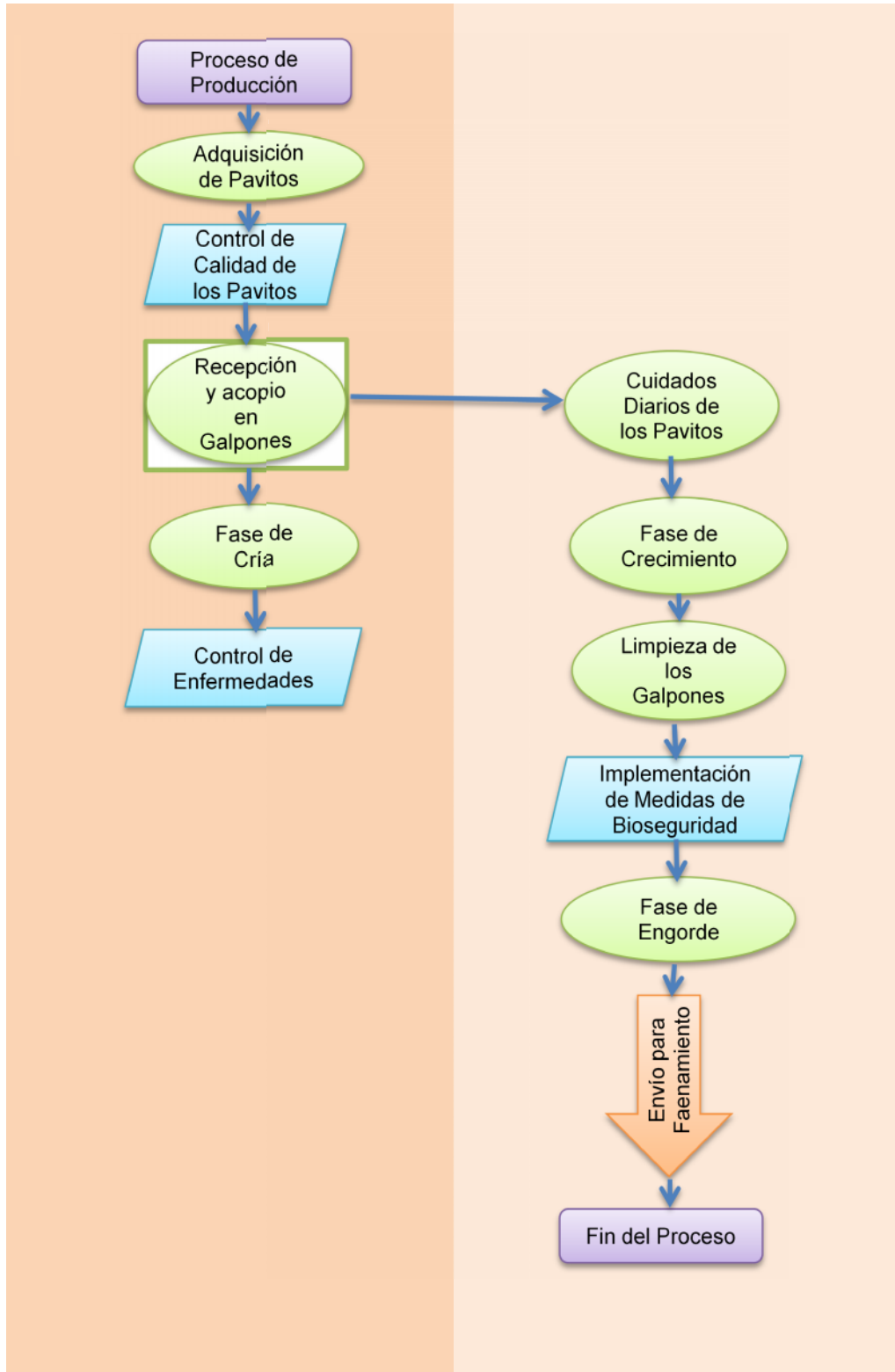
El procesamiento de la carne de pavo se desarrollará artesanalmente, para lo cual se considerará los siguientes pasos:

- Selección de los pavos para la faena.
- Degollado lo cual consiste en cortar el cuello del pavo con cuchillos manuales. Previamente se deberá introducir al pavo en conos metálicos para evitar el aleteo y de esta manera provocar un aturdimiento. Deberá ser degollado en un mínimo de 10 segundos desde el momento del aturdimiento. Para el desangre se considerará de 1,5 a 3 minutos.
- Escaldado con el fin de ablandar las plumas; aquí se deberá sumergirlos en agua caliente. La temperatura promedio que se puede utilizar en esta tarea es de 60° C.

- Desplumado que tiene como fin arrancar las plumas previamente ablandadas.
- Lavado actividad que se desarrollará una vez desplumados, lo que garantiza una mayor limpieza.
- Eviscerado trabajo que tiene que ver con la extracción de las vísceras y la clasificación de las mismas en comestibles (hígado, riñón, corazón y molleja) y no comestibles (intestinos).
- Lavado interno y externo una vez eviscerado.
- Trozado, empacado y congelado.

#### 4.6. FLUJOGRAMAS DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y FAENAMIENTO

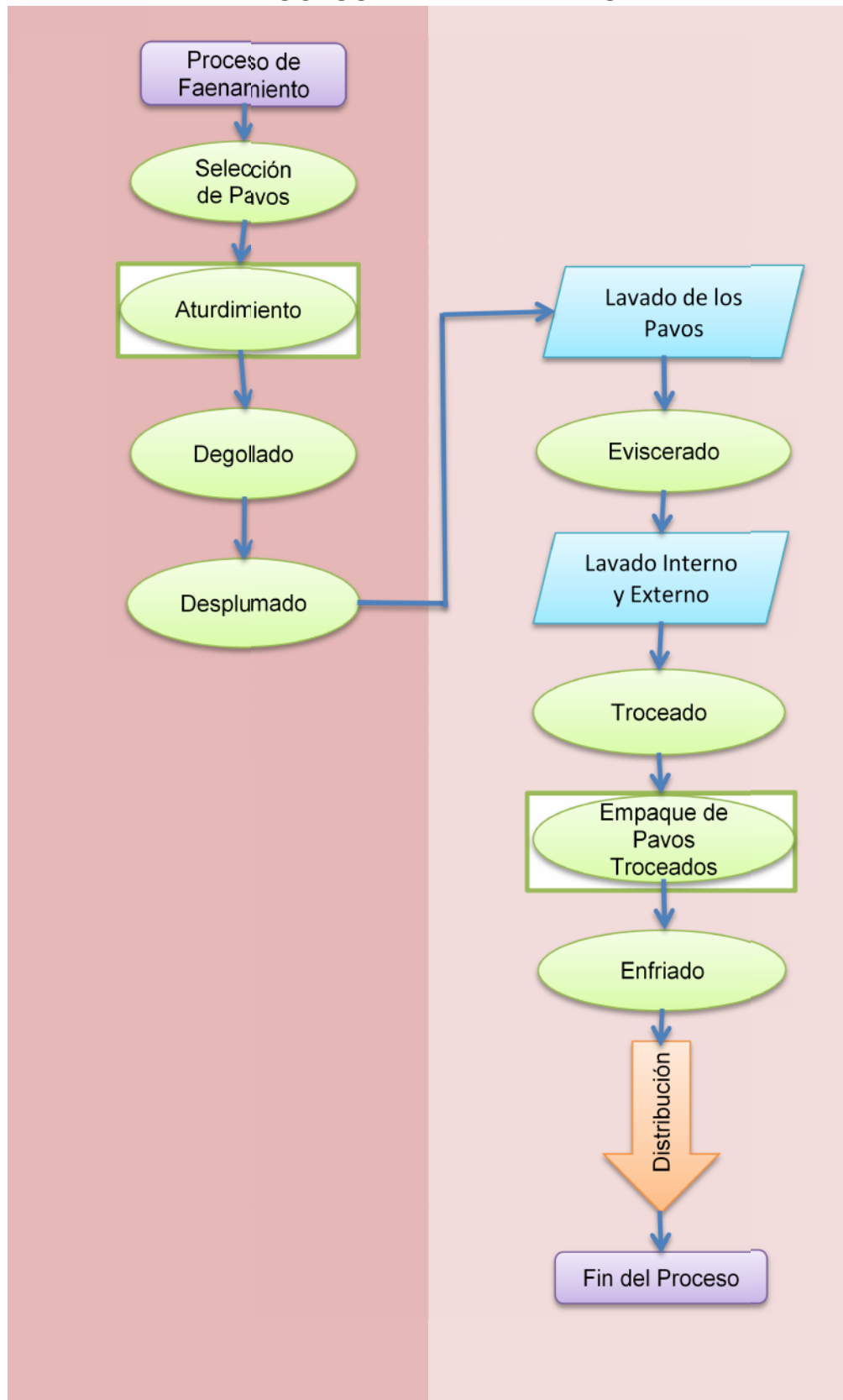
GRÁFICO Nº 4. 6  
PROCESO DE PRODUCCIÓN



Elaborado por: La Autora



**GRÁFICO Nº 4. 7  
PROCESO DE FAENAMIENTO**



Elaborado por: La Autora

## 4.7. PRESUPUESTO DE INVERSIONES

### 4.7.1. INVERSIONES FIJAS

**4.7.1.1. Muebles y Enseres.-** La inversión en dicho activo tiene como fin facilitar las actividades dentro del área administrativa y de ventas. A continuación se puntualiza el requerimiento del mobiliario con su respectivo costo:

**CUADRO Nº 4. 5  
REQUERIMIENTO DE MUEBLES Y ENSERES**

DEPARTAMENTOS	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Gerencia, Contabilidad y Ventas	Escritorios	3	142,86	428,58
Gerencia, Contabilidad y Ventas	Sillas	3	58,04	174,12
Gerencia Contabilidad y Ventas	Sillas de Visita	6	33,03	198,18
Gerencia, Contabilidad y Ventas	Archivadores	3	62,50	187,50
Gerencia, Contabilidad y Ventas	Basureros	3	6,00	18,00
			<b>TOTAL</b>	<b>1.006,38</b>

**Fuente:** Línea Nueva Mobiliario y Novedades María

**Elaborado por:** La Autora

**4.7.1.2. Equipo de Cómputo.-** Para las oficinas de Gerencia y Contabilidad en cuanto a tecnología se adquirirá lo siguiente:

**CUADRO Nº 4. 6  
REQUERIMIENTO DE EQUIPO DE CÓMPUTO**

DEPARTAMENTOS	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Gerencia	Computador	1	446,43	446,43
	Impresora	1	128,57	128,57
Contabilidad	Computador	1	446,43	446,43
			<b>TOTAL</b>	<b>1.021,43</b>

**Fuente:** World Computers

**Elaborado por:** La Autora

**4.7.1.3. Equipo de oficina.-** Para el área administrativa y de ventas se invertirá en cuanto a este activo lo siguiente:

**CUADRO N° 4. 7  
REQUERIMIENTO DE EQUIPO DE OFICINA**

DEPARTAMENTOS	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Gerencia	Teléfono	1	18,00	18,00
Contabilidad	Teléfono	1	18,00	18,00
	Sumadora	1	25,00	25,00
			<b>TOTAL</b>	<b>61,00</b>

**Fuente:** Novedades María

**Elaborado por:** La Autora

**4.7.1.4. Maquinaria y equipo.-** En el presente cuadro se detalla los requerimientos necesarios para las áreas de crianza y faenamiento; con el fin de lograr un óptimo desarrollo de las operaciones.

**CUADRO N° 4. 8  
REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO**

ÁREA	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
<b>GALPÓN</b>	Criadora	2	65,00	130,00
	Balanza	1	45,00	45,00
	Termómetro	1	8,00	8,00
	Bomba de fumigación	1	85,00	85,00
<b>FAENAMIENTO</b>	Cocina Industrial	2	100,00	200,00
	Ollas industriales	3	180,00	540,00
	Mesas de acero 2 mtrs. x 80 cm.	3	130,00	390,00
	Balanza	1	65,00	65,00
	Troceadora para carne	1	2.350,00	2.350,00
	Congeladores	2	890,00	1.780,00
	Tanque de gas ind. 45 Kg.	2	40,00	80,00
			<b>TOTAL</b>	<b>5.673,00</b>

**Fuente:** Agroveterinario más por menos, MARCIMEX e Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

**4.7.1.5. Herramientas de trabajo.-** En cuanto a herramientas se adquirirá:

**CUADRO N° 4. 9  
REQUERIMIENTO DE HERRAMIENTAS DE TRABAJO**

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Comederos	34	8,00	272,00
Bebederos	20	8,00	160,00
Corta picos manual	2	25,00	50,00
Carretilla	1	37,49	37,49
Palas	2	7,47	14,94
Baldes	2	3,00	6,00
Conos de matanza	30	18,00	540,00
Cuchillos	4	3,00	12,00
		<b>TOTAL</b>	<b>1.092,43</b>

**Fuente:** Agroveterinario más por menos e Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

**4.7.1.6. Vehículo.-** En virtud de las operaciones que se realizarán en la microempresa, la adquisición de un vehículo será importante, ya que ayudará a un mejor desempeño en actividades que tienen que ver con la transportación en cuanto a: materia prima, alimentación de aves, entre otras. A continuación el detalle:

**CUADRO N° 4. 10  
REQUERIMIENTO DE VEHÍCULO**

DETALLE	CANTIDAD	TOTAL
Camioneta, Cabina Simple	1	15.600

**Fuente:** COMERCIAL HIDROBO S.A.

**Elaborado por:** La Autora

**4.7.1.7. Infraestructura Civil.-** A continuación se detallan cada uno de los requerimientos en cuanto a materiales para la construcción de las diferentes instalaciones.

**CUADRO Nº 4. 11  
REQUERIMIENTO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN**

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Ladrillos	10.000	0,28	2.800,00
Cemento	180	7,00	1.260,00
Eternit	125	12,08	1.510,00
Volqueta de arena gruesa	4	106,40	425,60
Volqueta de arena delgada	2	140,00	280,00
Volqueta de ripio	2	140,00	280,00
Volqueta de piedra	26	140,00	3.640,00
Malla antipájaros	4	190,00	760,00
Sanitarios y accesorios	3	89,47	268,41
Duchas	3	4,08	12,24
Cisterna 2500 ltrs.	1	285,87	285,87
Material para inst. eléctrica	varios	80,00	80,00
Columnas de cimiento	15	31,00	465,00
Madera para cubierta	varios	350,00	350,00
Portones	2	200,00	400,00
Puertas una hoja	8	40,00	320,00
Puertas doble hoja	4	300,00	1.200,00
Tirafondos (fundas de 100)	7,2	10,10	72,72
Plástico (metros)	100	1,50	150,00
Mano de Obra para construc.	-	-	2.000,00
Imprevistos 3%			496,80
		<b>TOTAL</b>	<b>17.056,64</b>

**Fuente:** Investigación Directa y MultiFerretería

**Elaborado por:** La Autora

**4.7.1.8. Terreno.-** El presente proyecto cuenta con un terreno de 2.227,25 m<sup>2</sup>, para la distribución de las instalaciones necesarias para el funcionamiento de la microempresa.

El costo se determinó de acuerdo al valor comercial del m<sup>2</sup> que se da en San Antonio por encontrarse en la zona rural.

**CUADRO N° 4. 12  
REQUERIMIENTO DE TERRENO**

DETALLE	CANTIDAD EN m <sup>2</sup>	VALOR POR m <sup>2</sup>	TOTAL
Terreno	2.227,25	2,50	5.568,13

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.7.1.9. RESUMEN DE INVERSIÓN FIJA

**CUADRO N° 4. 13  
RESUMEN INVERSIÓN FIJA**

DESCRIPCIÓN	VALOR
<b>ACTIVOS FIJOS DEPRECIABLES</b>	
Muebles y Enseres	1.006,38
Equipo de Cómputo	1.021,43
Equipo de Oficina	61,00
Maquinaria y Equipo	5.673,00
Herramientas de Trabajo	1.092,43
Vehículo	15.600,00
Infraestructura	17.056,64
<b>ACTIVO FIJO NO DEPRECIABLE</b>	
Terreno	5.568,13
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>47.079,01</b>

**Fuente:** Cuadros Nros. 4.5 al 4.12

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.7.2. COSTO DE PRODUCCIÓN

Este rubro está compuesto por: Materia Prima Directa, Mano de Obra Directa y Costos Indirectos de Fabricación, dichos elementos son necesarios para transformar de forma o de fondo los materiales en productos terminados o semi-elaborados. A continuación se detalla:

**4.7.2.1. Materia Prima Directa.**-De acuerdo al producto que generará el proyecto, la materia prima primordial son los pavitos bb, los cuales se obtendrán por medio del Comercial Agrícola RUEDAGRO de la ciudad de Ibarra, quien adquiere dichas aves de APROGRAND de Perú. A continuación se detalla la cantidad y valor de las materias primas básicas e insumos a ser empleados, según lo establecido en el plan de producción para un año.

**CUADRO Nº 4. 14  
MATERIA PRIMA E INSUMOS**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Pavitos bb (unidades)	2.100	6,00	12.600,00
Balanceado engorde 1 (Kg.)	3.433,50	0,31	1.064,39
Balanceado engorde 2 (Kg.)	11.088,00	0,31	3.437,28
Balanceado engorde 3 (Kg.)	18.868,50	0,31	5.849,24
Balanceado engorde 4 (Kg.)	33.796,35	0,31	10.476,87
Vacuna New Castle (1000 unid.)	6.300	0,014	88,20
Medicina (Desparasitante) (unidad)	1	12,00	12,00
Desinfectante: Banodine (litros)	3	14,00	42,00
Yodo (litro)	1	7,00	7,00
Viruta de madera (M <sup>3</sup> )	60	3,00	180,00
<b>TOTAL</b>			<b>33.756,97</b>
<b>COSTO UNITARIO DE MATERIA PRIMA E INSUMOS PARA 2.100 PAVOS</b>			<b>16,07</b>

**Fuente:** Comercial Agrícola RUEDAGRO y AGOVETERINARIO MAS POR MENOS  
**Elaborado por:** La Autora

**4.7.2.2. Mano de Obra.-** Este costo está directamente relacionado con las actividades de producción. En este caso la parte operativa del proyecto está representada por el siguiente personal, el cual se detalla a continuación.

**CUADRO N° 4. 15  
MANO DE OBRA DIRECTA**

DESCRIPCIÓN	N° DE PERSONAS	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	APORTE AL IESS 12.15%	TOTAL ANUAL
Ing. Agropecuario	1	400,00	4.800,00	400,00	264,00	583,20	6.047,20
Galponero	1	264,00	3.168,00	264,00	264,00	384,91	4.080,91
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>664,00</b>	<b>7.968,00</b>	<b>664,00</b>	<b>528,00</b>	<b>968,11</b>	<b>10.128,11</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

Para las actividades de faenamiento, troceado y empacado, se necesitará 4 personas, las cuales serán contratadas por servicios ocasionales. Se opta por esta modalidad, debido a que estas actividades no se desarrollarán permanentemente sino que estarán relacionadas con cada trimestre de producción.

**CUADRO N° 4. 16  
MANO DE OBRA DIRECTA (HONORARIOS POR SERVICIOS OCASIONALES)**

DESCRIPCIÓN	N° DE PERSONAS	DÍAS	VALOR POR DÍA	VALOR TOTAL ANUAL
Faenadores	4	30	10,00	1.200,00

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora



#### 4.7.2.3. Costos Indirectos de Fabricación.

Se refiere a los demás materiales e insumos que no se pueden medir en función unitaria, sino más bien en función total de la producción. En el siguiente cuadro se detalla los requerimientos de este rubro.

**CUADRO Nº 4. 17  
VESTIMENTA DE TRABAJO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Trajes para galpón	2	24,00	48,00
Trajes para faenamiento	4	24,00	96,00
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>		<b>144,00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

**CUADRO Nº 4. 18  
SERVICIOS BÁSICOS Y MANTENIMIENTO**

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Luz	70,00	840,00
Agua	25,00	300,00
Mantenimiento de equipo	30,00	360,00
<b>TOTAL</b>		<b>1.500,00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

**CUADRO Nº 4. 19  
EMPAQUES**

DESCRIPCIÓN	Nº	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Bandejas desechables y envolturas	19.950	0,09	1.795,50

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

#### 4.7.3. REQUERIMIENTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS

**4.7.3.1. Requerimiento de personal.-** El análisis sobre el requerimiento del personal en este punto, permite concretar el número de personas que laborará dentro de la microempresa en el área administrativa y de ventas.

**CUADRO Nº 4. 20  
PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS**

DESCRIPCIÓN	Nº DE PERSONAS	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	APORTE AL IESS 12.15%	TOTAL ANUAL
Gerente	1	350,00	4.200,00	350,00	264,00	510,30	5.324,30
Contadora	1	264,00	3.168,00	264,00	264,00	384,91	4.080,91
Vendedor	1	264,00	3.168,00	264,00	264,00	384,91	4.080,91
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>878,00</b>	<b>10.536,00</b>	<b>878,00</b>	<b>792,00</b>	<b>1.280,12</b>	<b>13.486,12</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

**4.7.3.2. Requerimiento de Suministros de Oficina.-** En cuanto a este requerimiento, se indica en el siguiente cuadro:

**CUADRO Nº 4. 21  
SUMINISTROS DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Perforadora	2	2,00	4,00
Grapadora	2	3,50	7,00
Papel resma	12	3,50	42,00
Carpetas	20	0,30	6,00
Esferográfico	12	0,30	3,60
Tinta impresora	3	13,00	39,00
Cuaderno	6	1,75	10,50
Lápiz	10	1,10	11,00
Borrador	10	0,30	3,00
Libretines (facturas)	1	4,50	4,50
<b>TOTAL</b>			<b>130,60</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

**4.7.3.3. Servicios Básicos y otros gastos.-** En este punto se señala los rubros correspondientes a: servicios básicos, servicios de comunicación, mantenimiento del equipo de cómputo y publicidad del producto.

**CUADRO N° 4. 22  
SERVICIOS BÁSICOS Y OTROS GASTOS**

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>		
Luz	10,00	120,00
Agua	6,00	72,00
<b>SERVICIOS DE COMUNICACIÓN</b>		
Teléfono	20,00	240,00
Internet	25,00	300,00
Mantenimiento equipo de cómputo	15,00	180,00
Publicidad	120,00	1.440,00
Combustible y mantenimiento	185,00	2.220,00
<b>TOTAL</b>	<b>181,00</b>	<b>4.572,00</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

#### **4.7.4. INVERSIÓN VARIABLE O CAPITAL DE TRABAJO**

El capital de trabajo se refiere a la cantidad de dinero con que se cuenta para dar inicio alguna actividad comercial o de producción, dentro de un período determinado. Está inversión depende del producto a ofertar, en este caso está presupuestado para tres meses, en los que incurrirá la operación del proyecto. A continuación se presenta el detalle:

**CUADRO N° 4. 23  
CAPITAL DE TRABAJO**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR PARCIAL</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>		
Materia Prima Directa	6.751,39	
Mano de Obra Directa	2.832,03	
Vestimenta de trabajo	28,80	
Servicios Básicos	285,00	
Empaques	360,00	
Mantenimiento de equipo	90,00	
<b>SUBTOTAL</b>		<b>10.347,22</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
Sueldos	2.351,30	
Suministros de oficina	32,65	
Servicios básicos	48,00	
Servicios de comunicación	135,00	
Mantenimiento equipo de cómputo	45,00	
<b>SUBTOTAL</b>		<b>2.611,95</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>		
Sueldos	1.020,23	
Publicidad	360,00	
Combustible y mantenimiento	555,00	
<b>SUBTOTAL</b>		<b>1.935,23</b>
<b>TOTAL</b>		<b>14.894,40</b>
Imprevistos 2%		<b>297,89</b>
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>15.192,29</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.7.5 INVERSIÓN DIFERIDA

**4.7.5.1. Estudio de Factibilidad.-** En este punto se detallan los rubros involucrados dentro del proceso de investigación del estudio de factibilidad, los cuales se resumen en el siguiente cuadro:

**CUADRO N° 4. 24  
COSTOS DE INVESTIGACIÓN**

DETALLE	TOTAL
Recursos humanos	500,00
Recursos materiales	350,00
Imprevistos 5%	42,50
<b>TOTAL</b>	<b>892,50</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

**4.7.5.2. Gastos de Constitución.-** A continuación se presenta el cuadro resumen de los gastos de constitución, los cuales son erogaciones en efectivo que con el paso del tiempo se pueden amortizar.

**CUADRO N° 4. 25  
GASTOS DE CONSTITUCIÓN**

DETALLE	TOTAL
RUC	5,00
Patente Municipal	461,50
Permiso Sanitario	19,01
Permiso del Cuerpo Bomberos	3,00
<b>TOTAL</b>	<b>488,51</b>

**Fuente:** Dirección de Salud de Imbabura, Municipio de Ibarra e Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.7.6. RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS, VARIABLES Y DIFERIDAS

En el siguiente cuadro se describe la estructura de las inversiones del proyecto:

**CUADRO N° 4. 26**  
**INVERSIONES: FIJAS, VARIABLES Y DIFERIDAS**

<b>INVERSIONES</b>	<b>VALOR</b>
Inversión Fija	47.079,01
Inversión Variable (Capital de Trabajo)	15.192,29
Inversión Diferida	1.381,01
<b>TOTAL</b>	<b>63.652,31</b>

**Fuente:** Cuadros Nros. 4.13, 4.23, 4.24 y 4.25

**Elaborado por:** La Autora

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO FINANCIERO

El desarrollo de este capítulo tiene como finalidad determinar si es factible o no el proyecto en términos financieros, para esto es importante presupuestar las inversiones requeridas, la forma y fuente de financiamiento de donde provendrá el capital necesario, los presupuestos de costos y gastos y los futuros ingresos que se generen durante la vida del proyecto; esto permitirá estructurar los estados proforma que servirán para la evaluación financiera.

#### 5.1. ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

Para el inicio de las actividades de la microempresa la estructura del financiamiento, será el 30,87% Aporte Propio y el 69,13% se financiará mediante un crédito solicitado al Banco de Fomento, con una tasa de interés del 15% anual aplicable para las microempresas.

**CUADRO Nº 5. 1**  
**ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO**

DESCRIPCIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Capital Propio	19.652,31	30,87%
Capital Financiado	44.000,00	69,13%
<b>TOTAL</b>	<b>63.652,31</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

### 5.1.1. AMORTIZACIÓN

Los pagos correspondientes al crédito, representan el 69,13% del monto total de inversión que se requiere para dar inicio al proyecto. Dichos pagos se efectuarán trimestralmente durante 5 años, con una tasa del 15% anual.

#### Datos Importantes:

<b>Préstamo</b>	44.000,00
<b>Interés Anual</b>	15% (0.15)
<b>Interés Trimestral</b>	0,0375
<b>Plazo (años)</b>	5
<b>Pagos Trimestrales</b>	20

Para el cálculo de la cuota del pago trimestral se utiliza la siguiente fórmula:

#### VALOR PRESENTE NETO

$$VP= VF*i*(1+i)^n/[(1+i)^n-1]$$

$$VP= 3.166,33$$

En el siguiente cuadro se detalla la tabla de amortización:



**CUADRO Nº 5. 2  
TABLA DE AMORTIZACIÓN**

<b>No. DE PAGOS</b>	<b>CUOTA DE PAGO</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>CAPITAL SOLUTO</b>	<b>CAPITAL INSOLUTO</b>
0				44.000,00
1	3.166,33	1.650,00	1.516,33	42.483,67
2	3.166,33	1.593,14	1.573,19	40.910,47
3	3.166,33	1.534,14	1.632,19	39.278,28
4	3.166,33	1.472,94	1.693,40	37.584,89
5	3.166,33	1.409,43	1.756,90	35.827,99
6	3.166,33	1.343,55	1.822,78	34.005,21
7	3.166,33	1.275,20	1.891,14	32.114,07
8	3.166,33	1.204,28	1.962,05	30.152,01
9	3.166,33	1.130,70	2.035,63	28.116,38
10	3.166,33	1.054,36	2.111,97	26.004,41
11	3.166,33	975,17	2.191,17	23.813,25
12	3.166,33	893,00	2.273,34	21.539,91
13	3.166,33	807,75	2.358,59	19.181,33
14	3.166,33	719,30	2.447,03	16.734,29
15	3.166,33	627,54	2.538,80	14.195,50
16	3.166,33	532,33	2.634,00	11.561,50
17	3.166,33	433,56	2.732,78	8.828,72
18	3.166,33	331,08	2.835,26	5.993,46
19	3.166,33	224,75	2.941,58	3.051,89
20	3.166,33	114,45	3.051,89	0,00

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

## **5.2. PRESUPUESTO DE INGRESOS**

Para determinar la cantidad de pavos aptos para la venta, se toma como base para la primera producción el 20% de la Demanda Insatisfecha que se pretende cubrir, y la Capacidad Instalada, con un crecimiento del 10% anual.

**CUADRO Nº 5. 3**  
**CANTIDAD DE PAVOS APTOS PARA LA VENTA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Pavos en Producción	2.100	2.310	2.541	2.795	3.075
Grado de Mortalidad 5%	105	116	127	140	154
<b>PAVOS APTOS PARA LA VENTA</b>	<b>1.995</b>	<b>2.195</b>	<b>2.414</b>	<b>2.655</b>	<b>2.921</b>

**Fuente:** Estudio de Mercado y Estudio Técnico

**Elaborado por:** La Autora

El presupuesto de Ingresos se refiere al volumen de ventas de carne de pavo troceadas en Kilos; multiplicadas por su precio. Dicha presentación pretende incentivar el consumo cotidiano.

Para determinar el precio del producto por Kilos se analizó los costos, gastos y el margen de utilidad como se indica a continuación:

➤ **DETERMINACIÓN DEL PRECIO**

$$\text{Costo fijo unitario} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CFu = \frac{28.953,26}{19.950}$$

$$CFu = 1,45$$

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{\text{Costos variables}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CVu = \frac{49.495,07}{19.950}$$

$$CVu = 2,48$$

$$PRECIO = CFu + CVu + 21CTu$$

$$PRECIO = 1,45 + 2,48 + 21\%CTu$$

$$PRECIO = 1,45 + 2,48 + 21\%(3,93)$$

$$PRECIO = 4,75 \text{ dólares}$$

**CUADRO Nº 5. 4  
PRESUPUESTOS DE INGRESOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Carne de Pavo en Kilos	19.950	21.945	24.140	26.553	29.209
Precio por Kilo	4,75	4,91	5,07	5,24	5,42
<b>INGRESOS TOTALES</b>	<b>94.762,50</b>	<b>107.709,90</b>	<b>122.426,30</b>	<b>139.153,41</b>	<b>158.165,94</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

### 5.3. PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

#### 5.3.1. COSTOS DE PRODUCCIÓN

##### 5.3.1.1. Materia Prima e Insumos

La materia prima e insumos se presupuestó considerando la cantidad de pavos a producir por cada año. El costo unitario de este rubro se establece considerando el Total de la Materia Prima e Insumos detallado en el Cuadro Nº 4.14 del Estudio Técnico, que es de 16.07 dólares, el cual crece anualmente en base a la inflación del año 2.010 que es del 3.33%.

**CUADRO Nº 5. 5  
MATERIA PRIMA E INSUMOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Número de Pavos	2.100	2.310	2.541	2.795	3.075
Costo Unitario de Materia Prima e Insumos	16,07	16,61	17,16	17,73	18,33
<b>TOTAL</b>	<b>33.756,97</b>	<b>38.369,18</b>	<b>43.611,57</b>	<b>49.570,21</b>	<b>56.342,99</b>

**Fuente:** Estudio Técnico  
**Elaborado por:** La Autora

**5.3.1.2. Mano de Obra Directa**

En el siguiente cuadro se presentan los sueldos correspondientes al personal del área de producción y faenamiento. Para las proyecciones se utilizó la tasa de crecimiento promedio del Sueldo Básico Unificado a partir del año 2.007, tal como se indica en el Anexo E.

**CUADRO Nº 5.6  
SUELDO BÁSICO UNIFICADO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ing. Agropecuario	400,00	434,35	471,66	512,17	556,16
Galponero	264,00	286,67	311,30	338,03	367,06
<b>TOTAL</b>	<b>664,00</b>	<b>721,03</b>	<b>782,96</b>	<b>850,20</b>	<b>923,22</b>

**Fuente:** Estudio Técnico Cuadro Nº 4.15 y Anexo E  
**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO Nº 5. 7**  
**MANO DE OBRA DIRECTA (AREA DE PRODUCCIÓN)**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Remuneraciones Operativas	7.968,00	8.652,35	9.395,48	10.202,43	11.078,69
Décimo Tercer Sueldo	664,00	721,03	782,96	850,20	923,22
Décimo Cuarto Sueldo	528,00	573,35	622,59	676,06	734,13
Aporte Patronal	968,11	1.051,26	1.141,55	1.239,59	1.346,06
Fondos de Reserva		721,03	782,96	850,20	923,22
<b>TOTAL</b>	<b>10.128,11</b>	<b>11.719,02</b>	<b>12.725,53</b>	<b>13.818,49</b>	<b>15.005,32</b>

**Fuente:** Estudio Técnico Cuadros Nros. 4.15 y 5.6

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO Nº 5. 8**  
**MANO DE OBRA DIRECTA (AREA DE FAENAMIENTO)**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Faenadores	1.200,00	1.303,06	1.414,98	1.536,51	1.668,48
<b>TOTAL</b>	<b>1.200,00</b>	<b>1.303,06</b>	<b>1.414,98</b>	<b>1.536,51</b>	<b>1.668,48</b>

**Fuente:** Estudio Técnico Cuadro Nº 4.16

**Elaborado por:** La Autora

### 5.3.1.3. Costos Indirectos de Fabricación

Los materiales indirectos forman parte del Costo Variable, el volumen depende de la capacidad de producción del proyecto. En este punto se señalan los costos correspondientes a: vestimenta de trabajo, servicios básicos, mantenimiento de equipo y empaques. La proyección para los años posteriores se realiza mediante el empleo de la tasa del 3.33% de inflación al año 2.010.

**CUADRO Nº 5. 9  
VESTIMENTA DE TRABAJO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Trajes para Galpón	48,00	49,60	51,25	52,96	54,72
Trajes para Faenamiento	96,00	99,20	102,50	105,91	109,44
<b>TOTAL</b>	<b>144,00</b>	<b>148,80</b>	<b>153,75</b>	<b>158,87</b>	<b>164,16</b>

Fuente: Estudio Técnico Cuadro Nº 4.17

Elaborado por: La Autora

**CUADRO Nº 5. 10  
SERVICIOS BÁSICOS Y MANTENIMIENTO DE EQUIPO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Luz	840,00	867,97	896,88	926,74	957,60
Agua	300,00	309,99	320,31	330,98	342,00
Mantenimiento de Equipo	360,00	371,99	384,38	397,17	410,40
<b>TOTAL</b>	<b>1.500,00</b>	<b>1.549,95</b>	<b>1.601,56</b>	<b>1.654,90</b>	<b>1.710,00</b>

Fuente: Estudio Técnico Cuadro Nº 4.18

Elaborado por: La Autora

**CUADRO Nº 5. 6  
EMPAQUES**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Bandejas desechables y envoltura	19.950	21.945	24.140	26.553	29.209
Valor Unitario	0,09	0,09	0,10	0,10	0,10
<b>TOTAL</b>	<b>1.795,50</b>	<b>2.040,82</b>	<b>2.319,66</b>	<b>2.636,59</b>	<b>2.996,83</b>

Fuente: Estudio Técnico Cuadro Nº 4.19

Elaborado por: La Autora

#### 5.3.1.4. Resumen de los Costos de Producción

A continuación se presenta el detalle de los Costos de Producción, proyectados para los próximos cinco años, en base al porcentaje de inflación establecido para el año 2.010.

**CUADRO Nº 5. 7  
RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia Prima e Insumos	33.756,97	38.369,18	43.611,57	49.570,21	56.342,99
Mano de Obra Directa	11.328,11	13.022,08	14.140,51	15.355,00	16.673,80
Vestimenta de Trabajo	144,00	148,80	153,75	158,87	164,16
Servicios Básicos	1.140,00	1.177,96	1.217,19	1.257,72	1.299,60
Empaques	1.795,50	2.040,82	2.319,66	2.636,59	2.996,83
Mantenimiento de Equipo	360,00	371,99	384,38	397,17	410,40
Imprevistos 2%	970,49	1.102,62	1.236,54	1.387,51	1.557,76
<b>TOTAL</b>	<b>49.495,07</b>	<b>56.233,45</b>	<b>63.063,60</b>	<b>70.763,07</b>	<b>79.445,54</b>

Fuente: Cuadros Nros. 5.5 al 5.11

Elaborado por: La Autora

#### 5.3.2. GASTOS ADMINISTRATIVOS

En el presente proyecto, los gastos administrativos están formados por: salarios correspondientes a Gerencia y Contabilidad, suministros de oficina, servicios básicos, servicios de comunicación y mantenimiento de equipo. Para los años siguientes las proyecciones se realiza en base al porcentaje de inflación del 3.33% al año 2.010, excepto las proyecciones correspondientes al sueldo ya que se establecen en base a la tasa de crecimiento promedio del Sueldo Básico Unificado, de acuerdo al cálculo detallado en el Anexo E.

### 5.3.2.1. Sueldos Administrativos

Estos rubros pertenecen a los costos fijos, los cuales deberán ser cancelados por la microempresa por concepto de sueldos al personal que laborará en el área administrativa. En este caso al Gerente y Contador.

**CUADRO N° 5.13  
SUELDO BÁSICO UNIFICADO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente	350,00	380,06	412,70	448,15	486,64
Contadora	264,00	286,67	311,30	338,03	367,06
<b>TOTAL</b>	<b>614,00</b>	<b>666,73</b>	<b>724,00</b>	<b>786,18</b>	<b>853,70</b>

Fuente: Estudio Técnico Cuadro N° 4.20 y Anexo E

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 5. 8  
SUELDOS ADMINISTRATIVOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Remuneraciones Operativas	7.368,00	8.000,82	8.687,99	9.434,17	10.244,45
Décimo Tercer Sueldo	614,00	666,73	724,00	786,18	853,70
Décimo Cuarto Sueldo	528,00	573,35	622,59	676,06	734,13
Aporte Patronal	895,21	972,10	1.055,59	1.146,25	1.244,70
Fondos de Reserva		666,73	724,00	786,18	853,70
<b>TOTAL</b>	<b>9.405,21</b>	<b>10.879,73</b>	<b>11.814,17</b>	<b>12.828,85</b>	<b>13.930,69</b>

Fuente: Estudio Técnico Cuadros Nros. 4.20 y 5.13

Elaborado por: La Autora



**CUADRO Nº 5. 9  
SUMINISTROS DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Perforadora	4,00	4,13	4,27	4,41	4,56
Grapadora	7,00	7,23	7,47	7,72	7,98
Papel resma	42,00	43,40	44,84	46,34	47,88
Carpetas	6,00	6,20	6,41	6,62	6,84
Esferográfico	3,60	3,72	3,84	3,97	4,10
Tinta impresora	39,00	40,30	41,64	43,03	44,46
Cuaderno	10,50	10,85	11,21	11,58	11,97
Lápiz	11,00	11,37	11,74	12,14	12,54
Borrador	3,00	3,10	3,20	3,31	3,42
Libretines (facturas)	4,50	4,65	4,80	4,96	5,13
<b>TOTAL</b>	<b>130,60</b>	<b>134,95</b>	<b>139,44</b>	<b>144,09</b>	<b>148,88</b>

Fuente: Estudio Técnico Cuadro Nº 4.21  
Elaborado por: La Autora

**CUADRO Nº 5. 10  
SERVICIOS BÁSICOS Y OTROS GASTOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>					
Luz	120,00	124,00	128,13	132,39	136,80
Agua	72,00	74,40	76,88	79,43	82,08
<b>SERVICIOS DE COMUNICACIÓN</b>					
Teléfono	240,00	247,99	256,25	264,78	273,60
Internet	300,00	309,99	320,31	330,98	342,00
Mantenimiento Equipo de Cómputo	180,00	185,99	192,19	198,59	205,20
<b>TOTAL</b>	<b>912,00</b>	<b>942,37</b>	<b>973,75</b>	<b>1.006,18</b>	<b>1.039,68</b>

Fuente: Estudio Técnico Cuadro Nº 4.22  
Elaborado por: La Autora

### 5.3.3. GASTOS DE VENTAS

En los gastos de venta se contemplan los rubros por concepto de sueldos de ventas, publicidad, combustible y mantenimiento. Las proyecciones de dichos gastos para los próximos 5 años se establecen de acuerdo a la tasa de inflación del 3.33% y la tasa de crecimiento promedio del Sueldo Básico Unificado para la proyección del mismo, según el Anexo E

**CUADRO N° 5.17  
SUELDO BÁSICO UNIFICADO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Vendedor	264,00	286,67	311,30	338,03	367,06
<b>TOTAL</b>	<b>264,00</b>	<b>286,67</b>	<b>311,30</b>	<b>338,03</b>	<b>367,06</b>

Fuente: Estudio Técnico Cuadro N° 4.20 y Anexo E

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 5. 18  
SUELDOS EN VENTAS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Remuneraciones Operativas	3.168,00	3.440,09	3.735,55	4.056,39	4.404,78
Décimo Tercer Sueldo	264,00	286,67	311,30	338,03	367,06
Décimo Cuarto Sueldo	264,00	286,67	311,30	338,03	367,06
Aporte Patronal	384,91	417,97	453,87	492,85	535,18
Fondos de Reserva		286,67	311,30	338,03	367,06
<b>TOTAL</b>	<b>4.080,91</b>	<b>4.718,08</b>	<b>5.123,31</b>	<b>5.563,33</b>	<b>6.041,15</b>

Fuente: Estudio Técnico Cuadros Nros. 4.20 y 5.17

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 5. 11  
OTROS GASTOS DE VENTAS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad	1.440,00	1.487,95	1.537,50	1.588,70	1.641,60
Combustible y mantenimiento	2.220,00	2.293,93	2.370,31	2.449,25	2.530,81
<b>TOTAL</b>	<b>3.660,00</b>	<b>3.781,88</b>	<b>3.907,81</b>	<b>4.037,94</b>	<b>4.172,41</b>

Fuente: Estudio Técnico Cuadro N° 4.22

Elaborado por: La Autora

**5.3.4. GASTOS FINANCIEROS**

Los gastos financieros corresponden a los intereses generados por la deuda, los cuales deberán ser cancelados trimestralmente, en un plazo de 5 años, de acuerdo a lo señalado en la tabla de amortización.

**CUADRO N° 5. 12  
GASTOS FINANCIEROS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Intereses	6.250,22	5.232,46	4.053,23	2.686,91	1.103,83
<b>TOTAL</b>	<b>6.250,22</b>	<b>5.232,46</b>	<b>4.053,23</b>	<b>2.686,91</b>	<b>1.103,83</b>

Fuente: Cuadro N° 5.2

Elaborado por: La Autora

**5.3.5. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS**

En el siguiente cuadro se indica los valores correspondientes a la depreciación, generada por el desgaste físico de los activos por el uso a través del tiempo, para ello se aplicó la siguiente fórmula:

$$DEPRECIACIÓN = \frac{COSTO HISTÓRICO - VALOR RESIDUAL}{VIDA ÚTIL}$$

**CUADRO N° 5. 13  
DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS**

<b>ACTIVO FIJO DEPRECIABLE</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Muebles y Enseres	1.006,38	100,64	90,57	90,57	90,57	90,57	90,57
Equipo de Cómputo	1.021,43	340,48	226,98	226,98	226,98		
Renovación Equipo de Cómputo	1.055,44	351,81				234,54	234,54
Equipo de Oficina	61,00	6,10	5,49	5,49	5,49	5,49	5,49
Maquinaria y Equipo	5.673,00	567,30	510,57	510,57	510,57	510,57	510,57
Herramientas de Trabajo	1.092,43	109,24	98,32	98,32	98,32	98,32	98,32
Vehículo	15.600,00	3.120,00	2.496,00	2.496,00	2.496,00	2.496,00	2.496,00
Infraestructura	17.056,64	852,83	810,19	810,19	810,19	810,19	810,19
<b>TOTAL</b>	<b>42.566,32</b>	<b>5.448,40</b>	<b>4.238,12</b>	<b>4.238,12</b>	<b>4.238,12</b>	<b>4.245,68</b>	<b>4.245,68</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

**5.3.6. AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS**

De acuerdo a la Ley, los activos diferidos se amortizan en un 20%, del primero al quinto año los valores permanecen invariables.

**CUADRO N° 5. 14  
AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR INICIAL</b>	<b>AMORTIZACIÓN ANUAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Activos Diferidos	1.381,01	276,20	276,20	276,20	276,20	276,20	276,20
<b>TOTAL</b>	<b>1.381,01</b>	<b>276,20</b>	<b>276,20</b>	<b>276,20</b>	<b>276,20</b>	<b>276,20</b>	<b>276,20</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO N° 5. 23  
RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos de Producción	49.495,07	56.233,45	63.063,60	70.763,07	79.445,54
Gastos Administrativos	10.447,81	11.957,05	12.927,36	13.979,12	15.119,25
Gastos de Ventas	7.740,91	8.499,96	9.031,12	9.601,27	10.213,56
Gasto Depreciación	4.238,12	4.238,12	4.238,12	4.245,68	4.245,68
Gasto Amortización	276,20	276,20	276,20	276,20	276,20
Gastos Financieros	6.250,22	5.232,46	4.053,23	2.686,91	1.103,83
<b>TOTAL</b>	<b>78.448,33</b>	<b>86.437,24</b>	<b>93.589,63</b>	<b>101.552,25</b>	<b>110.404,06</b>

Fuente: Cuadros Nros. 5.12 al 5.22

Elaborado por: La Autora

#### 5.4. ESTADOS FINANCIEROS PRO-FORMAS

Básicamente los Estados Financieros Pro-Forma son:

- Balance de Situación Inicial o de Arranque.
- Balance de Resultados.
- Flujo de Efectivo (fuente y uso de los fondos).

Es importante indicar que estos permiten analizar las condiciones financieras básicas dentro de la organización, tales como: la capacidad de convertir los activos en dinero, el equilibrio entre el endeudamiento y el capital contable y la capacidad de obtener utilidades dentro de un período determinado.

#### 5.4.1. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL O DE ARRANQUE

El presente balance permite describir los activos y su relación con los pasivos, así como también el patrimonio que tiene la microempresa.

**CUADRO Nº 5. 15**  
**ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL O DE ARRANQUE**

ACTIVOS			PASIVOS		
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>		15.192,29	<b>PASIVOS LARGO PLAZO</b>		44.000,00
Caja-Bancos	15.192,29		Préstamo por Pagar	44.000,00	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		47.079,01			
Equipo de Cómputo	1.021,43				
Equipo de Oficina	61,00				
Muebles y Enseres	1.006,38				
Maquinaria y Equipo	5.673,00		<b>PATRIMONIO</b>		19.652,31
Herramientas de Trabajo	1.092,43		Capital Propio	19.652,31	
Vehículo	15.600,00				
Infraestructura	17.056,64				
Terreno	5.568,13				
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>		1.381,01			
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		63.652,31	<b>TOTAL PASIVO+PATRIMONIO</b>		63.652,31

**Fuente:** Estudio Técnico Cuadro Nro. 4.13, Estudio Financiero Cuadro Nro. 5.1

**Elaborado por:** La Autora

#### 5.4.2. BALANCE DE RESULTADOS

Presenta un resumen de las cuentas de ingresos, egresos y la utilidad o pérdida que la microempresa proyecta alcanzar en un período determinado.

A continuación se presenta dicho balance proyectado para los próximos años.

**CUADRO Nº 5. 25**  
**BALANCE DE RESULTADOS PROYECTADO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Proyectados	94.762,50	107.709,90	122.426,30	139.153,41	158.165,94
(-) Costos de Producción	49.495,07	56.233,45	63.063,60	70.763,07	79.445,54
<b>(=) UTILIDAD BRUTA</b>	<b>45.267,43</b>	<b>51.476,45</b>	<b>59.362,70</b>	<b>68.390,34</b>	<b>78.720,40</b>
(-) Gastos Administrativos	10.447,81	11.957,05	12.927,36	13.979,12	15.119,25
(-) Gastos de Ventas	7.740,91	8.499,96	9.031,12	9.601,27	10.213,56
(-) Gasto Depreciación	4.238,12	4.238,12	4.238,12	4.245,68	4.245,68
(-) Gastos Financieros	6.250,22	5.232,46	4.053,23	2.686,91	1.103,83
<b>(=) UTILIDAD OPERATIVA PROYECTADA</b>	<b>16.590,37</b>	<b>21.548,86</b>	<b>29.112,87</b>	<b>37.877,36</b>	<b>48.038,08</b>
(-) 15% Participación de Trabajadores	2.488,56	3.232,33	4.366,93	5.681,60	7.205,71
<b>(=) UTILIDAD O PÉRDIDA ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>14.101,81</b>	<b>18.316,53</b>	<b>24.745,94</b>	<b>32.195,75</b>	<b>40.832,37</b>
(-) Impuesto a la Renta	3.384,44	4.212,80	5.444,11	7.083,07	8.983,12
<b>(=) UTILIDAD NETA PROYECTADA</b>	<b>10.717,38</b>	<b>14.103,73</b>	<b>19.301,83</b>	<b>25.112,68</b>	<b>31.849,25</b>

Fuente: Cuadro Nros. 5.4 y 5.23

Elaborado por: La Autora

### 5.4.3. FLUJO DE EFECTIVO

Muestra el registro de los movimientos tanto de entrada como de salida del dinero dentro de la microempresa, es decir de dónde se forma el efectivo o los fondos y en qué se aplicaron.

**CUADRO N° 5. 26**  
**ESTADO DE FLUJO DEL EFECTIVO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión Inicial	-63.652,31					
<b>INGRESOS</b>						
Utilidad Operacional		16.590,37	21.548,86	29.112,87	37.877,36	48.038,08
(+) Depreciación		4.238,12	4.238,12	4.238,12	4.245,68	4.245,68
(+) Valor de Rescate						5.448,40
<b>(=) TOTAL INGRESOS</b>		<b>20.828,49</b>	<b>25.786,98</b>	<b>33.350,99</b>	<b>42.123,04</b>	<b>57.732,16</b>
<b>EGRESOS</b>						
(-) 15% Participación de Trabajadores		2.488,56	3.232,33	4.366,93	5.681,60	7.205,71
(-) Impuesto a la Renta		3.384,44	4.212,80	5.444,11	7.083,07	8.983,12
(-) Reinversión					1.055,44	
<b>(=) TOTAL EGRESOS</b>		<b>5.872,99</b>	<b>7.445,13</b>	<b>9.811,04</b>	<b>13.820,11</b>	<b>16.188,83</b>
<b>(=) FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO</b>	<b>-63.652,31</b>	<b>14.955,50</b>	<b>18.341,85</b>	<b>23.539,95</b>	<b>28.302,93</b>	<b>41.543,33</b>

Fuente: Cuadros Nros. 5.1, 5.21, 5.25

Elaborado por: La Autora

## 5.5. EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera tiene como finalidad analizar los beneficios que se esperan alcanzar de la inversión en la implementación de la microempresa de crianza y comercialización de pavos de carne. Para ello es importante manejar los principales índices de evaluación como: Costo de Capital, Tasa de Rendimiento Medio (TRM), VAN, TIR, Período de Recuperación de la Inversión, Costo Beneficio y Punto de Equilibrio.



## 5.5.1 CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL Y LA TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

Rara determinar el Costo de Capital en primer lugar se debe especificar claramente el monto de la inversión, es decir que porcentaje corresponde a inversión propia y financiada. Por tal razón en el siguiente cuadro se detalla la estructura de la inversión:

### Datos:

<b>Inversión Total</b>	63.652,31	<b>CK = Costo de Capital</b>
<b>Interés Anual</b>	15%	<b>If = Tasa de Inflación</b>
<b>Plazo (años)</b>	5	

**CUADRO Nº 5. 16  
COSTO DE CAPITAL**

DESCRIPCIÓN	VALOR	PONDERACIÓN	TASA DE INTERÉS	VALOR PONDERADO
Inversión Propia	19.652,31	30,87%	4,60%	142,00
Inversión Financiada	44.000,00	69,13%	15,00%	1.036,95
<b>Inversión Total</b>	<b>63.652.31</b>	<b>100%</b>	<b>19,60%</b>	<b>1.178,95</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

$$CK = 0,117895$$

Para el cálculo de la Tasa de Rendimiento Medio se utiliza la siguiente fórmula:

$$TRM = (1 + CK) (1 + If) - 1 \quad CK = 0,117895 \quad If = 0,0333$$

$$TRM = (1 + 0,117895) (1 + 0,0333) - 1$$

**TRM = 15,51%** significa que es lo mínimo que puede ganar el proyecto para operar.

## 5.5.2. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Para determinar el VAN, se calcula el valor de los flujos de caja para los cinco años de horizonte del proyecto, causados por la inversión. Luego se procede a actualizar dichos flujos a través de la Tasa de Rendimiento Medio (TRM), en este caso por el 15.51%, a la suma de estos valores se resta la inversión inicial, dando como resultado el VAN. A continuación se presenta el resultado obtenido:

**CUADRO Nº 5. 28  
VALOR ACTUAL NETO**

AÑO	FLUJOS NETOS	FLUJOS ACTUALES (15.51%)
0	- 63.652,31	- 63.652,31
1	14.955,50	12.947,36
2	18.341,85	13.746,88
3	23.539,95	15.273,79
4	28.302,93	15.898,39
5	41.543,33	20.202,42
<b>VAN</b>		<b>14.416,53</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

$$VAN = -II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} \dots + \frac{FNE}{(1+r)^n}$$

$$VAN = -63.652,31 + \frac{14.955,50}{(1+0,1551)^1} + \frac{18.341,85}{(1+0,1551)^2} + \frac{23.539,95}{(1+0,1551)^3} + \frac{28.302,93}{(1+0,1551)^4} + \frac{41.543,33}{(1+0,1551)^5}$$

$$VAN = 14.416,53$$

En conclusión se indica que el VAN es el valor del dinero en tiempo real. Para el proyecto en estudio es de 14.416,53 dólares, lo que determina que es factible, ya que es positivo.

### 5.5.3. TASA INTERNA DE RETORNO

La TIR consiste en una medida de rentabilidad, ya que indica la capacidad que tiene el proyecto de producir utilidades.

**CUADRO N° 5. 17  
TASA INTERNA DE RETORNO**

AÑO	FLUJOS NETOS	FLUJO 15.51%	FLUJO 24%
0	- 63.652,31	- 63.652,31	- 63.652,31
1	14.955,50	12.947,36	12.060,89
2	18.341,85	13.746,88	11.928,88
3	23.539,95	15.273,79	12.346,41
4	28.302,93	15.898,39	11.971,39
5	41.543,33	20.202,42	14.170,75
<b>VAN</b>		<b>14.416,53</b>	<b>- 1.173,99</b>

Fuente: Flujo de Caja y Cuadro Nro. 5.28

Elaborado por: La Autora

Para el cálculo de la TIR se emplea la siguiente fórmula:

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VANTi}{VANTi - VANTs}$$

$$TIR = 15,51 + (24 - 15,51) \frac{14.416,53}{14.416,53 - (-1.173,99)}$$

**TIR = 23,36%**

La TIR obtenida indica la rentabilidad del proyecto, en este caso del 23,36%. Por lo tanto el proyecto es factible, ya que es mayor a la Tasa de Rendimiento Medio (TRM).

#### 5.5.4. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Este indicador permite conocer el tiempo en el cual se recuperará la inversión, considerando el comportamiento de los flujos de caja proyectados.

**CUADRO Nº 5. 18**  
**PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN**

AÑOS	CAPITAL	FLUJO NETO DE EFECTIVO	RECUPERACIÓN DEL CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN	
1	63.652,31	14.955,50	<b>14.955,50</b>	1	AÑO
2		18.341,85	<b>18.341,85</b>	2	AÑO
3		23.539,95	<b>23.539,95</b>	3	AÑO
4		28.302,93	<b>6.815,01</b>	3	MESES
5		41.543,33			

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

La inversión del proyecto se recuperará en 3 años 3 meses, lo cual indica que es aceptable.

#### 5.5.5. COSTO BENEFICIO

La Relación Beneficio Costo, refleja el valor que tiene la inversión en el nuevo proyecto con relación a los beneficios y costos. En este caso se utiliza los flujos netos actualizados y la inversión inicial.

En el siguiente cuadro se presentan los resultados:

**CUADRO N° 5. 19  
COSTO BENEFICIO**

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJOS NETOS</b>	<b>FLUJOS 15,51%</b>
1	14.955,50	12.947,36
2	18.341,85	13.746,88
3	23.539,95	15.273,79
4	28.302,93	15.898,39
5	41.543,33	20.202,42
<b>SUMATORIA</b>		<b>78.068,84</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

$$C/B = \frac{\sum \text{Flujos netos actualizados}}{\text{Inversión Inicial}}$$

**C/B=** 78.068,84/63.652,31

**C/B=** 1.23

Este evaluador indica que por cada dólar invertido en el proyecto generará 0,23 dólares adicionales.

**5.5.6. PUNTO DE EQUILIBRIO**

El Punto de Equilibrio a obtenerse corresponde al del proyecto, no es el operativo donde no se pierde ni se gana, ya que todavía no entra en gestión. En esta parte se obtendrá en nivel de ventas necesarias para comenzar a recuperar activos fijos y costos fijos.

$$PEP = \frac{\text{Inversión.Fija} + \text{CostosFijos}}{PVu - CVu}$$

**Datos:**

**Inversión Fija = 47.079,01**

**Costos Fijos = 28.953,26**

**Precio de Venta Unitario = 4,75**

**Costo Variable Unitario = 2,48**

Aplicación de la fórmula:

$$PE = \frac{47.079,01 + 28.953,26}{4,75 - 2,48}$$

**PE = 33.494 KILOS**

El Punto de Equilibrio del proyecto, indica que la microempresa necesita vender 33.494 kilos de carne de pavo troceada, para comenzar a recuperar los activos y costos fijos.

### **5.5.7. SENSIBILIDAD DEL PROYECTO**

El análisis de la sensibilidad del proyecto se estableció en base al volumen de ventas, considerando los siguientes escenarios:

Escenario A: Disminución del volumen de ventas en un 3%.

**CUADRO N° 5. 20  
SENSIBILIDAD DEL PROYECTO ESCENARIO A**

<b>AÑO</b>	<b>FLUJOS NETOS</b>	<b>FLUJOS 15,51%</b>	<b>FLUJOS 21%</b>
0	-63.652,31	- 63.652,31	- 63.652,31
1	13.119,00	11.357,46	10.842,15
2	16.226,97	12.161,81	11.083,24
3	21.104,90	13.693,81	11.913,16
4	25.535,17	14.343,67	11.912,34
5	38.397,41	18.672,57	14.803,86
<b>VAN</b>		<b>6.577,01</b>	<b>- 3.097,55</b>

Elaborado por: La Autora

Escenario B: Disminución del volumen de ventas en un 6%

**CUADRO Nº 5. 33  
SENSIBILIDAD DEL PROYECTO ESCENARIO B**

<b>AÑO</b>	<b>FLUJOS NETOS</b>	<b>FLUJO 15,51%</b>	<b>FLUJO 17%</b>
0	-63.652,31	-63.652,31	-63.652,31
1	11.282,50	9.767,56	9.643,17
2	14.112,08	10.576,74	10.309,07
3	18.669,84	12.113,84	11.656,90
4	22.767,41	12.788,96	12.149,83
5	35.251,49	17.142,71	16.078,60
<b>VAN</b>		- 1.262,50	- 3.814,76

**Elaborado por:** La Autora

De acuerdo a los resultados expuestos, si disminuyen las ventas en un 3% (Escenario A), la TIR es 19.24%, lo que significa que el proyecto es viable. Pero al considerar una disminución de las ventas en un 6% (Escenario B), la TIR es de 14,77%, lo que quiere decir que el proyecto no resiste.

Efectuada la Evaluación Financiera, se puede concluir que el proyecto es factible dentro de las condiciones estudiadas.

## CAPÍTULO VI

### 6. ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA

Para que una microempresa pueda dar inicio a sus actividades, es necesario definir claramente los recursos materiales, económicos, tecnológicos y humanos para poder generar un bien o servicio, que satisfaga las necesidades de un mercado determinado.

Por otra parte, la estructura organizacional y funcional es fundamental, con el fin de establecer la división del trabajo y de esta manera coordinar las actividades, las cuales lleven a la consecución y logro de los objetivos. Los puntos a considerarse en el presente capítulo se describen a continuación:

#### 6.1. DENOMINACIÓN DE LA MICROEMPRESA

La denominación de la Microempresa será “GRANJA AVÍCOLA PUCAHUAYCO”.

##### 6.1.1. MARCA

La marca que se utilizará en la Microempresa es la siguiente:



RiCo PaVo



### 6.1.2. LOGOTIPO

El logotipo de la “GRANJA AVÍCOLA PUCAHUAYCO” será:



### 6.1.3. SLOGAN

El slogan con que se identificará el producto es el siguiente:



## 6.2. PROPUESTA ADMINISTRATIVA – ESTRATÉGICA

### 6.2.1. MISIÓN

Brindar un producto de calidad que satisfaga las necesidades alimentarias y sobre todo aporte con beneficios nutricionales, sostenibles y esenciales para mantener una vida más saludable.

## 6.2.2. VISIÓN

La "GRANJA AVÍCOLA PUCAHUAYCO" en el 2.016, será un ícono en la producción y comercialización de pavos de carne en Imbabura, porque mantendrá un monitoreo permanente de las necesidades del cliente, así como también empleará los recursos necesarios acorde a los requerimientos actuales y de esta manera crear una imagen de confianza en el consumo.

## 6.3. OBJETIVOS

### 6.3.1. Objetivo General

Ser una empresa pionera en el mercado avícola de la provincia de Imbabura, brindando al consumidor un producto de calidad en diferentes presentaciones y la posibilidad de adquirirlo de acuerdo a su necesidad.

#### 6.3.1.1. Objetivos Específicos

- Contribuir con el desarrollo del Sector Pucahuayco, mediante la creación de fuentes de empleo.
- Preservar el sistema natural a través del uso de medidas de protección ambiental.
- Mantener el compromiso de mejoramiento continuo tanto en la administración como en la producción.
- Cumplir con las obligaciones legales impuestas para el funcionamiento de la microempresa.

#### **6.4. POLÍTICAS**

Las siguientes políticas están orientadas a contribuir con el desarrollo de las actividades y direccionar el logro de los objetivos, de manera que se pueda crear una imagen de confianza a través de la oferta de un producto de calidad.

- Buscar permanente excelencia en los procesos y producto, de manera que se pueda cumplir con las expectativas de los clientes en cuanto a: costo, tiempo, calidad.
- Contribuir con la protección del medio ambiente, mediante el manejo adecuado de los desechos que de esta actividad se deriven y mediante el empleo de procesos de producción que no afecten a este.
- Cumplimiento de las obligaciones con los organismos de control.
- Desarrollo de las actividades en apego a la legalidad.
- Proteger la seguridad y salud de quienes forman parte de la microempresa.
- Tomar en cuenta la opinión de los empleados, ya que el espíritu de participación y mejora continua será fundamental para el futuro de la microempresa.
- Mantener un ambiente de trabajo libre de discriminación.

#### **6.5. VALORES**

Los valores sirven como un marco de referencia para promover las buenas prácticas éticas y evitar entornos irregulares que entorpezcan el buen ambiente de trabajo. Los valores a ser considerados son los siguientes:

- Responsabilidad.- Cumplir con las obligaciones adquiridas como organización y empleados, con el fin de dar respuesta a lo encomendado.

- Respeto y buen trato.- Mantener una actitud de tolerancia para que no se vea afectada la integridad de las personas.
- Puntualidad.- Cumplir con los horarios de trabajo, de manera que se logren beneficios a nivel personal y de empresa.
- Honestidad.- De la transparencia con que actúen y como lleven a cabo las actividades, depende el prestigio y la confianza hacia una microempresa a lo largo del tiempo.
- Cooperación.- La buena comunicación, el aporte de ideas nuevas, el apoyo mutuo entre compañeros, etc., es sinónimo de trabajo en equipo. La observancia y aplicación de estos aspectos conllevan a alcanzar resultados positivos dentro del ambiente laboral.

## **6.6. BASE LEGAL**

Para la constitución y funcionamiento de la "GRANJA AVÍCOLA PUCAHUAYCO" se considerarán los siguientes aspectos:

### **6.6.1. Determinación de la Forma Jurídica**

La Microempresa por la Organización es de tipo Individual, con capacidad legal para desarrollar actividades de comercio.

### **6.6.2. Requisitos para obtener el RUC**

Los requisitos para obtener el Registro Único de Contribuyentes son:

- Copia a color de la cédula de identidad y certificado de votación del último proceso electoral.
- Planilla de servicio básico: agua, luz o teléfono. Debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción o actualización, considerando la emisión de la

planilla, los cuales reflejen la dirección donde va a realizar la actividad.

### **6.6.3. Patente Municipal**

Para obtener la Patente Municipal son necesarios los siguientes requisitos:

- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Carta de pago de servicio básico (agua, luz o teléfono) del lugar donde va a realizar la actividad.
- Comprobante de pago del impuesto predial, del predio donde funciona la actividad económica.
- Original y copia del formulario de declaración del Impuesto de Patente.
- Cancelar el valor de la patente de acuerdo a la ubicación.

### **6.6.4. Permiso de funcionamiento de los Bomberos**

Los requisitos a presentarse para la obtención de este permiso son:

- Copia de la cédula de identidad si es persona natural o del representante legal en el caso de personas jurídicas.
- Original y copia del Registro Único de Contribuyentes.
- Copia de la Patente Municipal.
- Llenar la solicitud o formulario de inspección que se obtiene en las oficinas del Cuerpo de Bomberos en este caso de la ciudad de Ibarra y adjuntar el informe de inspección realizada por el Inspector del Cuerpo de Bomberos.

### **6.6.5. Permiso Sanitario**

Los requisitos para tramitar el permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud son:

- Copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del propietario del establecimiento.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Patente Municipal o Permiso del Cuerpo de Bomberos.
- Copia de certificados de salud conferidos por Centros de Salud del Ministerio de Salud Pública.
- Pago de la tasa de acuerdo al tipo de establecimiento, dicho pago se realizará en el Banco del Austro.

### **6.7. ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL Y FUNCIONAL**

La estructura organizacional de la microempresa será simple, estará conformada por las áreas que se detallan a continuación en un organigrama, las cuales son creadas con el fin de llevar a cabo adecuadamente las actividades y lograr los objetivos planteados, mediante la integración de todos quienes conformarán la organización.

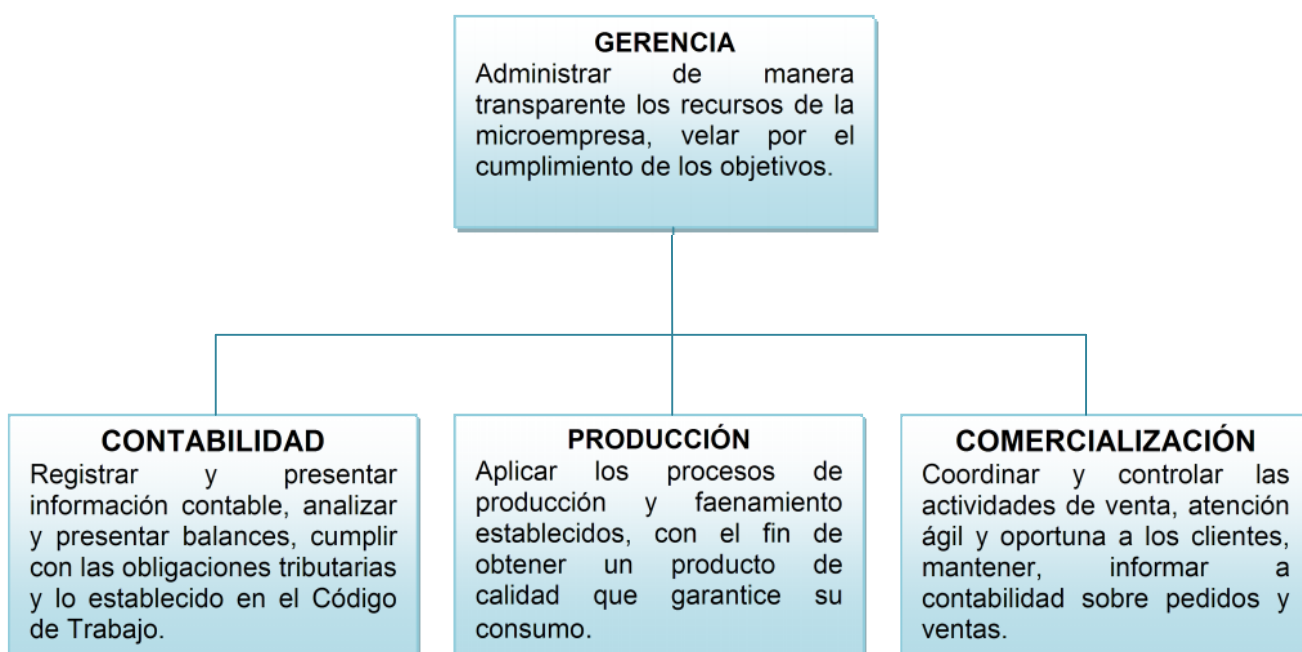
## 6.7.1. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL Y FUNCIONAL

**GRÁFICO Nº 6. 1**  
**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA GRANJA AVÍCOLA**  
**PUCAHUAYCO**



Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO Nº 6. 2**  
**ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA GRANJA AVÍCOLA**  
**PUCAHUAYCO**



Elaborado por: La Autora

## 6.7.2. DESCRIPCIÓN DE CARGOS Y FUNCIONES

Definida la estructura administrativa, operativa y de comercialización, a continuación se describe las funciones de cada uno de los cargos.

**CUADRO Nº 6. 1**  
**CARGO: GERENTE**

<b>OBJETIVO DEL CARGO</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Administrar de manera transparente los recursos de la microempresa.</li></ul>
<b>FUNCIONES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Representar legalmente a la microempresa.</li><li>➤ Velar por el cumplimiento de los objetivos planteados.</li><li>➤ Organizar, dirigir y controlar las actividades.</li><li>➤ Formular y hacer cumplir las políticas, normas y procedimientos para un buen desarrollo de las actividades administrativas y de producción.</li><li>➤ Fomentar la armonía dentro de la organización.</li><li>➤ Fomentar la pulcritud en la presentación personal y de las instalaciones.</li><li>➤ Analizar los balances y demás información presentada por el contador, para la toma oportuna de decisiones.</li><li>➤ Analizar posibles nuevos mercados.</li></ul>
<b>REQUISITOS DEL PUESTO DE TRABAJO</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Formación: Superior</li><li>➤ Título: Administración de Empresas o carreras afines.</li><li>➤ Experiencia mínima de un año.</li><li>➤ Manejo de paquetes informáticos.</li><li>➤ Liderazgo.</li><li>➤ Habilidad de integración para el trabajo en equipo.</li></ul>

Elaborado por: La Autora



**CUADRO Nº 6. 2**  
**CARGO: CONTADOR(A)**

<b>OBJETIVO DEL CARGO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Registrar y presentar oportunamente la información contable.</li> </ul>
<b>FUNCIONES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ordenar y mantener un archivo de todo documento que sirva como soporte para justificar las diferentes operaciones.</li> <li>➤ Registrar cronológicamente las transacciones.</li> <li>➤ Proporcionar la información requerida a gerencia.</li> <li>➤ Cumplir con las obligaciones tributarias.</li> <li>➤ Analizar y elaborar los Estados Financieros.</li> <li>➤ Controlar el ingreso del personal y de terceras personas a las instalaciones.</li> <li>➤ Mantener un informe acerca de las necesidades en cuanto a: materias primas e insumos, suministros de oficina y de aseo, entre otros requerimientos.</li> <li>➤ Mantener al día el registro de cuentas por pagar, para poder cancelarlas dentro del plazo convenido.</li> <li>➤ Cumplir con lo establecido en el Código de Trabajo en cuanto a obligaciones del empleador.</li> <li>➤ Solicitar y verificar los recursos materiales de acuerdo a los requerimientos establecidos por la microempresa.</li> <li>➤ Asesorar a los clientes sobre el producto que se ofrece.</li> </ul>
<b>REQUISITOS DEL PUESTO DE TRABAJO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Formación: Superior</li> <li>➤ Egresado (a) en: Ingeniería en Contabilidad C.P.A., Administración de Empresas o carreras afines.</li> <li>➤ Experiencia mínima de un año.</li> <li>➤ Manejo de paquetes informáticos.</li> <li>➤ Conocimiento Tributario.</li> <li>➤ Excelentes relaciones interpersonales.</li> </ul>

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO Nº 6. 3**  
**CARGO: INGENIERO AGROPECUARIO**

<b>OBJETIVO DEL CARGO</b>
➤ Panificar las actividades de producción de la microempresa.
<b>FUNCIONES</b>
➤ Asesorar a la parte administrativa en cuanto a la adquisición de materia prima e insumos. ➤ Formular los procedimientos necesarios de producción. ➤ Elaborar un programa de producción, alimentación y prevención de enfermedades. ➤ Establecer normas sanitarias y de bioseguridad. ➤ Mantenimiento del equipo de trabajo.
<b>REQUISITOS DEL PUESTO DE TRABAJO</b>
➤ Formación: Superior. ➤ Título en: Ingeniería Agropecuaria o carreras afines. ➤ Experiencia mínima de un año. ➤ Conocimiento sobre manejo de enfermedades y su prevención. ➤ Conocimiento sobre adquisición y manejo de herramientas de trabajo.

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO Nº 6. 4**  
**CARGO: (OBRERO) GALPONERO**

<b>OBJETIVO DEL CARGO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Aplicar los procesos de producción establecidos por el Ingeniero Agropecuario.</li> </ul>
<b>FUNCIONES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mantener informado al Ingeniero Agropecuario sobre anomalías que se presenten en esta área.</li> <li>➤ Cumplir con todos los procesos de producción en todas las etapas.</li> <li>➤ Aplicar las normas sanitarias y de bioseguridad.</li> <li>➤ Mantener el galpón en óptimas condiciones, que garanticen el desarrollo adecuado de las aves.</li> </ul>
<b>REQUISITOS DEL PUESTO DE TRABAJO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Bachiller Técnico en Agroforestería y Zootecnia.</li> <li>➤ Experiencia no indispensable.</li> </ul>

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO Nº 6. 5**  
**CARGO: FAENADORES**

<b>OBJETIVO DEL CARGO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Aplicar el proceso establecido para el faenamiento de pavos, desde la selección del ave hasta la obtención del producto final.</li> </ul>
<b>FUNCIONES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Utilizar la ropa de trabajo.</li> <li>➤ Manejar adecuadamente los desechos derivados de esta actividad.</li> <li>➤ Verificar la disponibilidad de las herramientas necesarias para esta actividad.</li> <li>➤ Utilizar correctamente los materiales de empaque.</li> <li>➤ Obtener el producto final a tiempo.</li> </ul>
<b>REQUISITOS DEL PUESTO DE TRABAJO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Bachiller Técnico en Agroforestería y Zootecnia.</li> <li>➤ Aptitud y actitud de trabajo en equipo y bajo presión.</li> </ul>

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO Nº 6. 6**  
**CARGO: VENDEDOR**

<b>OBJETIVO DEL CARGO</b>
➤ Coordinar y controlar las actividades de venta.
<b>FUNCIONES</b>
➤ Aplicar las estrategias de venta establecidas por la microempresa. ➤ Atención ágil y oportuna al cliente, orientándose a ahorrar tiempo y esfuerzo. ➤ Controlar el producto en cuanto a: peso, empaque, calidad. ➤ Verificar el correcto almacenaje del producto final. ➤ Registrar los pedidos y confirmar si existe la cantidad requerida por el cliente. ➤ Entregar los pedidos de acuerdo a las especificaciones acordadas entre la microempresa y el cliente. ➤ Informar a Contabilidad sobre los pedidos y ventas efectuadas. ➤ Respaldar las entregas mediante el detalle de facturas.
<b>REQUISITOS DEL PUESTO DE TRABAJO</b>
➤ Egresado en: Marketing, Administración de Empresas, o carreras afines. ➤ Experiencia mínima de un año. ➤ Manejo de paquetes informáticos. ➤ Conocimientos de tributación. ➤ Excelente atención al cliente.

**Elaborado por:** La Autora

## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS

#### 7.1. INTRODUCCIÓN

Independientemente de sus características, la ejecución de un proyecto puede generar varios impactos como por ejemplo: de tipo económico, empresarial, educativo, cultural, entre otros. En este caso se consideró los impactos más relevantes.

Por otra parte, el análisis de impactos en el presente proyecto se desarrolla tomando en consideración lo siguiente: un impacto puede ser positivo o negativo, puede generar posibles bondades o posibles defectos y su evaluación debe ser de manera cualitativa y cuantitativa.

La valoración de los principales impactos se realiza mediante el empleo de la Matriz de Impactos, donde se señala los respectivos indicadores y las escalas de puntuación. En la siguiente matriz se señala la valoración que se califica de acuerdo a los siguientes criterios:

**CUADRO Nº 7. 1  
VALORACIÓN DE IMPACTOS**

<b>VALORACIÓN CUANTITATIVA</b>	<b>VALORACIÓN CUALITATIVA</b>
3	Impacto Alto Positivo
2	Impacto Medio Positivo
1	Impacto Bajo Positivo
0	No hay impacto
-1	Impacto Bajo Negativo
-2	Impacto Medio Negativo
-3	Impacto Alto Negativo

**Fuente:** POSSO, Miguel; (2006). (Pág. 199)

**Elaborado por:** La Autora

## 7.2. IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS

- a) Económico
- b) Ambiental
- c) Educativo y Cultural
- d) General

Para realizar el cálculo de los diferentes impactos se utilizó la siguiente fórmula, la misma que arrojará como resultado el nivel de impacto:

$$\text{NIVEL DE IMPACTOS} = \frac{\Sigma}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

## 7.3. ANÁLISIS DE IMPACTOS

### 7.3.1. Impacto Económico

**CUADRO Nº 7. 2  
IMPACTO ECONÓMICO**

NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
<b>INDICADORES</b>								
Generación de fuentes de empleo							X	3
Estabilidad económica comunitaria							X	3
Estabilidad económica empresarial						X		2
Cumplimiento de obligaciones tributarias							X	3
<b>TOTAL</b>								<b>11</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

Aplicación de la fórmula:

$$\text{NIVEL DE IMPACTOS} = \frac{\Sigma}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{11}{4}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = 2.75 = 3 \quad \boxed{\text{Impacto alto positivo}}$$

#### **Análisis:**

- El establecimiento de una estructura organizacional bien definida, así como también la aplicación de políticas de mejoramiento continuo tanto en la producción como en la comercialización, permitirá alcanzar una estabilidad como organización y de esta manera generar mayores oportunidades de trabajo en las diferentes áreas que componen la microempresa.
- De acuerdo al estudio de mercado, el consumo de carne de pavo es aceptable, lo cual crea la posibilidad de introducirse al mercado con este producto; por lo que con la implantación de la microempresa permitirá mejorar las condiciones de vida de quienes lo integran.
- Con la formulación y aplicación de estrategias de comercialización, se espera lograr una estabilidad económica microempresarial sostenida y equilibrada, que fortalezca a los beneficiarios directos e indirectos.

- Empezar una unidad productiva, conlleva no solamente a obtener utilidad y a satisfacer necesidades, sino también a cumplir con las obligaciones tributarias, las cuales benefician a la sociedad en general.

### 7.3.2. Impacto Ambiental

**CUADRO Nº 7. 3  
IMPACTO AMBIENTAL**

NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
<b>INDICADORES</b>								
Manejo de desechos sólidos orgánicos y líquidos						X		2
Contaminación auditiva						X		2
Contaminación ambiental						X		2
Reciclaje de basura inorgánica						X		2
<b>TOTAL</b>								<b>8</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

Aplicación de la fórmula:

$$\text{NIVEL DE IMPACTOS} = \frac{\Sigma}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{8}{4}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = 2 \quad \boxed{\text{Impacto medio positivo}}$$



## **Análisis:**

- Las actividades desarrolladas en el proceso productivo, provocan repercusiones bajas en el medio ambiente, es decir, no provocan impactos ambientales negativos que atenten el entorno local y externo, ya que estos desechos no son tóxicos; estos pueden ser controlados bajo medidas de protección a través de los trabajadores que son los que están relacionados directamente con el proyecto. Las medidas de bioseguridad a ser consideradas entre las más sobresalientes se detallan en los siguientes párrafos.
- En el caso del manejo de los desechos sólidos orgánicos, se depositarán en un pozo séptico técnicamente construido para este fin, el cual tendrá una tapa de hormigón armado para lograr un cerrado hermético; para la evacuación de aguas servidas producidas en el proceso productivo se dará el mismo tratamiento. En cuanto a la gallinaza, se acumulará para ser utilizada como abono.
- La presencia de malos olores es mínima, ya que los galpones serán desinfectados de acuerdo a las necesidades durante el proceso productivo.
- En cuanto a la contaminación auditiva, el presente proyecto no generará ruidos que afecten a la salud auditiva de la población, ya que el ruido producido por las aves es tolerable mientras se den las debidas atenciones y por otra parte no se laborará con la presencia de máquinas. Para el efecto, en el Capítulo IV se establece detalladamente las medidas de bioseguridad a ser empleadas por la microempresa.

### 7.3.3. Impacto Educativo y Cultural

**CUADRO N° 7. 4  
IMPACTO EDUCATIVO Y CULTURAL**

NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
<b>INDICADORES</b>								
Aplicación de los conocimientos adquiridos							X	3
Nuevos aprendizajes							X	3
Consumo de productos nutricionales						X		2
Cultura de consumo					X			1
<b>TOTAL</b>								<b>9</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Aplicación de la fórmula:

$$\text{NIVEL DE IMPACTOS} = \frac{\Sigma}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{9}{4}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = 2,25 \quad \boxed{\text{Impacto medio positivo}}$$

**Análisis:**

- La ejecución de este trabajo de investigación, permite establecer una dinámica de mejoramiento continuo del nivel de educación que brinda la Universidad, a través de la vinculación de lo teórico con lo

práctico y de esta manera mejorar constantemente los conocimientos en diferentes aspectos como: financieros, administrativos, comerciales, agropecuarios, entre otros y de esta manera alcanzar suficientes competencias para un desempeño laboral eficiente.

- No solamente los involucrados en las diferentes actividades de la microempresa pueden adquirir nuevos aprendizajes en el convivir diario, sino que también serviría como un medio donde estudiantes de las instituciones educativas puedan realizar pasantías y de esta manera contribuir con el desarrollo de la educación.
- Uno de los objetivos del proyecto es ofrecer un producto nutricional, ya que un producto que sea beneficioso para la salud de las personas es aceptado. De ahí que se pondrá énfasis en el profesionalismo con que se desarrollen las actividades para lograr producir y ofrecer un producto de calidad que garantice su consumo.
- La cultura de consumo de carne de pavo en los últimos años se ha ido incrementando, debido principalmente a sus características nutricionales a diferencia de otras carnes como la de res y cerdo. Por otra parte algunos distribuidores han optado por ofrecer pavos troceados y no solamente enteros, punto que satisface y favorece al consumidor ya existe la opción de escoger. A pesar de que su mayor presencia es en el mes de diciembre, a nivel de la provincia de Imbabura se lo puede adquirir en cualquier temporada como por ejemplo en el Supermaxi.

### 7.3.4. Impacto General

**CUADRO N° 7. 5  
IMPACTO GENERAL**

NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
<b>INDICADORES</b>								
Impacto económico							X	3
Impacto Ambiental						X		2
Impacto Educativo y Cultural						X		2
<b>TOTAL</b>								<b>7</b>

**Fuente:** Investigación Directa  
**Elaborado por:** La Autora

Aplicación de la fórmula:

$$\text{NIVEL DE IMPACTOS} = \frac{\Sigma}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{7}{3}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = 2,33 \quad \boxed{\text{Impacto medio positivo}}$$

#### **Análisis:**

Con respecto al análisis general, los impactos relacionados con el presente proyecto, arrojan un impacto medio positivo, lo que significa que la creación de la microempresa frente a los diferentes retos presentes en el medio, es una alternativa para la generación de fuentes de trabajo, aplicación de los conocimientos adquiridos en las aulas, ofertar un producto nutricional, cubrir una necesidad alimenticia y sobre todo aportar con el desarrollo de la comunidad.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES:

Después de haber diseñado el Estudio de Factibilidad para la CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PAVOS DE CARNE EN EL SECTOR PUCAHUAYCO, se puede afirmar que se han alcanzado todos los objetivos propuestos. A continuación se exponen los principales logros y hallazgos en las siguientes conclusiones:

- A través del Diagnóstico Situacional, se determinó que el sector es apto para ser explotado. La presencia de factores como: ubicación, clima, disponibilidad de servicios básicos, vías de transporte en buen estado, entre otros; favorece tanto a la crianza de animales como a la producción agrícola.
- Las bases teórico-científicas desarrolladas proporcionaron la información suficiente sobre el estado de la investigación del tema propuesto, lo que permitió sustentar científicamente cada una de las fases del proyecto diseñado. Consultas bibliográficas y aportes personales que enfocan conceptos y definiciones importantes de los variados aspectos y variables descritas para la formulación del presente proyecto.
- El análisis del Estudio de Mercado, permitió conocer una nueva alternativa de negocio, ya que ofrecer un producto con excelentes beneficios nutricionales es una ventaja competitiva que facilita la aceptación y posicionamiento en el mercado. La escasa presencia del producto en el mercado y la cultura de consumo que ha adoptado en el medio, ha llevado a que se convierta en un producto estacional.

- El desarrollo del Estudio Técnico permitió conocer que el Sector Pucahuayco posee factores determinantes en la crianza de animales, así como también la facilidad y posibilidad de adquirir en nuestro medio los requerimientos necesarios en cuanto a: recursos materiales, económicos, tecnológicos y humanos que demanda la producción avícola.
  
- Efectuado el Estudio Financiero se concluye que el proyecto es viable, de acuerdo a los siguientes resultados: TRM 15.51%, VAN 14.416,53, Período de Recuperación de la Inversión 3 años 3 meses, Costo Beneficio 1,23 dólares, Punto de Equilibrio 33.494 kilos.
  
- La organización estructural y funcional dentro de una organización es fundamental, por lo que es importante definir claramente las áreas y el personal que lo conforman.
  
- De acuerdo a la valoración de los impactos: económico, ambiental, educativo y cultural resultan positivos, creando la posibilidad de aceptación dentro del entorno.

## **RECOMENDACIONES:**

La presente propuesta proyecta rentabilidad; por lo que, se recomienda invertir en el presente proyecto, decisión que se respalda en las estimaciones financieras y demás estudios realizados.

Para una correcta implementación del proyecto, se recomienda tomar en cuenta lo siguiente:

- Aprovechar las fortalezas del sector y las oportunidades del entorno, con el propósito de mejorar las técnicas en cuanto a la crianza de aves y dejar atrás las prácticas tradicionales, con el fin de sacar a flote dicha actividad y de esta manera mejorar en cierto modo el nivel de vida de los habitantes.
- Se debe tomar en cuenta que el sustento teórico, sirve como base y apoyo para cualquier disposición que puedan tomar más adelante los dueños o directivos de una empresa.
- Considerar los resultados obtenidos en el Estudio de Mercado para formular estrategias coherentes y bien definidas, orientadas a satisfacer las necesidades del consumidor de acuerdo a sus exigencias. Por otra parte dar a conocer las bondades del producto e incentivar su inclusión en la dieta diaria, por medio de la formulación y aplicación de planes de producción orientados a abastecer el mercado todo el año; así como también diseñar estrategias de publicidad y formas de presentación del producto, de manera que el consumidor tenga la oportunidad de escoger y adquirir de acuerdo a su necesidad.
- Considerar los requerimientos establecidos en el Estudio Técnico, para el desarrollo adecuado de las actividades dentro de cada

etapa de la producción avícola, con el propósito de obtener y ofrecer un producto de calidad que garantice su consumo, de manera que refleje resultados positivos tanto para el productor como para el consumidor. Así como también utilizar adecuadamente los recursos destinados a cada actividad, de manera que se evite el desperdicio, con el fin de descartar futuras pérdidas en el proyecto.

- Diseñar un programa de control de: distribución del monto de la inversión, costos, gastos e ingresos y de esta manera obtener los indicadores financieros propuestos en el proyecto, con el propósito de que se mantenga positivo desde el punto de vista financiero.
- Mantener y aplicar los términos de planificación, dirección y control administrativos, con miras a fortalecer y ayudar al crecimiento de la microempresa.
- Cumplir con las medidas de bioseguridad descritas en el Estudio Técnico, de modo que la convivencia de las personas y la naturaleza no se vean afectadas.



## BIBLIOGRAFÍA

- ANZOLA, Sérvulo; (2.002), “Administración de Pequeñas Empresas”, Edit. McGRAW-HILL, México.
- BACA, Gabriel; (2.006), “Evaluación de Proyectos”, Edit. McGRAW-HILL, México.
- CASTRO, Raúl y MOKATE, Karen; (2005), “Evaluación Económica y Social de Proyectos de Inversión”, Edit. Ediciones Uniandes, Colombia.
- CÓRDOVA, Marcial; (2.006), “Formulación y Evaluación de Proyectos”, Edit. Ecoe Ediciones Ltda. , Bogotá, D.C.
- CHARLES, Lamb; (2006), “Obra Marketing”, Edit. Thomson. México.
- CHILQUINGA, Manuel; (2.007), “Costos por Órdenes de Producción”, Ibarra-Ecuador.
- IPINZA, Fernando y D´, Alessio; (2008), “El Proceso Estratégico un Enfoque de Gerencia”, Edit. Pearson Educación, México.
- DURÁN, Hugo; (2.008), “Antología de Personajes Sanantonenses”, Ibarra-Ecuador.
- GITMAN, Laurence; (2007), “Principios de Administración Financiera”, Edit. Pearson Educación, México.
- HILL, Charles y JONS, Gareth; (2005), “Administración Estratégica un Enfoque Integrado”, Edit. McGRAW-HILL, México.

- JÁCOME, Walter, (2.005); “Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión”, Ibarra.
- JOBBER, David y FAHY, John; (2.007), “Fundamentos de Marketing”, Edit. McGRAW-HILL, Ciudad Madrid.
- KOMYA, Raúl; (2004), “Marketing para PYMES”, Edit. Palomino, Perú.
- MONTEROS, Edgar; (2.005), “Manual de Gestión Microempresarial”, Ibarra.
- NARVÁEZ, Cecilia; (2.009), “Imbabura Tierra Preciosa”, Ibarra-Ecuador.
- NÚÑEZ, Rafael; (2007), “Manual de Evaluación de Proyectos de Inversión”, Edit. Trillas, México.
- ORTIZ, Alberto; (2005), “Gerencia Financiera y Diagnóstico Estratégico”, Edit. McGRAW-HILL INTERAMERICANA, Bogotá Colombia.
- POSSO, Miguel; (2.006), “Metodología para el Trabajo de Grado”, Edit. NINA Comunicaciones, Quito- Ecuador.
- SÁNCHEZ, Cristian; (2.005), “Cría, Producción y Comercialización de pavos”. Edit. Ripalme, Perú.
- SAPAG, Nassir; (2007), “Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación”, Edit. Pearson Educación de México S.A. de C.V., México.

## LINCOGRAFÍA

- [www.conave.org](http://www.conave.org)
- [www.cuidadodelasalud.com](http://www.cuidadodelasalud.com)
- [www.hoy.com.ec/noticias-ecuador](http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador)
- [www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec)
- 
- [www.misionvisionvalores.com](http://www.misionvisionvalores.com)
- [www.monografias.com](http://www.monografias.com)
- [www.nutricionnichese.com](http://www.nutricionnichese.com)
- [www.rednaturaleza.com](http://www.rednaturaleza.com)



**ANEXOS**

**ANEXO A**  
**FICHA DE OBSERVACIÓN**

**NOMBRE:** Señora Piedad Potosí PRESIDENTA DEL SECTOR PUCAHUAYCO  
**NOMBRE DEL INVESTIGADOR:** Inés Chávez Fuentes  
**LUGAR:** Pucahuayco  
**FECHA:** 15 de noviembre del 2.010

DATOS FUENTE	SI	NO	N/A
• El Sector Pucahuayco se creó aproximadamente hace 50 años.	x		
• Pucahuayco se caracteriza por ser un sector formado por agricultores, artesanos y albañiles.	x		
• Con el paso del tiempo y cumpliendo con los requisitos necesarios, el sector obtiene personería jurídica.	x		
• La legalización de dicho sector se realizó con el MAGAP.	x		
• Pucahuayco se declaró como un sector jurídico el 1 de agosto del 2.000.	x		
• La administración del sector está representada por un Cabildo.	x		
• Se cuenta con los servicios básicos y vías de acceso necesarias.	x		
• La presencia de Monseñor Leonidas Proaño, ayudó al desarrollo turístico del sector.	x		
• La Casa Misionera Monseñor Leonidas Proaño, se ha considerado como patrimonio y adelanto en la educación de Pucahuayco.	x		
• Existen granjas demostrativas para la capacitación práctica de los comuneros con el propósito de mejorar las técnicas agrícolas y ganaderas.		x	
• Existen estudios de factibilidad enfocados a la integración socio-económica y a la participación activa de sus pobladores.		x	

**OBSERVACIONES:**...Ninguna.....  
 .....

## **ANEXO B**

### **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

#### **ENTREVISTA**

#### **DIRIGIDA AL SEÑOR ADMINISTRADOR DEL PLANTEL AVÍCOLA DE CRIANZA DE PAVOS**

- 1.- ¿Hace qué tiempo funciona la empresa?
- 2.- ¿Qué tipo de pavos maneja el plantel avícola y por qué eligió este?
- 3.- ¿Cuántos galpones tiene y cuál es la capacidad instalada?
- 4.- ¿Cuál es el grado de mortalidad en la producción de pavos de carne?
- 5.- ¿Cuál es su nivel de producción y ventas mensual?
- 6.- ¿Cuál es el nivel de producción y ventas por temporada navideña?
- 7.- ¿Cuál es el consumo per cápita de carne de pavo?
- 8.- ¿Aproximadamente cuál es el precio de venta del kilo?
- 9.- ¿En qué mercado ubica el producto?
- 10.- ¿Realiza importaciones para cubrir la demanda de este producto?
- 11.- ¿Cuál es el principal problema que actualmente tiene la producción y comercialización de carne de pavo?

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## ANEXO C

### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

#### ENCUESTA

#### DIRIGIDA A DISTRIBUIDORES DE CARNE DE PAVO DE LOS CANTONES IBARRA, OTAVALO, ANTONIO ANTE Y COTACACHI

#### 1.- ¿Los pavos de carne que Usted vende, a quien adquiere?

- Directamente del productor ( )  
De Intermediarios ( )  
Producción propia ( )

#### 2.- ¿En qué forma adquiere los pavos?

- En pie ( )  
Faenados ( )  
Por presas ( )

#### 3. ¿Cuál es su principal proveedor y en qué cantidad compra?

PROVEEDOR	SEMANAL	MENSUAL	SEMESTRAL	POR AÑO	CANTIDAD
PRONACA					
AVILTALSA					
PROFASA					
GRUPO ORO					
AVICOLA FERNÁNDEZ					
OTRO					

**4.- ¿Cuántos pavos adquiere por temporada navideña?**

- 1 – 20 pavos
- 21 – 40 pavos
- 41 – 60 pavos
- 61 – 80 pavos
- 81 – 100 pavos
- Más de 101 pavos  ¿Cuántos?-----

**5.- ¿Aproximadamente a qué precio compra el kilo?**

\$ . .....

**6.- ¿Aproximadamente a qué precio vende el kilo?**

\$ .....

**7.- ¿De acuerdo al peso, cuál pavo tiene mayor demanda?**

- Seis kilos       Nueve kilos
- Siete kilos       Diez o más kilos
- Ocho kilos

**8 ¿En qué forma vende los pavos?**

- Faenados enteros
- Faenados por presas

**9.- ¿Cuáles son los meses de mayor demanda?**

-----  
-----  
-----



**10.- Señale en orden de importancia los productos cárnicos que adquieren los consumidores con mayor frecuencia. Califique 5 al más importante y 1 al menos importante.**

PRODUCTO	CALIFICACIÓN
Carne de pollo	
Carne de pavo	
Carne de res	
Carne de chancho	
Pescado	

**11.- Señale en orden de importancia los productos cárnicos que adquieren con mayor frecuencia por temporada navideña. Califique 5 al más importante y 1 al menos importante.**

PRODUCTO	CALIFICACIÓN
Carne de pollo	
Carne de pavo	
Carne de res	
Carne de chancho	
Pescado	

**12.- ¿Qué dificultades tiene usted para adquirir el producto en la temporada navideña?**

- Escasa cobertura de proveedores ( )
- Alto precio de adquisición ( )
- Dificultad de manejo del producto ( )
- Espacio de almacenamiento ( )
- Otra ¿Cuál?-----

**13.- ¿Estaría dispuesto a adquirir carne de pavo troceada en forma permanente?**

Si ( ) NO ( )

¿Por qué?-----

**14.- ¿Aplica con frecuencia promociones?**

MUCHO ( ) POCO ( ) NADA ( )

¿Por qué?-----

**15.- ¿Cuáles de los siguientes medios de comunicación utiliza para dar a conocer los productos?**

Televisión	( )	Revistas locales	( )
Radio	( )	Volantes	( )
Diarios	( )	Vallas	( )
Páginas amarillas	( )		

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## ANEXO D

### PROYECCIÓN DE LA OFERTA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE MÉTODOS MATEMÁTICOS

#### 1.- CÁLCULO DE LA TASA DE CRECIMIENTO

Para determinar la proyección de la oferta de pavos de carne a nivel del país, en primer lugar se procedió al cálculo de la tasa de crecimiento a partir del año 2.006 al año 2.010; mediante el empleo de información del registro histórico de la oferta de carne de pavo del Ecuador, la misma que se obtuvo de la página web del CONAVE. (Estudio de Mercado, Cuadro N° 3.19).

Para efectos del cálculo de la tasa de crecimiento, se transformó la información presentada en toneladas métricas a kilogramos.

$$(6.450 \text{ TM})(1.000 \text{ Kg. / 1 TM}) = 6'450.000 \text{ kg.}$$

$$(7.495 \text{ TM})(1.000 \text{ Kg. / 1 TM}) = 7'495.000 \text{ kg.}$$

$$(8.008 \text{ TM})(1.000 \text{ Kg. / 1 TM}) = 8'008.000 \text{ kg.}$$

$$(8.027 \text{ TM})(1.000 \text{ Kg. / 1 TM}) = 8'027.000 \text{ kg.}$$

$$(8.212 \text{ TM})(1.000 \text{ Kg. / 1 TM}) = 8'212.000 \text{ kg.}$$

El cálculo de la tasa de crecimiento se realizó mediante la siguiente fórmula:

$$i = (Q2/Q1) - 1$$

**Donde:**

**i** = Tasa de crecimiento

**Q2** = Producción Año Posterior

**Q1** = Producción Año Anterior

**Cálculos:**

**AÑO 2.007**

$$i = (7'495.000/6'450.000) - 1$$

**AÑO 2.008**

$$i = (8'008.000/7'495.000) - 1$$

**AÑO 2.009**

$$i = (8'027.000/8'008.000) - 1$$

**AÑO 2.010**

$$i = (8'212.000/8'027.000) - 1$$

**CÁLCULO DE LA TASA DE CRECIMIENTO**

<b>AÑO</b>	<b>SALDO INICIAL</b>	<b>PRODUCCIÓN NACIONAL</b>	<b>IMPORTACIÓN DE PAVO CONGELADO</b>	<b>TOTAL DISPONIBLE</b>	<b>TASA DE CRECIMIENTO <math>i=(Q2/Q1)-1</math></b>
	<b>TM</b>	<b>TM</b>	<b>TM</b>	<b>TM</b>	
2.006		5.081	1.369	6.450	
2.007	250	5.709	1.536	7.495	0,16201550
2.008	600	6.027	1.381	8.008	0,06844563
2.009	700	6.434	893	8.027	0,00237263
2.010*	400	7.612	200	8.212	0,02304722
<b>Sumatoria</b>					<b>0,25588098</b>
<b>Nº de años</b>					<b>4</b>
<b>Tasa de crecimiento promedio</b>					<b>6,40%</b>

## 2.- CÁLCULO DE LA PROYECCIÓN DE LA OFERTA NACIONAL MEDIANTE MODELOS DE PROYECCIÓN

### 2.1. PROYECCIÓN MEDIANTE LA FÓRMULA DEL MONTO

#### FÓRMULA:

$$M = C (1 + i)^n$$

#### Donde:

**M** = Proyección

**C** = Producción último año

**i** = Tasa de crecimiento

**n** = Número de años

#### Cálculos:

$$M = 8'212.000(1+0,064)^1$$

$$M = 8'212.000(1+0,064)^2$$

$$M = 8'212.000(1+0,064)^3$$

$$M = 8'212.000(1+0,064)^4$$

$$M = 8'212.000(1+0,064)^5$$

$$M = 8'212.000(1+0,064)^6$$

#### PROYECCIÓN DE LA OFERTA

AÑOS	PROYECCIÓN EN Kg.
2.011	8'737.568
2.012	9'296.772
2.013	9'891.766
2.014	10'524.839
2.015	11'198.428
2.016	11'915.128
<b>TOTAL</b>	<b>61'564.501</b>

Para el cálculo de la tasa de crecimiento de los datos proyectados se parte de la siguiente fórmula:

$$P_n = P_o (1+i)^{n-1}$$

**Donde:**

**P<sub>n</sub>** = Proyección último año

**P<sub>o</sub>** = Proyección primer año

**i** = Tasa de crecimiento

**n** = Número de años

De la fórmula señalada se despeja **i**, para obtener el porcentaje de crecimiento de los datos proyectados de cada uno de los métodos empleados (lineal, parabólico, exponencial y fórmula del monto); permitiendo elegir el mejor modelo de proyección. La fórmula a emplear queda de la siguiente manera:

$$i = \sqrt[n-1]{P_n/P_o} - 1$$

$$i = (\sqrt[5]{11'915.128/8'737.568}) - 1$$

$$i = 0.06400$$

$$i = 6.40\%$$

## 2.2. PROYECCIÓN MEDIANTE EL MÉTODO DE REGRESIÓN LINEAL

La fórmula y ecuaciones en el método de regresión lineal son:

**FÓRMULA:**

$$Y = a + bx$$

## ECUACIONES:

$$1) \sum y = an + b \sum x$$

$$2) \sum xy = a \sum x + b \sum x^2$$

### CÁLCULO DEL MÉTODO DE REGRESIÓN LINEAL

AÑOS	x	y	x <sup>2</sup>	(x)(y)
2.006	1	6'450.000	1	6'450.000
2.007	2	7'495.000	4	14'990.000
2.008	3	8'008.000	9	24'024.000
2.009	4	8'027.000	16	32'108.000
2.010	5	8'212.000	25	41'060.000
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>38'192.000</b>	<b>55</b>	<b>118'632.000</b>

### Cálculos:

$$1) \sum y = an + b \sum x$$

$$38'192.000 = 5a + 15b$$

$$2) \sum xy = a \sum x + b \sum x^2$$

$$118'632.000 = 15a + 55b$$

### Unión de ecuaciones 1 y 2

$$1) \quad 38'192.000 = 5a + 15b \quad (-3)$$

$$2) \quad 118'632.000 = 15a + 55b$$

$$1) - 114'576.000 = -15a - 45b$$

$$2) \quad 118'632.000 = 15a + 55b$$

$$\hline 4'056.000 = 10b$$

$$b = 4'056.000 / 10$$

$$b = 405.600$$

Se reemplaza el resultado de b en la ecuación 1

$$1) 38'192.000 = 5a + 15b$$

$$38'192.000 = 5a + 15(405.600)$$

$$38'192.000 = 5a + 6'084.000$$

$$a = 6'421.600$$

Conocidos los valores de a y b, se aplica la fórmula de método de regresión lineal para calcular la proyección de la oferta.

### PROYECCIÓN DE LA OFERTA

AÑOS	a	B	x	(b)(x)	PROYECCIÓN EN Kg.
2.011	6'421.600	405.600	6	2'433.600	8'855.200
2.012	6'421.600	405.600	7	2'839.200	9'260.800
2.013	6'421.600	405.600	8	3'244.800	9'666.400
2.014	6'421.600	405.600	9	3'650.400	10'072.000
2.015	6'421.600	405.600	10	4'056.000	10'477.600
2.016	6'421.600	405.600	11	4'461.600	10'883.200
					<b>59'215.200</b>

Cálculo de la tasa de crecimiento con los datos proyectados:

$$i = \sqrt[n-1]{Pn/Po} - 1$$

$$i = ( \sqrt[5]{10'883.200/8'855.200} ) - 1$$

$$i = 0.042105401$$

$$i = 4.21\%$$



### 2.3. PROYECCIÓN MEDIANTE EL MÉTODO PARABÓLICO

La fórmula y ecuaciones en el método parabólico son:

#### FÓRMULA:

$$y = a + bx + cx^2$$

#### ECUACIONES:

$$1) \sum y = an + b \sum x + c \sum x^2$$

$$2) \sum xy = a \sum x + b \sum x^2 + c \sum x^3$$

$$3) \sum x^2y = a \sum x^2 + b \sum x^3 + c \sum x^4$$

#### CÁLCULO DEL MÉTODO PARABÓLICO

AÑOS	x	y	x <sup>2</sup>	x <sup>3</sup>	x <sup>4</sup>	(x)(y)	(x <sup>2</sup> )(y)
2.006	1	6'450.000	1	1	1	6'450.000	6'450.000
2.007	2	7'495.000	4	8	16	14'990.000	29'980.000
2.008	3	8'008.000	9	27	81	24'024.000	72'072.000
2.009	4	8'027.000	16	64	256	32'108.000	128'432.000
2.010	5	8'212.000	25	125	625	41'060.000	205'300.000
	<b>15</b>	<b>38'192.000</b>	<b>55</b>	<b>225</b>	<b>979</b>	<b>118'632.000</b>	<b>442'234.000</b>

#### Cálculos:

$$1) \sum y = an + b \sum x + c \sum x^2$$

$$38'192.000 = 5a + 15b + 55c$$

$$2) \sum xy = a \sum x + b \sum x^2 + c \sum x^3$$

$$118'632.000 = 15a + 55b + 225c$$

$$3) \sum x^2y = a \sum x^2 + b \sum x^3 + c \sum x^4$$

$$442'234.000 = 55a + 225b + 979c$$

### Unión de ecuaciones 1 y 2:

$$1) \quad 38'192.000 = 5a+15b+ 55c \quad (-3)$$

$$2) \quad 118'632.000 = 15a+55b+225c$$

$$1) \quad - 114'576.000 = -15a-45b-165c$$

$$2) \quad \underline{118'632.000 = 15a+55b+225c}$$

$$4) \quad 4'056.000 = \quad 10b + 60c$$

### Unión de ecuaciones 1 y 3

$$1) \quad 38'192.000 = 5a+15b + 55c \quad (-11)$$

$$3) \quad \underline{442'234.000 = 55a+225b+979c}$$

$$1) \quad - 420'112.000 = - 55a - 165b - 605c$$

$$3) \quad \underline{442'234.000 = 55a + 225b + 979c}$$

$$5) \quad 22'122.000= \quad 60b + 374c$$

### Unión de ecuaciones 4 y 5

$$4) \quad 4'056.000 = 10b + 60c \quad (-6)$$

$$5) \quad \underline{22'122.000 = 60b+374c}$$

$$4) \quad - 24'336.000 = - 60b-360c$$

$$5) \quad \underline{22'122.000 = 60b+374c}$$

$$- 2'214.000 = \quad 14c$$

$$c = - 2'214.000/14$$

$$c = - 158.143$$

Conocido el valor de c se reemplaza en la ecuación 4:

$$4) \quad 4'056.000 = 10b+60c$$

$$4'056.000 = 10b+60(- 158.143)$$

$$4'056.000 = 10b - 9'488.580$$

$$b = 13'544.580 /10$$

$$b = 1'354.458$$

Encontrado el valor de b y c, se reemplaza en la ecuación 1:

$$1) \quad 38'192.000 = 5a+15b+ 55c$$

$$38'192.000 = 5a + 15(1'354.458) + 55(-158.143)$$

$$38'192.000 = 5a + 20'316.870 - 8'697.865$$

$$a = 26'572.995/5$$

$$a = 5'314.599$$

### PROYECCIÓN DE LA OFERTA

AÑOS	a	bx	cx <sup>2</sup>	PROYECCIÓN EN Kg.
2.011	5'314.599	8'126.748	-5'693.148	7'748.199
2.012	5'314.599	9'481.206	-7'749.007	7'046.798
2.013	5'314.599	10'835.664	-10'121.152	6'029.111
2.014	5'314.599	12'190.122	-12'809.583	4'695.138
2.015	5'314.599	13'544.580	-15'814.300	3'044.879
2.016	5'314.599	14'899.038	-19'135.303	1'078.334
				<b>29'642.459</b>

Cálculo de la tasa de crecimiento de los datos proyectados:

$$i = \sqrt[n-1]{Pn/Po} - 1$$

$$i = ( \sqrt[5]{1\ 078.334/7\ 748.199} ) - 1$$

$$i = - 0.325921451$$

$$i = - 32.59\%$$

## ANEXO E

### PROYECCIÓN DEL SUELDO BÁSICO UNIFICADO

Para la proyección del sueldo básico unificado se calcula la tasa de crecimiento promedio, de acuerdo al siguiente detalle:


#### SUELDO BÁSICO UNIFICADO

AÑO	SUELDO BÁSICO UNIFICADO	TASA DE CRECIMIENTO $i=(Q2/Q1)-1$
2.007	190,00	
2.008	200,00	0,052631579
2.009	218,00	0,09
2.010	240,00	0,100917431
2.011	264,00	0,1
<b>SUMATORIA</b>		<b>0,34354901</b>
<b>Nº DE AÑOS</b>		<b>4</b>
<b>TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO</b>		<b>8,59</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

ANEXO F



**COMERCIAL HIDROBO S.A.**  
 IBARRA - QUITO - TULCAN - CAYAMBE

Fecha: Ibarrá - 04 Julio 2011

Marca: CHEVROLET Modelo: 2008

Tipo: UV D. MAX Valor \$: \_\_\_\_\_

95 472 % I.V.A. \$: \_\_\_\_\_

Vendedor: F. Gudino Total \$: 15600.-

**FINANCIAMIENTO**

Cuota Inicial \$: 5450.- Saldo \$: \_\_\_\_\_

36 Cuotas de \$: 493.- \$: Indice

48 Cuotas de \$: 421.- \$: Seguro + Depreciacion

Cuotas de \$: \_\_\_\_\_ \$: \_\_\_\_\_

Precio sujeto a cambio sin previo aviso

• Av. Mariano Acosta 20 - 120 (Frente al Aeropuerto) Telfs.: PBX (06) 2955333 IBARRA  
 • Av. 10 de Agosto 8721 y Bustamante Telfs.: 2415900 / 2416083 / 2400504 QUITO  
 • Av. Veintimilla y Av. Seminario Telfs.: (06) 2982028 / 2982 778 TULCAN  
 • Panamericana Norte Km. 1/2 Tlfs: 022110-222 / 022110-700 CAYAMBE







# ANEXO I



**WORLD COMPUTERS**  
Su inversión Inteligente



Razón Social para Emisión de Retención: **NORMA YOLANDA CORDOVA PALADINES**

RUC: 0701084121001

CONTRIBUYENTE ESPECIAL Según Resolución N° 466 / NO EFECTUAR RETENCIÓN DEL IVA

Señores Srta. Ines Chávez  
RUC  
Teléfono 2908716  
Dirección Atuntaqui  
Fecha de Envío 15 de Junio del 2011

## PROFORMA

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
2	<b>COMPUTADORES ORIGINALES</b> Case Combo: Teclado, Mouse, Parlantes Mainboard Gigabyte: audio, video, red Procesador Intel Dual Core 3.0GHZ Disco Duro 500GB S-ATA Memoria Ram 2GB DDR2 Kingston DVD-Writer / Lector de tarjetas Monitor 18.5/19" LCD Samsung/LG Regulador de Voltaje Forza 1200	446.43	892.86
1	Impresora Canon MP 250 con sistema continuo	128.57	128.57
Subtotal			<b>1,021.43</b>
IVA 12%			<b>122.57</b>
Total			<b>1,144.00</b>

**La Garantía y Confianza es lo más importante...**

Contacto: Isabel Pule

Cel 09752312

Importante: Si necesita mayor información y asesoramiento no dude en llamarnos

**ESTAMOS A SU SERVICIO**



WORLD COMPUTERS

Su inversión Inteligente

20 AÑOS DE EXPERIENCIA

20 AÑOS DE EXPERIENCIA

20 AÑOS DE EXPERIENCIA

20 AÑOS DE EXPERIENCIA

20 AÑOS DE EXPERIENCIA

20 AÑOS DE EXPERIENCIA

20 AÑOS DE EXPERIENCIA

20 AÑOS DE EXPERIENCIA

20 AÑOS DE EXPERIENCIA

20 AÑOS DE EXPERIENCIA

20 AÑOS DE EXPERIENCIA

20 AÑOS DE EXPERIENCIA

20 AÑOS DE EXPERIENCIA

20 AÑOS DE EXPERIENCIA

20 AÑOS DE EXPERIENCIA

20 AÑOS DE EXPERIENCIA

20 AÑOS DE EXPERIENCIA

20 AÑOS DE EXPERIENCIA

20 AÑOS DE EXPERIENCIA

20 AÑOS DE EXPERIENCIA

20 AÑOS DE EXPERIENCIA

20 AÑOS DE EXPERIENCIA

20 AÑOS DE EXPERIENCIA

20 AÑOS DE EXPERIENCIA

20 AÑOS DE EXPERIENCIA

20 AÑOS DE EXPERIENCIA

20 AÑOS DE EXPERIENCIA

20 AÑOS DE EXPERIENCIA

20 AÑOS DE EXPERIENCIA

20 AÑOS DE EXPERIENCIA

20 AÑOS DE EXPERIENCIA



**20 AÑOS DE EXPERIENCIA SERIEDAD Y CONSTANCIA**

Pedro Moncayo 3-53 y Rocafuerte

Teléfonos: 2608-010 / 2 640-333 / 2950-008 / 2 640-444 / Telefax 2 643\_036

## ANEXO J

# AGROVETERINARIO MAS x MENOS

*Insumos agrícolas, veterinarios y accesorios técnicos*  
Dirección: Atuntaquí, Av. Salinas y Av. Leoro Franco. Telf. (06) 2908981

ATUNTAQUI - IMBABURA - ECUADOR

Fecha: **16/06/2011** Actividad: **Crianza de pavos**  
Agricultor: **Inés Chávez** Teléfono: **2908716**  
Ubicación: **Imbabura** Técnico: **Ing. Julio Armas**  
Proforma: **Presupuesto de materiales e insumos para la crianza de pavos.**

Concepto	Unidad	Precio unitario
Comederos	Para veinte libras	8.00
Bebedores	Automáticos	15.00
Criadoras	Para 500 animales	38.00
Bomba de fumigación	20 litros Jacto	85.00
Corta uñas y picos	metálica	25.00
Balanza	digital	45.00
Termómetro	Ambiental de max y mini	8.00
Balanceado Inicial	Liris 80KG	25.50
Balanceado crecimiento	Liris de 80KG	25.25
Balanceado engorde	Liris de 80KG	25.00
Balanceado Final	Liris de 80KG	24.00
Vacunas 1000 dosis	New castle, gumboro, coriza	14.00
Vitaminas	Jb. Electrolitos de 250gr.	23.00
Desinfectantes	Banodine It	14.00
Desparasitantes	Piperacina JB. 250 GR	12.00
Viruta	Metro cubico	8.00
Trajes para galpon	Overol, guantes, botas, kit	24.00

  
Ing. Agr. Julio Armas

GERENTE PROPIETARIO

## ANEXO K

MULTIFERRERIA		Proforma: 0000004934					
Cliente : JNES DHAEZ Direccion: AUNTARU		Fecha : 2011/06/27 Cedula/RFE : 1 Telefono :					
Codigo	Barras	Descripcion	UN.	Canti.	P.Venta	Descuento	Total
060364	060364	LADRILLO	UN	10,000.00	.280	.00	2,800.000 *
060120	060120	CEMENTO SEMALEDRE	BO	180.00	7.000	.00	1,260.000 *
060325	060325	ETERMIT P7 2.40 X .32 TOSTED	UN	125.00	12.078	.00	1,509.750 *
060163	060163	VOLETA ACHA 8X8	UN	1.00	106.400	.00	106.400 *
060163	060163	VOLETA ACHA 8X8	UN	1.00	140.000	.00	140.000 *
060159	060159	VOLETA RAPIO 8X8	UN	1.00	140.000	.00	140.000 *
060160	060160	VOLETA 8X8 PIEDRA DE CEMENTO	UN	1.00	140.000	.00	140.000 *
030112	030112	360 INCHES+ANAP. CAFEON BLANCO EXTRA	UN	3.00	60.012	.00	180.037 *
030049	030049	PV 360 LLAVE APRIETARRANDE 12" INCHES	UN	3.00	8.839	.00	26.517 *
030048	030048	PV 360 LLAVE APRIETARRANDE 12" INCHES	UN	3.00	6.839	.00	20.517 *
030079	030079	PV LLAVE LAMARO ELMO STYLE 140	UN	3.00	9.769	.00	29.307 *
030086	030086	PV CUCHA CRETA	UN	3.00	4.076	.00	12.230 *
090392	090392	TABLA ROTOPLAN 2500L 8X8	UN	1.00	285.369	.00	285.369 *
010816	010816	PLASTICO NEGRO 1,50MT (2,50T/45)	MT	160.00	1.509	.00	241.440 *
010580	010580	TRAFONDOS 140X4"	DT	7.20	10.102	.00	72.738 *
060217	060217	CANREYILLA TUBO RUEDA SOLITA	UN	1.00	37.490	.00	37.490 *
060501	060501	PALA CURVADA TIPO TORNO	UN	2.00	7.471	.00	14.942 *
<b>TOTAL</b>							<b>4,938.27</b>

**MultiFerretería**  
 RUC: 171101780001  
 Av. Amazonas 1177 - Parroquia Americana  
 Atuntaqui - (05) 2 910 240  
 At: 0911200 8071

Cliente:  
 C/R: SEIS MIL NOVECIENTOS TREINTA Y OCHO, 27/100

