



1859

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TÍTULO**

**“PROYECTO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA  
CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y  
COMERCIALIZADORA DE HUEVOS, MEDIANTE LA  
CRIANZA DE GALLINAS FINQUERAS EN EL CANTÓN  
SARAGURO”**

TESIS PREVIO AL GRADO DE  
INGENIEROS COMERCIALES.

**AUTORES:**

*LUIS FERNANDO GONZÁLEZ MUÑOZ  
JENIFER PAULINA GUERRERO CONTENITO*

**DIRECTORA:**

*Ing. Mgs. Sc Gretty del Pilar Salinas Ordóñez*

**1859**

**LOJA-ECUADOR**

**2011**

CERTIFICACIÓN

## **CERTIFICACIÓN**

Ingeniera Comercial.

Gretty del Pilar Salinas Ordóñez.

## **DIRECTORA DE TESIS**

CERTIFICA:

Que he revisado la presente tesis titulada “**Proyecto de pre-factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de huevos, mediante la crianza de gallinas finqueras en el cantón Saraguro**”, realizada por los estudiantes Luis Fernando González Muñoz y Jenifer Paulina Guerrero Contento; el mismo que cumple con todos los lineamientos establecidos para su respectiva presentación normado por la Universidad Nacional de Loja, por lo cual autorizo su presentación, para los fines legales pertinentes.

.....

Ing. Com. Gretty del Pilar Salinas Ordóñez

**DIRECTORA DE TESIS**

AUTORÍA

## **AUDITORÍA**

El presente trabajo hecho por medio de una observación, un estudio de campo (encuestas), un análisis, opiniones, ideas procedimientos de investigación, resultados adquiridos, informes, análisis, evaluaciones, conclusiones, propuesta y exposición, todo lo expuesto y dicho anteriormente es exclusivamente responsabilidad de los autores, los mismos que queda prohibida su reproducción total o parcial de esta obra, en cualquier forma o cualquier medio, sin la expresa autorización de los autores.

Los autores

.....  
**Luis Fernando González Muñoz**

.....  
**Jenifer Paulina Guerrero Contento**

# AGRADECIMIENTO

## **AGRADECIMIENTO**

Al culminar nuestro trabajo investigativo y haber dedicado un tiempo muy fructífero para el desarrollo del mismo y tener muy presente que todo lo aprendido en las aulas universitarias nos sirve de gran ayuda para nuestro desarrollo personal como para aportar con un granito de arena al servicio y desarrollo de nuestro pueblo y de futuras generaciones, agradecemos a DIOS por darnos la vida y el poder de decisión para fijarnos objetivos realizables en nuestras vidas.

A la Universidad Nacional de Loja, a sus docentes que nos supieron guiar en los diferentes módulos, al personal administrativo y en especial a la Ing. Gretty del Pilar Salinas Ordoñez directora de nuestra tesis, quien con gran paciencia, responsabilidad y dedicación nos guio para culminar.

A todas nuestras familias quienes han sido nuestra motivación más sincera para seguir adelante por el sendero de la superación.

Los autores

# DEDICATORIA



## DEDICATORIA

*Con un amor eterno este trabajo realizado con gran sacrificio y entrega lo dedico a **DIOS** nuestro ser supremo, por darme la fuerza, dedicación y perseverancia suficiente para cumplir un objetivo más en mi vida, a mis queridos padres Iván González y Flor Muñoz por ser los factores directos de brindarme un futuro comprometedor por sus sabios consejos y ayuda en mis momentos más difíciles de igual manera a todos mis hermanos quienes siempre han sido mi inspiración de competitividad y progreso.*

**Att:** Luis González M

*Primeramente doy gracias a **Dios** por haber culminado con éxito esta investigación, la cual dedico a mi querido padre Víctor Antonio Guerrero Rodríguez que desde el cielo me guía, a mi madre y hermanos, por su gran apoyo moral y económico, especialmente en los momentos más difíciles de mi vida y ser mi pilar fundamental de ejemplo y superación personal, quienes han sido, son y serán mi mayor orgullo, a todos ustedes con mucho aprecio y amor dedico mi tesis.*

**Att:** Jenifer Guerrero C.

TÍTULO

**a. TÍTULO**

“PROYECTO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HUEVOS,  
MEDIANTE LA CRIANZA DE GALLINAS FINQUERAS EN EL CANTÓN  
SARAGURO”

# RESUMEN

## **b. RESUMEN**

### **b.1. RESUMEN EN CASTELLANO**

La presente investigación se la realizó en el cantón Saraguro, de la provincia de Loja, teniendo como fin específico la presentación de una propuesta sobre la implementación de una empresa productora y comercializadora de huevos mediante la crianza de gallinas finqueras en el cantón, gracias al apoyo que nos brindó la Universidad Nacional de Loja, proporcionando los conocimientos pertinentes para realizar el **“PROYECTO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HUEVOS, MEDIANTE LA CRIANZA DE GALLINAS FINQUERAS EN EL CANTÓN SARAGURO”**.

Los objetivos que se plantearon para la presente investigación fueron los siguientes:

- ✓ Realizar un estudio de mercado para conocer los gustos y preferencias de los consumidores en el cantón Saraguro, determinar la oferta y demanda de los consumidores.
- ✓ Determinar el estudio técnico necesario para la factibilidad por medio de su localización, su capacidad instalada y la ingeniería del proyecto.
- ✓ Crear los organigramas y las diferentes funciones que desempeñaran cada uno de los empleados en cada puesto de trabajo.
- ✓ Elaborar el estudio financiero para determinar las inversiones, las fuentes de financiamiento y las razones de la evaluación económica-financiera como son: El Valor Actual Neto (**VAN**), la Tasa Interna de Retorno (**TIR**), Relación Beneficio-Costo (**RBC**), Periodo de Recuperación de Capital (**PRC**) y el análisis de sensibilidad (**AS**).

Se inició con un estudio de mercado en el cantón Saraguro, formando parte del estudio una muestra previa de usuarios o consumidores y ofertantes o comerciantes, brindando información que permitió procesarla y analizarla para establecer los requerimientos y necesidades en cuanto a los gustos y preferencias, precios, cantidad, calidad, unidades requeridas, estudio que dio una demanda anual de 1.618.528 huevos, la oferta de 70.568 huevos y una demanda insatisfecha de 1.536.199.

También se realizó el plan de marketing el mismo que contiene el producto, siendo el mismo el huevo el cual estará listo a la venta en una cubeta de 15 unidades.

El precio, es fijado de acuerdo a los costos de producción y operación más el margen de utilidad el cual se establece en el primer año por parte de los miembros de la empresa con un costo de PVP de 0,23 centavos.

La plaza o lugar de venta se lo realizará por medio del siguiente canal de distribución que es productor, minorista, consumidor final.

Referente a la promoción será diferente tanto para las tiendas como para las familias, para los primeros se la hará regalándoles el producto, envase y descuento, en cambio a las tiendas se les realizará descuento y obsequio de envase.

Por último se realizará un seguimiento a las ventas realizadas para crear fidelidad y atrapar a más consumidores.

El tamaño lo determinamos por la disponibilidad de la capacidad utilizada y la capacidad instalada, la materia prima (adquisición de gallinas) y su capacidad de producción la cual es de 154.440 huevos producidos para el primer año.

La localización de la planta será a las afueras del cantón Saraguro, en la vía panamericana cerca de la gasolinera, siendo un lugar muy accesible para la obtención de materia prima así mismo para la crianza de las gallinas y protección del medio ambiente.

El proceso de crianza de las pollitas hasta la ovulación es de 6 meses y la producción un tiempo de 90 minutos, la inversión necesaria para su funcionamiento en activos fijos es de \$ 28.289,50; en activos diferidos es de \$ 135,60 dólares y en activo circulante es de \$ 33.364,34; el mismo que será financiado el 87,05% del total de la inversión propio y el 12,95% por medio de un préstamo en la cooperativa de ahorro y crédito Manuel Esteban Godoy “CoopMego” Ltda a una tasa de interés anual de 11%.

El presupuesto de ingresos para el primer año será de \$ 42.121,20 frente a un costo de producción de \$ 35.507,47; generando una utilidad de 3.794,63 el primer año.

El flujo de caja presenta para el primer año una cantidad de \$ 6.669,59.

Los resultados obtenidos que se presentaron en los indicadores para la evaluación financiera, demuestran la factibilidad y sobre todo las garantías en cuanto a la inversión, con un VAN de 93.933,46 y una TIR de 42,04%; PRC es de 3 años, 10 meses, 27 días; RB/C de 1,39 es decir que por cada dólar invertido tendremos una utilidad de 0,39 centavos y sobre AS el análisis de sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos del 28,03% y una disminución en los ingresos del 38,95%, para poner en práctica el plan, se debe tener presente este tipo de indicadores aptos para la toma de decisiones, asegurando rentabilidad, creando 6 fuentes de trabajo, un gerente, un jefe de producción, una secretaria, un jefe de finanzas, un jefe de ventas y un chofer vendedor, con un desarrollo socioeconómico, empresarial al Cantón y a sus respectivas parroquias, desarrollo que permitirá elevar el nivel de vida de todos sus habitantes.

## **b. SUMMARY**

The present investigation was carried out in the canton Saraguro, of the county of Loja, having as specific end the presentation of a proposal on the implementation of a company producer and comercializadora of eggs by means of the upbringing of hens finqueras in the canton, thanks to the support that offered us the National University of Loja, providing the pertinent knowledge to carry out the "PROJECT OF PRE-FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A COMPANY PRODUCER AND COMERCIALIZADORA OF EGGS, BY MEANS OF THE UPBRINGING OF HENS FINQUERAS IN THE CANTON SARAGURO."

The objectives that thought about for the present investigation were the following ones:

- ✓ To carry out a market study to know the likes and the consumers' preferences in the canton Saraguro, to determine the offer and the consumers' demand.
- ✓ To determine the necessary technical study for the feasibility by means of their localization, their installed capacity and the engineering of the project.
- ✓ To create the flowcharts and the different functions that they carried out each one of the employees in each work position.
- ✓ To elaborate the financial study to determine the investments, the financing sources and the reasons of the economic-financial evaluation as they are: The Net Current Value (they GO), the Internal Rate of Return (TIR), Relationship Benefit-cost (RBC), Period of Recovery of Capital (PRC) and the analysis of sensibility (ACE).

He/she began with a market study in the canton Saraguro, being part of the study a previous sample of users or consumers and bidders or merchants, offering



information that allowed to process it and to analyze it to establish the requirements and necessities as for the likes and preferences, prices, quantity, quality, required units, I study that gave an annual demand of 1.618.528 eggs, the offer of 70.568 eggs and an unsatisfied demand of 1.536.199.

He/she was also carried out the marketing plan the same one that contains the product, being the same one the egg which will be I list for sale in a pale of 15 units.

The price, it is fixed according to the production costs and operation more the margin of utility which settles down in the first year with a cost of PVP of 0,23 cents.

The square or sale place will be carried out it by means of the following distribution channel that is producing, retailer, final consumer.

With respect to the promotion it will be different as much for the stores as for the families, for the first ones he/she will make it to him giving them the product, container and discount, on the other hand to the stores they will be carried out discount and container gift.

Lastly he/she will be carried out a pursuit to the sales carried out to create fidelity and to catch more consumers.

The size determines it for the readiness of the used capacity and the installed capacity, the matter prevails (acquisition of hens) and its production capacity which is of 154.440 eggs taken place for the first year.

The localization of the plant will be to the outskirts of the canton Saraguro, in the Pan-American road near the gas station, being a very accessible place for the matter obtaining prevails likewise for the upbringing of the hens and protection of the environment.

The process of upbringing of the pollitas until the ovulation is of 6 months and the production a time of 90 minutes, the necessary investment for its operation in active fixed it is of \$28.289,50; in differed assets it is of \$135,60 dollars and in active circulating it is of \$33.364,34; the same one that will be financed 87,05% of the total of the own investment and 12,95% by means of a loan in the saving cooperative and credit Manuel Esteban Godoy "CoopMego"Ltda to an annual interest rate of 11%.

The budget of revenues for the first year will be of \$42.121,20 in front of a production cost of \$35.507,47; generating an utility of 3.794,63 the first year.

The box flow presents for the first year a quantity of \$6.669,59.

The obtained results that they were presented in the indicators for the financial evaluation, they demonstrate the feasibility and mainly the guarantees as for the investment, with a they GO of 93.933,46 and a TIR of 42,04%; PRC is of 3 years, 10 months, 27 days; RB/C 1,39 that is to say that for each invested dollar we will have an utility of 0,39 cents and on ACE the analysis of sensibility indicates that the project supports an increment in the costs of 28,03% and a decrease in the revenues of 38,95%, to put into practice the plan, present this type of capable indicators should be had for the taking of decisions, assuring profitability, creating 6 work sources, a manager, a production boss, a secretary, a boss of finances, a boss of sales and a chauffeur salesperson, with a socioeconomic development, managerial to the Canton and its respective parishes, development that will allow to elevate the level of all its inhabitants' life.

# INTRODUCCIÓN

### **c. INTRODUCCIÓN**

El presente trabajo de investigación “Proyecto de pre-factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de huevos, mediante la crianza de gallinas finqueras en el cantón Saraguro”, para efecto del trabajo se toma en cuenta la legislación universitaria y las normas generales para la graduación en la Universidad Nacional de Loja.

Se da a conocer la presente investigación con factibilidad técnica y económica para implementar una granja avícola, dedicada a la producción de huevos criollos y su comercialización a la población del cantón Saraguro.

En la actualidad la producción de huevos criollos en el cantón se lo hace de manera rudimentaria, sin previos: Estudios de mercado, técnico, ni económico de los cuales se ha detectado oportunidades factibles de negocio.

La presente tesis desarrollada contiene lo siguiente:

**La revisión de literatura**, aquí se expone todo lo referente al producto a comercializar de manera teórica, entre ellas se encuentra los antecedentes, características, valor nutritivo que posee el producto así como lo relacionado con los proyectos de inversión y sus distintas fases o estudios.

**Los materiales y métodos**, que describen la utilización de los diferentes materiales y métodos, técnicas e instrumentos de investigación científica así como el procedimiento que indica cómo se realizó cada estudio.

En la parte de los **resultados**, se da a conocer la tabulación, análisis e interpretación de los resultados obtenidos en la investigación de mercado.

La **discusión**, capítulo más extenso y engloba todo el desarrollo de la investigación, se detalla todo lo concerniente al estudio de mercado el cual contiene la segmentación, el análisis oferta y demanda, la determinación demanda insatisfecha y el plan de marketing; posteriormente se realizó el estudio técnico determinando la macro y micro localización, el proceso productivo, distribución de la planta y requerimientos; luego de ello el estudio organizacional conteniendo el mismo una acta constitutiva, organigramas y manual de funciones; también el estudio económico financiero en él se detalla la inversión, los roles, el financiamiento, el presupuesto de costos, el precio unitario y el punto de equilibrio; los estados financieros, de resultados balance general y flujo de caja, por último del presente capítulo se elaboró la evaluación financiera la misma que contiene el valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR), el periodo de recuperación de capital (PRC), relación beneficio costo (RB/C) y el análisis de sensibilidad (AS).

Como punto culminante se muestran las conclusiones y recomendaciones inéditas de los autores tomando en consideración todo el trabajo investigativo desarrollado; también está la bibliografía, en la cual se especifican diferentes fuentes investigativas y con los anexos que muestran fórmulas, esquemas y cálculos de los 5 años, para mayor comprensión de los resultados obtenidos de manera más puntualizada de su desarrollo.

# REVISIÓN DE LITERATURA

#### **d. REVISIÓN DE LITERATURA**

##### **Antecedentes.**

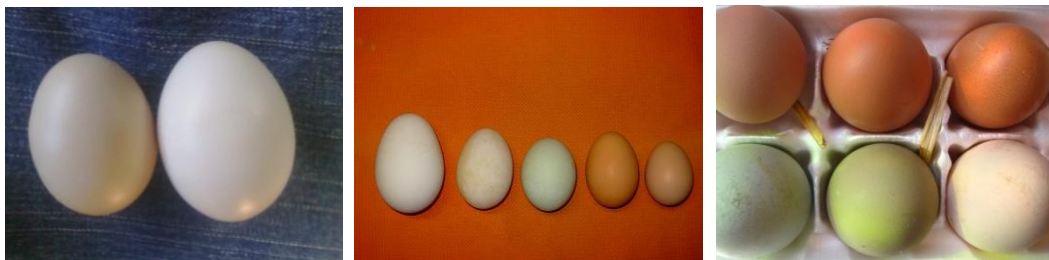
Desde los inicios de la humanidad todo ser humano ha necesitado de una serie de alimentos para su subsistencia, uno de ellos y de mayor importancia en la cadena alimenticia ha sido el consumo de gallinas y por ende de huevos.

El hombre ha utilizado los huevos como un producto proteico, desde que se comenzó la crianza de gallinas y la producción de huevos.

A pesar de su alto valor nutricional el consumo de huevos presenta algunas limitaciones, entre las cuales se puede mencionar los factores de riesgo de contraer enfermedades cardiovasculares debido a su elevado contenido en grasa saturada y colesterol.

Las personas consumen variedades de huevos como los que se venden en todo lugar (huevos de aves de criadero que reciben una alimentación con balanceado) o aquellos de gallinas finqueras y son alimentadas a base de maíz (huevos de campo).

##### **El Huevo.**



El huevo de gallina constituye uno de los alimentos más abundantes y comunes de la dieta humana. A pesar de su alto valor nutricional el consumo de huevos presenta algunas limitaciones, entre las cuales se puede mencionar los factores de riesgo de contraer enfermedades cardiovasculares debido a su elevado contenido en grasa saturada y colesterol.

La clara (transparente) está formada fundamentalmente por agua (86%) y proteínas de alto valor biológico (ovoalbúmina, entre otras). La yema, cuyo color oscila entre amarillo y anaranjado es rica en grasa saturada, colesterol y otros componentes grasos como lecitina. En la yema también se encuentran pequeñas cantidades de vitaminas liposolubles (A, D), hidrosolubles (tiamina, riboflavina) y minerales como el hierro, fósforo, zinc, selenio y sodio (el huevo es uno de los alimentos más ricos en este mineral). Es uno de los alimentos con mayor porcentaje de colesterol, localizado en la yema.

El típico color amarillento de la yema se debe a la xantofilina, un pigmento que no tiene valor nutritivo.<sup>1</sup>

### **Características generales.**

El huevo es un alimento conformado por tres partes principales: cáscara, clara, y yema.

### **La Cáscara.**



Constituye entre el 9 y el 12 % del peso total del huevo. Posee un gran porcentaje de carbonato de calcio (94 %) como componente estructural, con pequeñas cantidades de carbonato de magnesio, fosfato de calcio y demás materiales orgánicos incluyendo proteínas, si bien el calcio está presente en gran cantidad, es poco biodisponible, pese a ello, en ciertas regiones muy pobres y con escasez de lácteos (además de otros alimentos).

<sup>1</sup> DURÁN RAMÍREZ, Felipe (2004). Manual de explotación en aves de corral. Primera edición. Impreso en Colombia.



Es la primera barrera de defensa que posee el huevo. Está revestida con una película protectora natural que impide que los microorganismos penetren. La cáscara es porosa (7.000 a 17.000 poros), no es impermeable y por lo tanto esta película actúa como un verdadero "revestimiento".

No es conveniente lavar el huevo ya que este "revestimiento" se lava con el agua y por lo tanto el huevo pierde parte de la protección. Tampoco es conveniente colocarlos y quitarlos de la heladera en forma permanente ya que "se transpira" y se lava esta película. Esta película protectora se va perdiendo con el paso del tiempo (a la vez que el huevo va perdiendo frescura).

En algunos países la industria lava los huevos y luego les coloca una película protectora, en otros se recomienda colocarlos en forma permanente en la heladera ya que al haber sido lavados carecen de la película natural.

El color de la cáscara depende de la raza de la gallina (sus huevos blancos o marrones) y no influye en el valor nutritivo del alimento, ni en el sabor, ni en el grosor de la cáscara, ni en las características culinarias, ni en la calidad del huevo.

El grosor de la cáscara está influenciado por la dieta de la gallina y otros factores (**ejemplo:** si es expulsado del útero del ave antes de su formación total, en cuyo caso resultará una cáscara fina y quebradiza).

La cantidad de Calcio, Fósforo y Manganeso contenidos en la alimentación del ave es muy importante a fin de obtener una cáscara resistente.

La cámara de aire: existen dos membranas inmediatamente pegadas a la cáscara, que protegen la clara y complementa como protectora ante los microorganismos.

Con el paso del tiempo, y muchas veces con la cocción, estas membranas se separan y dejan un espacio llamado cámara de aire. A medida que el huevo envejece (pierde frescura) el espacio se hace más grande.

## La Clara.

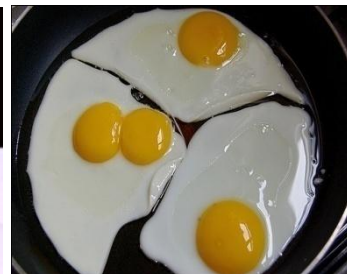


Está formada principalmente por agua y proteínas. Las proteínas son cadenas de aminoácidos que en el caso del huevo, son los 8 esenciales (imprescindibles) para el organismo humano.

También contiene vitaminas y minerales (**ejemplo:** niacina, riboflavina, magnesio y potasio, entre otros) y a la vez, una serie de enzimas que actúan como barreras contra microorganismos.

Las chalazas son dos formaciones similares a cordones de un color transparente-blanquecino cuya función principal es la de fijar la yema al centro del huevo. Cuanto más prominente es la chalaza, más fresco es el huevo (muchas veces las personas desconocen esta función de las estructuras fijadoras y creen que son partes de la clara que no se pueden utilizar, o incluso que el huevo está en mal estado, cuando en realidad, es todo lo contrario). No perjudica la cocción y no necesita ser removida (salvo casos especiales).

## La Yema.



Es la porción amarilla del huevo; está formada por lípidos y proteínas, siendo de mayor fuente de vida del huevo, recubierta por la membrana vitelina que la separa de la clara y la protege de una posible rotura.

La yema contiene al disco germinal (una suave depresión muchas veces imperceptible). Si el huevo llegara a ser fertilizado, este es el sitio a través del cual se fertiliza. Pero recordar que los huevos fertilizados no se utilizan para consumo humano.

El color está principalmente influenciado por la dieta de la gallina: si el ave consume alimentos con colores más anaranjados (**ejemplo:** maíz "Plata" que es de los más colorados y de alto consumo para aves en Ecuador), entonces la yema resultará de un tono amarillo/naranja, pero si consume alimentos de colores más blanquecinos, la yema será menos naranja. Además, hay pigmentos naturales provenientes de flores que también son alimento para estas aves. Los aditivos colorantes artificiales no están permitidos.

Cuando el huevo es expuesto a una sobre cocción (**ejemplo:** un huevo duro durante más minutos de los necesarios), puede aparecer una coloración verdosa en la superficie de la yema, es el resultado de reacciones del azufre y del hierro contenidos naturalmente, y aunque la apariencia puede desmejorar una presentación culinaria, esto no incide sobre su valor nutritivo ni su sabor.

Los huevos "doble yema" generalmente provienen de gallinas jóvenes que aún no han sincronizado completamente su ciclo productivo (si son muy jóvenes pueden incluso tener huevos sin yema, lo cual es menos común). A veces son producidos también por gallinas más viejas que no llegan a producir huevos extra grandes. Y aún un tercer caso es el de gallinas de cualquier edad pero influenciadas por factores genéticos predisponentes a los huevos doble yema.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> [www.avimentos.gov.ec](http://www.avimentos.gov.ec)

### **Perfil nutricional del huevo.**

Al hablar de dieta equilibrada se entiende aquella que contiene todos los alimentos que nos brinda la naturaleza en proporciones y cantidades adecuadas, cubriendo todos los macro y micronutrientes: Hidratos de carbono, proteínas, lípidos o grasas, vitaminas y minerales.

El huevo forma parte de esta dieta ya que sólo aporta 70 calorías (igual que una fruta), a demás de proveer de la mejor proteína encontrada entre todos los alimentos (el mejor perfil amino ácido).

La clara aporta 17 calorías (1 clara de huevo grande), el mejor perfil proteico y numerosas vitaminas y minerales.

La yema, si bien posee grasas, el contenido total es de 4 a 4,5 gramos por unidad, de las cuales 1,5 gramos son grasa saturada.

### **d.1. ESTUDIO DE MERCADO.**

Es aquel que permite presentar una serie de conceptos, que constituyen un cuerpo unitario y no simplemente un conjunto arbitrario de definiciones, por medio del cual se sistematizan, clasifican y relacionan entre sí los fenómenos particulares estudiados.

### **Consumidor.**

Es la persona que identifica sus preferencias, hábitos de consumo, gustos y necesidades para adquirir un bien o un servicio.<sup>3</sup>

### **Demanda.**

La demanda es la cantidad de un bien o servicio que la gente desea adquirir.

---

<sup>3</sup> PARRAL Jorge, La psicología del consumidor, Octava Edición, Año de publicación 2002. Pág 10-210.

**Oferta.**

Cantidad de bienes ofrecidos por los proveedores y vendedores del mercado actual.

**Productos sustitutos o similares.**

Son productos que existen en el mercado, que satisfacen las mismas necesidades de otro similar que esta comercializándose en el mercado, con características idénticas al producto actual.

**Precio del producto.**

Valor numérico que especifica los precios de los productos a ofertar y realizar un cuadro comparativo con los precios de la competencia.

**Segmentación del mercado.**

Es el proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. Todos los mercados están compuestos de segmentos.

La segmentación es un enfoque orientado hacia el consumidor y se diseñó para identificar y servir a éste grupo. Las variables para la segmentación de mercado son:

**Segmentación geográfica.**

Requiere que el mercado se divida en varias unidades geográficas como naciones, estados, condados, ciudades o barrios; se puede operar en una o dos áreas o en todas.

**Segmentación demográfica.**

Es la división en grupos basados en variables demográficas como la edad, el sexo, el tamaño de la familia, ciclo de vida y nivel de ingresos.

### **Segmentación psicográfica.**

Aquí los clientes se dividen en grupos según su clase social, estilo de vida o personalidad.

### **Segmentación por conducta.**

En esta segmentación los clientes se dividen en grupos según sus conocimientos, actitudes, costumbres o sus respuestas a un producto.<sup>4</sup>

### **Marketing.**

Herramienta de apoyo hacia las acciones de venta de la empresa, que se basa en el trabajo sobre el producto, el mercado, el precio, la publicidad y promoción.

### **Plan de comercialización.**

Es el conjunto de actividades relacionadas con la transferencia de bienes y servicios desde los productores hasta el consumidor final.

### **Producto.**

Un producto es todo aquello tangible o intangible (bien o servicio) que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo. Puede llamarse producto a objetos materiales, bienes y servicios.

Las decisiones respecto a este punto incluyen la formulación y presentación del producto, el desarrollo específico de marca y las características del empaque, etiquetado y envase, entre otras.

### **Precio.**

Es el monto de intercambio acordado a la transacción. El precio se fija por los costes de fabricación y se lo divide para el número de unidades producidas.

---

<sup>4</sup> LEVENSON, Albert **“Manual de Economía”**, pág. 2-200, décima edición.

**Plaza.**

Lugar objetivo de la venta o distribución de bien o servicio a un determinado sector o nicho de mercado.

**Promoción.**

Incluye todas las funciones realizadas para que el mercado conozca la existencia del producto/marca. La P de «promoción» está constituida por la publicidad, los anuncios publicitarios, promoción de ventas, venta directa y ayudas a la venta, como gestión de los vendedores, oferta del producto por teléfono, Prensa, Radio, Tv y la Internet.<sup>5</sup>

**Estrategia de venta.**

El vendedor al que se le confía una zona de ventas deberá plantearse una serie de preguntas, como: ¿qué cifras de venta voy a conseguir?, ¿quiénes son los clientes?, ¿qué tipos de clientes hay?, ¿cuántos clientes debo visitar?, ¿cuántos no son visitados?, ¿dónde se encuentran? Entre otro tipo de preguntas en el transcurso de las ventas.

**d.2. ESTUDIO TÉCNICO.**

Este estudio tiene como objetivo determinar los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción, se considera los datos proporcionados para el estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacio físico y talento humano.

**Tamaño del proyecto.**

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Mercadotecnia>. Las 4 P

<sup>6</sup> ROJAS, Fernando "Formulación de proyectos", cuarta edición, pág. 8-250. Año 2005.

## **Localización del proyecto**

La localización es otro tema del estudio técnico de proyecto. El estudio de la localización consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas locales con el fin de buscar la localización en que la resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario.

### **Macro localización.**

Localización urbana o rural transporte del personal policía y bomberos, costo de los terrenos, cercanía a carreteras, proximidad al aeropuerto, disponibilidad de vías férreas, cercanía al centro de la ciudad, disponibilidad de servicios básicos (agua, energía eléctrica, gas, servicio telefónico) tipo de drenajes, condiciones de las vías urbanas y de las carreteras, recolección de basuras y residuos, restricciones locales, impuestos, para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.

### **Micro localización.**

Facilidades y costos del transporte, disponibilidad y costo de la mano de obra e insumos, materias primas, energía eléctrica, combustibles, agua, localización del mercado, características topográficas y costo de los terrenos, facilidades de distribución, comunicaciones condiciones de vida leyes y reglamentos, clima y acciones para evitar la contaminación del medio ambiente.

### **Ingeniería.**

Son alternativas de solución a las necesidades detectadas en el ámbito empresarial, social, individual.

## **d.3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.**

El diseño de la estructura organizativa hace referencia a los contenidos y distribución de cada uno de los puestos, por medio de los niveles jerárquicos.



### **Estructura empresarial.**

Parte fundamental en la etapa de operación de la empresa, es la estructura organizativa una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. Esto hará posible que los recursos especialmente el Talento Humano sea manejado eficientemente. La estructura organizativa se presenta por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad.<sup>7</sup>

### **Nivel directivo.**

Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomarán el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se hayan constituido, para su atención está representado por la presidencia.

### **Nivel ejecutivo.**

Este nivel está conformado por el Gerente-Administrador, el cual será nombrado por el Nivel Legislativo-Directivo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.

### **Nivel asesor.**

Normalmente constituye este nivel el órgano colegiado a llamar a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial como es el caso por ejemplo de las situaciones de carácter laboral y las relaciones judiciales de la empresa con otras organizaciones o clientes. Generalmente toda empresa cuenta con un asesor

---

<sup>7</sup> PASACA MORA, Manuel Enrique (2009). Manual para la elaboración de proyectos de graduación a nivel superior. Primera Edición. Impreso en Editorial Offset Imagen en Ecuador.

Jurídico sin que por ella se descarte las posibilidades de tener asesoramiento de profesionales de otras áreas en caso de requerirlo.

### **Nivel de apoyo.**

Este nivel se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa.

### **Nivel operativo.**

Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente con las labores de producción o el proceso productivo.

### **Organigramas.**

Una carta de organización es un cuadro sintético que indica los aspectos importantes de una estructura de organización, incluyendo las principales funciones y sus relaciones, los canales de supervisión y la autoridad relativa de cada empleado encargado de su función respectiva.

### **Organigrama estructural.**

En diagrama estructural es aquel que está representado jerárquicamente ósea por el cargo que ocupa en la empresa y el funcional es aquel que está determinado según las funciones que realizan cada uno por diagramas de bloques.

### **Organigrama funcional.**

Una compañía que está organizada funcionalmente, separa el trabajo sobre la base de pasos, procesos o actividades que se llevan a cabo para obtener un determinado resultado final, identificando y asignando responsabilidades respecto a las funciones indispensables para la supervivencia de la organización, también es agrupar a las personas y unidades sobre la base del trabajo que realizan, incrementa las oportunidades para utilizar maquinaria más especializada y personal mucho más calificado.

### **Manual de funciones.**

Aunque en la formulación de un proyecto no es un aspecto prioritario el detallar los puestos de trabajo ni las funciones a cumplir, puesto que esta parte de la normatividad interna y sus regulaciones son de competencia de los inversionistas, es importante el plantear una guía básica sobre la cual los inversionistas establezcan sus criterios de acuerdo a sus intereses.

Un manual de funciones debe contener la información clara sobre los siguientes aspectos:

- Relación de dependencia (Ubicación interna).
- Dependencia jerárquica (Relaciones de autoridad).
- Naturaleza del trabajo.
- Tareas principales.
- Tareas secundarias.
- Responsabilidades.
- Requerimientos para el puesto.<sup>8</sup>

### **Estudio legal.**

Este estudio busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas legales que lo rigen en cuanto a la localización, utilización de productos, subproductos, patentes, permiso de funcionamiento entre otros. Se toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, aportaciones sociales y demás obligaciones laborales.

### **Aspectos legales.**

Considerar la normativa legal nacional y local vigente relacionada con su proyecto, registro de la empresa, especificar el capital social suscrito y pagado, los nombres y cédulas de los socios su participación accionaría y conformación de la Junta Directiva, permisos requeridos, zonificación urbana y garantías a presentar.

---

<sup>8</sup> PASACA MORA, Manuel Enrique (2009). Manual para la elaboración de proyectos de graduación a nivel superior. Primera Edición. Impreso en Editorial Offset Imagen en Ecuador.

#### **d.4. ESTUDIO FINANCIERO.**

##### **Inversión del proyecto.**

En esta parte del estudio se refiere a las reparticiones que ocurren o se presentan en la fase pre-operativa y operativa de la vida de un proyecto y representan desembolsos de efectivo para la adquisición de activos como son: Edificios, maquinaria, terrenos, para gastos de constitución y para capital de trabajo.

##### **Financiamiento del proyecto.**

Una vez conocido el monto de la inversión se hace necesario buscar las fuentes de financiamiento, para ello se tiene dos fuentes:

- **Fuente interna.-** Constituida por el aporte de los socios.
- **Fuente externa.-** Constituida normalmente por las entidades financieras estatales y privadas.<sup>9</sup>

##### **Presupuesto.**

Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización.<sup>10</sup>

##### **Costo unitario.**

Puede medirse en función de su producción y distribución. Este costo es el que sirve para evaluar las existencias que aparecen en el balance general y estado de pérdidas y ganancias en los renglones de los inventarios de producción en proceso y productos terminados. También puede medirse en relación con la posibilidad de aplicar directa o indirectamente a la unidad los gastos incurridos.

##### **Estados financieros.**

---

<sup>9</sup> PASACA MORA, Manuel Enrique (2009). Manual para la elaboración de proyectos de graduación a nivel superior. Primera Edición. Impreso en Editorial Offset Imagen en Ecuador.

<sup>10</sup> McGraw-Hill. , Enfoque Moderno de Planeación y Control de Recursos. Segunda Edición.

Los estados financieros son los documentos que proporcionan informes periódicos a fechas determinadas, sobre el estado o desarrollo de la administración de una compañía, es decir, la información necesaria para la toma de decisiones en una empresa.

### **Estado de pérdidas o ganancias.**

Es un documento contable que presenta los resultados obtenidos en un período económico, sean estas pérdidas o ganancias para lo cual se compara los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un período.

### **Evaluación del proyecto.**

Cuando los inversionistas deciden utilizar sus recursos o de terceros en una actividad productiva asumen un riesgo, el riesgo que puede significar fracasar en dicha "experiencia" y por consiguiente ocasionarles pérdidas. La evaluación de un proyecto de inversión tiene como propósito establecer en el presente si dicho proyecto es rentable económica y financieramente, de tal manera que los interesados puedan tomar una actitud frente al mismo, en el sentido de implementarlo o no.<sup>11</sup>

### **Índice de evaluación del proyecto.**

Definir conceptualmente los índices financieros y realizar un breve análisis descriptivo de los resultados de los mismos para el proyecto:

Punto de Equilibrio	Tasa interna de retorno
Valor Actual Neto	Periodo de Recuperación de Capital
Relación de Beneficio Costo	Costo Unitarios <sup>12</sup>

### **Punto de equilibrio.**

Es el método que determina el punto exacto en el cual las ventas cubrirán los costos, es decir, el punto en el cual la empresa logrará la recuperación de sus

---

<sup>12</sup> [www.monografias.com/trabajos administrativos](http://www.monografias.com/trabajos_administrativos).

costos de operación. Muestra además el tamaño de las utilidades o pérdidas en que incurriría la empresa si las ventas resultan estar por encima o por debajo del punto.

### **Tasa interna de retorno.**

Conocida también como Tasa de Rentabilidad Financiera (TRF) y representa aquella tasa porcentual que reduce a cero el valor actual neto del Proyecto.<sup>13</sup>

### **Valor actual neto.**

Conocido también como el valor presente neto y se define como la sumatoria de los flujos netos de caja anuales actualizados menos la inversión inicial.

Con este indicador de evaluación se conoce el valor del dinero actual (hoy) que va recibir el proyecto en el futuro, a una tasa de interés y un periodo determinado a fin de comparar este valor con la inversión inicial.

### **Periodo de recuperación de capital.**

Este indicador mide el número de años que transcurrirán desde la puesta en explotación de la inversión, para recuperar el capital invertido en el proyecto mediante las utilidades netas del mismo, considerando además la depreciación y los gastos financieros.

### **Relación beneficio-costo.**

La relación beneficio / costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad.

### **Análisis de sensibilidad**

Mediante el análisis de sensibilidad se determina si el proyecto es factible o no, especialmente en el aumento de los costos y la disminución de los ingresos.

---

<sup>13</sup> [www.monografias.com/trabajos](http://www.monografias.com/trabajos)

# MATERIALES Y MÉTODOS

## **e. MATERIALES Y MÉTODOS**

Para proceder a desarrollar la investigación se hizo uso de los siguientes materiales:

### **e.1. MATERIALES**

#### **e.1.1. Útiles de oficina:**

- \* Lápices.
- \* Cuaderno.
- \* Esferos.
- \* Carpetas.
- \* Flash memory.
- \* Cds.
- \* Papel.
- \* Tinta.
- \* Tinta de impresora.

#### **e.1.2. Equipo de computación y oficina:**

- \* Una computadora.
- \* Una impresora.
- \* Una calculadora.

### **e.2. MÉTODOS**

Entre los métodos que se tuvo que aplicar en el trabajo de investigación tenemos los siguientes:

**Método Científico.-** Este método tiene inmerso consigo una serie de actividades y procedimientos sistematizados que el investigador utiliza para llegar a la verdad sobre la producción y comercialización del producto en estudio; el método científico se fundamenta especialmente en las teorías experimentales, la verificación lógica, la creatividad y tomar diversas decisiones metodológicas, con datos otorgados flexibles a su comprobación de manera consecutiva en la práctica y se ajusta a la comprensión haciendo relación con la realidad.

Se utilizó también este método para la revisión de literatura y para todos los procedimientos matemáticos que se utilizaron en el transcurso de la investigación.



**Método Inductivo.-** Se lo utilizó para desarrollar el trabajo investigativo, estudio por estudio para obtener la factibilidad o no del proyecto, estableciendo una comparación de la realidad internacional, nacional y local.

**Método Analítico.-** Fue utilizado para interpretar los resultados obtenidos en el estudio de mercado, los contenidos teóricos-prácticos en la formulación y evaluación del proyecto, lo que nos permitió procesar adecuadamente la información obtenida en el trabajo de campo y llegar a deducir las debidas conclusiones y recomendaciones.

Para la recopilación de la información al inicio se utilizó las siguientes técnicas.

### **e.3. TÉCNICAS**

Entre las técnicas utilizadas para la culminación del trabajo investigativo tenemos las siguientes:

**Observación Directa.-** Se trata de todo lo observado durante las visitas realizadas al lugar objeto de estudio por medio de una planificación y métodos planteados para cumplir objetivos fijados con anterioridad.

La observación que se llevó a cabo durante el trayecto y desarrollo del trabajo se la hizo de una manera particular a las personas dedicadas a la crianza de gallinas y observar cual es el cuidado, sanidad y bioseguridad que se les da a las aves; también el tipo de alimentación, instalaciones y extensiones de espacios para su crianza.

Haciendo mención de otro tipo de observación que se realizó fue a las tiendas en las cuales se vio la falta del producto objeto de estudio y la gran demanda que existe en el mercado por adquirir el producto.

Como una última observación se realizó al sector donde funcionará la empresa, allí verificando las dimensiones llegamos a establecer el diseño de las instalaciones organizacionales y de la granja para la explotación del galpón

avícola, los servicios básicos, los accesos a la granja, las ventajas y desventajas sobre su localización.

**Encuestas.-** Por medio de esta técnica representada en un cuestionario de preguntas, mediante las cuales se llegó a la indagación de manera escrita al mercado objeto de estudio para determinar la demanda y la oferta, para el efecto se aplicó una muestra tomada del total de los habitantes del cantón Saraguro, siendo de suma confianza los datos obtenidos para su respectiva discusión y análisis luego de obtener la información deseada.

**Consultas bibliográficas.-** Esta técnica nos sirvió de base para sustentar el marco teórico del presente proyecto esto a través de la recolección de información como en libros, revistas, periódicos, tesis, documentales y páginas virtuales.

#### **e.5. POBLACIÓN PROYECTADA**

Para la proyección de la población se considero el dato obtenido por el instituto nacional de estadísticas y censos INEC en el 2001, sobre la población total del cantón Saraguro, teniendo una población de 28029 habitantes la misma que se proyecto para 10 años con una tasa de incremento poblacional del 0,3% obteniendo 28795 habitantes dividió para el promedio de miembros por familia (5 miembros), dándonos una población por familias de 5759, demostrada en el cuadro #1.

Fórmula

$$Pf = Pa (1+i)^n$$

**EN DONDE**

**Pf**= Población futura

**Pa**= Población actual

**i** = Tasa de crecimiento.

**1** = Valor nominal

**n** = Número de años.

**Tasa de crecimiento anual**= 0,3% del cantón Saraguro.

**Fórmula:**

$$P_f = P_a (1+i)^n$$

Tasa de C. 0,3%

$$P_{2010} = 28.029 (1+0,003)^9$$

$$P_{2010} = 28.795 \text{ habitantes}$$

### Población por familias

Cuadro # 1

Cantón	Población 2010	Miembros x familia	Nº familias
Saraguro	28.795	5	5.759

**Fuente:** Censo Inec 2001.

**Elaboración:** Los autores.

Teniendo en el cantón Saraguro una población muy extensa se vio más favorable la realización de una muestra de la población para realizar su estudio para el efecto se aplicaron 360 encuestas a la población, para obtener la demanda y también a las tiendas se realizó un censo teniendo 223 tiendas encuestadas en el cantón, las mismas que sirvió para determinar la oferta existente.

### TAMAÑO DE LA MUESTRA

Permite conocer el número de personas a encuestarse, para ello se utilizó la aplicación de la siguiente fórmula estadística.

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

**EN DONDE:**

**n**= Tamaño de la Muestra.

**N**= Tamaño de la Población. (28.029-censo2001); (28.795-2010)

**Z**= Nivel de Confianza. (95%); 1,96

**P**= Probabilidad de Éxito. (0,5)

$$n = \frac{5.759 * 3.84 * 0,5 * 0,5}{(5.759 - 1)0,0025 + 3,84 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{5.528}{(5.758)(0,0025) + 0,96}$$

$$n = \frac{5.528}{14,4 + 0,96}$$

$$n = \frac{5.528}{15,36}$$

**n = 360 Encuestas**

**Población del cantón Saraguro**

Cuadro # 2

Cantón	Población
Saraguro	28.029

Fuente: Censo Inec 2001

Elaboración: Los autores.

## ESTRATIFICACIÓN POR PARROQUIAS DEL CANTÓN SARAGURO

Cuadro # 3

Parroquias	Población 2001	Población año 2010	Población por familia 2010	%	# Muestra
Centro de Saraguro	7.346	7.547	1.509	26	94
Tenta	3.502	3.598	720	12	45
Celén	2.315	2.378	476	8	30
Selva Alegre	2.068	2.125	425	7	27
Lluzhapa	1.758	1.806	361	6	23
Manú	3.540	3.637	727	13	46
Sumaypamba	1.200	1.233	247	4	15
Yuluc	1.046	1.075	215	4	13
Urdaneta	3.142	3.228	646	11	40
Cumbe	1.232	1.266	253	4	16
Tablón	880	904	181	3	11
<b>Total</b>	<b>28.029</b>	<b>28.795</b>	<b>5.759</b>	<b>100</b>	<b>360</b>

Fuente: Inec 2001.

Elaboración: Los autores.

### PROCEDIMIENTO DE LAS ACTIVIDADES DEL PROYECTO DE INVERSIÓN

El **estudio de Mercado** se lo realizó con la información recolectada en la investigación de mercado, luego de conocer la demanda y la oferta se determinó la demanda insatisfecha para nuestra empresa, observando una considerable demanda insatisfecha se procedió a realizar la proyección de la demanda para la vida útil del proyecto y también la mezcla de la mercadotecnia en la cual interviene el producto, precio, plaza o canales de distribución y la promoción.

En el **estudio Técnico** se determinó el lugar apropiado para la implementación de la empresa teniendo como referencia que existan todos los servicios básicos, considerando un lugar amplio y vistoso, también se hace relación a los procesos de crianza asesorado de un doctor veterinario y su producción, la distribución de la empresa y todo lo necesario para el desarrollo.

El **estudio Administrativo-Organizacional** el proceso que se siguió para cumplir con el mismo fue la constitución legal de la empresa, luego identificar los puestos que existirán en la empresa creando los respectivos organigramas y manuales de funciones.

**El estudio Económico- Financiero** necesitó de la información de los costos de los recursos necesarios, cotizaciones que se obtuvieron en el perímetro comercial del cantón y en la ciudad de Loja, utilizándose para su proyección la tasa de inflación, también el índice de incremento salarial, luego de obtenido el presupuesto de ingresos y egresos realizamos los estados financieros necesarios para la evaluación financiera

Todo lo expuesto anterior y posteriormente es una información objetiva de todo un lapso de tiempo dedicado a la investigación de campo y posterior a ello su análisis e interpretación, el mismo realizado con mucho esfuerzo y profesionalismo para ayuda y fuente de información para las personas interesadas en el tema.

# RESULTADOS

## f. RESULTADOS

### TABULACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.

#### f.1. Encuesta dirigida a consumidores

##### 1.- ¿En su familia consumen huevos?

Cuadro # 4

Consume	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Si	312	86,67
No	48	13,33
<b>Total</b>	<b>360</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los consumidores.

Elaboración: Los autores.

Gráfico # 1



Fuente: Encuesta dirigida a los consumidores.

Elaboración: Los autores.

#### INTERPRETACIÓN:

De la primera encuesta y pregunta realizada sobre el consumo familiar de huevos, tenemos 86,67% de los consumidores expresan que si consumen huevos y el 13,33 % contestaron que no lo hacen por varias razones como: salud (colesterol), olor, costos.



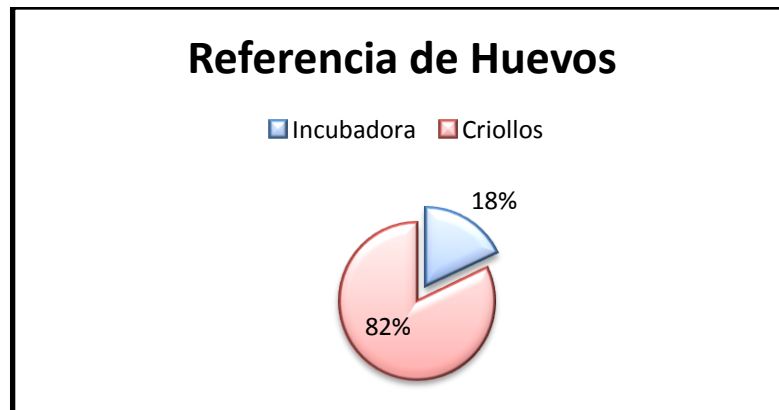
## 2.- Los huevos que consume son:

Cuadro # 5

Preferencia	Frecuencia(f)	Porcentaje (%)
Incubadora	256	82,05
Criollos	56	17,95
<b>Total</b>	<b>312</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los consumidores.  
Elaboración: Los autores.

Gráfico # 2



Fuente: Encuesta dirigida a los consumidores.  
Elaboración: Los autores.

### INTERPRETACIÓN:

El 82,05% de los consumidores expresan que consumen huevos de incubadora por su precio y el 13,33 % contestaron que consumen huevos criollos por su valor nutritivo.

### 3.- ¿Por qué su familia consume huevos?

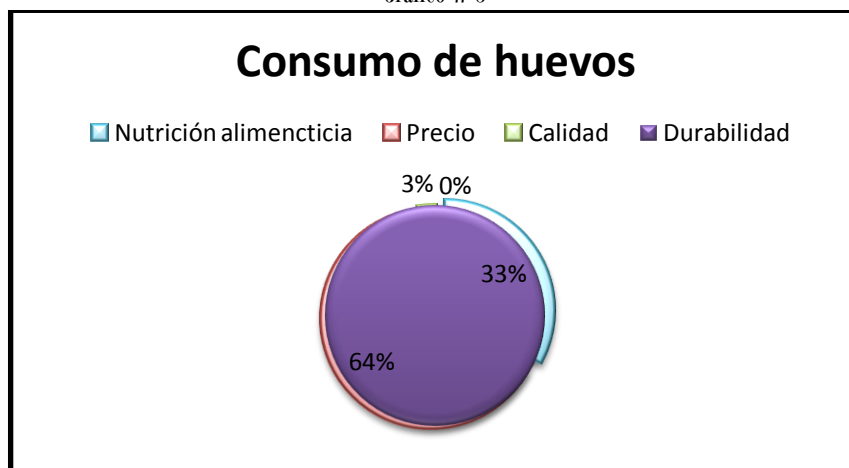
Cuadro # 6

Consumo	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Nutrición alimenticia	103	33,01
Precio	201	64,42
Calidad	8	2,56
Durabilidad	0	0
<b>Total</b>	<b>312</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los consumidores.

Elaboración: Los autores.

Gráfico # 3



Fuente: Encuesta dirigida a los consumidores.

Elaboración: Los autores.

### INTERPRETACIÓN:

A todos los consumidores que si consumen huevos, con un 64,42 % nos dijeron que lo hacen por el precio siendo cómodo con referencia a otros productos, el 33,01% lo consumen por nutrición alimenticia que este posee y el 2,56% restante expresa que el consumo lo hacen por la calidad que este representa.

#### 4.- ¿En dónde compra su familia los huevos?

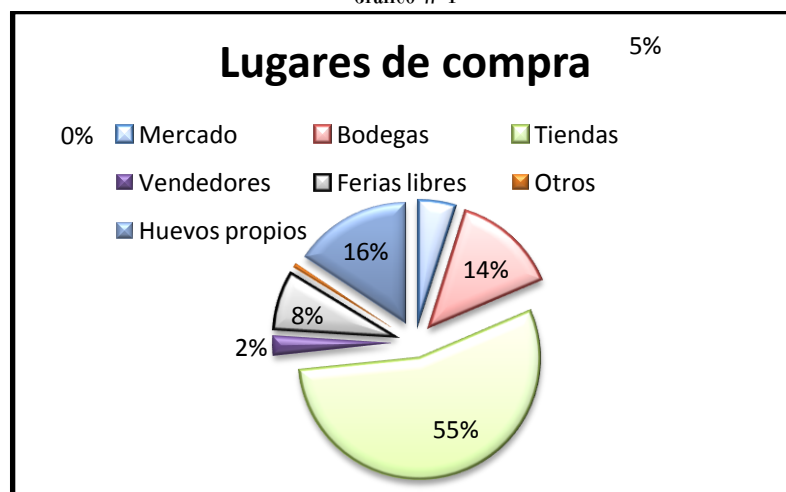
Cuadro # 7

Lugares	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Mercado	15	4,81
Bodegas	43	13,78
Tiendas	171	54,81
Vendedores	8	2,56
Ferias libres	24	7,69
Otros	2	0,64
Huevos propios	49	15,71
<b>Total</b>	<b>312</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los consumidores.

Elaboración: Los autores.

Gráfico # 4



Fuente: Encuesta dirigida a los consumidores.

Elaboración: Los autores.

#### INTERPRETACIÓN:

Del 100% de los encuestados cada uno de ellos tiene su lugar de preferencia para adquirir los huevos, con el 54,81% dicen que lo hacen en las tiendas, de igual manera con el 15,71% no compran porque ellos mismos producen, el 13,78% lo hacen en bodegas por su costo más económico para el consumo, el 7,69% lo hacen en las ferias libres, también tenemos que el 4,81% realizan su adquisición de huevos en el mercado, el 2,56% compran a vendedores y por último tenemos que el 0,64% lo hacen en otros lugares como la compra en las casas de las personas que crían gallinas .

## 5.- ¿Qué precio paga por unidad?

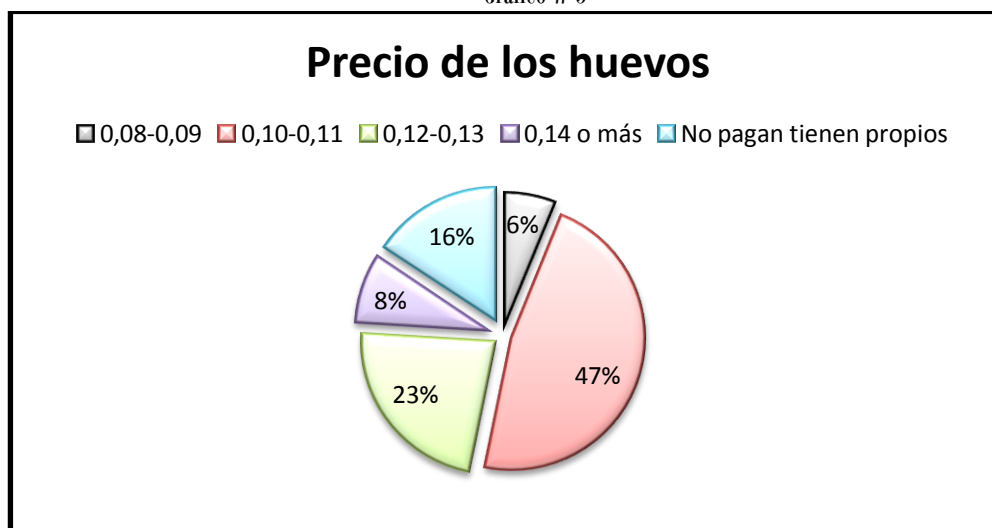
Cuadro # 8

Precio	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
0,08-0,09	19	6,09
0,10-0,11	147	47,12
0,12-0,13	71	22,76
0,14 o más	26	8,33
<i>No pagan tienen propios</i>	<i>49</i>	<i>15,71</i>
<b>Total</b>	<b>312</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los consumidores.

Elaboración: Los autores.

Gráfico # 5



Fuente: Encuesta dirigida a los consumidores.

Elaboración: Los autores.

### INTERPRETACIÓN:

Con respecto al precio que pagan por unidad, manifestaron lo siguiente: El 47,12% lo compran de 0,10 a 0,11 centavos de dólar, el 22,76% lo adquiere al producto en 0,12 a 0,13 centavos de dólar, **el 15,71% no compran huevos porque ellos crían a las ponedoras y la diferencia es decir el 84,29% compran huevos criollos**, el 8,33% lo compra a más de 0,14 centavos de dólar y un 6,09% restante adquieren el producto a una cantidad de 0,08 a 0,09 centavos de dólar comprando los últimos a los distribuidores.

## 6.- Conoce usted de donde llegan los huevos que compra.

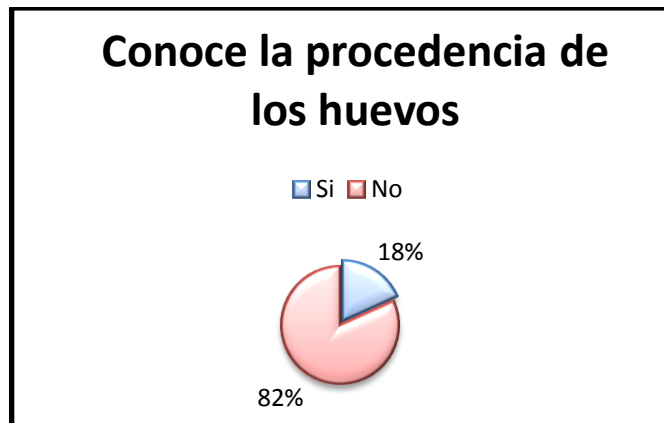
Teniendo presente a esta respuesta contestaron sólo los que compran los huevos ya que 49 personas (15,71%) tienen ellos mismo.

Cuadro # 9

Conoce la procedencia	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Si	48	18,25
No	215	81,75
<b>Total</b>	<b>263</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los consumidores.  
Elaboración: Los autores.

Gráfico # 6



Fuente: Encuesta dirigida a los consumidores.  
Elaboración: Los autores.

### INTERPRETACIÓN:

Referente al lugar de procedencia de los huevos, el 81,75% contestó que no conocen y el 18,25% que si saben sobre la fuente de producción y comercialización.

7.- ¿Si su respuesta anterior fue SI, especifique?

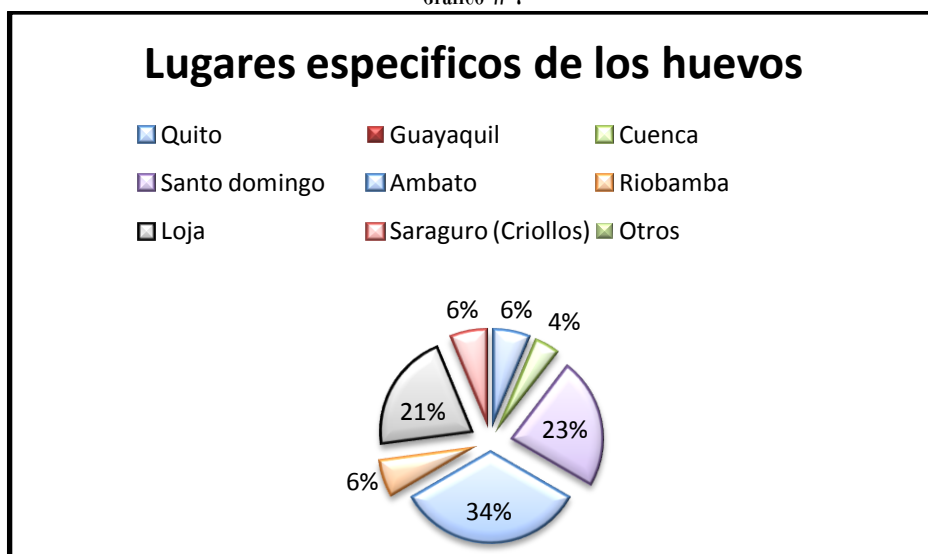
Cuadro # 10

Lugares específicos	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Quito	3	6,25
Guayaquil		
Cuenca	2	4,17
Santo Domingo	11	22,92
Ambato	16	33,33
Riobamba	3	6,25
Loja	10	20,83
Saraguro (Criollos)	3	6,25
Otros		
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los consumidores.

Elaboración: Los autores.

Gráfico # 7



Fuente: Encuesta dirigida a los consumidores.

Elaboración: Los autores.

**INTERPRETACIÓN:**

Lugares de procedencia de los huevos, 33,33% provienen de la ciudad de Ambato, el 22,92% de Santo Domingo, el 20,83% de Loja, el 6,25% de Quito, el 6,25% de Riobamba, y un 6,25% en el cantón Saraguro huevos criollos, por último el 4,17% de Cuenca.

**8.- ¿Conoce usted de alguna empresa dedicada a la venta de huevos criollos en el cantón Saraguro?**

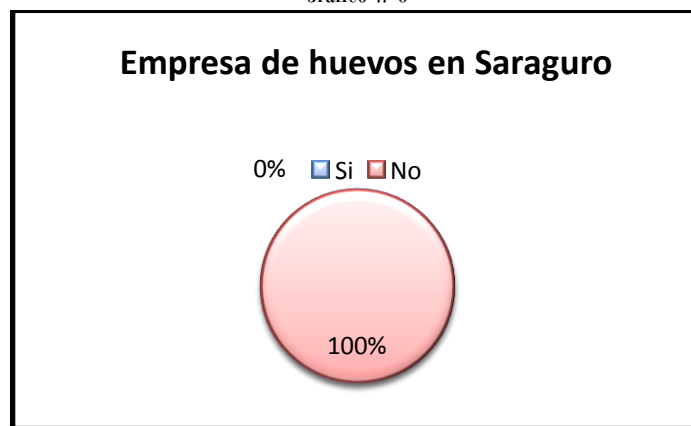
Cuadro # 11

Empresa de huevos en Saraguro	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
No	263	100
<b>Total</b>	<b>263</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los consumidores.

Elaboración: Los autores.

Gráfico # 8



Fuente: Encuesta dirigida a los consumidores.

Elaboración: Los autores.

**INTERPRETACIÓN:**

De la encuesta realizada sobre la pregunta si conocen de alguna empresa en Saraguro que venda huevos criollos todos los encuestados respondieron que no existe empresa alguna con el 100%, cabe mencionar pero si existen en el cantón huevos que se los ofrece de manera informal en los mercados.

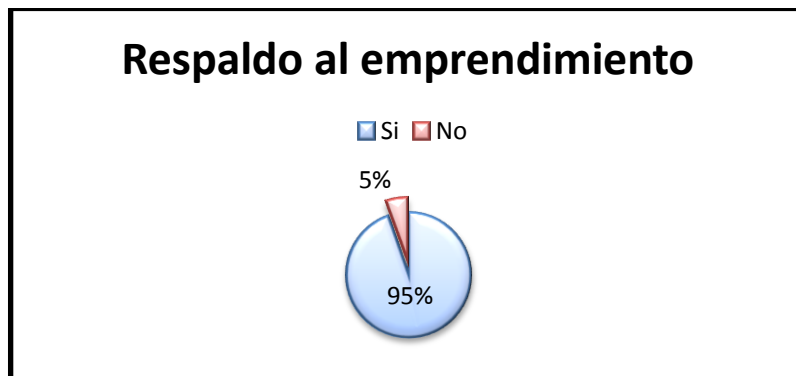
**9.- ¿Si se implantara una empresa productora y comercializadora de huevos criollos en el cantón Saraguro, respaldaría usted el emprendimiento prefiriendo y comprando los huevos criollos?**

Cuadro # 12

Respaldo emprendimiento	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Si	249	94,68
No	14	5,32
<b>Total</b>	<b>263</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los consumidores.  
Elaboración: Los autores.

Gráfico # 9



Fuente: Encuesta dirigida a los consumidores.  
Elaboración: Los autores.

### INTERPRETACIÓN:

Al preguntarles al total de consumidores sobre el respaldo al emprendimiento de la producción y comercialización de huevos criollos; se obtuvo que el 94,68% si apoyaría comprando en la empresa porque será de una empresa que de trabajo a los pobladores de Saraguro, mientras que el 5,32% nos dijo que no por que los huevos criollos cuestan más.



## 10.- Que uso le daría a los huevos

Cuadro # 13

Uso del huevo	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Consumo	249	94,68
Producir otro bien	14	5,322
<b>Total</b>	<b>263</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los consumidores.

Elaboración: Los autores.

Gráfico # 10



Fuente: Encuesta dirigida a los consumidores.

Elaboración: Los autores.

### INTERPRETACIÓN:

Sobre el uso que se les dará a los huevos luego de la compra será en un 93,92% para consumo familiar, es decir preparación de alimentos y el 6,08% se lo comprará como insumo para producir otro bien, como empanadas, tortas, pan, espumillas, entre otros insumos.

**11.- Estaría dispuesto a pagar por cada huevo criollo de calidad más de 23 centavos.**

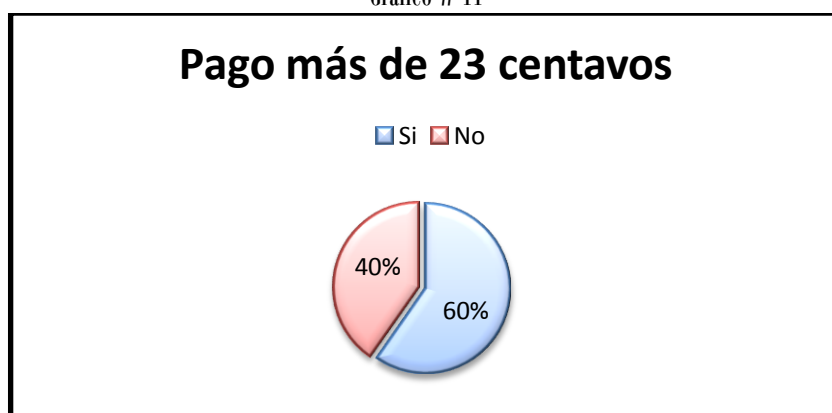
Cuadro # 14

Más de 23 centavos huevo criollo	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Si	157	59,70
No	106	40,30
<b>Total</b>	<b>263</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los consumidores.

Elaboración: Los autores.

Gráfico # 11



Fuente: Encuesta dirigida a los consumidores.

Elaboración: Los autores.

**INTERPRETACIÓN:**

Con referencia al precio que estarían dispuestos a pagar de más de 0,23 centavos por unidad de huevo criollo el 59,70% de encuestados nos respondieron que si pagarán dicha cantidad o más y el 40,30% dicen que es muy caro y no pagarán esa cantidad.

## 12.- Con qué frecuencia compraría.

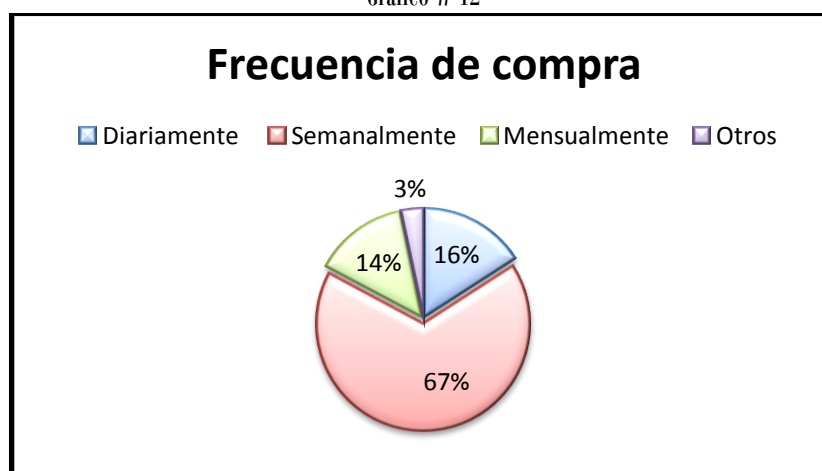
Cuadro # 15

Frecuencia de compra	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Diariamente	25	15,92
Semanalmente	105	66,88
Mensualmente	22	14,01
Quincenal	5	3,18
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los consumidores.

Elaboración: Los autores.

Gráfico # 12



Fuente: Encuesta dirigida a los consumidores.

Elaboración: Los autores.

### INTERPRETACIÓN:

De la frecuencia de consumo tenemos que un 66,88% consume de manera semanal, el 15,92%, de forma diaria, el 14,01% consume mensual y el 3,18% de manera quincenal.

**13.- De acuerdo a la respuesta anterior, qué cantidad de huevos compraría?**

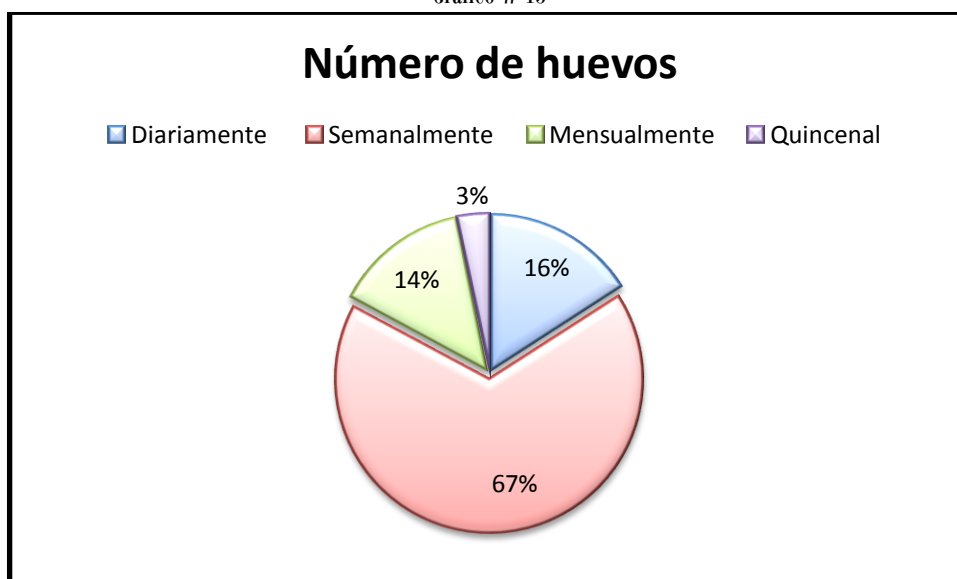
Cuadro # 16

Tiempo	Numero de huevos	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Diariamente	5	25	15,92
Semanalmente	10	105	66,88
Mensualmente	15	22	14,01
Quincenal	20	5	3,18
<b>Total</b>		<b>157</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los consumidores.

Elaboración: Los autores.

Gráfico # 13



Fuente: Encuesta dirigida a los consumidores.

Elaboración: Los autores.

**INTERPRETACIÓN:**

Para apreciar de mejor manera los datos obtenidos en la presente pregunta, se complementó con la pregunta anterior, luego de lo cual tenemos; que el 66,88% compraría 10 huevos semanalmente, el 15,92% diariamente, el 14,01% compraría mensualmente y otra cantidad dependiendo su necesidad el 3,18%.

#### 14.- ¿En qué tipo de envase le gustaría que se realice la comercialización?

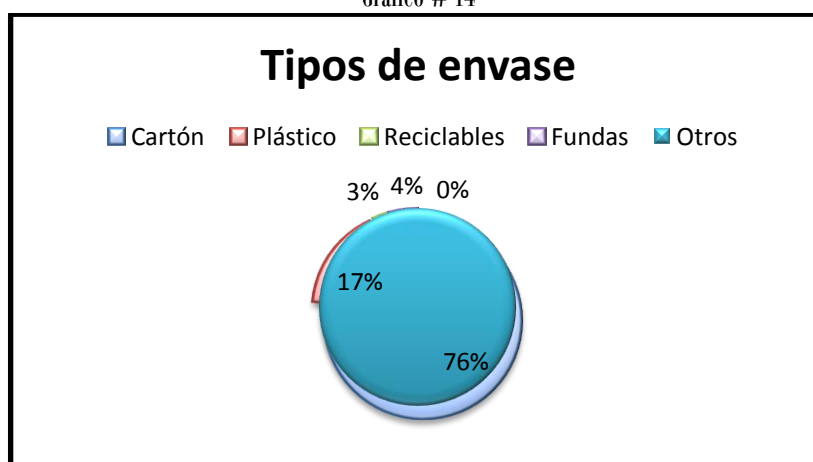
Cuadro # 17

Tipos de envase	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Cartón	120	76,43
Plástico	26	16,56
Reciclables	4	2,55
Fundas	7	4,46
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los consumidores.

Elaboración: Los autores

Gráfico # 14



Fuente: Encuesta dirigida a los consumidores.

Elaboración: Los autores

#### INTERPRETACIÓN:

Referente al tipo de envase que le gustaría que tenga la presentación del producto, el 76,43% desea que los huevos criollos se vendan en envase de cartón, el 16,56%, considera que la presentación debería ser en envases de plástico, otro porcentaje del 4,46% desean la venta en fundas y un mínimo porcentaje 2,55% manifiestan que les gustaría que la comercialización se la realice en cubetas de espuma flex, siendo las mismas reciclables.

## 15.- Que tipo de promoción le gustaría

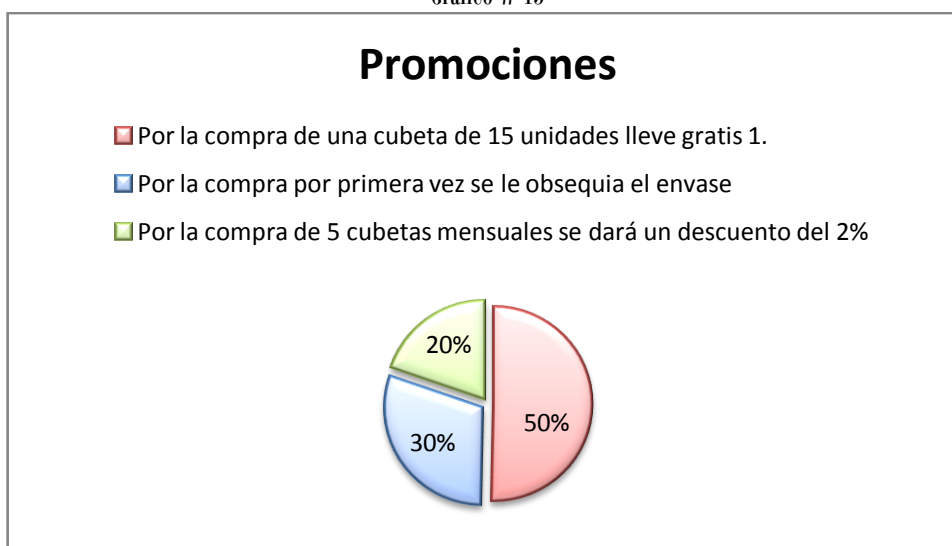
Cuadro # 18

Promociones	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Por la compra de una cubeta de 15 unidades lleve gratis 1.	79	50,32
Por la compra por primera vez se le obsequia el envase	47	29,94
Por la compra de 5 cubetas mensuales se dará un descuento del 2%	31	19,75
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a los consumidores.

**Elaboración:** Los autores.

Gráfico # 15



**Fuente:** Encuesta dirigida a los consumidores.

**Elaboración:** Los autores.

### INTERPRETACIÓN:

De las promociones que se puso a consideración a los encuestados, con mayor aceptación tenemos la gratuidad el 50,32%, de igual manera sobre otra promoción del obsequio de envase en porcentajes tenemos 29,94% y por último sobre el descuento tenemos la aceptación del 19,75% del total de encuestados.

## 16.- A través de qué medios se informa usted?

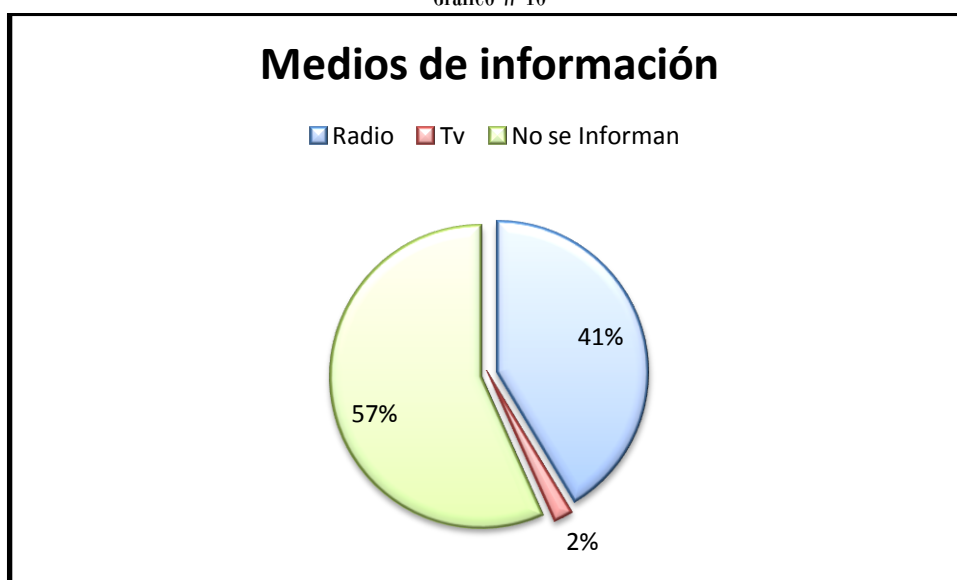
Cuadro # 19

Medios de información	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Radio	65	41.40
Tv	3	1.91
No se informan	89	56.69
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los consumidores.

Elaboración: Los autores.

Gráfico # 16



Fuente: Encuesta dirigida a los consumidores.

Elaboración: Los autores.

### INTERPRETACIÓN:

Las familias saragurenses se informan: En la radio el 41.40%, el 1.91% en la Tv, no hay un canal local que se transmita en todo el cantón y el 56.69% no se informan por estos medios sino lo hacen a través de vecinos, del párroco de las parroquias en misas dominicales y afiches.

## 17.- En donde le gustaría comprar

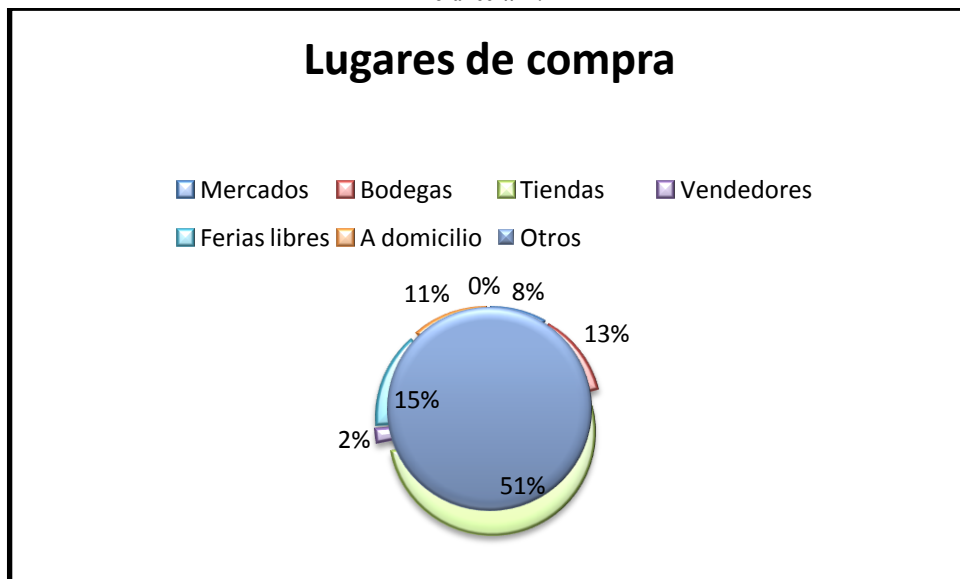
Cuadro # 20

Lugares de compra	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Mercados	13	8,28
Bodegas	20	12,74
Tiendas	80	50,96
Vendedores ambulantes	3	1,91
Ferias libres	23	14,65
A domicilio	18	11,46
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los consumidores.

Elaboración: Los autores.

Gráfico # 17



Fuente: Encuesta dirigida a los consumidores.

Elaboración: Los autores.

### INTERPRETACIÓN:

La plaza que prefieren los encuestados el 50,96% prefieren en tiendas, el 14,65% en ferias libres, el 12,74% en bodegas, un porcentaje de 11,46% a domicilio, también el 8,28% en el mercado y por último el 1,91% por medio de vendedores ambulantes.



## 18.- Señale su ingreso económico mensual.

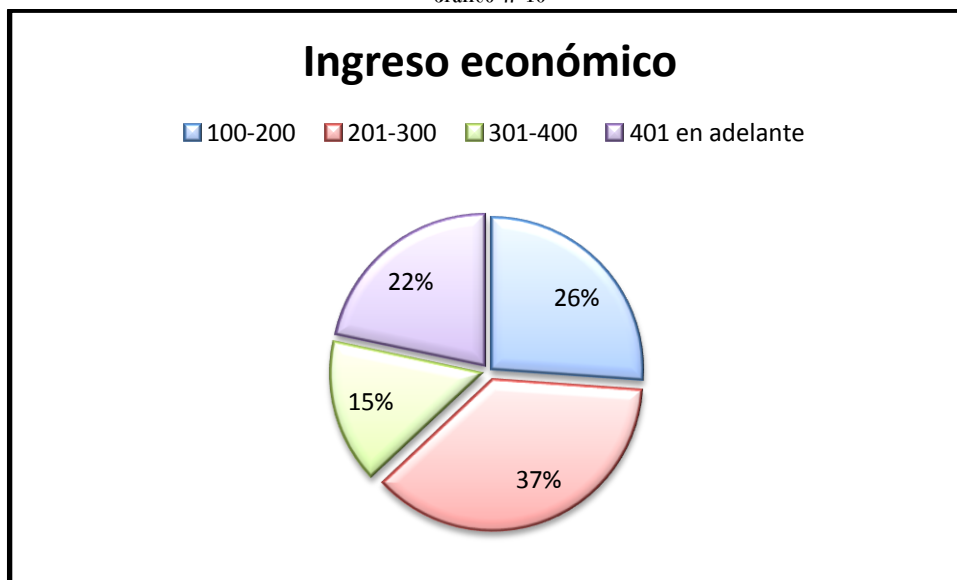
Cuadro # 21

Ingreso económico	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
100-200	41	26,11
201-300	58	36,94
301-400	24	15,29
401 en adelante	34	21,66
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los consumidores.

Elaboración: Los autores.

Gráfico # 18



Fuente: Encuesta dirigida a los consumidores.

Elaboración: Los autores.

### INTERPRETACIÓN:

El ingreso económico mensual del 36,94% de la población de Saraguro oscila entre 201-300; el 26,11%, tiene como ingreso de 100-200 dólares; el 21,66% ingreso mayor a 400 dólares americanos y por último el 15,29%, tiene un ingreso 301-400 dólares.

## 19.- ¿Cuántos miembros conforman su hogar?

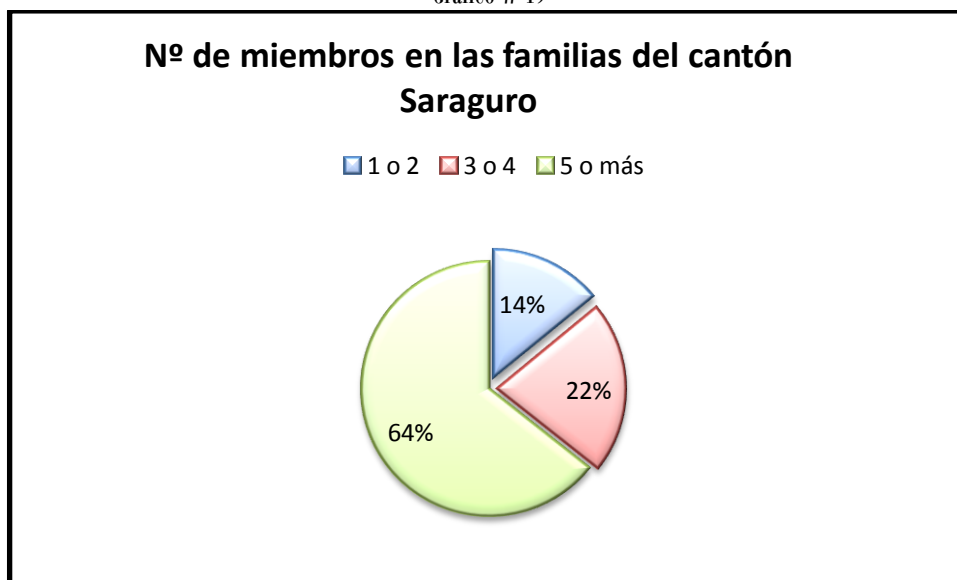
Cuadro # 22

Nº de miembros de familias	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
1 o 2	22	14,01
3 o 4	34	21,66
5 o más	101	64,33
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los consumidores.

Elaboración: Los autores.

Gráfico # 19



Fuente: Encuesta dirigida a los consumidores.

Elaboración: Los autores.

### INTERPRETACIÓN:

El 64,33% de los hogares viven más de cinco miembros por familia, el 21,66% viven entre 3 y 4 miembros y el 14,01% un número de 1 y 2 personas.

## f.2. Encuesta aplicada a los señores que comercializan huevos en el cantón Saraguro (tiendas 223).

### 1.- ¿Comercializa usted huevos?

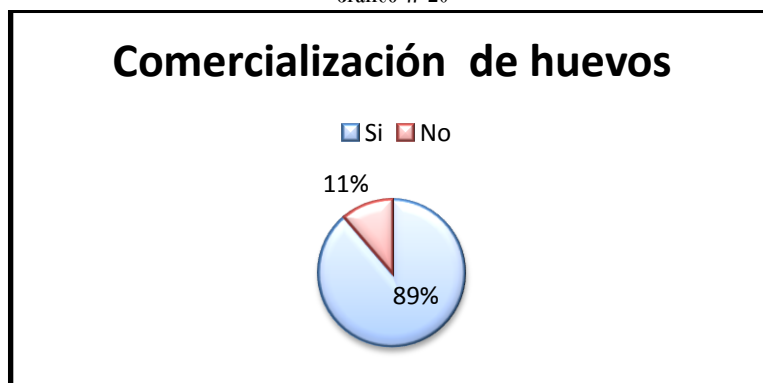
Cuadro # 23

Comercialización	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Si	198	88,79
No	25	11,21
<b>Total</b>	<b>223</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los compradores (tiendas).

Elaboración: Los autores.

Gráfico # 20



Fuente: Encuesta dirigida a los compradores (tiendas).

Elaboración: Los autores.

### INTERPRETACIÓN:

El 88,79% comercializan los huevos y en un porcentaje muy reducido del 11,21% no venden huevos, teniendo presente que debemos trabajar mucho frente a la competencia en nuestra inversión.

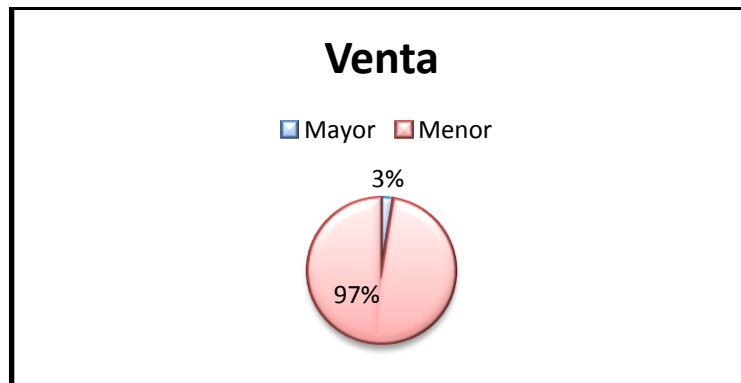
## 2.- La comercialización la hace por:

Cuadro # 24

Venta	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Mayor	5	2,53
Menor	193	97,47
<b>Total</b>	<b>198</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los compradores (tiendas).  
Elaboración: Los autores.

Gráfico # 21



Fuente: Encuesta dirigida a los compradores (tiendas).  
Elaboración: Los autores.

### INTERPRETACIÓN:

Tomando como 100% (198 encuestas) únicamente a las personas que si venden el producto, al estudiar sobre el volumen de venta que poseen los vendedores el 97,47% expresaron que lo hacen al por menor porque son tiendas pequeñas solo para abastecer su entorno y en una mínima cantidad del 2,53% lo hace al por mayor.

### 3.- ¿Señale que clase de huevos usted comercializa?

Cuadro # 25

Tipos de huevos	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Incubadora	198	100
<b>Total</b>	<b>198</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los compradores (tiendas).

Elaboración: Los autores.

Gráfico # 22



Fuente: Encuesta dirigida a los compradores (tiendas).

Elaboración: Los autores.

### INTERPRETACIÓN:

El 100% de los encuestados manifestaron que la venta de los huevos son todos de incubadora provenientes de distintos lugares del país.

#### 4.- ¿Conoce de donde proviene el producto que compra?

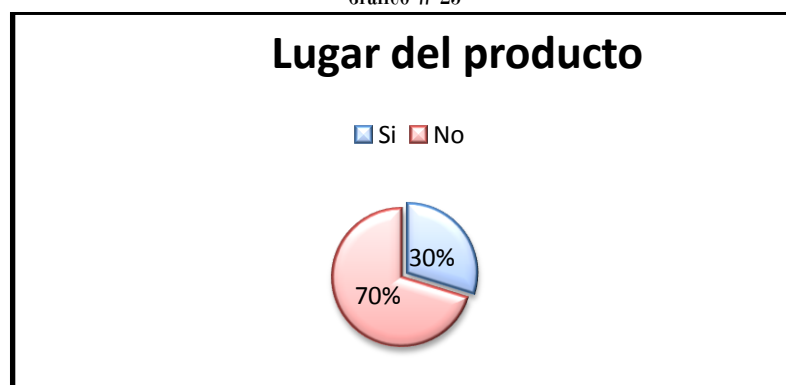
Cuadro # 26

Lugar del producto	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Si	59	30
No	139	70
<b>Total</b>	<b>198</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los compradores (tiendas).

Elaboración: Los autores.

Gráfico # 23



Fuente: Encuesta dirigida a los compradores (tiendas).

Elaboración: Los autores.

#### INTERPRETACIÓN:

Del total de vendedores de huevos el 70% no conocen su procedencia, pero el 30% restante nos supo decir que si saben de dónde llegan los huevos de incubadora llamados también en el medio como “huevos cubanos”.

5.- ¿Si la respuesta anterior fue SI, indique de dónde proviene el producto que adquiere para la venta?

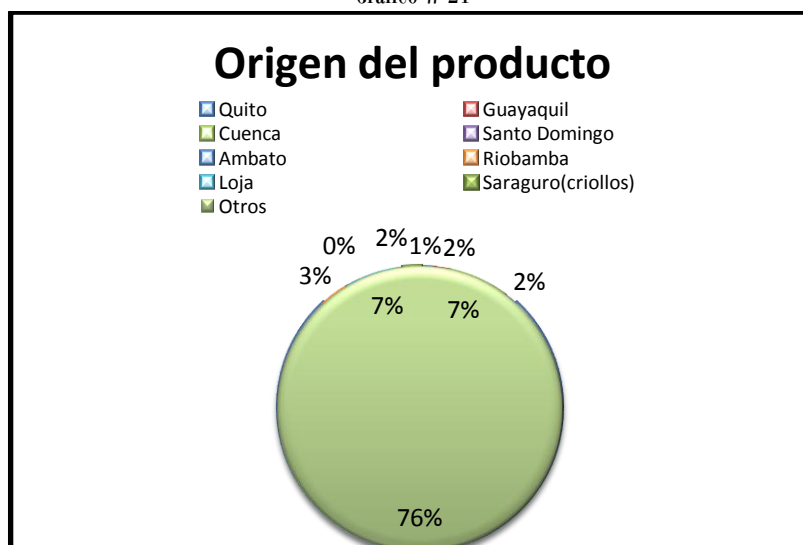
Cuadro # 27

Origen del producto	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Quito	1	1,69
Guayaquil	1	1,69
Cuenca	4	6,78
Santo Domingo	1	1,69
Ambato	45	76,27
Riobamba	2	3,39
Loja	4	6,78
Saraguro	1	1,69
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los compradores (tiendas).

Elaboración: Los autores.

Gráfico # 24



Fuente: Encuesta dirigida a los compradores (tiendas).

Elaboración: Los autores.

**INTERPRETACIÓN:**

Para apreciar de mejor manera los datos obtenidos en la presente pregunta, se complementó con la pregunta número 4, luego de lo cual se obtuvo el cuadro 26 en la cual tenemos los siguientes datos: el 76,27% dicen que la procedencia de los huevos es de la ciudad de Ambato, el 6,78% son provenientes de Cuenca, otro 6,78% son vendidos desde Loja, el 3,39% Riobamba, con iguales porcentajes de 1.69% tenemos a Guayaquil, Quito y Saraguro.

## 6.- ¿Con qué frecuencia compra los huevos?

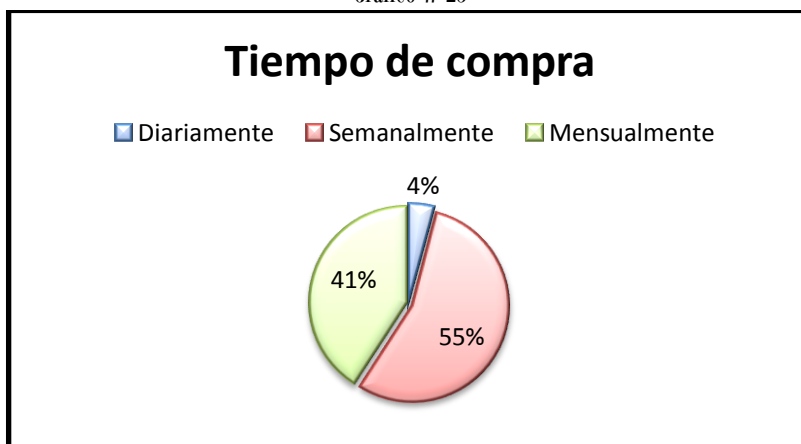
Cuadro # 28

Tiempo de compra	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Diariamente	8	4,04
Semanalmente	109	55,05
Mensualmente	41	20,70
Quincenal	40	20,00
<b>Total</b>	<b>198</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los compradores (tiendas).

Elaboración: Los autores.

Gráfico # 25



Fuente: Encuesta dirigida a los compradores (tiendas).

Elaboración: Los autores.

### INTERPRETACIÓN:

Al preguntarles de la frecuencia de compra de huevos, respondieron lo siguiente; El 55,05% semanal, el 20,70 % mensualmente, 20% quincenal y en menor volumen el 4,04% realizan sus compras de forma diaria.



**7.- De acuerdo a la respuesta anterior, qué cantidad de huevos (cubetas) compra?**

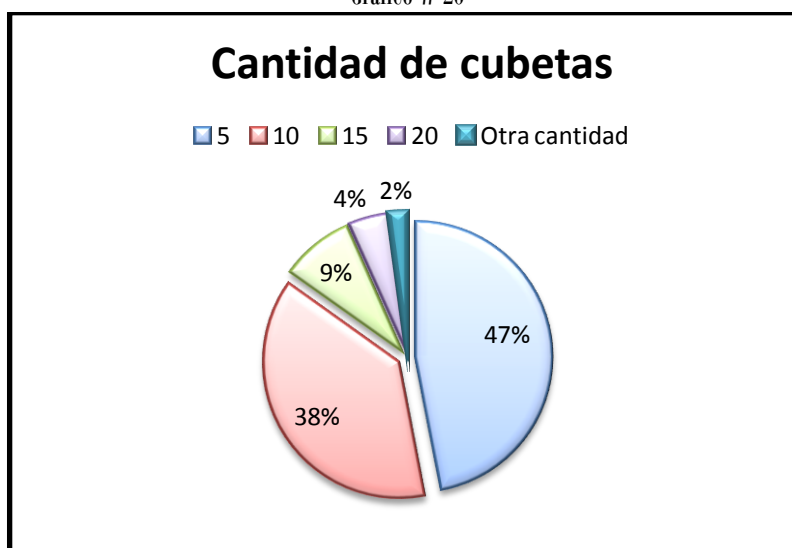
Cuadro # 29

Tiempo de compra	Cantidad de cubetas	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Diariamente	5	8	4,04
Semanalmente	10	109	55,05
Mensualmente	15	41	20,71
Quincenal	20	40	20,20
<b>Total</b>		<b>198</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los compradores (tiendas).

Elaboración: Los autores.

Gráfico # 26



Fuente: Encuesta dirigida a los compradores (tiendas).

Elaboración: Los autores.

**INTERPRETACIÓN:**

Para facilitar su redacción las entrelazamos a las preguntas 6 y 7 para poder dar a conocer el número de cubetas que compran teniendo así, 10 cubetas 55.05%, 15 cubetas 20,71%, más de 20 cubetas 20% y 5 cubetas el 4,04%.

**8.- ¿Conoce usted de alguna empresa dedicada a la venta de huevos criollos en el cantón Saraguro?**

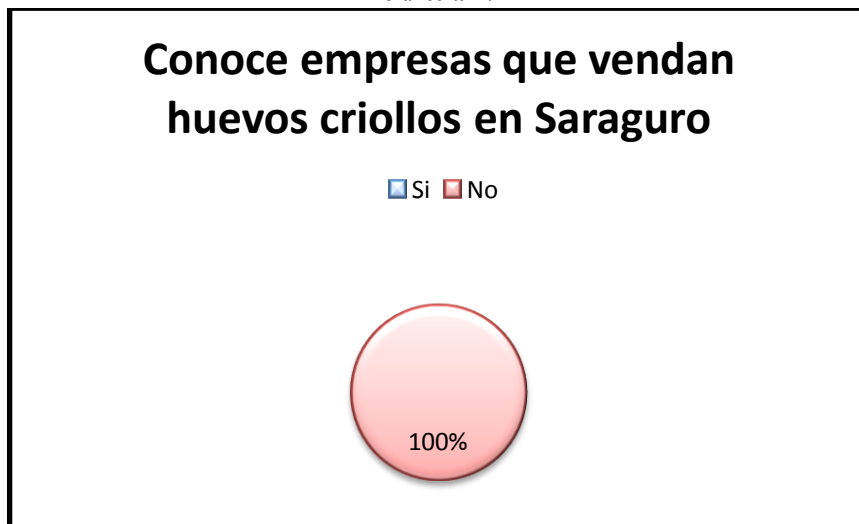
Cuadro # 30

Existencia de negocios de huevos criollos	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
No	198	100
<b>Total</b>	<b>198</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los compradores (tiendas).

Elaboración: Los autores.

Gráfico # 27



Fuente: Encuesta dirigida a los compradores (tiendas).

Elaboración: Los autores.

**INTERPRETACIÓN:**

Al averiguar sobre la existencia de alguna empresa dedicada a la venta de huevos criollos en el cantón Saraguro total de encuestas de 198 nos manifestaron que no existe empresa alguna con el 100%, señalando que únicamente existen vendedores informales en un mínimo número.

**9.- ¿Si se implantara una empresa productora y comercializadora de huevos criollos en el cantón Saraguro, respaldaría usted el emprendimiento prefiriendo y comprando los huevos criollos?**

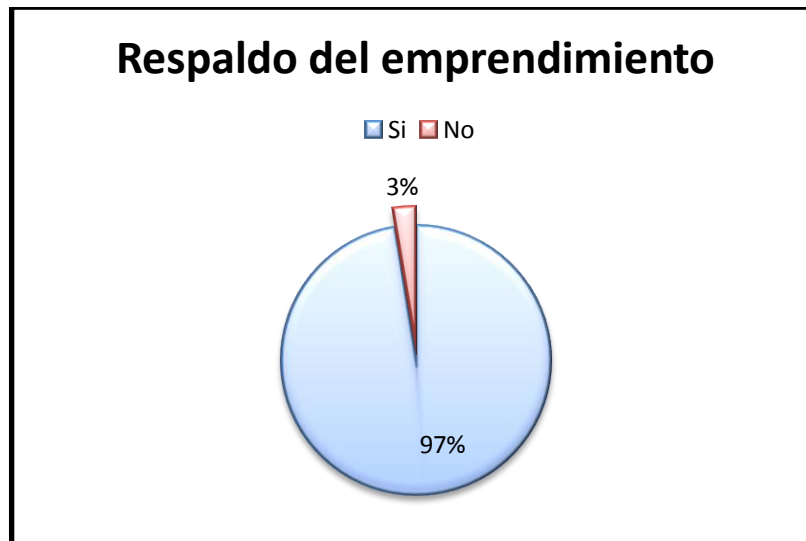
Cuadro # 31

Respaldo de emprendimiento	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Si	193	97
No	5	3
<b>Total</b>	<b>198</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los compradores (tiendas).

Elaboración: Los autores.

Gráfico # 28



Fuente: Encuesta dirigida a los compradores (tiendas).

Elaboración: Los autores.

### INTERPRETACIÓN:

La pregunta clave y de mayor realce para poder emprender fue estructurada si respaldaría una nueva empresa productora de huevos criollos los compradores nos respondieron en un 97% que si a mas de apoyar ayudarían a difundir siempre y cuando sea un producto de calidad comentaron, sin importar su valor a pagar y con un 3% muy mínimo nos dijeron simplemente que no.

**10.- ¿Cuál es el margen de utilidad (%) que estaría dispuesto a tener por la adquisición de huevos criollos y su venta?**

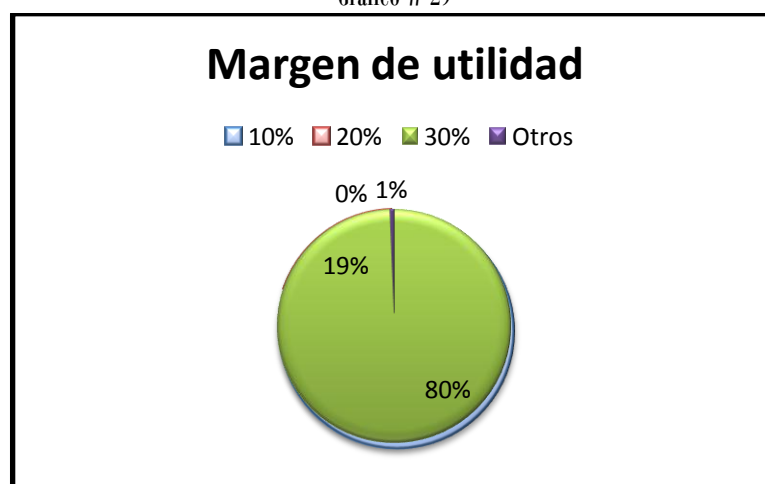
Cuadro # 32

Margen de utilidad para huevos criollos	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
10%	155	80,31
20%	37	19,17
Mas del 30%	1	0,52
<b>Total</b>	<b>193</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los compradores (tiendas).

Elaboración: Los autores.

Gráfico # 29



Fuente: Encuesta dirigida a los compradores (tiendas).

Elaboración: Los autores.

**INTERPRETACIÓN:**

Muchos vendedores no tenían claro sobre el margen de utilidad pero con una breve explicación pudimos determinar cuál es la ganancia que les gustaría tener por la venta de huevos criollos, el 80,31% nos manifestó que les gustaría tener un 10% de utilidad, expresándonos que es un producto que tiene un precio bajo y por consiguiente no se puede aspirar a mayores ganancias, el 19,17% cree que sería razonable un margen de ganancia del 20% y el 1% una ganancia mayor al 30%.

## 11.- Con respecto a la forma de pagos, usted lo haría?

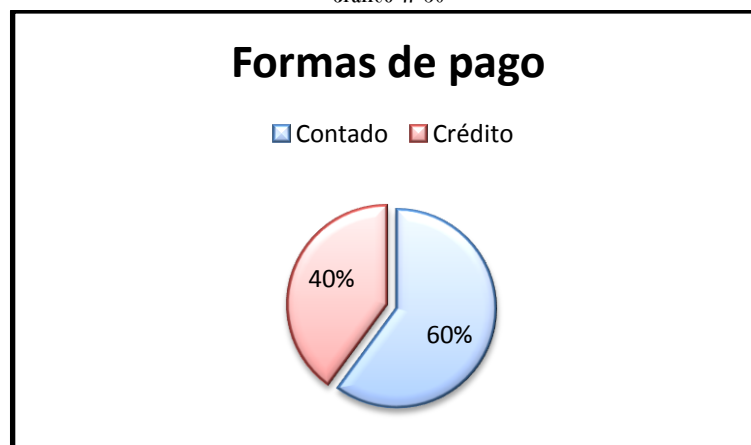
Cuadro # 33

Forma de pago	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Contado	116	60
Crédito	77	40
<b>Total</b>	<b>193</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los compradores (tiendas).

Elaboración: Los autores.

Gráfico # 30



Fuente: Encuesta dirigida a los compradores (tiendas).

Elaboración: Los autores.

### INTERPRETACIÓN:

El pago en el caso de tiendas y en el cantón Saraguro se hace únicamente de dos maneras la primera de contado con un grado de aceptación del 60% y a crédito el 40% realizando sus pagos semanal y también mensual.

## 12.- Por la compra de los huevos que tipo de promoción le gustaría?

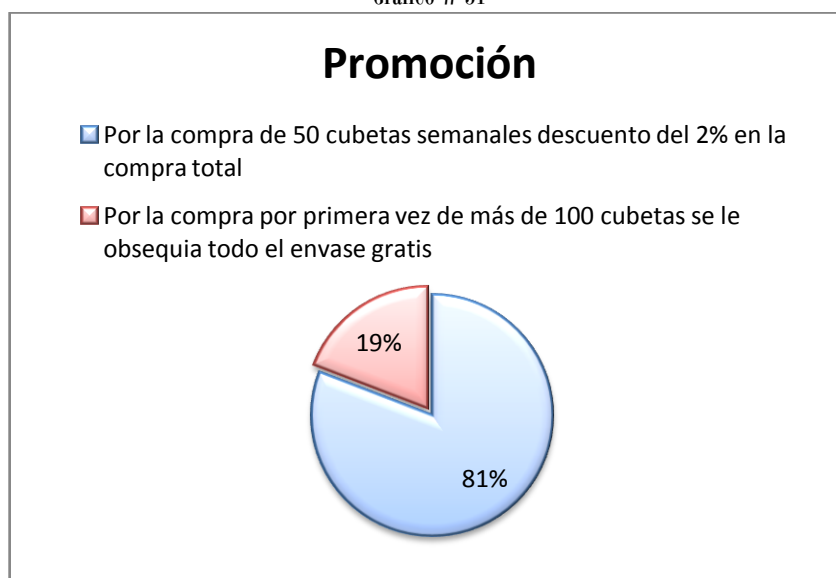
Cuadro # 34

Promoción	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Por la compra de 50 cubetas semanales descuento del 2% en la compra total	156	81
Por la compra por primera vez de más de 100 cubetas se le obsequia todo el envase gratis	37	19
<b>Total</b>	<b>193</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los compradores (tiendas).

Elaboración: Los autores.

Gráfico # 31



Fuente: Encuesta dirigida a los compradores (tiendas).

Elaboración: Los autores.

### INTERPRETACIÓN:

El 81% respondieron que les gustaría el descuento del 2% siendo el más adecuado y aceptable, el 19% dijo la promoción que les gustaría obtener el regalo de cubetas en su primera compra.

# DISCUSIÓN

## **g. DISCUSIÓN**

### **g.1. ESTUDIO DE MERCADO**

Es una herramienta de mercadeo, que se ha utilizado para obtener y analizar el comportamiento de los consumidores.

Permite identificar claramente las características del producto servicio que se pretende colocar analizando el comportamiento pasado y proyectar a futuro la demanda de un bien en el mercado; Además se incluye un diagnóstico de los principales factores que inciden sobre el producto en el mercado como: oferta, demanda, precio, calidad, canales de comercialización, publicidad, plaza, promoción, es decir se determinará ¿Cuánto? ¿A quién? ¿Cómo? y ¿Dónde? se venderá el producto.

#### **g.1.1. Objetivo del estudio de mercado**

El presente estudio de mercado se fundamenta en realizar un análisis de los gustos y preferencias que tienen los consumidores del cantón Saraguro, por el huevo producto principal que la empresa producirá y comercializará, entre los aspectos relevantes para este análisis tenemos: la demanda, la oferta, los precios y la comercialización, para de esta forma determinar la cantidad de consumidores interesados en adquirir el producto de la empresa para satisfacer sus necesidades y a precios que estén dispuestos a cubrir.

##### **g.1.1.1 Segmentación**

Es el proceso que se sigue para dividir un mercado potencial en distintos subconjuntos de consumidores mediante las variables demográficas, geográficas, socio-económicas y conductuales.

- **Variables geográficas.-** Se refiere a la localización del proyecto-Saraguro.
- **Variables demográficas.-** Estas variables hacen referencia el sexo, edad, estado civil, tamaño del hogar, el ciclo de vida de la familia, la ocupación, el grado de estudio, la religión, la raza, entre otros.



- **Variables socio-económicas.**- Se refieren a términos de ocupación, los ingresos económicos o renta, nivel de estudios. Se puede combinar esta variable con la clase social.

- **Variables conductuales.**- Se trata del comportamiento que adoptan los consumidores frente a algún tipo de producto o servicio, con base al conocimiento que tienen del mismo.

Para la segmentación del mercado se han considerado las siguientes variables:

### Matriz de segmentación de mercado

Cuadro # 35

CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN	CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE
<b>VARIABLES GEOGRÁFICAS</b>	
Provincia:	Loja
Cantón:	Saraguro
Parroquias:	Todas las pertenecientes al cantón Saraguro
Densidad:	Urbana y Rural
<b>VARIABLES DEMOGRÁFICAS</b>	
Sexo:	Masculino o femenino
Cantidad	5.759 familias del sector urbano y rural del cantón Saraguro
<b>VARIABLES SOCIO-ECONÓMICAS</b>	
Ocupación:	Miembros de la familia (general)
Clase social:	Baja, Media, Media alta
Ingresos:	De 100 a Más de USD 400
<b>VARIABLES CONDUCTUALES</b>	
Beneficios ofertados:	Calidad, Nutrición y Seguimiento de consumo.
Actitud hacia el producto:	Positivo, Aceptable.

Elaboración: Los autores.

### g.1.1.2. Producto a ofrecer en la empresa

Cuadro # 36

Producto de la empresa
Huevos criollos

Fuente: Estudio de mercado.

Elaboración: Los autores.

El producto que ofertará la empresa productora y comercializadora de huevos criollos son los expuestos en el cuadro anterior, bajo las normas sanitarias correspondientes, dotadas de calidad, eficiencia y eficacia, en las actividades necesarias a realizarse para cumplir las expectativas de los consumidores.

- \* El mismo siendo por su resistencia un producto no duradero, por el mismo hecho que es un alimento.
- \* Por su destino, es un producto final y por consiguiente también se lo puede utilizar como insumo o producto intermedio para la producción de otros bienes.
- \* Su consumo se lo puede hacer crudo, en torta, cocido, también como producto intermedio para producir pan, jugos, rompo, sopas, entre otros.

### g.1.1.3. Distribución del mercado.

En la realización del presente estudio se procedió aplicar las encuestas a las familias y tiendas (vendedores) del cantón Saraguro, teniendo de esta manera la distribución de la muestra de la siguiente manera:

Cuadro # 37

Distribución del mercado		
Descripción	Población de Nº de familias	# Muestra
Cantón Saraguro	5.759	360
-----	Población de Nº de tiendas(censo)	Censo
Cantón Saraguro	223	223

Fuente: Población del último censo 2001, Inec.

Elaboración: Los autores.

Información obtenida en el INEC sobre la población real del cantón Saraguro en el 2001 tenemos un número de 28029 habitantes, los mismos que pertenecen al sector urbano y rural del cantón, teniendo una tasa de crecimiento anual del 0,3%, con un número de

5.759 familias, integradas por 5 miembros por familia, del cantón Saraguro tenemos un número de 360 encuestas distribuidas en sus diferentes parroquias y cabecera cantonal, de igual manera por medio del cuerpo de bomberos voluntarios del cantón Saraguro obtuvimos la información necesaria del número de tiendas existentes en el cantón, sobre el permiso legal que se les otorga por medio de esta entidad para el funcionamiento de todas las tiendas del cantón con un número de 223 para las cuales hemos realizado un censo, las mismas que tienen una tasa de crecimiento anual del 2,2% anual; todas las tiendas encuestadas se encuentran con permiso de funcionamiento.

#### **g.1.1.4. Características del consumidor**

Nuestro consumidor potencial son las familias-amas de casa, quienes realizan las compras de manera diaria y en ocasiones semanales las mismas que adquieren toda clase de alimentos entre ellos los huevos.

#### **g.1.1.5. Los productos sustitutos**

Nuestro producto a ofrecer se incluye en la lista de productos que si tienen su sustituto, teniendo presente que la sustitución no es más que ofrecer un producto similar que llegue a satisfacer la misma necesidad, por lo tanto el HUEVO CRIOLLO, tiene un gran número de sustitutos como son: los huevos de codorniz, de pato, ganso, avestruz y los huevos de incubadora siendo estos últimos de mayor aceptación en el mercado por su precio, pero cabe mencionar que la gente está iniciando a culturizarse y prefiriendo lo nuestro y mucho mejor si es natural como lo son los huevos criollos.

#### **g.1.1.6. Los productos complementarios**

Nuestro producto se lo puede comer con varios complementos para su mejor deleite adquisitivo como pueden ser, huevo con arroz, con papas, con tomate, con mote, con atún, con tallarín, con yuca, bueno esto nos indica que el huevo esta en toda dieta o comida alimenticia y más aun si es criollo.

### **g.1.2. Análisis de la demanda**

**g.1.2.1. Demanda.-** Es la cantidad de huevos que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado.

Para conocer la demanda que tiene la empresa en el mercado del cantón de Saraguro, se aplicó una encuesta a los habitantes del sector urbano y rural, cuyos resultados permitió obtener y conocer las demandas necesarias de todo proyecto de inversión, como son las siguientes:

### **g.1.2.2. Demanda potencial futuro**

La demanda potencial de la empresa es la cantidad de huevos criollos que estarían dispuestos a comprar las familias del cantón Saraguro en el futuro, luego que la empresa intervenga con un plan de concientización sobre los beneficios nutricionales de los huevos criollos.

Para el efecto tomamos la información de la investigación de mercado, la que se sintetiza y se induce para toda la población, como muestra el siguiente cuadro:

Cuadro # 38

<b>Población</b>	<b>Consumo de huevos %</b>	<b>Familias que consumen huevos</b>	<b># de huevos mensuales (consumo)</b>	<b>Meses</b>	<b>Total huevos anuales</b>
5.759	86,67%	4.991	60	12	<b>3.593.754</b>

Fuente: Cuadro # 1, 4.

Elaboración: Los autores.

El número de los 60 huevos consumo mensual por familia es el resultado del estudio de mercado, en una conversación directa con los consumidores manifestando que en familias de 5 miembros promedio del cantón se consume cada 2 semanas 30 huevos, es decir al mes una cantidad de 60 huevos por familia. El consumo per cápita anual en nuestro país es de 144 huevos, mensualmente teniendo un consumo de 12 huevos por persona.

De las 5.759 familias el 86,67% si consume huevos que equivale a 4.991 familias, esta cantidad se la multiplica por el consumo promedio por familia de 60 huevos mensuales y por 12 meses teniendo 3.593.754 huevos la demanda potencial.

### **g.1.2.3. Demanda real o actual (consumo del producto-huevo criollo)**

Es la cantidad de huevos criollos que actualmente se está consumiendo en el mercado de Saraguro.

Cuadro # 39

<b>Población</b>	<b>% Porcentaje consumen huevos criollos</b>	<b>Familias que consumen huevos criollos</b>	<b>Promedio de consumo de huevos mensual</b>	<b>Demanda real anual (huevos)</b>
4.991	17.95%	896	60	<b>645.120</b>

Fuente: Cuadro # 5, 38.

Elaboración: Los autores

Para la obtención de la demanda real o actual se estableció un procedimiento matemático del cual se tiene la siguiente información:

De las 4991 familias que si consumen huevos se determinó que el 17.95% consume huevos criollos en un número de 896 familias, luego se multiplica por el promedio mensual de consumo que son 60 huevos y da como resultado que la demanda real es de 645.120 huevos

#### **g.1.2.4. Demanda efectiva (los que comprarían los huevos)**

La demanda efectiva es la cantidad de huevos que las familias de Saraguro están dispuestas a adquirir a más de 23 centavos por unidad.

Para obtener la demanda efectiva se realiza las siguientes operaciones:

Cuadro # 40

<b>Familias</b>	<b>% compran huevos criollos</b>	<b>Familias que consumen huevos criollos</b>	<b>% Si respaldaría el emprendimiento</b>	<b>Familias que respaldarían</b>	<b>% Dispuestos a pagar más de 23 centavos</b>	<b>Familias dispuestas a pagar</b>
4.991	84.29%	4.207	94,68%	3.983	59,70%	<b>2.378</b>

Fuente: Interpretación cuadro # 8, 12, 14, 39.

Elaboración: Los autores.

Del total de familias que consumen huevos (4.991), la multiplicamos por el porcentaje que si comprarían huevos criollos, (84.29%), la cantidad obtenida (4.207), la multiplicamos por el porcentaje de familias (94.68%), que si respaldarían el emprendimiento, este número de familias (3.983), lo multiplicamos por el porcentaje (59.70%), de familias que si están dispuestas a pagar a más de 23 centavos de dólar, obteniendo un número de familias de 2.378.

Cuadro # 41

Familias	Frecuencia	%	Familias	Cantidad de huevos	Tiempo anual	Demanda efectiva anual (huevos)
2.378	Diaria	15.92%	379	5	365	690.904
	Semanal	66.84%	1.589	10	52	826.517
	Mensual	14.01%	333	15	12	59.968
	Quincenal	3.18%	76	20	24	36.298
<b>Total</b>						<b>1.613.687</b>

Fuente: Cuadro # 15, 40.

Elaboración: Los autores.

Del total de familias 2.378 dispuestas a comprar los huevos criollos, se le multiplicó por el porcentaje (15.92%) consumo diario, esta cantidad obtenida 379 familias consumen huevos diariamente, lo multiplicamos por 5 y por el tiempo anual en este caso 365 obteniendo así la demanda efectiva anual de 1.613.687 huevos.

#### g.1.2.5. Proyección de la demanda

Cuadro # 42

Periodos	Porcentaje	Proyección demanda
0		1.613.687
1	0,3%	1.618.528
2	0,3%	1.628.254
3	0,3%	1.642.952
4	0,3%	1.662.756
5	0,3%	1.687.848

Fuente: Cuadro # 41.

Elaboración: Los autores.

De la suma de la demanda efectiva que es 1.613.687 se procede a proyectar cada año con una tasa de crecimiento poblacional del 0,3%, datos que se obtuvo del INEC, de esta manera teniendo la proyección para los 5 años de vida útil de nuestro proyecto de inversión.

#### g.1.3. Análisis de la oferta

**g.1.3.1. Oferta.-** Se determina oferta a la cantidad de huevos que están en el mercado a un precio dado en un periodo de tiempo proporcionado.

Para conocer la oferta que existe en el mercado del cantón de Saraguro, aplicamos una encuesta a las tiendas del sector urbano y rural, cuyos resultados permitió obtener y conocer la oferta necesaria para el proyecto de inversión, como son las siguientes:

Cuadro # 43

Familias	% familias que no compran	Familias	Promedio de gallinas criollas ponedoras	cantidad de huevos promedio anual	cantidad de huevos criollos producidos anualmente	% destino venta	Oferta anual de huevos criollos
4.991	15,71%	784	6	150	705.677	10%	<b>70.568</b>

Fuente: Cuadro # 8, 39.  
Elaboración: Los autores.

Del total de familias que existen en el cantón Saraguro que consumen huevos (4.991), se le multiplica por el porcentaje de las familias que tienen gallinas propias y no consumen huevos comprados (15.71%), obteniendo así un total de familias de 784 multiplicando por un promedio de 6 gallinas que tienen por familia (este número va a variar), por un promedio anual de huevos producidos de 150, la cantidad de huevos producidos anualmente la multiplicamos por un 10% que será destinada a la venta, teniendo una oferta de 70.568 huevos criollos anual.

La proyección de la oferta la realizamos año por año del incremento anual por familia de una gallina y de esta manera tenemos los siguientes datos.

Cuadro # 44

Periodo	N° de gallinas	Proyección Oferta
0	6	70.568
1	7	82.329
2	8	94.090
3	9	105.852
4	10	117.613
5	11	129.374

Fuente: Cuadro # 43.  
Elaboración: Los autores.

Para proyectar la oferta de huevos criollos tomamos como año base iniciando con 6 gallinas, con un incremento de una gallina por año, proyectando para 5 años.

### g.1.3.2. Balance entre la oferta y la demanda

Realizado el estudio de oferta y demanda, es necesario determinar cual variable predomina.

Cuadro # 45

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
0	1.613.687	70.568	1.543.119
1	1.618.528	82329	1.536.199
2	1.628.254	94090	1.534.164
3	1.642.952	105852	1.537.100
4	1.662.756	117613	1.545.143
5	1.687.848	129374	1.558.474

Fuente: Cuadro # 42, 44.

Elaboración: Los autores.

De los datos que existieron anteriormente se procede a restar la demanda-oferta y así obtenemos la demanda insatisfecha, la demanda insatisfecha que tenemos es la siguiente:

Cuadro # 46

Demanda Insatisfecha (huevos anuales)
1.543.119
1.536.199
1.534.164
1.537.100
1.545.143
1.558.474

Fuente: Cuadro # 45.

Elaboración: Los autores.

### g.1.4. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

La realización de un plan de marketing consiste en realizar un análisis sobre los diferentes factores internos y externos que intervienen en la puesta en marcha de un proyecto.

#### Producto

El producto es un conjunto de características y atributos Tangibles (forma, tamaño, envase, color) e intangibles (la publicidad, imagen, marca, beneficios), que el comprador acepta al momento de comprar el producto para satisfacer su necesidad.

La implementación de la empresa productora y comercializadora de huevos criollos en el cantón Saraguro, tiene como objetivo principal ofrecer al mercado un producto de



calidad, a precios accesibles, y con un valor nutricional superior a la competencia, para satisfacer los gustos, preferencias y necesidades del consumidor.

La venta de los huevos criollos se la hará en cubetas de cartón con 15 unidades por cada cubeta, vendiendo en dichas cubetas por mayor aceptación de 76,43% según los encuestados en el estudio de mercado cuadro # 17, la misma que contendrá una etiqueta con especificaciones como: marca, fecha de elaboración, fecha de caducidad, logotipo, eslogan, nombre de la empresa, nombre del producto, embalaje, registro sanitario, valor nutricional, dirección de localización.

El producto a ofrecer podrá ser consumido por niños, jóvenes, adultos, excepto las personas que sufren de colesterol.

**Etiqueta**

**Empresa**  
**“La Granja”**

**Huevos “El Granjero”**  
Huevos 100% naturales

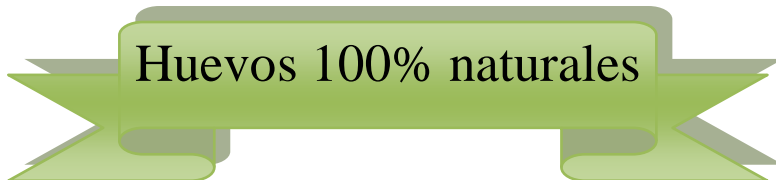
**Empresa “La Granja”**  
**Peso neto:** 65 g= 975 g  
**PVP:** 25 ctvs. c/u  
**Cantidad:** 15 Unidades.  
**Exp:** En un mes.  
**Registro Sanitario:** En trámite

Componentes químicos	Comestible %
Agua	75%
Proteína	12%
Líquidos	12%
Saturados	4%
Insaturados	7%

## Logotipo



## Eslogan



## Precio

### Fijación y políticas de precios

La rentabilidad de la empresa, su capacidad de generar recursos y su supervivencia están ligadas íntimamente a los precios de venta del producto que ofrecerá la empresa a la población o clientes-consumidores.

Para determinar el precio a los huevos criollos se consideró los costos y gastos que intervienen en la producción del producto y este a su vez dividido para el número de unidades producidas y de esta manera obtener el costo unitario.

El precio se da en base a los costos unitarios y añadiendo un margen de utilidad, pero teniendo presente que el precio de venta al público (**PVP**), no sea mayor que la competencia de huevos criollos que se los vende en el cantón de manera informal.

El precio de venta al público es de 0,25 centavos pero la empresa entregaría a los intermediarios a 0,23 centavos, que es el costo que se considera para la generación de ingresos.

### Plaza-Distribución

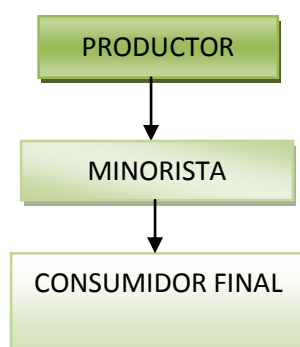
La distribución del producto es un conjunto de operaciones y actividades que se ejerce una vez que el huevo criollo se encuentre en bodega listo para su comercialización a los consumidores, donde se vende el producto.

Para una mejor entrega en el momento oportuno y en el lugar adecuado lo hará mediante los siguientes canales de distribución:

### **Canales de comercialización y distribución**

Según los datos obtenidos del estudio de mercado, manifestó que adquieren los huevos el 50.96%, a través de las tiendas (cuadro # 20), siendo el mismo un minorista el cual es un intermediario entre el productor y el consumidor final, teniendo muy presente este canal de adquisición para poder realizar la comercialización de nuestro producto.

Cuadro # 47



### **Promoción**

Teniendo presente que la empresa es nueva en el mercado se considera trabajar mucho en promoción y comunicación para dar a conocer el negocio de manera más rápida y segura.

La promoción es uno de los elementos de la mezcla del marketing que servirá para informar, inducir su compra y recordar la existencia de la nueva empresa y su buen producto lanzado al mercado para aceptación de la población, consumo, y fidelidad.

Por medio de la comunicación y promoción, se logrará una intercomunicación entre la empresa y el cliente-consumidor, se conocerá mejor el mercado, sus gustos, preferencias, necesidades y de igual manera los clientes-consumidores conocerán la empresa de una mejor manera.

Entre las promociones ofrecidas a las familias por medio del estudio de mercado tenemos las siguientes:

- \* Por la compra de una cubeta de 15 unidades, lleve 1 huevo gratis.
- \* Por la compra, por primera vez se le obsequia el envase.
- \* Por la compra de 5 cubetas mensual se dará un descuento del 2%.

De la misma manera tenemos las promociones a los clientes (intermediarios) dueños de las tiendas.

- \* Por la compra de 50 cubetas semanales descuento del 2% en la compra total.
- \* Por la compra por primera vez de más de 100 cubetas se le obsequia todo el envase (cubetas) gratis.

### **La mezcla promocional**

- \* Por medio de la mezcla promocional se dará a conocer el producto a través de la publicidad (cuñas publicitarias, hojas volantes, ferias libres, y afiches en los cuales daremos a conocer las características que presenta el producto (huevos criollos) y beneficios nutricionales que ofrece al momento de consumirlo.

### **HOJA VOLANTE**

**“LA GRANJA”**

UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS NATURALES, LA MISMA QUE TE OFRECE:

- \* Huevos criollos.
- \* Gallinas .
- \* Abono orgánico.



Nos encontramos ubicados en el cantón Saraguro, vía panamericana cerca de la gasolinera.

Contáctenos a los teléfonos

085286062 o al 580-852

## AFICHE

Inicia sus actividades de comercialización en este cantón la empresa **“LA GRANJA”**, dedicada a la venta de:

*Huevos criollos. Gallinas. Abono orgánico.*



Nos encontramos ubicados a pocos metros de la gasolinera del cantón Saraguro.

Contáctenos a los teléfonos

085286062 o al 580-852

- \* La publicidad del producto se lo realizará mediante varias cuñas publicitarias en la radio, frontera sur, en las primeras horas de la mañana (6-7am) se tiene un porcentaje de preferencia por la emisora de 41,40% de la población, según los consumidores obtenida la información en el estudio de mercado, (ver cuadro # 19), un total de 6 cuñas al mes, una duración de un minuto cada una y por el costo unitario de \$ 1.5 por cada cuña, esto multiplicado nos da \$ 9 mensuales, \$ 108 anuales en publicidad de radio.
- \* También se entregará 1.000 hojas volates que vendrán incluidas en el afiche a pegar en los lugares más visibles del cantón con un costo de \$ 100 (hojas volantes y afiches) de manera anual.

- \* La publicidad en la radio tendrá el siguiente contenido:

Para contribuir en la alimentación sana del culto pueblo del cantón Saraguro, está su nueva empresa productora y comercializadora de huevos criollos **“La granja”**.

Ya puede pedir en la tienda de su barrio, huevo “El granjero”

Contáctenos a los teléfonos

085286062 o al 580-852

### **Post venta**

- \* Es dar seguimiento a un producto ya vendido y saber si ha satisfecho sus necesidades, lo anteriormente dicho se logrará por medio de la recopilación de información del consumidor, a través de: una llamada telefónica, también a través de sugerencias para conocer la opinión del cliente luego de la venta, es decir dar más importancia al cliente-consumidor para crear una cultura de fidelidad sobre el producto, y le agregamos una caja para sugerencias que esta ya incluida en el costo de los afiches y hojas volantes.

## **g.2. ESTUDIO TÉCNICO**

El propósito es determinar las condiciones técnicas de realización del proyecto (materia prima, costo de transporte, energía, mano de obra, adecuaciones, entre otros), en este estudio se incluyen los aspectos del tamaño, localización, instalaciones e ingeniería.

### **g.2.1. Localización de la empresa**

La finalidad de este punto en el proyecto es determinar el lugar exacto donde se va a instalar la empresa, es decir buscar el mejor lugar que permita ahorrar recursos, ser más visibles y aumentar la producción, tener mayor acceso a disponer de materia prima, también las vías del acceso al mercado y contar con todos los servicios básicos.

#### **g.2.1.1 Macro localización**

Referente a la macro localización del proyecto a efectuar estará en el país de Ecuador, en la provincia de Loja y más específicamente en el cantón Saraguro.

Cuadro # 48

<b>País</b>	Ecuador
<b>Región</b>	Región 7
<b>Provincia</b>	Loja
<b>Cantón</b>	Saraguro





### **g.2.1.2 Micro localización**

#### **Método de evaluación de factores**

Nuestro proyecto estará ubicado haciendo referencia de la evaluación del factor cualitativo, del método de antecedentes industriales, para lo cual analizamos la experiencia de la gente del sector, estará ubicada la empresa a las afueras del cantón, cerca de la gasolinera vía Loja-Cuenca por las siguientes razones:

#### **g.2.1.3. Factores determinantes de micro localización**

**Clima.-** Gozando con un clima templado- frío, siendo el sector con mayor incidencia de consumidores, teniendo como vía principal de acceso que une a todas las parroquias con el cantón, distribución geográfica del mercado en relación a la ubicación de la empresa.

**Mano de obra calificada.-** Al implementarse el proyecto en el cantón se tiene mayor confiabilidad de acceder a la mano de obra calificada que existe en el sector por su alto grado de desocupación de los moradores, su experiencia en la crianza y producción de aves y por su trayectoria, por otro lado tenemos los estudiantes del colegio “Instituto Tecnológico Superior Celina Vivar Espinoza”, en el cual relacionan teoría-práctica, pudiendo ser la empresa un lugar de prácticas para ellos y para los accionistas una ayuda técnica al momento de mejorar los procesos de producción.

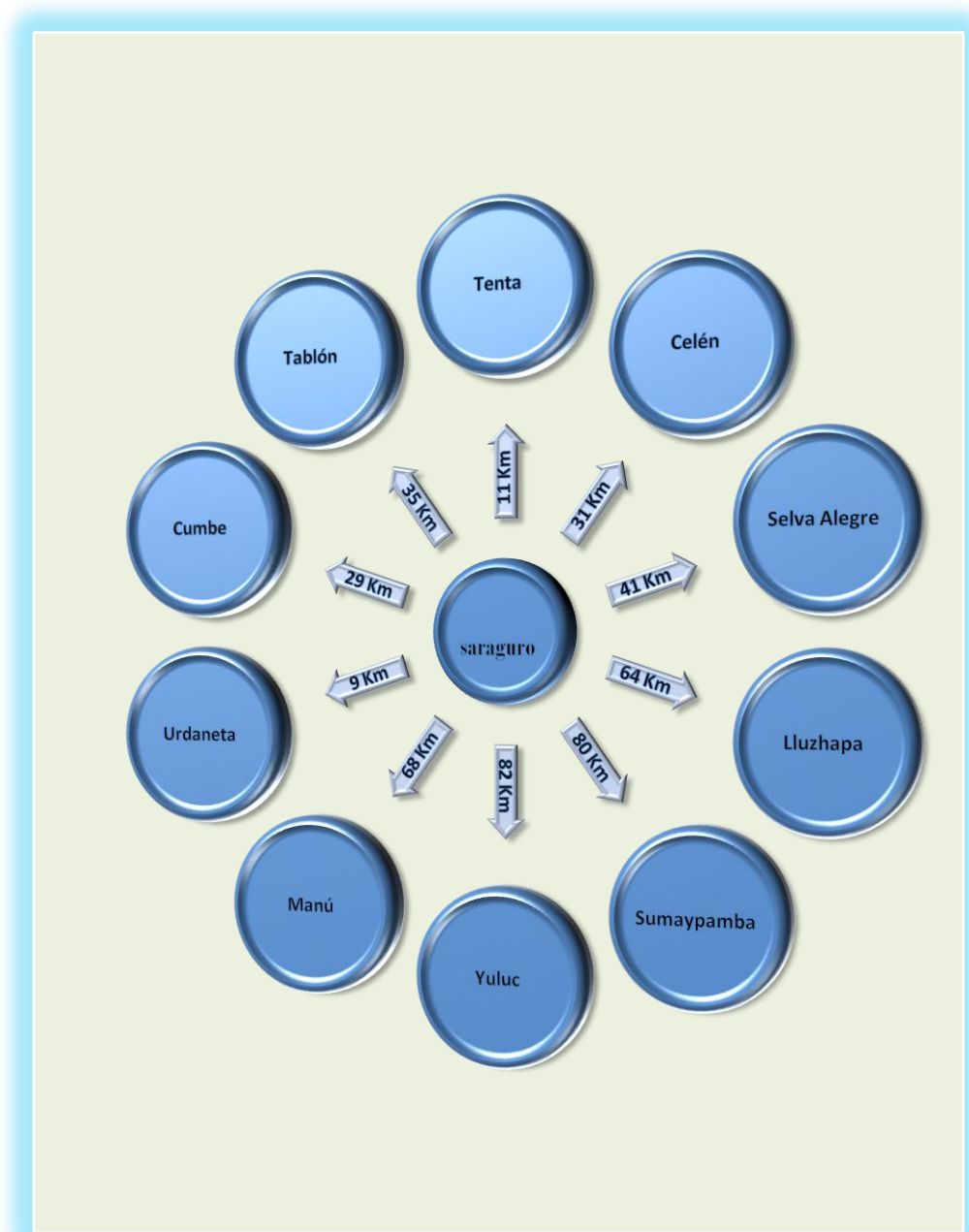
**Vías de comunicación y cercanía del mercado.-** Por ser un lugar de tránsito, porque por allí transitan todos los vehículos que pasan hacia la ciudad de Cuenca o hacia la ciudad de Loja y muy visible para poder realizar compras o negociaciones.

**Servicios básicos.-** En el sector se cuenta con todos los servicios básicos que se requiere en un sector como luz, agua, teléfono, alcantarillado.

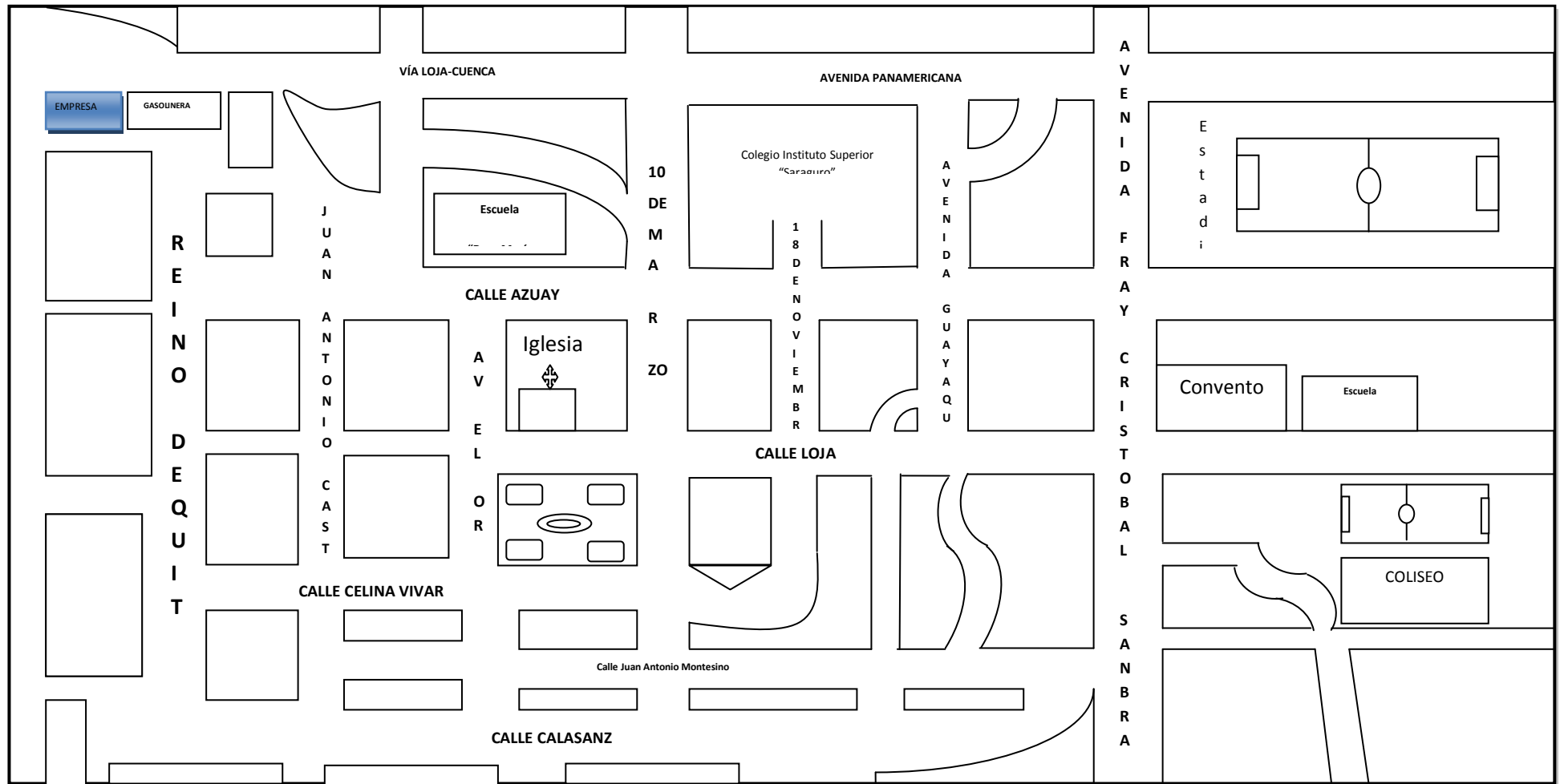
**Mercado.-** El mercado será desde Saraguro a sus distintas parroquias teniendo como tal las siguientes distancias:

La empresa estará ubicada a las afueras del cantón Saraguro, provincia Loja, teniendo muy presente que en este cantón se goza de un clima templado-frío apto para la explotación de aves finqueras, encontrándose ubicada a 1 minuto del cantón vía Loja-Cuenca, a pocos pasos de la gasolinera, contando con todos los servicios básicos, acceso para adquirir materia prima, vías de primer y segundo orden.

## DISTANCIAS DEL CANTÓN A CADA UNA DE LAS PARROQUIAS



# Micro localización



### g.2.2. Tamaño

La determinación del tamaño es un proceso muy complejo, para ello se deben considerar varios factores entre los que se destacan los siguientes:

- \* La demanda de mercado a cubrir.
- \* La tecnología existente.
- \* El monto de la inversión.
- \* El número de mano de obra.
- \* La disponibilidad de materia prima.

El tamaño se lo determinó por la capacidad y la disponibilidad de materia prima existente en el mismo cantón, el tamaño de nuestro proyecto es de 154.440 huevos producidos anualmente; Establece la relación entre la capacidad productiva de huevos durante un tiempo normal de actividades, iniciando la crianza de gallinas 6 meses y su producción inicia al 7mo mes, con la ayuda de un profesional en veterinaria se conoció sobre el tiempo que tardan las gallinas en poner que varía de 2 0 3 días, teniendo 13 huevos mensualmente, promedio de producción, la gallina que se comprará será de raza “PIO PIO”, siendo la misma nuestra materia prima, para determinar el tamaño concreto de la empresa es necesario planificar el número exacto de huevos a producir durante el periodo tomado, así como la relación entre el tamaño y el mercado consumidor.

Entre algunos factores que existen para la producción tenemos:

- ✓ La ovación de un gallo, sino no se produce la producción.
- ✓ Buena alimentación.
- ✓ Claridad para la puesta en el día o el alumbrado para su puesta en la noche.
- ✓ Pastoreo diario.

Cuadro # 49

Características	Producción mensual/huevos	Anual
Gallinas finqueras “PIO PIO”	13	150-156

Fuente: Dr. Veterinario Manuel Quezada, Granja UNL, quinta punzara.

Elaboración: Los autores.

### g.2.2.1. Capacidad instalada.

Se comprará 2000 gallinas que cada una pondrá 13 huevos mensuales por 6 meses el primer año dará una producción de 156000, para el próximo año se tendrá 2200 gallinas las mismas que producen los 12 meses y la producción será de 343200 huevos.

El ciclo de producción inicia con la compra de pollitas de 8 semanas (2 meses) y su producción inicia a las 24 semanas ( 6 semanas), teniendo su vida útil de producción de 7 a 8 meses de edad hasta cumplir con 96 semanas (2 años) de edad, existe una producción óptima y rentable.

La capacidad instalada constituye el número máximo de gallinas que van a ser utilizadas para la producción de huevos, teniendo lo siguiente:

Cuadro # 50

Período	Demanda Insatisfecha	Capacidad de gallinas	Huevos mensuales	Meses	Total de huevos anuales
1	1.536.199	2.000	13	6	156.000
2	1.534.164	2.200	13	12	343.200
3	1.537.100	2.700	13	12	421.200
4	1.545.143	3.200	13	12	499.200
5	1.558.474	3.800	13	12	592.800

Fuente: Cuadro # 46.

Elaboración: Los autores.

$$\begin{array}{l} 1.536.199 \\ 156.000 \end{array} \begin{array}{l} \nearrow \\ \searrow \end{array} \begin{array}{l} 100 \\ X \end{array}$$

$$X = ((156.000 * 100) / 1.536.199) = 10,15\%$$

Para conocer el porcentaje de participación que tendremos en el mercado multiplicamos la producción anual de huevos 156.000 por 100% y el resultado obtenido lo dividimos para la demanda insatisfecha 1.536.199

### g.2.2.2. Capacidad utilizada

Es la capacidad de huevos que se va a obtener de la producción de las gallinas.

- Teniendo un número de 2.000 gallinas capacidad instalada, que producen los 156000 huevos anuales, pero se considera imprevistos, como la rotura de huevos, los regalos de las promociones se trabajará con un 99% de la capacidad instalada, que da un total de 154.440 huevos anuales, es decir la capacidad utilizada para el

primer año de vida del proyecto y a sí mismo para todos los años de vida útil del proyecto.

**A continuación se detallará la capacidad instalada, utilizada y % de participación de mercado**

Cuadro # 51

Año	Demanda insatisfecha	Capacidad instalada en huevos	% de la capacidad utilizada	Capacidad utilizada en huevos	% Porcentaje de participación en el mercado.
1	1.536.199	156.000	99%	154.440	10,15%
2	1.534.164	343.200	99%	339.768	22,37%
3	1.537.100	421.200	99%	416.988	27,40%
4	1.545.143	499.200	99%	494.208	32,31%
5	1.558.474	592.800	99%	586.872	38,04%

Fuente: Cuadro # 46.

Elaboración: Los autores.

El porcentaje de la participación en el mercado lo obtenemos de realizar una regla de tres simple, de la producción anual de 156000 huevos lo multiplicamos por 100% y el resultado lo dividimos para la demanda insatisfecha de 1.536.199 (cuadro # 46).

### **g.2.3. Ingeniería del proyecto**

Permite solventar o solucionar todo lo que tiene relación con la instalación, equipamiento, funcionamiento y descripción del proceso; también permite determinar la distribución general de la planta, definir su estructura y organización jurídica que tendrá la empresa.

### **Descripción del proceso de producción**

Proceso de crianza y producción de las gallinas finqueras (huevos criollos)

#### **1.- Recepción**



Luego que se han adquirido las pollitas finqueras de 6 semanas de nacidas (mes y medio), debe existir el galpón limpio y desinfectado, la cama debe ser de viruta, la misma que es ordenada uniformemente dentro de todo el galpón.

## 2.- Crianza y adaptación



Seguidamente se tiene todo el equipo necesario para crianza, debe estar listo los bebederos, comederos y luz adecuada; teniendo cuidado en su temperatura y necesita ventilación para un desarrollo apto de las pollitas.

## 3.-Alimentación.



De la misma manera realizando su alimentación de manera diaria y con pleno abastecimiento de la alimentación y líquidos.

## 4.- Control sanitario



El control sanitario es muy importante ya que las pollitas se desarrollaran sin complicación dentro del galpón, de esta manera su crecimiento será más satisfactorio.

## 5.- Producción



La producción de huevos o postura de las gallinas conlleva a diseñar lugares estratégicos para la iniciación de la vida productiva de las pollitas que inicia a las 24 semanas (6 meses) y termina su vida útil a las 96 semanas (2 años), teniendo la postura un tiempo que varía de 2 a 3 días

## 6.- Recolección



Luego de la producción debe existir un encargado de la recolección de toda la producción, el cual se lo hará manualmente todos los días y en los respectivos baldes apropiados para aprovechar el producto.

## 7.- Almacenamiento de la producción



Los huevos serán llevados a la bodega donde se almacenará toda la producción obtenida durante los días de producción.

## 8.- Empacado



Luego de haber recolectado toda la producción se procederá a ordenarla, en ocasiones se deberá pesar, cuando el tamaño del huevo varía al normal es más pequeño por su inicio de producción de las gallinas o más grande por principios de vejez de la ponedora y luego se inicia a empacar.

## 9.- Almacenado y distribuido









Posteriormente se almacena previo a la salida o distribución del producto a ser ofrecido al mercado.



### g.2.3.1. Diagramas de procesos

#### g.2.3.1.1. Diagrama de actividades del obrero.

Nº	Actividades	Simbología	Tiempo (Minutos)
1	Puesta del uniforme adecuado para ingresar al galpón.		10 minutos
2	Limpieza de los comederos y bebederos.		120 minutos
3	Medición de la alimentación en la bodega.		30 minutos
4	Traslado de la alimentación y agua de la bodega al galpón.		30 minutos
5	Distribución de la alimentación en los comederos y bebederos.		120 minutos
6	Recolección de sacos y mangueras medios que sirvieron para el traslado de la alimentación y agua.		10 minutos
<b>Total</b>			<b>320 minutos</b>








Elaboración: Los autores

El obrero que realice la actividad de cuidar a 2000 gallinas tardara un tiempo de 5 horas y 20 minutos, desde que se vista para trabajar hasta que termine con la recolección de los sacos y mangueras que se llevo al galpón.

#### Simbología

	Inicio –Fin
	Demora
	Almacenamiento
	Operación combinada
	Transporte
	Operación
	Inspección

### g.2.3.1.2. Diagrama de producción y recolección de huevos

Nº	Actividad	simbología	Tiempo (Minutos)
1	Selección y medición de alimentos y agua.		30 minutos
2	Alimentación y suministro de agua.		60 minutos
3	Descanso de las pollitas en sus respectivos nidos (para la puesta)		90 minutos
4	Pastoreo de las pollitas y Recolección de la producción (huevos)		60 minutos
5	Regreso de las pollitas al galpón		30 minutos
6	Traslado de la producción a la bodega.		90 minutos
7	Empacado y almacenamiento del producto.		60 minutos
<b>Total</b>			<b>420 minutos</b>

Elaboración: Los autores

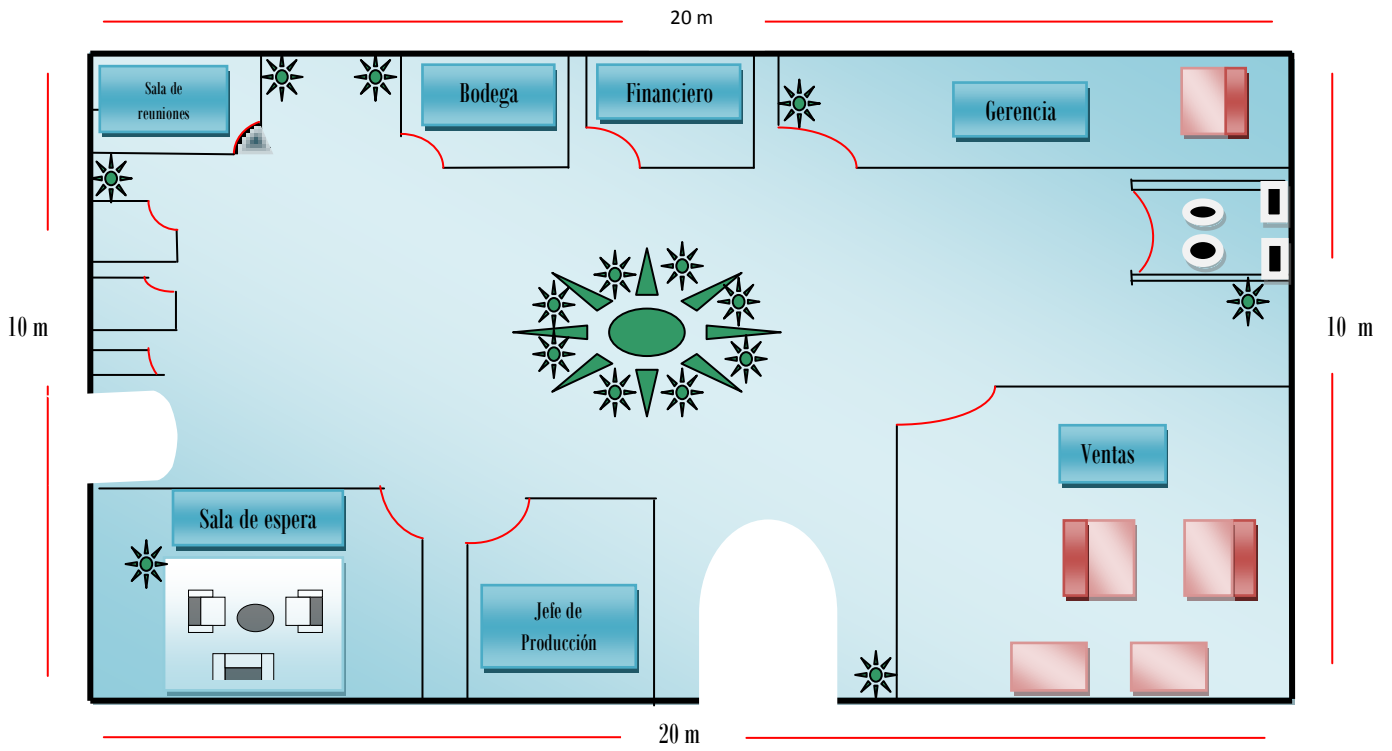
El tiempo de producción del huevo equivale a 7 horas, pero las gallinas no realizan su producción diariamente por lo que se ha llegado a identificar que de los 365 días del año (ponen), un número de 150 por no ser su genética la producción.

### g.2.4. Distribución de la planta

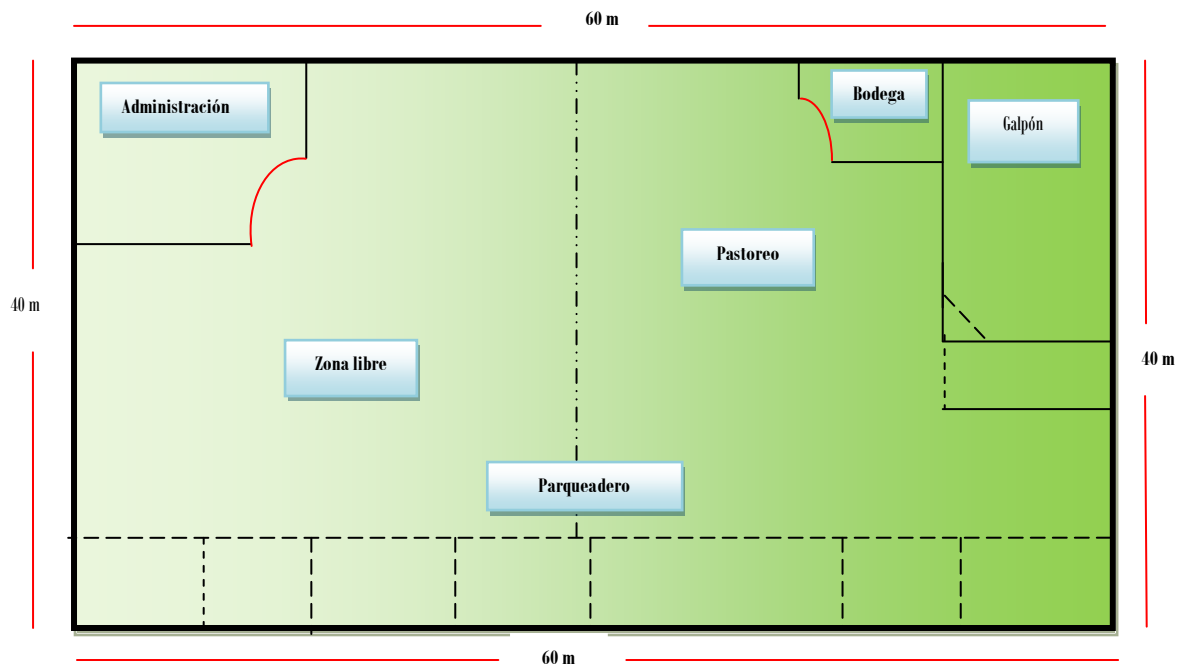
El diseño de distribución de la planta consiste en la disposición o configuración de los departamentos, estaciones de trabajo y equipos que conforman el proceso de producción, la distribución especial de los recursos físicos prevista para fabricar el producto.

Para iniciar con la distribución de la planta se consideró identificar la dimensión total del terreno el cual tiene la siguiente dimensión: 40 metros de largo por 60 de ancho, también la distribución por sectores del plantel avícola como (área de almacenamiento, departamentos, áreas verdes, bodegas, galpones, área de pastoreo, parqueadero), toda esta construcción tendrá una dimensión considerable de 20 metros de ancho por 10 de largo, las dimensiones restantes quedaran para posibles construcciones de nuevas granjas, de esta manera se presenta la siguiente distribución de la planta:

### g.2.4.1. Distribución de oficinas



### g.2.4.2. Distribución de la producción



## **g.2.5. Requerimientos**

### **Comederos**



Son accesorios muy importantes en el plantel avícola, teniendo presente su diseño, material, tamaño, para la alimentación óptima de las aves y evitar su desperdicio y desparramo innecesario de los alimentos, cada comedero tiene una capacidad de 8 a 10 pollitas para su alimentación.

### **Bebederos**



Los bebederos existen de diferentes diseño, tamaño y material pero los de mayor comercio y aceptación en las plantas avícolas son los de plástico, siendo duraderos y de buena calidad, sirviendo de ayuda para la adquisición de agua dentro de la granja, cada bebedero tiene abastecimiento para 8 a 10 pollitas.

### **Balanza**



La balanza sirve para conocer el peso neto de los huevos y poder vender de acuerdo a su uniformidad en el tamaño y contextura, siendo muy importante el peso para poder clasificar de acuerdo a sus características y posteriormente realizar su comercialización.

## **Escobas**



Son herramientas de gran importancia en la planta avícola, especialmente para mantener un lugar limpio y libre de toda clase de infecciones o insectos que pueden afectar a la camada de gallinas.

## **Recogedores**



Los recogedores ayudan al aseo del galpón, recogiendo toda clase de desperdicios producidos por las aves al momento de su alimentación y pastoreo y también el estiércol de las aves.

## **Baldes recogedores de la producción (huevos criollos)**



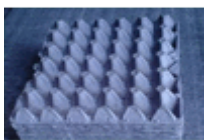
Los baldes recogedores de los huevos ayudarán a minimizar tiempo de recolección y tener almacenado el producto final de manera más rápida.

## **Agujas de vacunación**



Las agujas estarán siempre presentes en ocasiones de gripes que se presenten a las aves o para prevenir posibles infecciones de las ponedoras. La vacunación se la realizará cada 3 meses para prevenir enfermedades a las pollitas.

### Cubetas



Las cubetas son el empaque las cuales cumplirán un rol muy importante, siendo las encargadas de mantener el producto en un estado visible y seguro al momento de su traslado y comercialización.

### Palas



Son muy utilizadas dentro de la granja para la recolección de la viruta y estiércol de los animales, convirtiéndose en un abono orgánico.

### Terreno

Cuadro # 52

Descripción	Cantidad
40m de largo por 60m de ancho (2400m <sup>2</sup> )	14.000

**Fuente:** Ilustre municipio del cantón Saraguro.

**Elaboración:** Los autores.

El espacio del terreno tiene una dimensión de 40 metros de largo por 60 metros de ancho, dicho terreno en el sector tiene un precio de 5,84 dólares por metro cuadrado, la cantidad obtenida 2400, la multiplicamos por 5,84 dólares teniendo un costo del terreno de 14.000 dólares, la distribución geográfica del mercado se la hizo en relación a la ubicación de la empresa.

## Equipos y Herramientas

Cuadro # 53

Descripción	Cantidad
- Comederos	250
- Bebederos	250
- Balanzas	2
- Rastrillos	5
- Baldes recogedores	40
- Agujas de vacunación	26
- Cubetas	10.296
- Palas	10

Fuente: Avimentos-Loja.

Elaboración: Los autores.

## Útiles de Aseo

Cuadro # 54

Descripción	Cantidad
- Escobas	2
- Toallas	2
- Recogedores de basura	2
- Depósito de desechos	2

Fuente: Centro comercial-Loja.

Elaboración: Los autores.

## Equipo de Computación

Cuadro # 55

Descripción	Cantidad
- Una computadora Toshiba, con todos sus implementos	1

Fuente: Master Pc- loja..

Elaboración: Los autores.

## Útiles de Oficina

Cuadro # 56

Descripción	Cantidad
- Esferográficos	12
- Carpetas	12
- Resma de hojas	1
- Perforadoras	1
- Grapadoras	1
- Lápices	6
- Borradores	6

Fuente: Bazar y librería Paolita-Saraguro.

Elaboración: Los autores.

## Equipo de oficina

Cuadro # 57

Descripción	Cantidad
- Teléfono	1
- Calculadora	1

Fuente: Bazar y librería paolita-Saraguro.

Elaboración: Los autores

## Muebles y enseres de oficina

Cuadro # 58

Descripción	Cantidad
- Escritorio tipo Gerente	1
- Escritorio tipo secretaria	1
- Sillones giratorios	1
- Archivadores	2
- Sillas tapizadas	2

Fuente: Decomaderas- Loja.

Elaboración: Los autores.

## Vehículo

Cuadro # 59

Descripción	Cantidad
- Vehículo Datsun 1.200	1

Fuente: Compra y venta de carros "el gato".

Elaboración: Los autores.



### **g.3 Estudio Organizacional**

#### **g.3.1 Fase legal**

Basados en las diferentes compañías que de acuerdo a la ley se puede constituir, se ha creído conveniente determinar para este tipo de empresa la sociedad anónima, la misma que ayudará a obtener mayor eficiencia organizativa.

La sociedad anónima subsistirá según la ley con un mínimo de tres socios y un máximo ilimitado de socios, considerando como capital suscrito la cantidad de 800 dólares americanos.

Para el establecimiento de los derechos, obligaciones y responsabilidades de los socios que conforman dicha compañía se regirá a las normas, principios y procedimientos, que para tal efecto dispone la ley de compañías en su capítulo cuarto, haciéndolo constar en el respectivo contrato social.

Los encargados de nombrar a los representantes y funcionarios requeridos para la administración de la compañía serán los socios inversionistas, los mismos que se regirán por lo dispuesto en la ley de compañías.

La mencionada compañía se establecerá mediante un contrato social suscrito para un lapso de duración de 1 año, el término del cual, podrá ser renovado dicho contrato si es que así lo determinasen, caso contrario será motivo de su liquidación.

Los demás causales para su liquidación se sujetarán a lo dispuesto por la ley de compañías en su capítulo detallado para tal efecto.

La compañía, se constituirá con el nombre de **“GRANJA” S.A**, la misma que se hallará conformada por dos accionistas.

### **g.3.2. Acta Constitutiva**

En la provincia de Loja, cantón Saraguro, siendo las 9 de la mañana, del día miércoles 15 de Octubre de dos mil diez, se ha previsto realizar una reunión, en la casa del Sr. Luis González Egresado de la Universidad Nacional de Loja, carrera de Ingeniería Comercial, cuya finalidad es la creación de una empresa productora y comercializadora de huevos denominada **“La Granja” S.A:** Teniendo como propósito brindar un producto que satisfaga el gusto del consumidor, cuyo insumo principal son los huevos, dando como resultado un producto acorde a la economía del consumidor; la misma que se encuentra ubicada a las afueras de Saraguro en las calles panamericana vía Loja – Cuenca y será inscrita en el registro mercantil.

Conformada por dos socios: Sr. Luis Fernando González Muñoz con número de cédula 1104602931 de nacionalidad Ecuatoriano, estado civil Soltero; Srta. Jenifer Paulina Guerrero Contento, con número de cédula 1104655848 de nacionalidad Ecuatoriana, estado civil Soltera.

Es así que se ha aportado un capital igual por las partes involucradas para la constitución de esta compañía, después de recibir información y habiendo sido resueltas las dudas y peticiones de aclaración hechos por los presentes se acordó designar como Gerente de la empresa A: Luis González por su responsabilidad, honestidad y facilidad de palabra para dirigirse ante la sociedad y así conseguir los objetivos planteados, Jefe Financiero A: Jenifer Guerrero por su honradez y dedicación para llevar a cabo la contabilidad y determinar los ingresos y egresos de la empresa; Secretaria A: María Gómez por su puntualidad, honestidad y buena comunicación con los clientes; Asesor Jurídico A. Dra. Litha Carpio Ochoa está informada de los aspectos legales de la empresa; tendrá la responsabilidad de integrar información.

#### **g.3.2.1. Permisos**

Los permisos necesarios para el funcionamiento de una empresa son los siguientes:

##### **g.3.2.1.1. Permisos de bomberos**

Para obtener el permiso respectivo se requiere:

- Solicitud dirigida al jefe de bomberos en papel valorado (\$ 0.50); en el cuál constará el tipo de empresa y localización.
- Inspección correspondiente por un perito de la institución.
- Cancelar la tasa correspondiente fijada en este tipo de empresa por un valor \$25.
- Emisión respectiva del permiso por el jefe de bomberos del cantón Saraguro.

**g.3.2.1.2. Ruc:**

El registro único del contribuyente (RUC) es el sistema de identificación por el que se asigna un número a las personas naturales y sociedades que realizan actividades económicas, que generan obligaciones tributarias.

Para la inscripción de la organización de Sociedad Anónima, en la obtención del RUC deberán presentar los siguientes requisitos:

- Formulario RUC– 01-A y RUC – 01-B suscritos por el representante legal, para cuya inscripción deberá adjuntar copia de la cédula de identidad adjunta, certificado de votación del último proceso electoral.
- Original y copia o copia certificada de la escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Adicionalmente se deberá adjuntar Carta suscrita por el contador del sujeto pasivo (con copia de cédula de identidad adjunta), certificando su relación laboral o contractual con el contribuyente.

Para la verificación del domicilio y de los establecimientos donde se realiza su actividad económica, presentarán el original y entregarán una copia de cualquiera de los siguientes documentos a nombre del sujeto pasivo:

- Planilla de servicio eléctrico o consumo telefónico o consumo de agua potable de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción o
- Contrato de arrendamiento vigente a la fecha de inscripción, legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato y
- Pago del impuesto predial, puede corresponder al año actual o al anterior a la fecha de inscripción.

### **g.3.2.1.3. Permiso municipal:**

Los requisitos para obtener el permiso Municipal del cantón Saraguro son los siguientes:

- Solicitud dirigida al Jefe del Departamento de Higiene Municipal, en la que se indique el tipo de empresa y la localización exacta de la misma.
- Fotocopia del RUC respectivo a la empresa.
- Pago de la tasa respectiva fijada para la empresa en \$21.00.
- Emisión respectiva del permiso correspondiente.

### **g.3.3. Estudio Administrativo**

#### **❖ Misión**

Producir y comercializar huevos criollos de excelente calidad a precios cómodos para abastecer el mercado de Saraguro.

#### **❖ Visión**

Para el año 2014 tener puntos de venta en toda la provincia de Loja, y tener una buena acogida en el mercado satisfaciendo así las necesidades del cliente.

#### **❖ Objetivos**

- Constituirnos legalmente como empresa.
- Hacer que nuestros clientes se sientan plenamente satisfechos por nuestro producto (Huevos criollos).
- Implantar una publicidad más innovadora y de esta manera obtener mayor aceptación.
- Ofrecer el producto que sea de calidad y que satisfaga el gusto de los consumidores.
- Obtener una utilidad del 10% anual referente a la inversión y ofrecer los huevos a precios adecuados que estén al alcance del consumidor.

### **g.3.3.1. Organización**

Es la parte fundamental de la empresa nos permite asignar funciones y actividades dentro de la empresa.

#### **Determinación de los niveles administrativos de la empresa.**

Dentro de estos rubros se considera los siguientes niveles jerárquicos de la empresa.

### **Nivel directivo**

Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomarán el nombre de accionistas. Para su atención está representado por la presidencia.

### **Nivel ejecutivo**

Este nivel está conformado por el Gerente-Administrador, el cual será nombrado por el Nivel Legislativo-Directivo, y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.

### **Nivel asesor**

Estará dirigido por un abogado el cuál llevará las actividades legales de la empresa, así como también el contador que son los encargados de asesorar en los temas específicos y técnicos para que el nivel ejecutivo tome las decisiones y en esta ocasión el departamento de finanzas que será ocasional.

### **Nivel auxiliar o de apoyo**

Este nivel lo conforman todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades principales de la empresa. La secretaria que tiene relación directa con el Gerente.

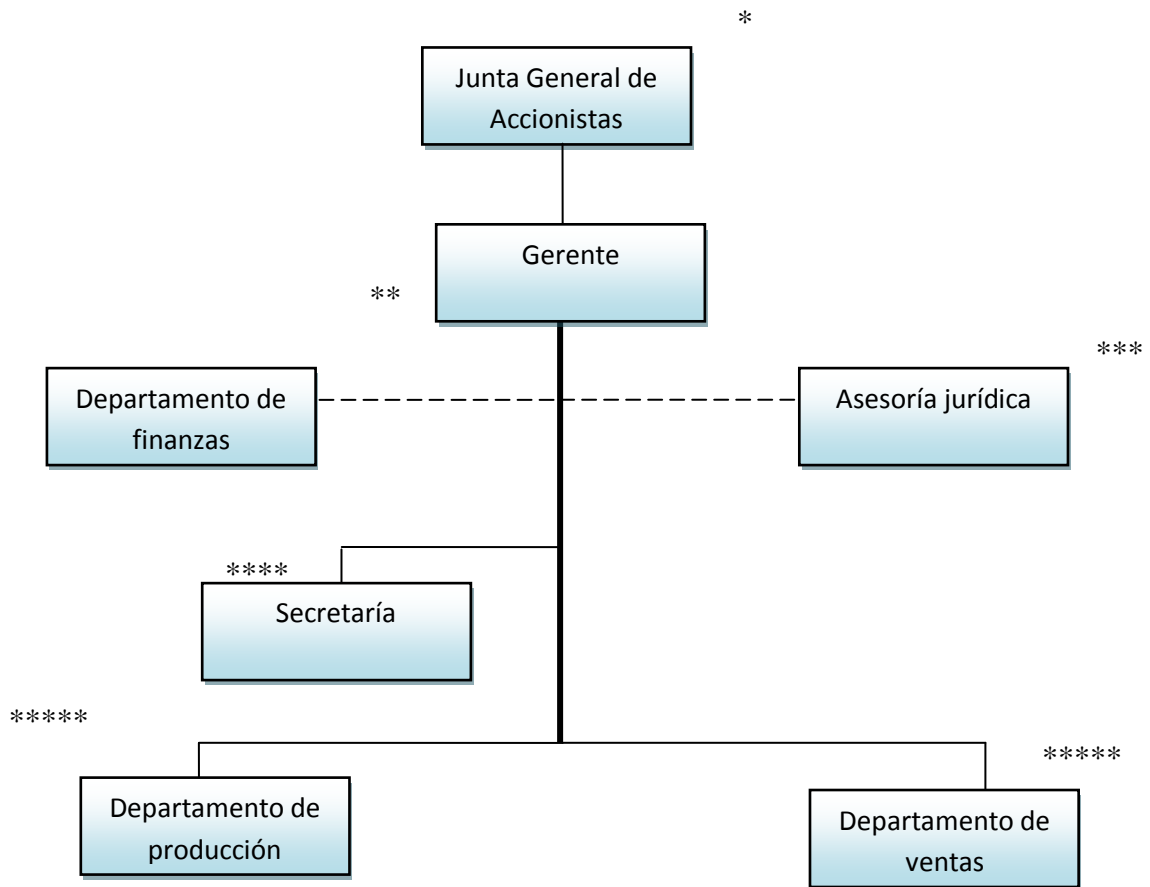
### **Nivel operativo**

Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente con las labores de producción o el proceso productivo y el de ventas o comercialización de los productos a elaborarse.

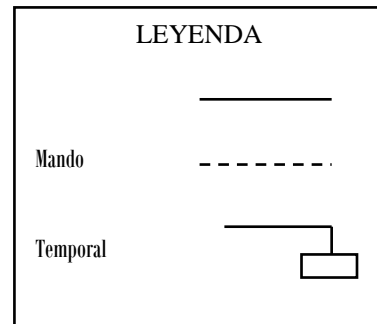
### **Organigramas**

Los organigramas son la representación gráfica de la estructura de una empresa, con sus servicios, órganos y puestos de trabajo con sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad.

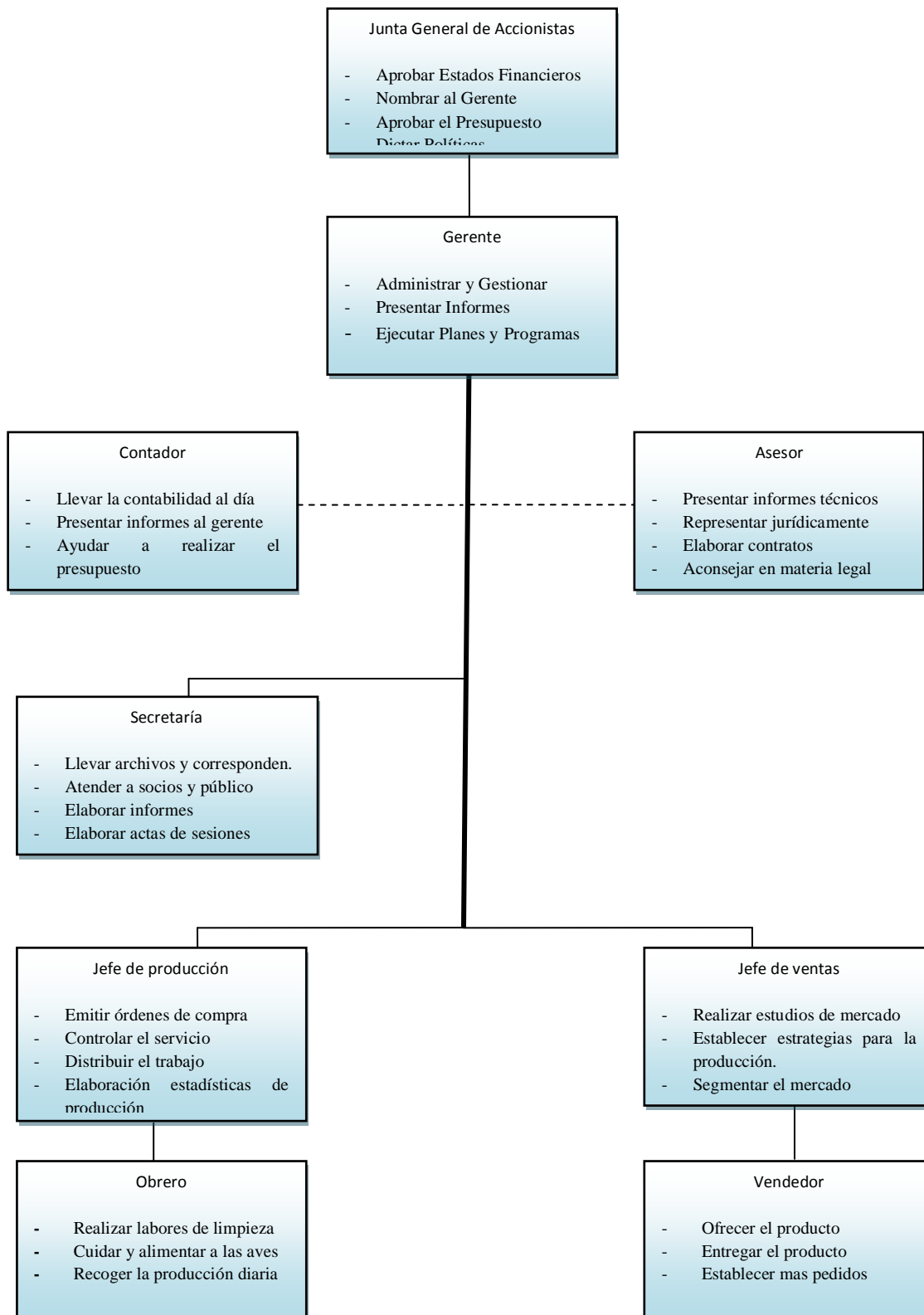
## Organigrama estructural de la empresa “La Granja” S.A



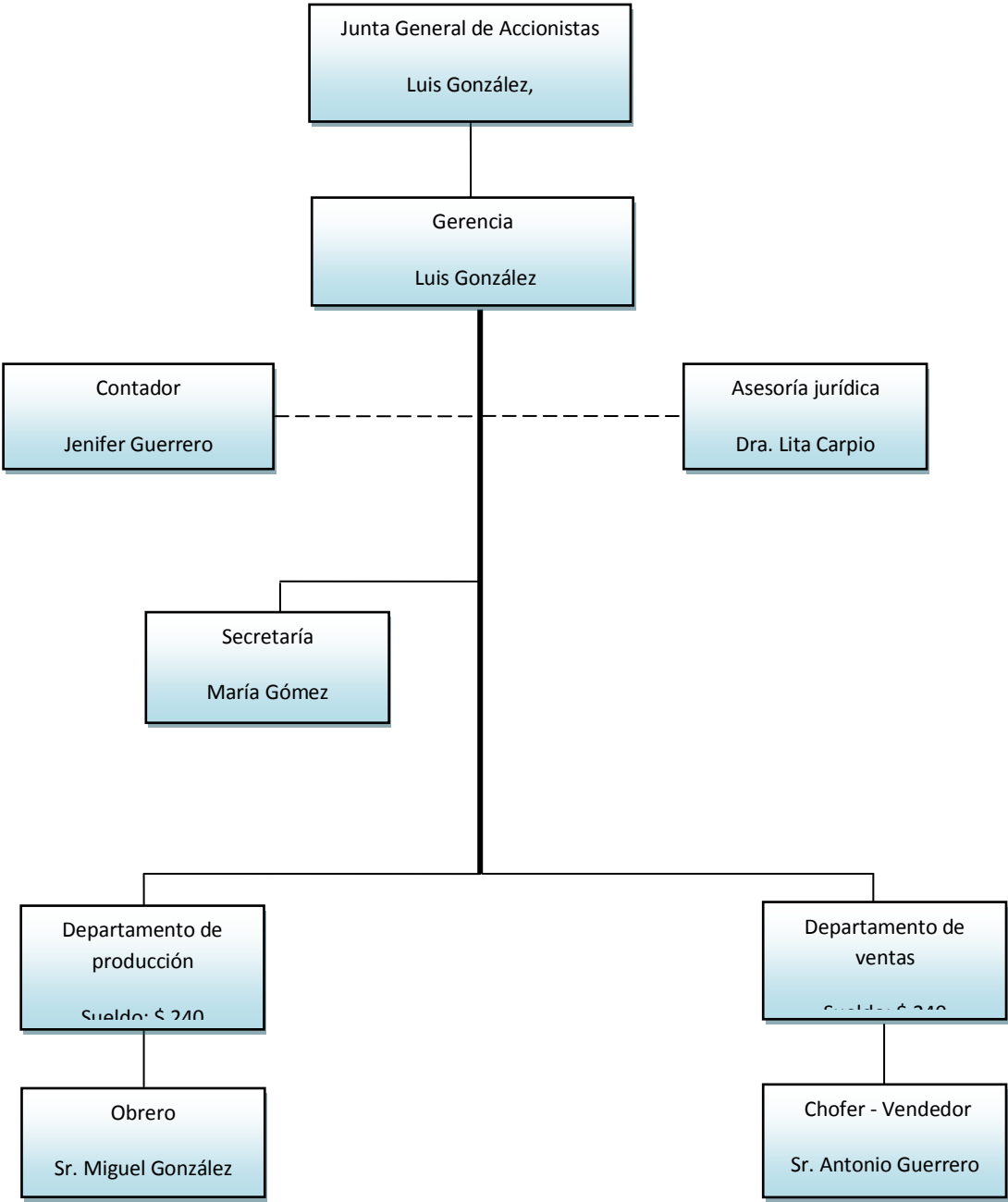
- \* Nivel Legislativo
- \*\* Nivel Ejecutivo
- \*\*\* Nivel Asesor
- \*\*\*\* Nivel Auxiliar
- \*\*\*\*\* Nivel Operativo



## Organigrama funcional de la empresa “La Granja” S.A.



**Organigrama posicional de la empresa “La Granja” S.A.**





### **g.3.3.2. Manual de funciones**

Nos permite establecer o determinar las funciones así como las responsabilidades que les toca cumplir a cada uno de los socios de la empresa; también define la línea de autoridad que posee cada miembro de la empresa.

**CÓDIGO:** 001

**TÍTULO DEL PUESTO:** Gerente

**SUPERIOR INMEDIATO:** Junta de socios

**SUBORDINADO:** Todo el personal

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

Cumple y hace cumplir las políticas del proceso administrativo (planifica, organiza, Dirige, Controla)

**FUNCIONES:**

- \* Planifica, organiza, dirige, controla todas las funciones de la empresa.
- \* Representar legal, judicial y extrajudicial a la empresa.
- \* Planificar, organizar, dirigir y controlar la capacitación del personal.
- \* Informa a la junta de la gestión empresarial realizada.
- \* Aprueba proyectos presentados por los jefes departamentales.

**CARACTERÍSTICAS DE CLASE:**

- \* Actuar con independencia profesional para la resolución de los problemas inherentes al cargo.
- \* Tener conocimiento sobre administración.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- \* Poseer el título de ingeniero comercial.
- \* Experiencia laboral de mínimo 2 años en puestos similares.
- \* Poseer cursos de relaciones humanas y computación( Word, Excel)

**CÓDIGO:** 002

**TÍTULO DEL PUESTO:** Asesor jurídico

**SUPERIOR INMEDIATO:** Gerente.

**SUBORDINADO:** No tiene.

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

Asesorar sobre todos los aspectos legales que se requiere para el buen desempeño legal de la empresa, en casos pertinentes.

**FUNCIONES:**

- \* Asesorar a la empresa y a sus funcionarios sobre asuntos de carácter jurídico.
- \* Participar en proceso contra actuales.
- \* Participar en sesiones convocadas por la junta general de socios.

**CARACTERÍSTICAS DE CLASE:**

- \* Responsabilidad por la representación legal, recomienda pero no toma decisiones y su participación es eventual.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- \* Poseer título de abogado o doctor en jurisprudencia.
- \* Experiencia laboral de 1 año en funciones similares.
- \* Curso de relaciones humanas.

**CÓDIGO:** 003

**TÍTULO DEL PUESTO:** Secretaria.

**SUPERIOR INMEDIATO:** Gerente.

**SUBORDINADO:** No tiene.

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

Realiza funciones de secretaria o asistencia directa al gerente de la empresa.

**FUNCIONES:**

- \* Redactar y tipiar todo tipo de correspondencia así como, oficios, circulantes, memorándums de la empresa.
- \* Atender permanente al público.
- \* Recibir y contestar llamadas telefónicas.
- \* Mantener la información administrativa al día.
- \* Convocar a sesiones a pedido del gerente.
- \* Certificar documentos y actas.

**CARACTERÍSTICAS DE CLASE:**

- \* Responsabilidad técnica y económica en el manejo de los trámites administrativos.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- \* Poseer título de bachiller.
- \* Experiencia laboral de 1 año en funciones similares.
- \* Cursos de: Relaciones Humanas, Computación (Word, Excel), Expresión oral y escrita.

**CÓDIGO:** 004

**TÍTULO DEL PUESTO:** Contador.

**SUPERIOR INMEDIATO:** Gerente.

**SUBORDINADO:** No tiene.

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

Asesorar sobre la situación económica y financiera de la empresa.

**FUNCIONES:**

- \* Diseñar los balances económicos semanales.
- \* Realizar las declaraciones al SRI.
- \* Llevar y controlar la contabilidad de la empresa.
- \* Revisar y firmar los egresos de la empresa.
- \* Llevar los registros de sueldos y salarios de los empleados de la empresa.
- \* Elaborar y presentar en fechas determinadas los balances financieros correspondientes.
- \* Registrar ingresos y egresos de la empresa.

**CARACTERÍSTICAS DE CLASE:**

- \* Conocimiento y responsabilidad de normas y procedimientos contables que llevara en nuestra organización.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- \* Ser Lic. En Contabilidad y Auditoría.
- \* Mínimo 1 año de experiencia en labores similares.

**CÓDIGO:** 005

**TÍTULO DEL PUESTO:** Jefe de Producción.

**SUPERIOR INMEDIATO:** Gerente.

**SUBORDINADO:** Empleados que pertenecen al departamento.

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

Organiza las labores de producción y abastecimiento de materia prima para el personal obrero a su cargo.

**FUNCIONES:**

- \* Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de producción.
- \* Elaborar programas de producción.
- \* Realizar un control de calidad del producto
- \* Llevar estadísticas de producción.
- \* Entregar de productos terminados al departamento de ventas.

**CARACTERÍSTICAS DE CLASE:**

- \* Llevar un control y supervisión responsable de la existencia de los alimentos para evitar inconvenientes en la producción.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- \* Dr. Veterinario o Ingeniero en Administración y producción agropecuaria.
- \* Tener como mínimo 1 año de experiencia en labores similares.
- \* Conocer sobre el manejo de producción avícola.

**CÓDIGO:** 006

**TÍTULO DEL PUESTO:** Obrero.

**SUPERIOR INMEDIATO:** Gerente.

**SUBORDINADO:** No tiene.

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

Efectuar labores correspondientes al proceso de producción.

**FUNCIONES:**

- \* Realizar las debidas labores de limpieza.
- \* Cuidar y alimentar a las aves permanentemente.
- \* Realizar todas las labores concernientes a la higiene y seguridad.
- \* Ayudar a distribuir el espacio disponible para el pastoreo.
- \* Comunicar de algún imprevisto de manera inmediata al jefe superior.
- \* Realizar la recolección de la producción de forma diaria.

**CARACTERÍSTICAS DE CLASE:**

- \* Don de habilidad y destreza en las labores de arreglos del producto final.
- \* Ser responsable y cumplido en las labores del proceso de producción y recolección.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- \* Título de bachiller en Agronomía.
- \* Tener una actitud de responsabilidad.
- \* Experiencia relacionada al trabajo.

**CÓDIGO:** 007

**TÍTULO DEL PUESTO:** Jefe de Ventas.

**SUPERIOR INMEDIATO:** Gerente.

**SUBORDINADO:** Empleados que pertenecen al departamento.

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

Planifica estrategias de distribución y comercialización del producto.

**FUNCIONES:**

- \* Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de ventas.
- \* Ser responsable de las ventas en el mercado local y provincial.
- \* Entregar el producto en forma oportuna.
- \* Promocionar el producto.
- \* Hacer conocer los pedidos al departamento de producción.

**CARACTERÍSTICAS DE CLASE:**

- \* Requiere de conocimiento de comercialización del producto.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- \* Título de bachiller o tecnólogo en marketing.
- \* Experiencia mínima de 1 año.
- \* Cursos de relaciones humanas.
- \* Conocimientos de computación (Excel en ventas).

**CÓDIGO:** 008

**TÍTULO DEL PUESTO:** Chofer-Vendedor.

**SUPERIOR INMEDIATO:** Gerente.

**SUBORDINADO:** No tiene.

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

Cumplir con las políticas de ventas.

**FUNCIONES:**

- \* Almacenar el producto de entrega.
- \* Conducir y entregar el producto.
- \* Atender al consumidor en las diferentes ventas.

**CARACTERÍSTICAS DE CLASE:**

- \* Conocer sobre comercialización y el buen trato con el cliente.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- \* Título de bachiller.
- \* Experiencia mínimo 1 año.
- \* Poseer licencia tipo c.
- \* Cursos de relaciones humanas.



#### **g.3.4. DIRECCIÓN**

El gerente es la persona que estará encargada de la empresa, donde debe coordinar las actividades de los subordinados para así poder cumplir sus tareas y al mismo tiempo dar el reconocimiento por los resultados obtenidos y de esta manera tenga una buena comunicación con los departamentos de la empresa.

#### **g.3.5. CONTROL**

Referente a la producción realizar un control de calidad en cada uno de los procesos a desarrollar, manteniendo como principal éxito del negocio, la calidad del huevo criollo, referente a las ventas se llevará información mediante cuadros estadísticos y esta a su vez relacionándola en futuras ventas, también por medio de un registro de asistencias controlar a los trabajadores y el número de huevos producidos diariamente.

## **g.4. ESTUDIO ECONÓMICO**

### **g.4.1. Inversión**

Son aquellos desembolsos que se realizan para la adquisición de activos como terreros, construcciones, muebles y enseres, maquinaria, equipos, edificios.

La mayor parte de estos activos se los debe adquirir antes de la fase de operación, entre las operaciones que se realizan están: Inversión en activos fijos, inversión en activos diferidos, inversión en activos circulante o capital de trabajo.

Por lo que se detalla todos los requerimientos para poner en marcha la empresa avícola denominada “**LA GRANJA**” S.A, en todo lo concerniente a su inversión.

#### **g.4.1.1. Inversiones en activos fijos**

Son aquellas inversiones que se realiza en bienes tangibles que se los utilizan en el proceso productivo o son un complemento necesario para las operaciones normales de la empresa. Los activos fijos tienen contablemente un periodo de vida útil y están sujetos al proceso de depreciación, con excepción del terreno.

#### **Terreno**

Se realizará la compra de un terrero para tener un lugar propio donde poder realizar la crianza de aves y la producción de huevos, para el efecto se detalla lo siguiente:

Cuadro # 60

<b>Detalle</b>	<b>Área m2</b>	<b>Valor Total</b>
Terreno	40 m <sup>2</sup> de largo por 60 m <sup>2</sup> de ancho	14.000,00
<b>Total</b>		<b>14.000,00</b>

Fuente: Municipio de Saraguro.  
Elaboración: Los autores.

#### **Edificio**

La construcción del edificio tendrá un costo de 8.000 dólares para su respectiva distribución de la planta administrativa.

Cuadro # 61

<b>Detalle</b>	<b>Valor Total</b>
Galpón y planta administrativa	8.000,00
<b>Total</b>	<b>8.000,00</b>

Fuente: Comercial Comarpi  
Elaboración: Los autores.

## Vehículo

Se trata de un bien tangible que permite realizar la transportación de los insumos hacia la empresa y los huevos al mercado.

Cuadro # 62

Cantidad	Detalle	Valor Total
1	Vehículo Datsun 1200	4.000,00
<b>Total</b>		<b>4.000,00</b>

Fuente: Compra y venta de vehículos "el gato"  
Elaboración: Los autores.

## Equipo de cómputo

Constituye una herramienta indispensable para la empresa, siendo de gran ayuda para agilizar trámites y actividades como para tener almacenada toda la información de la empresa, además ahorra tiempo y costos.

Cuadro # 63

Cantidad	Detalle	Valor total
1	Computadora Toshiba incluido todos sus implementos	550,00
<b>Total</b>		<b>550,00</b>

Fuente: Master Pc-Loja  
Elaboración: Los autores.

## Muebles y enseres

Son todos los bienes tangibles que nuestra empresa posee y sirven para poder realizar actividades en la empresa de una manera más cómoda y segura.

Cuadro # 64

Cantidad	Detalle	Valor unitario	Valor Total
1	Escritorio tipo Gerente	90	90,00
1	Escritorio tipo secretaria	70	70,00
1	Sillones giratorios	55	55,00
2	Archivadores pequeños	30	60,00
2	Sillas tapizadas	25	50,00
<b>Total</b>			<b>325,00</b>

Fuente: Decomaderas- Loja.  
Elaborado: Los autores

## Equipo de oficina

Son de gran ayuda para la empresa especialmente para su comunicación e información, también siendo de gran ayuda para la realización cálculos.

Cuadro # 65

Cantidad	Detalle	Valor unitario	Valor Total
1	Teléfono	20	20,00
1	Calculadora Fx-570 ms.	12	12,00
<b>Total</b>			<b>32,00</b>

Fuente: Bazar y librería paolita.  
Elaborado: Los autores

## Utensilios de producción

Son todos los instrumentos que se utiliza para la crianza y desarrollo de las gallinas

Cuadro # 66

Cantidad	Detalle	Valor/Unitario	Valor/Total
250	Comederos	2,28	570,00
250	Bebedores	2,85	712,50
40	balde recogedores	2,50	100,00
<b>Total</b>			<b>1.382,50</b>

Fuente: Avimentos y Pronaca- Loja.

Elaboración: Los autores

## RESUMEN DE LA INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

Cuadro # 67

Descripción	Valor
Terreno	14.000,00
Edificio	8.000,00
Vehículo	4.000,00
Equipo de cómputo	550,00
Muebles y enseres	325,00
Equipo de oficina	32,00
Utensilios de producción	1382,50
<b>Total</b>	<b>28.289,50</b>

Fuente: Tomado del cuadro # 60 al cuadro # 66.

Elaboración: Los autores

### g.4.1.2. Inversión en activos diferidos

#### Gastos de constitución

Son todos los trámites legales que se realiza para obtener el permiso correspondiente de funcionamiento sobre las actividades a realizar.

Cuadro # 68

Descripción	Valor Total
Registro Mercantil	40,00
<b>Total</b>	<b>40,00</b>

Fuente: Registro Mercantil

Elaborado por: Los autores

#### Permisos de funcionamiento

Por medio del permiso podemos realizar nuestras actividades teniendo el mismo un costo de 45 dólares otorgado por el Municipio.

Cuadro # 69

Descripción	Valor Total
Patentes Municipales	45,00
<b>Total</b>	<b>45,00</b>

Fuente: Ilustre Municipio de Saraguro.  
Elaborado: Los Autores

### Reclutamiento

Por medio de la prensa que es un elemento más de la comunicación podemos llegar a informar sobre la falta de personal a nuestra empresa, para su debido reclutamiento.

Cuadro # 70

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
2	Prensa	10,3	20,60
<b>Total</b>			<b>20,60</b>

Fuente: Radio "Frontera sur" Saraguro.  
Elaboración: Los autores

### Selección

La selección nos permite escoger la persona más idónea para desempeñar un cargo en la empresa, la cual debe cumplir ciertos requisitos.

Cuadro # 71

Descripción	Valor Unitario	Valor Total
Recepción de Carpetas	20	20,00
<b>Total</b>		<b>20,00</b>

Elaboración: Los autores

### Contratación

Por último realizamos la contratación, indicando de las funciones a desempeñar, como se encuentra conformada nuestra empresa y que es lo que deseamos alcanzar.

Cuadro # 72

Descripción	Valor Total
Contrato	10,00
<b>Total</b>	<b>10,00</b>

Elaboración: Los autores

## RESUMEN DE LA INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS

Cuadro # 73

Descripción	Valor
Gastos de constitución	40,00
Permiso de funcionamiento	45,00
Gastos de reclutamiento	20,60
Selección	20,00
Contratación	10
<b>Total</b>	<b>135,60</b>

Fuente: Extraído del cuadro # 68 al cuadro # 72.

Elaboración: Los autores

### g.4.1.3. Inversión en activo circulante o capital de trabajo

La materia prima directa será expresada en el siguiente cuadro de manera anual desde el inicio de recepción de las pollitas para su crianza que tarda 6 meses hasta cumplir 6 meses de producción de las mismas, teniendo el primer año lo siguiente.

#### Materia prima directa

Son recursos de gran importancia para generar huevos de calidad que proporcionen todas las vitaminas necesarias entre ellos intervienen los siguientes:

- ✓ Se llegó a determinar con la ayuda del doctor veterinario Manuel Quezada encargada de la granja experimental de la Universidad Nacional de Loja, Quinta punzará, que por cada 10 gallinas se debe tener un gallo razón por la cual para las 2000 gallinas que iniciaremos como proyecto se necesita una cantidad de 200 gallos.
- ✓ El consumo diario de maíz es de 1 libra por cada 10 gallinas es decir que diariamente se consumirá una cantidad de 2 quintales y 20 libras por las 2200 gallinas y gallos, multiplicado por 30 días y por 12 meses teniendo una cantidad de 792 quintales y esto multiplicado por el costo de 8 dólares teniendo 6336 dólares ( $2.2 \times 30 = 66 \times 12 = 792 \times 8 = 6336$ ).
- ✓ El consumo de balanceado es la mitad del maíz, teniendo consumo diario por las 2200 gallinas y gallos de 1 saco y 10 libras por 30 días y por 12 meses, esta cantidad 396 la multiplicamos por el costo 11 dólares y tenemos 4356 dólares ( $1.1 \times 30 = 33 \times 12 = 396 \times 11 = 4356$ ).
- ✓ Las vitaminas se distribuye un frasco para 100 gallin@s, entonces para 2200 gallinas se necesitará 22 frascos este resultado se multiplica por 12 meses, obteniendo 1200 por el costo 2 dólares teniendo 2400

$$(2200/22=100 \times 12=1200 \times 2=2400)$$

- ✓ La alfalfa se distribuye en un saco para 220 gallin@s, entonces para 2200 se necesitan 10 sacos por 30 días y por 12 meses obteniendo 3600 y por el costo 0,50 dándonos 1800.

$$(2200/220=10 \times 30=300 \times 12=3600 \times 0.50=1800)$$

- ✓ Las agujas de vacunación se utiliza 1 aguja para 100 gallin@s, entonces para 2200 gallinas necesitamos 22 agujas multiplicando por 12 meses tenemos 264 agujas por el costo de 0.10 tenemos 26 dólares.

$$(2200/100=22 \times 12=264 \times 0,10=26)$$

- ✓ El medicamento cólera aviar se utiliza 1 frasco para 100 gallin@s entonces para 2200 gallinas necesitamos 22 frascos multiplicado por 12 meses nos da 264 por el costo 0,50 obteniendo 132 dólares.

$$(2200/100=22 \times 12=264 \times 0,50=132)$$

- ✓ El medicamento viruela aviar se utiliza 1 frasco para 100 gallin@s entonces para 2200 gallinas necesitamos 22 frascos multiplicado por 12 meses nos da 264 por el costo 0,60 tenemos 158,40

$$(2200/100=22 \times 12=264 \times 0,60=158,40)$$

Cuadro # 74

Cantidad anual	Descripción	Valor Unitario	Total Año 1
2200	Gallinas y gallos	1,00	2.200,00
792 sacos	Maíz	8,00	6.336,00
396 sacos	Balanceado	11,00	4.356,00
1200 pomos	Vitaminas	2,00	2.400,00
3600 sacos	Alfalfa	0,50	1.800,00
264 unidades	Agujas de vacunación	0,10	26,40
264 frascos	Medicamento cólera aviar	0,50	132,00
264 frascos	Medicamento viruela aviar	0,60	158,40
	<b>Total</b>		<b>17.408,80</b>

Fuente: Avimentos y Pronaca- Loja.

Elaboración: Los autores

### Materia prima indirecta

La materia prima indirecta está constituida por las cubetas, siendo las mismas el empaque para la distribución, el cual lo detallamos de la siguiente manera:

De la capacidad utilizada de 154.440 huevos anuales lo dividimos para el número de huevos que se ubicaran por cubeta de 15 unidades, teniendo 10.296 cubetas, dividido para los 6 meses de producción tenemos 1.716 cubetas mensuales por 0.10 centavos

tenemos 171.60 dólares por 6 meses nos da un resultado de 1029,60 dólares por adquisición de las cubetas.

Cuadro # 75

Cantidad	Número de Huevos	Número de Cubetas	cubetas mensuales	Costo Unitario	Valor Total	Valor anual
154.440	15	10296	1.716	0,10	171,60	1029,60

Fuente: Mercado Gran Colombia.

Elaboración: Los autores

### Útiles de aseo

Son todos aquellos elementos que servirán para asear la empresa y el galpón, entre ellos tenemos los siguientes:

Cuadro # 76

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Escobas	2	1,00	2,00
Toallas	2	0,50	1,00
Depósito de desecho	2	3,00	6,00
Recogedores	2	2,00	4,00
<b>Total</b>			<b>13,00</b>

Fuente: Comercial Ernesto Jiménez Ludeña- Loja.

Elaboración: Los autores

### Útiles de oficina

Son elementos tangibles que nos ayudan a efectuar tareas administrativas en la empresa.

Cuadro # 77

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Esferográficos	12	0,20	2,40
Carpetas	12	0,10	1,20
Resma de hojas	1	3,50	3,50
Perforadora	1	2,50	2,50
Grapadoras	1	3,00	3,00
Lápices	6	0,30	1,80
Borradores	6	0,30	1,80
<b>Total</b>			<b>16,20</b>

Fuente: Bazar y librería paolita-Saraguro.

Elaboración: Los autores

### Indumentaria de trabajo

Es todo el material necesario para el año, que se les dota a los obreros para realizar sus actividades diarias en la empresa, especialmente en el área de producción.



Cuadro # 78

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Vestimenta	1	25,00	25,00
Pares de Guantes	1	3,00	3,00
Pares de Botas	1	5,00	5,00
Gorras	1	5,00	5,00
Mascarillas	2	2,00	4,00
<b>Total</b>			<b>42,00</b>

Fuente: Multiservicios ALEN

Elaboración: Los autores

## Herramientas

Son aquellos implementos que nos sirven de gran ayuda para llevar un mejor proceso productivo de mejor manera, el mismo que se detalla a continuación:

Cuadro # 79

Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Total
10	Pala	3,50	35,00
5	Rastrillos	3,50	17,50
2	Balanza	5,50	11,00
<b>Total</b>		<b>12,50</b>	<b>63,50</b>

Fuente: Comercial Comarpi.

Elaboración: Los autores.

## Equipo de seguridad y fumigaciones

En caso de incendios o problemas de inseguridad en los interiores de la empresa damos a conocer algunos instrumentos para el bienestar de la empresa y granja.

Cuadro # 80

Cantidad	Detalle	Valor unitario	Valor Total
1	Extintor	25,00	25,00
1	Bomba Mochila	50,00	50,00
<b>Total</b>			<b>75,00</b>

Fuente: ESCI (Empresa de suministros contra incendios)- Loja.

Elaboración: Los autores

## Servicios básicos

Son aquellos que nos permiten llevar a efecto las actividades productivas de la empresa, tanto en el lugar de producción, como para las ventas y para realizar la administración de la empresa.

## Producción

Cuadro # 81

Cantidad	Detalle	Valor unitario	Valor Total
200	Agua	0,17	34,00
200	Luz	0,04	8,00
<b>Total</b>			<b>42,00</b>
<b>Anual</b>			<b>504,00</b>

Fuente: EERSSA, Ilustre Municipio de Saraguro, CNT.

Elaboración: Los autores

## Ventas

Cuadro # 82

Cantidad	Detalle	Valor unitario	Valor Total
100	Agua	0,17	17,00
100	Luz	0,04	4,00
100	Teléfono	0,12	12,00
<b>Total</b>			<b>33,00</b>
<b>(Ventas 6mes)</b>			<b>198,00</b>

Fuente: EERSSA, Ilustre Municipio de Saraguro, CNT.

Elaboración: Los autores

## Administrativos

Cuadro # 83

Cantidad	Detalle	Valor unitario	Valor Total
120	Agua	0,17	20,40
120	Luz	0,04	4,80
100	Teléfono	0,12	12,00
<b>Total</b>			<b>37,20</b>
<b>Anual</b>			<b>446,40</b>

Fuente: EERSSA, Ilustre Municipio de Saraguro, CNT.

Elaboración: Los autores

## Publicidad

Es el medio más eficaz del marketing para dar a conocer el producto por medio de cuñas y hojas volantes.

Cuadro # 84

Cantidad	Detalle	Valor unitario	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
1000	Hojas volantes	0,10	8,33	100,00
6	Cuñas Publicitarias	1,50	9	108,00
<b>Total</b>				<b>208,00</b>

Fuente: Radio Frontera Sur- Saraguro.

Elaboración: Los autores

## Combustible

Son elementos necesarios que nos permiten tener o dar un normal funcionamiento del vehículo.

Cuadro # 85

Cantidad	Detalle	Valor unitario	Valor Total
58	Gasolina Extra	1,22	70,15
1	Aceite	14,00	14,00
<b>Total Mensual</b>			<b>84,15</b>
<b>Total 6 Meses</b>			<b>504,90</b>

Fuente: Gasolinera Reina del Cisne "Saraguro"

Elaboración: Los autores

### SUELDOS DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO.

Se refiere a los sueldos para el personal que trabaja en el área administrativa, así tenemos un gerente, la secretaria, contadora, el asesor jurídico.

Cuadro # 86

PERSONAL ADMINISTRATIVO					PROVISIONES							
Cargo	Sueldo Básico	Honorarios	Bono por responsabilidad	Total de Ingresos	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondo De Reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Total de provisiones	Suma de Roles totales	Roles Totales
Gerente	300,00		8,00	308,00	25,69	20,00	25,69	12,85	37,46	121,70	430,03	5.160,38
Contador		60,00	8,00	68,00						0,00	68,33	410
Asesor Jurídico		20,00	8,00	28,00						0,00	28,33	170
secretaria	240,00		8,00	248,00	20,69	20,00	20,69	10,35	30,17	101,91	350,24	2.101,45
<b>Total</b>	<b>540,00</b>	<b>80,00</b>	<b>33,00</b>	<b>653,00</b>	<b>46,39</b>	<b>40,00</b>	<b>46,39</b>	<b>23,19</b>	<b>67,64</b>	<b>223,61</b>	<b>876,94</b>	<b>7.841,84</b>

Fuente: Ministerio de Trabajo

Elaborado: Los autores

### SUELDOS DEL PERSONAL DE VENTAS.

Se refiere a los sueldos para el personal que trabaja en el área de ventas, así tenemos un chofer vendedor, el cual se encargará de repartir la distribución de los huevos criollos a las diferentes parroquias.

Cuadro # 87

PERSONAL DE VENTAS					PROVISIONES					
Nº	Cargo	Sueldo Básico	Bono	Total de Ingresos	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondo De Reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Total de provisiones
1	Chofer-Vendedor	240,00	8,00	248,00	20,69	20,00	20,69	10,35	30,17	101,91
<b>Total</b>		<b>240,00</b>	<b>8,00</b>	<b>248,00</b>	<b>20,69</b>	<b>20,00</b>	<b>20,69</b>	<b>10,35</b>	<b>30,17</b>	<b>101,91</b>

Fuente: Ministerio de Trabajo

Elaborado: Los autores

### SUELDOS DEL PERSONAL DE PRODUCCIÓN

Los sueldos que se otorgarán a los empleados de producción serán recompensados con sus tareas encomendadas sobre cuidado, seguridad, alimentación, mantenimiento, recolección y pastoreo de las aves.

Cuadro # 88

PERSONAL PRODUCCIÓN					PROVISIONES					
Nº	Cargo	Sueldo Básico	Bono	Total de Ingresos	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondo De Reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Total de provisiones
1	Obrero	240,00	8,00	248,00	20,69	20,00	20,69	10,35	30,17	101,91
		240,00	8,00	248,00	20,69	20,00	20,69	10,35	30,17	101,91

Fuente: Ministerio de Trabajo

Elaborado: Los autores

## RESUMEN DE LA INVERSIÓN EN ACTIVOS CIRCULANTES

Cuadro # 89

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Materia Prima directa	17408,80
Materia prima indirecta	1029,60
Útiles de aseo	13,00
Útiles de oficina	16,20
Instrumentos de trabajo	42,00
Equipo de seguridad	75,00
Servicios básicos	1148,40
Publicidad	208,00
Combustible	504,90
Personal Administrativo	7841,84
Personal de Ventas	1671,04
Personal Operativo	3342,07
<b>Total</b>	<b>33300,84</b>

Fuente: Del cuadro # 74 al cuadro # 85.

Elaboración: Los autores

## RESUMEN DE TODA LA INVERSIÓN

Cuadro # 90

Activos	Total
<b>Fijos</b>	
Terreno	14.000,00
Edificio	8.000,00
Vehículo	4.000,00
Equipo de cómputo	550,00
Muebles y enseres	325,00
Equipo de oficina	32,00
Utensilios de producción	1382,5
<b>Diferidos</b>	
Gastos de constitución	40,00
Permisos de funcionamiento	45,00
Reclutamiento	20,60
Selección	20,00
Contratación	10,00
<b>Capital de trabajo</b>	
Materia prima directa	17408,80
Materia prima indirecta	1029,60
Útiles de aseo	13,00
Útiles de oficina	16,20
Instrumento de trabajo	42,00
Herramientas	63,50
Equipo de seguridad	75,00
Personal administrativo	7841,84
Personal de ventas	1671,04
Personal operativo	3342,07
Servicios básicos	1148,40
Publicidad	208,00
Combustible	504,9
<b>Total</b>	<b>61.789,44</b>

Fuente: Cuadro # 67, 73 y 89.

Elaborado: Los autores

### g.4.2. Financiamiento

Una vez conocido el monto de la inversión se hizo necesario buscar las fuentes de financiamiento (internas y externas).

**Fuentes internas**, (los dueños del proyecto), el 87,05% del total de la inversión será propia dándonos un monto de \$ 53.789, 44.

**Fuentes externas**, Constituida por las Entidades Financieras Estatales, en este caso la Cooperativa de ahorro y crédito Manuel Esteban Godoy “CoopMego”Ltda, la cual nos

brinda un plazo de 5 años a una tasa de interés activa del 11% anual (Capital financiado \$ 8.000,00).

### **Financiamiento de la inversión**

Cuadro # 91

<b>Financiamiento</b>	<b>Valor</b>	<b>Porcentaje</b>
Propio	53.789,44	87,05%
Crédito	8.000,00	12,95%
<b>Total</b>	<b>61.789,44</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Cuadro # 90.

Elaboración: Los autores

#### **g.4.3. PRESUPUESTOS DE COSTOS.**

Es un instrumento que permite determinar y asignar los recursos requeridos para la consecución de los objetivos que se ha propuesto para los años de vida útil del proyecto.

Está conformado por los siguientes elementos:

Costos de producción, Costos indirectos de fabricación, Gastos administrativos, Gastos de ventas y Gasto financieros.

Para la proyección de los costos en lo que respecta a materia prima directa e indirecta se multiplica la cantidad necesaria en cada año por el costo del bien que es incrementado según la tasa de inflación del 3,33% y en los gastos administrativos y de ventas se hace de igual forma, con excepción de sueldos de personal operativo, administrativo y de ventas para cuya proyección se considera el incremento salarial del 10%, las depreciaciones no sufren alteraciones salvo el caso del equipo de computación que termina su vida útil a los 3 años de vida del proyecto, de cuyo bien se hace reposición en el cuarto año y en el gasto financiero se considera el interés pagado a la institución financiera.



## Distribución de los costos para los cinco años de vida útil del proyecto.

Cuadro # 92

<b>Costo primo</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Materia prima directa	17408,80	17111,31	23383,40	24943,00	32553,32
Mano de obra directa	3342,07	13086,82	14395,50	15835,05	17418,56
<b>Subtotal de costo primo</b>	<b>20750,87</b>	<b>30198,13</b>	<b>37778,90</b>	<b>40778,05</b>	<b>49971,88</b>
<b>Costos indirectos de fabricación</b>					
Materia prima indirecta	1029,60	2265,12	2779,92	3294,72	3912,48
Instrumentos de trabajo	42,00	134,29	142,99	152,12	161,69
Herramientas	63,50	65,60	67,76	70,00	72,31
Depreciación de activos	504,425	504,425	504,425	504,425	504,425
Servicios básicos	504,00	520,63	537,81	555,56	573,89
<b>Subtotal de C.I.F</b>	<b>2143,53</b>	<b>3490,06</b>	<b>4032,91</b>	<b>4576,82</b>	<b>5224,80</b>
<b>Gastos administrativos</b>					
Sueldos	7.841,84	22.387,71	24.626,48	27.089,13	29.798,04
Servicios básicos	446,40	461,13	476,35	492,07	508,31
Útiles de oficina	16,20	36,16	29,99	35,27	40,88
Equipo de seguridad	75,00	77,48	80,03	82,67	85,40
útiles de limpieza	13,00	23,76	28,28	33,07	38,15
Depreciación de activos	32,13	32,13	32,13	32,13	32,13
Amortización de diferidos	27,12	27,12	27,12	27,12	27,12
<b>Subtotal de gastos administrativos.</b>	<b>8.451,69</b>	<b>23045,48</b>	<b>25300,37</b>	<b>27791,46</b>	<b>30530,02</b>
<b>Gastos de venta</b>					
Sueldos	1671,04	14044,30	15448,73	16993,603	18692,96
Servicios básicos	198,00	204,53	211,28	218,26	225,46
Depreciación de activos	762,22	762,22	762,22	766,25	766,25
Combustible	504,90	521,56	538,77	556,55	574,92
Publicidad	208,00	214,864	221,95	229,28	236,85
<b>Subtotal de gastos de venta</b>	<b>3344,15</b>	<b>15747,48</b>	<b>17182,96</b>	<b>18763,94</b>	<b>20496,44</b>
<b>Gasto Financiero</b>					
Interés	817,23	670,27	506,29	323,34	119,22
<b>Subtotal gastos financieros</b>	<b>817,23</b>	<b>670,27</b>	<b>506,29</b>	<b>323,34</b>	<b>119,22</b>
<b>Costo Total</b>	<b>35507,47</b>	<b>73151,42</b>	<b>84801,43</b>	<b>92233,62</b>	<b>106342,36</b>

Elaborado: Los autores

### Costo unitario – precio de venta

El precio unitario lo determinamos de sumar todos los gastos de la operación, como son: los gastos de producción, gastos administrativos, los gastos de ventas y los gastos financieros todo ello lo dividimos para el número de gallinas que producen durante el año y esta cantidad la dividimos para el número de huevos que produce cada gallina (156) y de esta manera obtenemos el costo unitario.

En lo cual tenemos:

Cuadro # 93

Año	Costo total producción	Cantidad de gallinas y gallos	Costo Total de Producción/Cantidad de Gallinas y Gallos	Cantidad de huevos por gallina	Costo Unitario
1	35.507,47	2200	16,14	156,00	0,10
2	73.151,42	2420	30,23	156,00	0,19
3	84.801,43	2970	28,55	156,00	0,18
4	92.233,62	3520	26,20	156,00	0,17
5	106.342,36	4180	25,44	156,00	0,16

Elaborado: Los Autores

El precio de venta de los huevos para el intermediario se la realizará teniendo presente en los resultados obtenidos en el estudio de mercado (ver cuadro # 14) que es de 0,23 centavos, precio manifestaron los consumidores que están dispuestos a pagar.

#### g.4.4. Presupuesto de Ingresos

Los ingresos de este proyecto están dados por la venta de huevos, siendo el producto principal, y entre los ingresos secundarios están: la venta de gallos y gallinas que han concluido su vida útil (2 años) y el excremento de los animales (gallinaza), que es utilizado para abono del suelo.

#### Venta de gallinas y gallos

Cuadro # 94

Periodos	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Año 2	2.200	15,50	34.089,00
Año 4	220	16,53	3.638,00
<b>Total</b>			<b>37.727,00</b>

Elaborado: Los Autores

La vida productiva de las gallinas y gallos termina a los dos años realizando por ello la venta de los mismos cada dos años y al finalizar los 5 años se venderá toda la producción, cantidad que se colocará en el flujo de caja.

#### Venta de Huevos

Cuadro # 95

Años	Producción	Precio de venta al Intermediario	Ingresos por venta de Huevos
1	154.440	0,23	35.521,20
2	339.768	0,23	78.146,64
3	416.988	0,23	95.907,24
4	494.208	0,23	113.667,84
5	586.872	0,23	134.980,56
<b>Total</b>	<b>1.992.276</b>		<b>458.223,58</b>

Elaborado: Los Autores

De la producción Anual de huevos (154.440) la multiplicamos por el precio de (0,23 centavos) de establecer el costo unitario y más la utilidad, vendiendo a los intermediarios, teniendo como ingreso total de primer año por venta de huevo la cantidad de 35.521,20.

### Venta de abono

Es un producto secundario que se obtiene de los residuos de las gallinas, convirtiéndose en abono orgánico de excelente calidad listo para su venta, siendo un ingreso adicional para la empresa, el cantón Saraguro se caracteriza por ser un sector dedicado a actividades agrícolas y ganaderas, teniendo como necesidad fundamental la adquisición de abono orgánico para maximizar su producción de productos agrícolas y mejoramiento de forrajes, el mismo que por no existir en el cantón se lo compra en la provincia del Oro específicamente en Zaruma y Balsas, siendo una gran ventaja para nuestro emprendimiento por la no oferta de abono orgánico existente en el lugar.

Cuadro # 96

Periodo	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Anual
1	220 Quintales	2,5	550,00	6.600,00
2	242 Quintales	2,58	624,97	7.499,58
3	297 Quintales	2,67	792,31	9.507,76
4	352 Quintales	2,76	970,03	11.640,32
5	418 Quintales	2,85	1.189,92	14.279,03

Elaborado: Los Autores

### Resumen del total de ingresos

Detallamos todo lo concerniente a los ingresos del producto principal y los secundarios que tiene la empresa.

Cuadro # 97

Años	Venta de Huevos	Venta de Abono	Venta de gallina y Gallos	Total
1	35.521,20	6.600,00		42.121,20
2	78.146,64	7.499,58	34.089	119.735,22
3	95.907,24	9.507,76		105.415,00
4	113.667,84	11.640,32	3.638	128.945,76
5	134.980,56	14.279,03		149.259,59
<b>Total</b>				<b>545.476,78</b>

Fuente: Cuadros # 94 al 96.

Elaborado: Los Autores

**Costos Fijos y Costos Variables.**

Los Costos Totales se los clasifica en costos fijos y costos variables. Se entiende por costos fijos aquellos valores en que incurre la empresa por el solo hecho de existir, independientemente de si existe o no servicio; mientras que los costos variables están en relación directa con los niveles de servicio que brinde la empresa.

### Costos fijos y costos variables

Cuadro # 98

	1		2		3		4		5	
Costo primo	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables
Mano de obra directa		3.342,07		13.086,82		14.395,50		15.835,05		17.418,56
Materia prima directa		17.408,80		17.111,31		23.383,40		24.943,00		32.553,32
<b>Costos indirectos de fabricación</b>										
Materia prima indirecta		1.029,60		2.265,12		2.779,92		3.294,72		3.912,48
Instrumentos de trabajo		42,00		134,29		142,99		152,12		161,69
Herramientas	63,50		65,60		67,76		70,00		72,31	
Depreciación de activos	504,43		504,43		504,43		504,43		504,43	
Servicios básicos		504		520,63		537,81		555,56		573,89
<b>Gastos administrativos</b>										
Sueldos	7.841,84		22.387,71		24.626,48		27.089,13		29.798,04	
Servicios básicos	446,40		461,13		476,35		492,07		508,31	
Útiles de oficina	16,20		36,16		29,99		35,27		40,88	
Equipo de seguridad	75		77,48		80,03		82,67		85,40	
útiles de limpieza	13		23,76		28,28		33,07		38,15	
Depreciación de activos	32,13		32,13		32,13		32,13		32,13	
Amortización de diferidos	27,12		27,12		27,12		27,12		27,12	
<b>Gastos de venta</b>										
<b>Sueldos</b>		1.671,04		14.044,30		15.448,73		16.993,60		18.692,96
Servicios básicos	198,00		204,53		211,28		218,26		225,46	
Depreciación de activos	762,22		762,22		762,22		766,25		766,25	
Combustible		504,90		521,56		538,77		556,55		574,92
Publicidad	208,00			214,86		221,95		229,28		236,85
<b>Gasto Financiero</b>										
Interés	817,23		670,27		506,29		323,34		119,22	
Subtotal gastos financieros										
<b>Costo Total</b>	<b>11.005,06</b>	<b>24.502,41</b>	<b>25.252,52</b>	<b>47.898,90</b>	<b>27.352,35</b>	<b>57.449,08</b>	<b>29.673,73</b>	<b>62.559,88</b>	<b>32.217,69</b>	<b>74.124,607</b>

Elaborado: Loa autores

## **Punto de Equilibrio**

Es el punto de producción en el nivel de producción en el que son exactamente iguales los beneficios por ventas a la suma de los costos fijos y variables.

La utilidad general que se da se puede calcular con facilidad el punto mínimo de producción al operarse para no incurrir en pérdidas, sin que signifique que aunque existan ganancias estas sean suficientes para hacer rentable el proyecto.

Para realizar el cálculo el punto de equilibrio se puede hacer por los siguientes métodos:

### **1.- En función a la capacidad instalada.**

Se toma en consideración la capacidad de producción de la planta, en base a ello determinar el porcentaje de capacidad al que debe trabajar la Granja avícola, cubriendo de esta forma los costos; Para determinar el punto de equilibrio en función de la capacidad instalada se utiliza la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100$$

### **2.- En función de las ventas o ingresos.**

A través de este método se determina hasta cuando la empresa tiene que vender de su producción para no perder ni ganar; Para su cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

**CFT**= Costo fijo total

**CVT**= Costo variable total

**VT**= Ventas totales

### **3.- En función de la producción.**

Determinar hasta cuantas unidades tiene que producir la empresa para no tener pérdida ni ganancia; su cálculo se lo realiza a través de la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CFT}{PVu - CVu}$$

**Pvu**= Precio de venta unitario

**Cvu**= Costo variable unitario.

$$PE = \frac{CFT}{N^{\circ}.Unid.Prod.}$$

#### 4. Representación Gráfica

Consiste en representar gráficamente las curvas de costos e ingresos en un plano cartesiano.

#### DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL PRIMER AÑO

##### 1.- En función de la capacidad Instalada

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100$$

$$PE = \frac{11.005,06}{42.121,20 - 24502,41} \times 100$$

$$PE = 62,46\%$$

##### 2.- En función de las ventas o ingresos

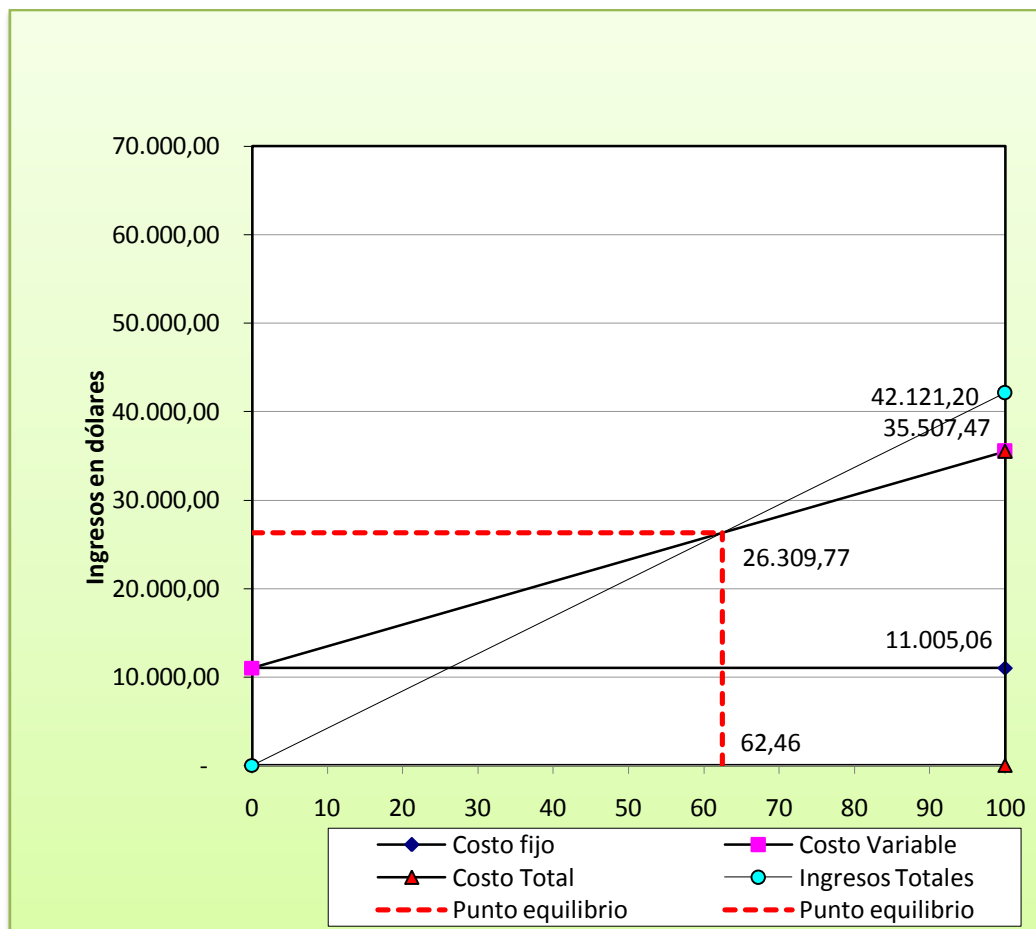
$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

$$PE = \frac{11.005,06}{1 - \frac{24502,41}{42121,20}}$$

$$PE = \$ 26.309,77$$

## Determinación del punto de equilibrio primer año.

Gráfica # 32



Elaboración: los autores

### g.4.5. ESTADOS FINANCIEROS.

Es la información sintetizada de los ingresos y egresos que se generan en la empresa en un periodo económico.

#### Balance General.

Es un estado financiero que muestra la situación financiera de la empresa aquí se presenta los activos propiedad de la empresa, los pasivos deudas de la empresa y el patrimonio, es decir, lo que realmente es propiedad de la empresa.



## Balance General.

Cuadro # 99

ACTIVO	Año 1	
<b>Corriente</b>		
Caja	6.669,59	
<b>Subtotal de activos Corriente</b>		6.669,59
<b>Fijo</b>		
Edificio	8.000,00	
Vehículo	4.000,00	
Equipo de Computo	550,00	
Muebles y enseres	325,00	
Equipo de Oficina	32,00	
(-)Depreciación de Edificio	380,00	
(-)Depreciación Acumulada De Vehículo	640,00	
(-) Depreciación Equipo de Computo	122,22	
(-)Depreciación Acumulada Muebles y Enseres	29,25	
(-)Depreciación Acumulada Equipo de oficina	2,88	
<b>Subtotal de activos fijos</b>		11.732,65
<b>Diferidos</b>		
Gastos de constitución	40,00	
Permisos de funcionamiento	45,00	
Gastos de Reclutamiento	20,60	
Selección	20,00	
Contratación	10,00	
(-)Amortización Acumulada de Gastos de constitución	8,00	
(-)Amortización Acumulada Permisos de Funcionamiento	9,00	
(-)Amortización Acumulada de Reclutamiento	4,12	
(-)Amortización Acumulada de Selección	4,00	
(-)Amortización Acumulada Contratación	2,00	
<b>Subtotal de activos diferidos</b>		108,48
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>		<b>18.510,72</b>
<b>PASIVO</b>		
<b>Corriente</b>		
Vacaciones por pagar	299,03	
Dividendos a trabajadores por pagar	992,06	
Impuestos a la renta por pagar	1.405,42	
Subtotal pasivo corriente		2.696,51
<b>No corrientes</b>		
Préstamo bancario	6.729,96	
<b>Subtotal no corrientes</b>		6.729,96
<b>Total pasivos</b>		<b>9.426,47</b>
<b>PATRIMONIO</b>		
Capital	4.868,00	
Resultados		
Pérdida	3.794,63	
Reservas		
Reserva legal	421,63	
<b>Total Patrimonio</b>		9.084,25
<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>		<b>18.510,72</b>

Elaborado: Los autores

## Estado de Resultados.

Es un estado financiero que muestra la situación económica, es decir, si existe pérdida o ganancias.

Cuadro # 100

Ingreso	Año 1	Año2	Año3	Año4	Año5
Ventas de Huevos	35.521,20	78.146,64	95.907,24	113.667,84	134.980,56
Venta de gallinas y gallos		34.089,00		3.637,60	
Venta de abono	6.600,00	7.499,58	9.507,76	11.640,32	14.279,03
<b>(=)Total Ingresos</b>	<b>42.121,20</b>	<b>119.735,22</b>	<b>105.415,00</b>	<b>128.945,76</b>	<b>149.259,59</b>
(-) Costo Primo	20.750,87	30.198,13	37.778,90	40.778,05	49.971,88
(-)Costo Indirecto de fabricación	2.143,53	3.490,06	4.032,91	4.576,82	5.224,80
<b>(=)Utilidad bruta en ventas</b>	<b>19.226,81</b>	<b>86.047,02</b>	<b>63.603,20</b>	<b>83.590,89</b>	<b>94.062,92</b>
(-)Gastos administrativos	8.451,69	23.045,48	25.300,37	27.791,46	30.530,02
(-)Gastos de ventas	3.344,15	15.747,48	17.182,96	18.763,94	20.496,44
<b>(=)Utilidad operativa</b>	<b>7.430,97</b>	<b>47.254,07</b>	<b>21.119,86</b>	<b>37.035,49</b>	<b>43.036,46</b>
(-)Otros egresos no operativos					
<b>(=)Utilidad antes de intereses, Dividendo e impuestos</b>	<b>7.430,97</b>	<b>47.254,07</b>	<b>21.119,86</b>	<b>37.035,49</b>	<b>43.036,46</b>
(-)Gasto financiero	817,23	670,27	506,29	323,34	119,22
<b>(=)Utilidad antes de dividendo e impuestos</b>	<b>6.613,73</b>	<b>46.583,80</b>	<b>20.613,57</b>	<b>36.712,14</b>	<b>42.917,24</b>
(-)15% dividendo de trabajadores	992,06	6.987,57	3.092,04	5.506,82	6.437,59
<b>(=)Utilidad antes de impuestos</b>	<b>5.621,67</b>	<b>39.596,23</b>	<b>17.521,53</b>	<b>31.205,32</b>	<b>36.479,65</b>
(-) 25% impuesto a la renta	1.405,42	9.899,06	4.380,38	7.801,33	9.119,91
<b>(=)Utilidad antes de reserva</b>	<b>4.216,26</b>	<b>29.697,17</b>	<b>13.141,15</b>	<b>23.403,99</b>	<b>27.359,74</b>
(-)Reserva legal 10%	421,63	2.969,72	1.314,12	2.340,40	2.735,97
<b>(=)Utilidad para accionistas</b>	<b>3.794,63</b>	<b>26.727,46</b>	<b>11.827,04</b>	<b>21.063,59</b>	<b>24.623,77</b>

Fuente: Cuadro de presupuestos de costo 92 y resumen de ingresos 97.

Elaborado: Los autores

## Flujo de Caja.

El Flujo de Caja nos sirvió para evaluar con mayor objetividad la liquidez o solvencia de la empresa, además muestra los movimientos del efectivo de la empresa, como las fuentes y aplicaciones, lo cual permite conocer los flujos de efectivo que cuenta la empresa para su actividad empresarial.

Cuadro # 101

Flujo de Caja	Año 0	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
<b>Ingresos</b>						
Capital Propio	53.789,44					
Capital Financiado	8.000,00					
<b>Operativos:</b>						
Venta de productos (huevos)		35.521,20	78.146,64	95.907,24	113.667,84	134.980,56
gallinas y gallos			34.089,00		3.637,60	118.365,68
venta de abono		6.600,00	7.499,58	9.507,76	11.640,32	14.279,03
<b>No operativos</b>						
Venta de activos					189,40	8.172,38
<b>Total de ingresos</b>	<b>61.789,44</b>	<b>42.121,20</b>	<b>119.735,22</b>	<b>105.415,00</b>	<b>129.135,16</b>	<b>275.797,65</b>
<b>Egresos</b>						
Activos fijos	28.289,50					
Activos diferidos	135,60					
Capital de trabajo	33.364,34					
Costo primo		20.750,87	30.198,13	37.778,90	40.778,05	49.971,88
Costo indirecto de fabricación		2.143,53	3.490,06	4.032,91	4.576,82	5.224,80
Gasto administrativo		8.451,69	23.045,48	25.300,37	27.791,46	30.530,02
Gasto de venta		3.344,15	15.747,48	17.182,96	18.763,94	20.496,44
<b>Gasto financiero</b>						
Interés		817,23	670,27	506,29	323,34	119,22
Amortización de capital		1.270,04	1.417,01	1.580,98	1.763,93	1.968,05
Dividendo de trabajadores			992,06	6.987,57	3.092,04	5.506,82
Impuestos a la renta			1.405,42	9.899,06	4.380,38	7.801,33
Reposición de activos					568,15	
<b>Total egresos</b>	<b>61.789,44</b>	<b>36.777,50</b>	<b>76.965,90</b>	<b>103.269,04</b>	<b>101.469,97</b>	<b>121.618,56</b>
<b>Flujo de Caja</b>		<b>5.343,70</b>	<b>42.769,32</b>	<b>2.145,96</b>	<b>27.665,20</b>	<b>154.179,09</b>
(+) Depreciaciones de activos fijos		1.298,77	1.298,77	1.298,77	1.302,80	1.302,80
(+)Amortización de diferidos		27,12	27,12	27,12	27,12	27,12
(=)Flujo neto de caja o saldo final de caja	0,00	<b>6.669,59</b>	<b>44.095,21</b>	<b>3.471,85</b>	<b>28.995,12</b>	<b>155.509,01</b>

Elaborado: Los autores

#### **g.4.6. EVALUACIÓN FINANCIERA**

El objetivo principal de la Evaluación Financiera es establecer el mérito del proyecto, considerando el nivel de utilidades que obtiene el inversionista como premio por el riesgo de realizar la inversión.

El análisis financiero constituye una herramienta analítica utilizada por los administradores para tomar decisiones y alcanzar los objetivos planteados.

Además, la evaluación financiera nos permite medir tres aspectos fundamentales que son:

- a) Estructura el plan de funcionamiento. Una vez medido el grado de incidencia de los costos se podrá determinar si pueden ser cubiertos por los ingresos.
- b) Medir el grado de rentabilidad que ofrece la inversión.
- c) Brindar la información base para tomar decisiones sobre la inversión en el proyecto frente a otras alternativas de inversión.

#### **VALOR ACTUAL NETO**

El VAN determina el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto, valor que se utilizará en cada año de operación económica. Son valores actuales, representa el total de los recursos que quedan en manos de la empresa de huevos criollos. Si el VAN es igual que cero, el proyecto o inversión es conveniente, caso contrario no es conveniente. El factor actualización, en este caso se multiplica el flujo neto con el 11% que es el interés del préstamo.

El VAN es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto

.

Si el VAN es mayor que cero indica que los dineros invertidos rinden más que la tasa seleccionada y valdrían la pena invertir en vez de guardar el dinero en el banco.

Si el VAN es igual que cero, indica que los dineros invertidos rinden exactamente igual a la tasa seleccionada, por lo tanto queda a criterio del inversionista.

Si el VAN es menor que cero, indica que los dineros invertidos rinden menos que la tasa seleccionada, no conviene invertir.

## VALOR ACTUAL NETO

Cuadro # 102

Año	Flujo de Caja	Factor Actualización	Flujo de Caja Actualizada
0	-61.789,44	11,00%	61.789,44
1	6.669,59	0,90090090	6.008,64
2	44.095,21	0,81162243	35.788,66
3	3.471,85	0,73119138	2.538,59
4	28.995,12	0,65873097	19.099,98
5	155.509,01	0,59345133	92.287,03
<b>VAN</b>			<b>93.933,46</b>

Elaboración: Los autores

$$\text{VAN} = \sum \text{VA} (1 \text{ a } 5 \text{ años}) - \text{Inversión}$$

$$\text{VAN} = 155.722,90 - 61.789,44$$

$$\text{VAN} = \mathbf{93.933,46}$$

## TASA INTERNA DE RETORNO

La TIR muy utilizada en las empresas públicas y privadas por cuanto expresa el beneficio neto, que proporciona una determinada inversión en función de un porcentaje anual, con la finalidad de igualar el valor actual de los beneficios y costos, en consecuencia el valor presente neto es igual a cero.

Es decir que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada.

En conclusión se denomina tasa interna de rendimiento porque supone que el dinero que se gana año a año se reinvierte en su totalidad, es decir se trata de la tasa de rendimiento generada en su totalidad en el interior de la empresa por medio de la reinversión.

Tenemos los siguientes criterios:

- Si la TIR es positiva, esto significa que se obtienen ganancias, a lo largo de la vida útil del proyecto.
- Si la TIR es igual a la tasa de interés del mercado es indiferente realizar el proyecto.
- Si la TIR es menor a la tasa de interés del mercado, la rentabilidad del proyecto no permite ni siquiera cancelar los intereses normales sobre el crédito recibido.

Para realizar el cálculo de la TIR, se utiliza la siguiente fórmula:

$$TI = T_m + Dt \frac{VAN \text{ Menor}}{VAN \text{ Menor} - VAN \text{ MAYOR}}$$

### TASA INTERNA DE RETORNO

Cuadro # 103

Años	Flujo De Caja	Factor de actualización tas. Menor.	Flujo Actualizado	Factor Actualización. Tasa Mayor	Flujo Actualizo. Tasa Mayor
0	-61.789,44	42,00%	-61.789,44	42,50%	-61.789,44
1	6.669,59	0,70422535	4696,89	0,70175439	4680,41
2	44.095,21	0,49593335	21868,28	0,49245922	21715,09
3	3.471,85	0,34924884	1212,54	0,34558542	1199,82
4	28.995,12	0,24594988	7131,35	0,24251608	7031,78
5	155.509,01	0,17320414	26934,81	0,17018672	26465,57
<b>VAN Tm</b>			<b>54,43</b>	<b>VAN TM</b>	<b>-696,76</b>
				<b>TIR</b>	<b>42,04%</b>

$$TIR = T_m + Dt \frac{VAN \text{ Menor}}{VAN \text{ Menor} - VAN \text{ MAYOR}}$$

$$TIR = 42,00 + 0,50 \frac{54,43}{54,43 - (-696,76)}$$

$$TIR = 42,00 + 0,50 \frac{54,43}{54,43 + 696,76}$$

$$TIR = 42,00 + 0,50(0,0725)$$

$$TIR = 42,04\%$$

## PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Permite determinar el tiempo que se va a recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utilizan los valores del flujo de caja y el monto de la inversión.

## PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Cuadro # 104

Año	Flujo De Caja	Factor Actualizado	Flujo Actualizado	Suma de flujos
0	-61.789,44	11,00%		
1	6.669,59	0,900900901	6.008,64	6.008,64
2	44.095,21	0,811622433	35.788,66	41.797,30
3	3.471,85	0,731191381	2.538,59	44.335,89
4	28.995,12	0,658730974	19.099,98	63.435,87
5	155.509,01	0,593451328	92.287,03	155.722,90

Elaborado: Los Autores

**PRC** = Año que supera la inversión + (Inversión-Sumator.Prim.flujos /Flujo año que sup.inv.)

$$PRC= 4+ \frac{61.789,44-63.435,87}{19.099,98} = 3,91$$

**Años**= 3 años

**Meses**= 0,91x 12= 10 meses

**Días**= 0,92 x 30= 27 días

**El periodo de recuperación de capital será en 3 años, 10 meses, 27 días.**

## RELACIÓN BENEFICIO /COSTO

Mide el rendimiento que se obtiene por cada unidad monetaria invertida, con lo cual se determina la factibilidad del en base a los siguientes criterios:

B/C mayor que 1 se puede realizar el proyecto

B/C igual a 1 es indiferente realizar el proyecto

B/C menor a 1 no se debe realizar el proyecto

Se inicia renovando los ingresos y los egresos, con la ayuda del factor de actualización.

El procedimiento matemático utilizado para su cálculo se indica en el cuadro siguiente:

## RELACIÓN BENEFICIO /COSTO

Cuadro # 105

Año	Ingreso	Egreso	Factor Actualizado	Ingreso Actualizado	Egreso Actualizado
0			11,00%		
1	42.121	35507,47	0,90	37.947,03	31.988,71
2	119.735	73.151,42	0,81	97.179,79	59.371,33
3	105.415	84.801,43	0,73	77.078,54	62.006,08
4	128.946	92.233,62	0,66	84.940,57	60.757,14
5	149.260	106.342,36	0,59	88.578,30	63.109,01
				385.724,23	277.232,27

Elaborado: Los autores

$$\frac{RB}{C} = \frac{\text{Ingreso Actualizados}}{\text{Egresos Actualizados}} = \frac{385724,23}{277232,27} = 1,39$$

Este valor significa que por cada dólar invertido, se obtendrá un beneficio de 0,39 centavos de utilidad o rentabilidad.

### ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

En un proyecto es importante efectuar el análisis de sensibilidad porque este indicador mide la resistencia del proyecto ante situaciones que comúnmente se dan dentro de una economía, el incremento de los costos y la disminución de los ingresos.

Con este análisis se determina la factibilidad de implementar un proyecto dado la incertidumbre debido a que no se conocen las condiciones que se esperan en el futuro.

Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno, el proyecto es sensible.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

Diferencia de TIR= TIR del proyecto – Nueva TIR

$$\% \text{ de Variación} = \frac{\text{Diferencia entre TIR}}{\text{TIR del Proyecto}}$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\% \text{ de Variación}}{\text{Nueva TIR}}$$



**Análisis de sensibilidad con el incremento del 28,03% en los costos.**

Cuadro # 106

Año	Ingreso	Ingreso Disminuido	Egreso	Flujo De Caja	Factor Tasa Menor	Flujo Actualizado Tasa Menor	Factor tasa Mayor	Flujo Actualizado Tasa Mayor
0		28,03%			41,00%		42,00%	
1	42.121	30312,7743	35507,47	-5194,69	0,70921986	-3684,178	0,70422535211	-3658,23
2	119.735	86168,1695	73151,42	13016,75	0,50299281	6547,331	0,49593334656	6455,44
3	105.415	75862,5394	84801,43	-8938,89	0,35673249	-3188,794	0,34924883560	-3121,90
4	128.946	92796,5889	92233,62	562,97	0,25300176	142,433	0,24594988423	138,46
5	149.260	107415,562	106342,36	1073,21	0,17943388	192,570	0,17320414382	185,88
						9,36		-0,34

Elaborado: Los autores

$$NTIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ MAYOR}} \right)$$

$$NTIR = 41,00 + 1 \left( \frac{9,36}{9,36 - (-0,34)} \right)$$

**NTIR= 41,96%**

**TIR DEL PROYECTO= 42,04%**

**1) DIFERENCIA DE TIR**

Dif.Tir=Tir proy.-Nueva Tir

Dif.Tir.= 42,04 - 41,96

**Dif.Tir.= 0,0008%**

**2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN**

% Var.= (Dif.Tir / Tir del proy.)\*100

% Var.= (0,0008/42,04)\*100

**% Var.= 0,18%**

**3) SENSIBILIDAD**

Sensibil=% Var. /Nueva Tir

Sensibilidad=0,18/ 42,04

**Sensibilidad= 0,43**

**Análisis de sensibilidad con la disminución del 38,96% en los ingresos.**

Cuadro # 107

Año	Ingresos	Egreso	Egreso Incrementado	Flujo De Caja	Factor Tasa Menor	Flujo Actualizado Tasa Menor	Factor tasa Mayor	Flujo Actualizado Tasa Mayor
0			38,96%		41,00%		42,00%	
1	42.121	35507,47	49339,75	-7218,55	0,71	-5119,542	0,70	-5083,49
2	119.735	73151,42	101648,29	18086,93	0,50	9097,597	0,50	8969,91
3	105.415	84801,43	117836,68	-12421,68	0,36	-4431,215	0,35	-4338,26
4	128.946	92233,62	128164,15	781,61	0,25	197,749	0,25	192,24
5	149.260	106342,36	147769,08	1490,51	0,18	267,448	0,17	258,16
<b>Elaborado:</b> Los autores						12,04		-1,43

$$NTIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ MAYOR}} \right)$$

$$NTIR = 41,00 + 1 \left( \frac{12,04}{12,04 - (-1,43)} \right)$$

**NTIR= 41,89%**

**TIR DEL PROYECTO= 42, 04%**

**1) DIFERENCIA DE TIR**

Dif.Tir=Tir proy.-Nueva Tir  
 Dif.Tir.= 42,04- 41,89  
**Dif.Tir.= 0,0015%**

**2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN**

% Var.= (Dif.Tir / Tir del proy.)\*100  
 % Var.= (0,15/ 42,04)\*100  
**% Var.= 0,35%**

**3) SENSIBILIDAD**

Sensib.= % Var. / Nueva Tir  
 Sensib.=0,35/42,04  
**Sensib= 0,83**

# CONCLUSIONES

## **h. Conclusiones**

Del trabajo investigativo realizado se concluye que toda empresa u organización dedicada a producción o transformación va a tener un mercado disponible, el suficiente para poder ofrecer y vender su producto, teniendo presente que nuestra sociedad tiende siempre al incremento poblacional y por ende existen más demanda referente a cubrir o satisfacer los deseos y necesidades en la sociedad.

A más de obtener el título de ingenieros comerciales luego de un arduo trabajo investigativo tenemos la plena seguridad que nuestro proyecto servirá de ayuda y guía para la implementación de granjas avícolas y el implemento del proyecto-idea, plan-puesto en ejecución, el mismo que servirá para crear fuentes de trabajo en el sector.

Es un proyecto factible, teniendo una demanda insatisfecha de 1.536.199 huevos anuales, favorable para los inversionistas del proyecto, dedicada a la explotación de la granja avícola, sin tener en sus procesos productos nocivos para afectar el medio ambiente peor aun la vida humana.

A más de obtener un porcentaje considerable de beneficios económicos también se contribuye con un producto natural para la buena alimentación familiar y a costos accesibles el mismo que en épocas de crisis son accesibles de adquirir por sus bajos costos y su gran valor nutritivo.

La inversión que se requiere para la ejecución del proyecto es de 61.789, 44 dólares, del cual el 87,05% se otorga por parte de los inversionistas y el 12,95% se obtendrá por medio de un crédito solicitado a la cooperativa de ahorro y crédito Manuel Esteban Godoy “CoopMego”.

Las utilidades alcanzadas en el primer año de funcionamiento del proyecto son de 3.794,63 las mismas que tienen un beneficio económico favorable para los inversionistas.

En cuanto a la evaluación financiera, en la misma que damos a conocer varios indicadores tenemos los siguientes.

- \* Valor Actual Neto de 93.933,46
- \* Tasa Interna de Retorno es de 42.04 %
- \* Periodo de Recuperación de Capital 3 años, 10 meses y 27 días.
- \* Beneficio costo de por cada dólar invertido una rentabilidad de 0,39 centavos.
- \* Análisis de Sensibilidad, ingreso disminuido de 28,03% y el ingreso incrementado de 38,96%.

Dejando demostrado por medio de todos los indicadores financieros que nuestro proyecto si es factible, lo cual se puede invertir en el mismo o servir de documento requisito para la adquisición de un préstamo.

# RECOMENDACIONES

## **i. Recomendaciones**

Las ideas más reconocidas y divulgadas a nivel mundial son las que se han puesto en ejecución, siendo las mismas muy atrevidas en su contexto, pero el éxito y el beneficio siempre estará en la decisión de realizar la idea, es por ello que todos tenemos nuevas y buenas ideas, que en un futuro no muy lejano pueden ser nuestras futuras empresas.

Si alguna persona, empresario u organización están interesados en el proyecto mostrado por escrito y desean mas información revisen cuidadosamente los estudios realizados, como el de mercado, técnico, organizativo, financiero y evaluación financiera.

Todo empresario, accionista o persona emprendedora que desee implantar un nuevo negocio deben ayudarse de un estudio de factibilidad para prevenir futuros contratiempos o fracasos al emprender.

Al verificar la factibilidad del proyecto por medio de los indicadores de la evaluación financiera y tener buenos beneficios económicos incentivamos para invertir a personas interesadas o accionistas en la empresa avícola ayudando también al desarrollo empresarial del cantón.

No existe impedimento alguno en materia legal para la implementación de este proyecto por lo contrario con el apoyo del gobierno se está ayudando y facilitando microcréditos y créditos para la ejecución de ideas, lo cual es muy beneficioso al implantar el presente emprendimiento.

Hay que tener presente que el gobierno de turno da facilidades de crédito para emprender pero sin mencionar su inmediato desembolso del capital prestado más la acumulación de intereses, teniendo presente dicho inconveniente para invertir se recomienda un capital del 80% que sea propio y el 20% se lo haga por medio de financiamiento.

# BIBLIOGRAFÍA



## **j. BIBLIOGRAFÍA**

### **j.1. Libros**

- \* CÓRDOBA PADILLA, Marcial (2008). **Formulación y evaluación de proyectos.** Primera edición Bogotá-Colombia. Impresión, Editorial Kimpres Ltda.
- \* CIRCULO de Lectores (2001), **Diccionario de la Lengua Española,** Editorial, Espasa Calpe, S.A, Madrid.
- \* DURÁN RAMÍREZ, Felipe (2004). **Manual de explotación en aves de corral.** Primera edición. Impreso en Colombia.
- \* ESPEJO JARAMILLO, Lupe Beatriz (Febrero, 2007). **Contabilidad General.** Primera edición, pág 482.
- \* Guía Académica, MÓDULO III, **Administración y Gestión Empresarial,** Universidad Nacional de Loja, Carrera: Administración de Empresas.
- \* Guía Académica, MÓDULO X, **Elaboración y evaluación de proyectos de inversión,** Universidad Nacional de Loja, Carrera: Administración de Empresas 2009.
- \* JARAMILLO RODRÍGUEZ, César Oswaldo (2008). **Guía para la elaboración de proyectos de tesis de grado.** primera edición.

- \* PASACA MORA, Manuel Enrique (2009). **Manual para la elaboración de proyectos de graduación a nivel superior.** Primera Edición. Impreso en Editorial Offset Imagen en Ecuador.
- \* SÁNCHEZ REYES, Cristian (2005). **Mejoramiento genético: Animales de producción.** Primera edición. Perú.

## **j.2. Páginas en Links**

Páginas web.

- \* [www.eicionespecuarias.com](http://www.eicionespecuarias.com)
- \* [www.revistalíderes.es](http://www.revistalíderes.es)
- \* [www.avicola.mx](http://www.avicola.mx)
- \* [www.Instituto Nacional de Estadísticas y Censo "INEC"](http://www.Instituto Nacional de Estadísticas y Censo 'INEC').

ANEXOS

## i. ANEXOS

### Anexo 1

#### Encuesta dirigida a los consumidores de huevos en el cantón Saraguro.



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

APRECIADO CONSUMIDOR:

Le solicitamos muy consideradamente se digne contestar el siguiente cuestionario, cuya información proporcionada nos servirá para el desarrollo de nuestra investigación sobre la producción y comercialización de huevos naturales (criollos) en el cantón Saraguro.

**1.- ¿En su familia consumen huevos?**

Si ( ) No ( )

**2.- ¿Los huevos que consume son?**

Incubadora ( ) Criollos ( )

**3.- ¿Por qué su familia consume huevos?**

Nutrición alimenticia ( ) Precio ( ) Calidad ( ) Durabilidad ( )

**4.- ¿En dónde compra su familia los huevos?**

Mercados ( ) Vendedores ( )  
Bodegas ( ) Ferias libres ( )  
Tiendas ( ) Otros ( ) Señale.....

**5.- ¿Qué precio paga por unidad?**

0,08-0,09 ( ) 0,10-0,11 ( ) 0,12-0,13 ( ) 0,14- o más ( ) Señale.....

**6.- Conoce usted de donde llegan los huevos que compra.**

Si ( ) No ( )

**7.- ¿Si su respuesta anterior fue SI, especifique?**

Quito	( )	Riobamba	( )
Guayaquil	( )	Loja	( )
Cuenca	( )	Saraguro (criollos)	( )
Santo Domingo	( )	Otros	( )
Ambato	( )		

**8.- ¿Conoce usted de alguna empresa dedicada a la venta de huevos criollos en el cantón Saraguro?**

Si ( ) No ( )

Si su respuesta es SI, indique cual.....

**9.- ¿Si se implantara una empresa productora y comercializadora de huevos criollos en el cantón Saraguro, respaldaría usted el emprendimiento prefiriendo y comprando los huevos criollos?**

Si ( ) No ( )

Si su respuesta es NO, por qué.....

**10.- Que uso le daría a los huevos**

Consumo familiar ( ) Insumo para producir otro bien ( )

**11.- Estaría dispuesto a pagar por cada huevo criollo de calidad más de 23 centavos.**

Si ( ) No ( )

Si su respuesta es NO, agradecemos su colaboración.

**12.- Con qué frecuencia compraría.**

Diariamente ( ) Semanalmente ( ) Mensualmente ( ) Otros ( ).....

**13.- De acuerdo a la respuesta anterior, qué cantidad de huevos compraría?**

5 ( ) 10 ( ) 15 ( ) 20 ( ) Otra cantidad ( ) Señale.....

**14.- ¿En qué tipo de envase le gustaría que se realice la comercialización?**

- Cubetas de cartón ( ) Fundas ( )  
 Cubetas de plástico ( ) Otros ( ) Indique.....  
 Cubetas reciclables (Espuma flash) ( )

**15.- Que tipo de promoción le gustaría**

- Por la compra de una cubeta de 15 unidades, lleve 1 gratis. ( )  
 Por la compra, por primera vez se le obsequia el envase. ( )  
 Por la compra de 5 cubetas mensual se dará un descuento del 2%. ( )

**16.- A través de que medios se informa usted?**

<i>Medios</i>	<i>Canal o frecuencia</i>	<i>Hora</i>	<i>Días</i>
Radio			
Televisión			

<i>Nombre, prensa</i>	<i>Días</i>

**17.- En donde le gustaría comprar**

- Mercados ( ) Ferias libres ( )  
 Bodegas ( ) A Domicilio ( )  
 Tiendas ( ) Otros ( ).....  
 Vendedores ( )

Si su respuesta fue a domicilio, indique su dirección

.....

**18.- Señale su ingreso económico mensual.**

- 100-200 ( ) 201-300 ( ) 301-400 ( ) 401 en adelante ( )

**19.- ¿Cuántos miembros conforman su hogar?**

- 1-2 ( ) 3-4 ( ) 5 y más ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## Anexo 2

### Encuesta dirigida a las tiendas del cantón Saraguro.



#### UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APRECIADO VENDEDOR:

Le solicitamos muy consideradamente señor(a) vendedor(a) díguese contestar el siguiente cuestionario, cuya información proporcionada nos servirá para el desarrollo de nuestra investigación sobre la producción y comercialización de huevos naturales (criollos) en el cantón Saraguro.

#### 1.- ¿Comercializa usted huevos?

Si ( ) No ( )

#### 2.- La comercialización la hace por:

Mayor ( ) Menor ( )

#### 3.- ¿Señale que clase de huevos usted comercializa?

Criollos ( ) Incubadora ( )

#### 4.- ¿Conoce de donde proviene el producto que compra?

Si ( ) No ( )

#### 5.- ¿Si la respuesta anterior fue SI, indique de dónde proviene el producto que adquiere para la venta?

	Incubadora	Criollos
Quito	( )	( )
Guayaquil	( )	( )
Cuenca	( )	( )
Santo Domingo	( )	( )
Ambato	( )	( )
Riobamba	( )	( )
Loja	( )	( )
Saraguro (criollos)	( )	( )
Otros	( )	( )

#### 6.- ¿Con qué frecuencia compra los huevos?

Diariamente ( ) Semanalmente ( ) Mensualmente ( ) Otros ( ).....

**7.- De acuerdo a la respuesta anterior, qué cantidad de huevos (cubetas) compra?**  
 5 ( ) 10 ( ) 15 ( ) 20 ( ) Otra ( ) Señale.....  
 cantidad

**8.- ¿Conoce usted de alguna empresa dedicada a la venta de huevos criollos en el cantón Saraguro?**  
 Si ( ) No ( )

Si su respuesta es SI, indique cual.....

**9.- ¿Si se implantara una empresa productora y comercializadora de huevos criollos en el cantón Saraguro, respaldaría usted el emprendimiento prefiriendo y comprando los huevos criollos?**  
 Si ( ) No ( )

Si su respuesta es NO, por qué.....

**10.- ¿Cuál es el margen de utilidad (%) que estaría dispuesto a tener por la adquisición de huevos criollos y su venta?**

10 % ( ) 20 % ( ) 30% Otro ( ) Señale.....

**11.- Con respecto a la forma de pagos, usted lo haría?**

Contado ( )  
 Crédito ( ) Plazos de pago 1 Semana ( )  
 2 Semanas ( )  
 3 Semanas ( )

**12.- Por la compras de los huevos que tipo de promoción le gustaría?**

Por la compra de 50 cubetas semanales descuento del 2% en la compra total.	( )
Por la compra por primera vez de más de 100 cubetas se le obsequia toda el envase (cubetas) gratis.	( )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**



### Anexo 3

#### Porcentaje de participación en el mercado Saraguro

Cuadro # 1

Período	Demanda Insatisfecha	Capacidad de gallinas	Huevos mensuales	Meses	Total de huevos anuales	Participación en el mercado
1	1.547.960	2.000	13	6	156.000	10,08%
2	1.545.925	2.200	13	12	343.200	22,20%
3	1.548.862	2.700	13	12	421.200	27,19%
4	1.556.904	3.200	13	12	499.200	32,06%
5	1.570.235	3.800	13	12	592.800	37,75%

Elaboración: los autores.

#### Adquisición de gallinas

- ❖ El **primer año** se utilizara 2000 gallinas las mismas que producirán 6 meses y 13 huevos cada una de ellas mensualmente:  $(2000 \times 6 \times 13 = 15600)$ .
- ❖ Para el **segundo año** se incluirán 200 gallinas que se las comprara 6 meses antes de iniciar el segundo año de producción teniendo 2200 gallinas por 12 meses por 13 huevos mensuales, esta anticipación de compra la realizamos con el único objetivo de no parar ni interrumpir la producción durante la vida del proyecto.
- ❖ De igual manera el **tercer año** se necesitan 2700 gallinas que serán adquiridas 6 meses antes de iniciar el tercer año, es decir se compra todas las gallinas de nuevo porque ya termina la vida productiva de todas las gallinas compradas anteriormente,
- ❖ En cambio para el **cuarto año** solo se comprara con 6 meses de anticipación el número de 500 para tener las 32000 gallinas que se requiere que produzcan durante todo el año; es decir  $(32000 \times 12 \times 13 = 499200)$
- ❖ El **quinto año** es muy similar al cuarto comprando y criando también con 6 meses de anterioridad el número de 600 gallinas que faltan para cubrir con la cantidad de 38000 gallinas para producir durante todo el año.

De esta manera se demuestra en el siguiente cuadro cuantas gallinas se necesita para producir las cantidades de huevos producidos anualmente para cubrir parte de la demanda insatisfecha.

Cuadro # 2

1	2	3	4	5
2000	2.200	2.700	3.200	3.800

Elaboración: Los autores

## Anexo 4

### Materia Prima Directa

Cuadro # 3

Descripción	Total Año 2	Total Año 3	Total Año 4	Total Año 5
Gallinas y gallos	227	2934	871	3860
Maíz	7200	9127	11175	13708
Balanceado	4950	6275	7683	9424
Vitaminas	2500	2623	2661	2786
Alfalfa	1875	1967	1995	2090
Agujas de vacunación	30	38	47	57
Medicamento cólera aviar	150	190	233	286
Medicamento viruela aviar	180	228	279	343
<b>Total</b>	<b>17111,3</b>	<b>23383,4</b>	<b>24943,0</b>	<b>32553,32</b>

Elaboración: Los autores

### Materia Prima Indirecta

Cuadro # 4

Años	Cantidad	Número de Huevos	Número de Cubetas	cubetas mensuales	Costo Unitario	Valor Total	Valor anual
1	154.440	15	10296	1.716,00	0,10	171,60	1029,60
2	339.768	15	22651	1.887,60	0,10	188,76	2265,12
3	416.988	15	27799	2.316,60	0,10	231,66	2779,92
4	494.208	15	32947	2.745,60	0,10	274,56	3294,72
5	586.872	15	39125	3.260,40	0,10	326,04	3912,48

Elaboración: Los autores

La materia prima indirecta está constituida por las cubetas, siendo las mismas el empaque para la distribución, el cual lo detallamos de la siguiente manera:

De la capacidad utilizada de 154.440 huevos anuales lo dividimos para el número de huevos que se ubicaran por cubeta de 15 unidades, teniendo 10.296 cubetas, dividido para los 6 meses de producción tenemos 1.716 cubetas mensuales por 0.10 centavos tenemos 171.60 dólares por 6 meses nos da un resultado de 1029,60 dólares por adquisición de las cubetas, para el primer año.

### Útiles de Aseo

Cuadro # 5

Detalle	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Escobas	4,13	5,34	6,61	7,97
Toallas	2,07	2,67	3,31	3,99
Depósito de desecho	9,30	9,60	9,92	10,25
Recogedores	8,26	10,67	13,23	15,94
<b>TOTAL</b>	<b>23,759</b>	<b>28,277859</b>	<b>33,06909</b>	<b>38,14574429</b>

Elaboración: Los autores

### Útiles de Oficina

Cuadro # 6

Detalle	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Esferográficos	3,10	3,84	4,41	5,01
Carpetas	0,52	0,53	0,55	0,57
Resma de hojas	7,23	11,20	15,43	19,93
Perforadora	5,17	0,00	0,00	0,00
Grapadoras	6,20	0,00	0,00	0,00
Lápices	6,20	6,40	6,61	6,83
Borradores	7,75	8,00	8,27	8,54
<b>TOTAL</b>	<b>36,16</b>	<b>29,99</b>	<b>35,27</b>	<b>40,88</b>

Elaboración: Los autores

### Instrumento de Trabajo

Cuadro # 7

Detalle	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vestimenta	77,48	80,03	82,67	85,40
Pares de Guantes	9,30	9,60	9,92	10,25
Pares de Botas	15,50	16,01	16,53	17,08
Gorras	15,50	16,01	16,53	17,08
Mascarillas	16,53	21,34	26,46	31,88
<b>TOTAL</b>	<b>134,29</b>	<b>142,99</b>	<b>152,12</b>	<b>161,69</b>

Elaboración: Los autores

Anexo 5

Amortización 5 años para un préstamo de \$ 8.000.

Cuadro # 8

Nº pagos	Dividendo	Interés	Capital	Saldo de capital
0				8000
1	173,94	73,33	100,61	7899,39
2	173,94	72,41	101,53	7797,87
3	173,94	71,48	102,46	7695,41
4	173,94	70,54	103,40	7592,01
5	173,94	69,59	104,35	7487,66
6	173,94	68,64	105,30	7382,36
7	173,94	67,67	106,27	7276,09
8	173,94	66,70	107,24	7168,85
9	173,94	65,71	108,22	7060,63
10	173,94	64,72	109,22	6951,41
11	173,94	63,72	110,22	6841,19
12	173,94	62,71	111,23	6729,96
13	173,94	61,69	112,25	6617,71
14	173,94	60,66	113,28	6504,44
15	173,94	59,62	114,32	6390,12
16	173,94	58,58	115,36	6274,76
17	173,94	57,52	116,42	6158,34
18	173,94	56,45	117,49	6040,85
19	173,94	55,37	118,56	5922,28
20	173,94	54,29	119,65	5802,63
21	173,94	53,19	120,75	5681,88
22	173,94	52,08	121,86	5560,03
23	173,94	50,97	122,97	5437,06
24	173,94	49,84	124,10	5312,96
25	173,94	48,70	125,24	5187,72
26	173,94	47,55	126,39	5061,33
27	173,94	46,40	127,54	4933,79
28	173,94	45,23	128,71	4805,08
29	173,94	44,05	129,89	4675,18
30	173,94	42,86	131,08	4544,10
31	173,94	41,65	132,29	4411,82
32	173,94	40,44	133,50	4278,32
33	173,94	39,22	134,72	4143,60
34	173,94	37,98	135,96	4007,64
35	173,94	36,74	137,20	3870,44
36	173,94	35,48	138,46	3731,98
37	173,94	34,21	139,73	3592,25
38	173,94	32,93	141,01	3451,24
39	173,94	31,64	142,30	3308,93
40	173,94	30,33	143,61	3165,33
41	173,94	29,02	144,92	3020,40
42	173,94	27,69	146,25	2874,15
43	173,94	26,35	147,59	2726,56
44	173,94	24,99	148,95	2577,61
45	173,94	23,63	150,31	2427,30
46	173,94	22,25	151,69	2275,61
47	173,94	20,86	153,08	2122,53
48	173,94	19,46	154,48	1968,05
49	173,94	18,04	155,90	1812,15
50	173,94	16,61	157,33	1654,82
51	173,94	15,17	158,77	1496,05
52	173,94	13,71	160,23	1335,83
53	173,94	12,25	161,69	1174,13
54	173,94	10,76	163,18	1010,95
55	173,94	9,27	164,67	846,28
56	173,94	7,76	166,18	680,10
57	173,94	6,23	167,71	512,40
58	173,94	4,70	169,24	343,15
59	173,94	3,15	170,79	172,36
60	173,94	1,58	172,36	0,00

Fuente: Cooperativa de ahorro y crédito "CoopMego"

Elaboración: Los autores

## Anexo 6

### Depreciaciones en Activos.

Cuadro # 9

Denominación	Costo Histórico	Años de vida útil	% depreciación	Valor residual	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada
Vehículo	4.000	5	20	800	640	3.200
Edificio	8.000	20	5	400	380	7.600
Equipo de cómputo	550	3	33,33	183,35	122,22	366,65
Reposición de Equipo de Cómputo	568,15	2	33,33	189,40	126,25	370,68
Muebles y enseres	325	10	10	32,50	29,25	292,50
Equipo de oficina	32	10	10	3,20	2,88	28,80
Utensilios de producción	1.382,50	10	10	138,25	124,425	150,345
<b>Total</b>				<b>1746,70</b>		<b>12008,98</b>

**Elaboración:** Los autores

La depreciación del equipo de cómputo termina su vida útil a los 3 años, del cual se hace reposición en el cuarto año.

## Anexo 7

### Amortizaciones

#### Todos los gastos diferidos

Cuadro # 10

Año	Amortización anual	Amortización acumulada
0		135,6
1	27,12	27,12
2	27,12	54,24
3	27,12	81,36
4	27,12	108,48
5	27,12	135,6
<b>TOTAL</b>		<b>542,4</b>

Elaboración: Los autores

#### Amortización Gastos de Constitución

Cuadro # 11

Año	Amortización anual	Amortización acumulada	Valor en libros
0			40
1	8	8	32
2	8	16	24
3	8	24	16
4	8	32	8
5	8	40	0

Elaboración: Los autores

#### Amortización de Permisos de funcionamiento

Cuadro # 12

Año	Amortización anual	Amortización acumulada	Valor en libros
0			45
1	9	9	36
2	9	18	27
3	9	27	18
4	9	36	9
5	9	45	0

Elaboración: Los autores

## Anexo 8

### Gastos de Reclutamiento

Cuadro # 13

Año	Amortización anual	Amortización acumulada	Valor en libros
0			20,6
1	4,12	4,12	16,48
2	4,12	8,24	12,36
3	4,12	12,36	8,24
4	4,12	16,48	4,12
5	4,12	20,6	0

Elaboración: Los autores

### Gastos de Selección

Cuadro # 14

Año	Amortización anual	Amortización acumulada	Valor en libros
0			20
1	4	4	16
2	4	8	12
3	4	12	8
4	4	16	4
5	4	20	0

Elaboración: Los autores

### Gastos de Contratación

Cuadro # 15

Año	Amortización anual	Amortización acumulada	Valor en libros
0			10
1	2	2	8
2	2	4	6
3	2	6	4
4	2	8	2
5	2	10	0

Elaboración: Los autores

Anexo 9

Balance general año 2 al 5

Cuadro # 16

ACTIVO	Año2	Año3	Año4	Año5
<b>Corriente</b>				
Caja	44.095,21	3.471,85	28.995,12	155.509,01
<b>Subtotal de act. Corriente</b>	44.095,21	3.471,85	28.995,12	155.509,01
<b>Fijo</b>				
Edificio	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00
Vehículo	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00
Equipo de Computo	550,00	550,00	568,15	568,15
Muebles y enseres	325,00	325,00	325,00	325,00
Equipo de Oficina	32,00	32,00	32,00	32,00
(-)Depreciación de Edificio	760,00	1.140,00	1.520,00	1.900,00
(-)Depreciación Acumulada De Vehículo	1.280,00	1.920,00	2.560,00	3.200,00
(-) Depreciación Equipo de Computo	244,43	366,65	126,25	248,47
(-)Depreciación Acumulada Muebles y Enseres	58,50	87,75	117,00	146,25
(-)Depreciación Acumulada Equipo de oficina	5,76	8,64	11,52	14,40
<b>Subtotal de activos fijos</b>	10.558,31	9.383,96	8.590,38	7.416,03
<b>Diferidos</b>				
Gastos de constitución	40,00	40,00	40,00	40,00
Permisos de funcionamiento	45,00	45,00	45,00	45,00
Gastos de Reclutamiento	20,60	20,60	20,60	20,60
Selección	20,00	20,00	20,00	20,00
Contratación	10,00	10,00	10,00	10,00
(-)Amortización Acumulada de Gastos de constitución	16,00	24,00	32,00	40,00
(-)Amortización Acumulada Permisos de Funcionamiento	18,00	27,00	36,00	45,00
(-)Amortización Acumulada de Reclutamiento	8,24	12,36	16,48	20,60
(-)Amortización Acumulada de Selección	8,00	12,00	16,00	20,00
(-)Amortización Acumulada Contratación	4,00	6,00	8,00	10,00
<b>Subtotal de activos diferidos</b>	81,36	54,24	27,12	0,00
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>54.734,87</b>	<b>12.910,06</b>	<b>37.612,62</b>	<b>162.925,05</b>
<b>PASIVO</b>				
<b>Corriente</b>				
Vacaciones por pagar	328,93	361,82	398,01	437,81
Dividendos a trabajadores por pagar	6.987,57	3.092,04	5.506,82	6.437,59
Impuestos a la renta por pagar	9.899,06	4.380,38	7.801,33	9.119,91
<b>Subtotal pasivo corriente</b>	17.215,56	7.834,24	13.706,16	15.995,31
<b>No corrientes</b>				
Préstamo bancario	5.312,96	3.731,98		
<b>Subtotal no corrientes</b>	5.312,96	3.731,98		
<b>Total pasivos</b>	<b>22.528,51</b>	<b>11.566,22</b>	<b>13.706,16</b>	<b>15.995,31</b>
<b>PATRIMONIO</b>				
Capital	2.509,19	-11.797,31	-20.561,12	119.570,00
Resultados				
Pérdida	26.727,46	11.827,04	21.063,59	24.623,77
Reservas				
Reserva legal	2.969,72	1.314,12	23.403,99	2.735,97
<b>Total Patrimonio</b>	<b>32.206,36</b>	<b>1.343,84</b>	<b>23.906,46</b>	<b>146.929,74</b>
<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>	<b>54.734,87</b>	<b>12.910,06</b>	<b>37.612,62</b>	<b>162.925,05</b>

Elaboración: Los autores



## Anexo 10

### Año 2

#### 1. En función de la capacidad Instalada

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100$$

$$PE = \frac{25.252,52}{119.735,22 - 47.898,90} \times 100$$

$$PE = 35,15\%$$

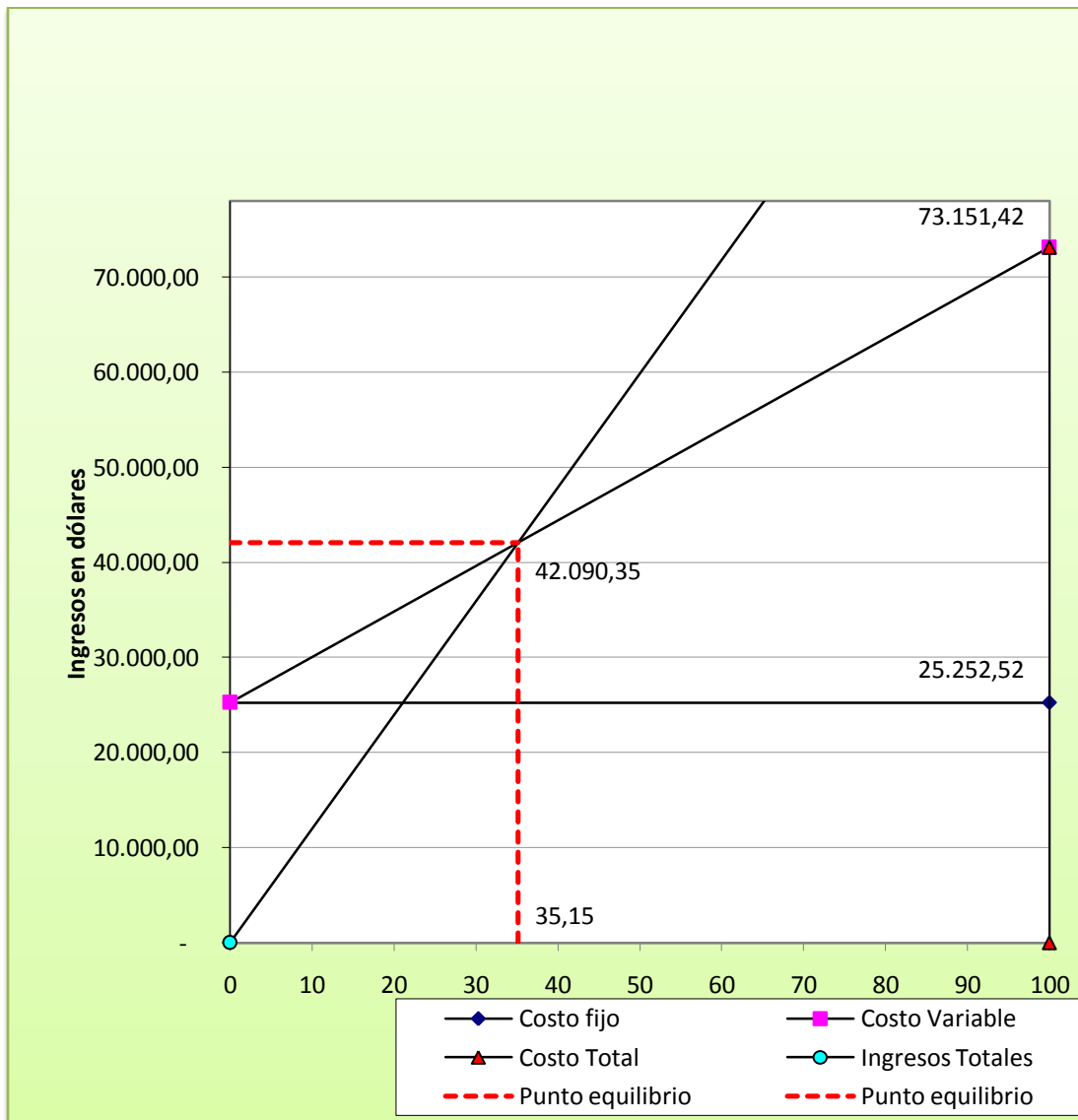
#### 2. En función de las ventas o ingresos

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

$$PE = \frac{25.252,52}{1 - \frac{47.898,90}{119.735,22}}$$

$$PE = \$42.090,35$$

Gráfica #1



### Año 3

#### 1. En función de la capacidad Instalada

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100$$

$$PE = \frac{27.352,35}{105.415 - 57.449,08} \times 100$$

$$PE = 57,02\%$$

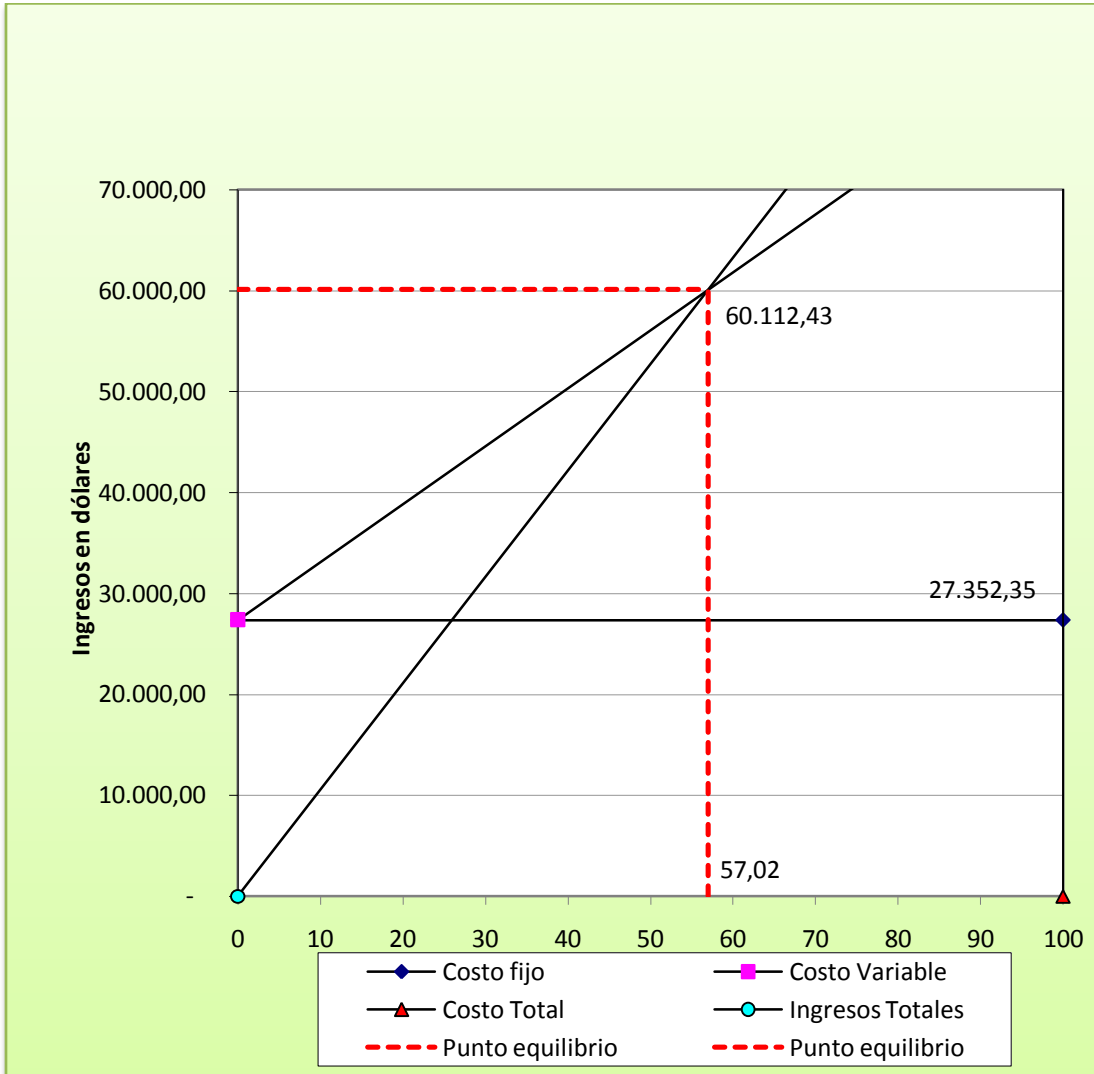
#### 2.- En función de las ventas o ingresos

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

$$PE = \frac{27.352,35}{1 - \frac{57.449,08}{105.415}}$$

$$PE = \$60.112,43$$

Gráfica #2



Año 4

**1. En función de la capacidad Instalada**

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100$$

$$PE = \frac{29.673,73}{128.945,76 - 62.559,88} \times 100$$

$$PE = 44,70\%$$

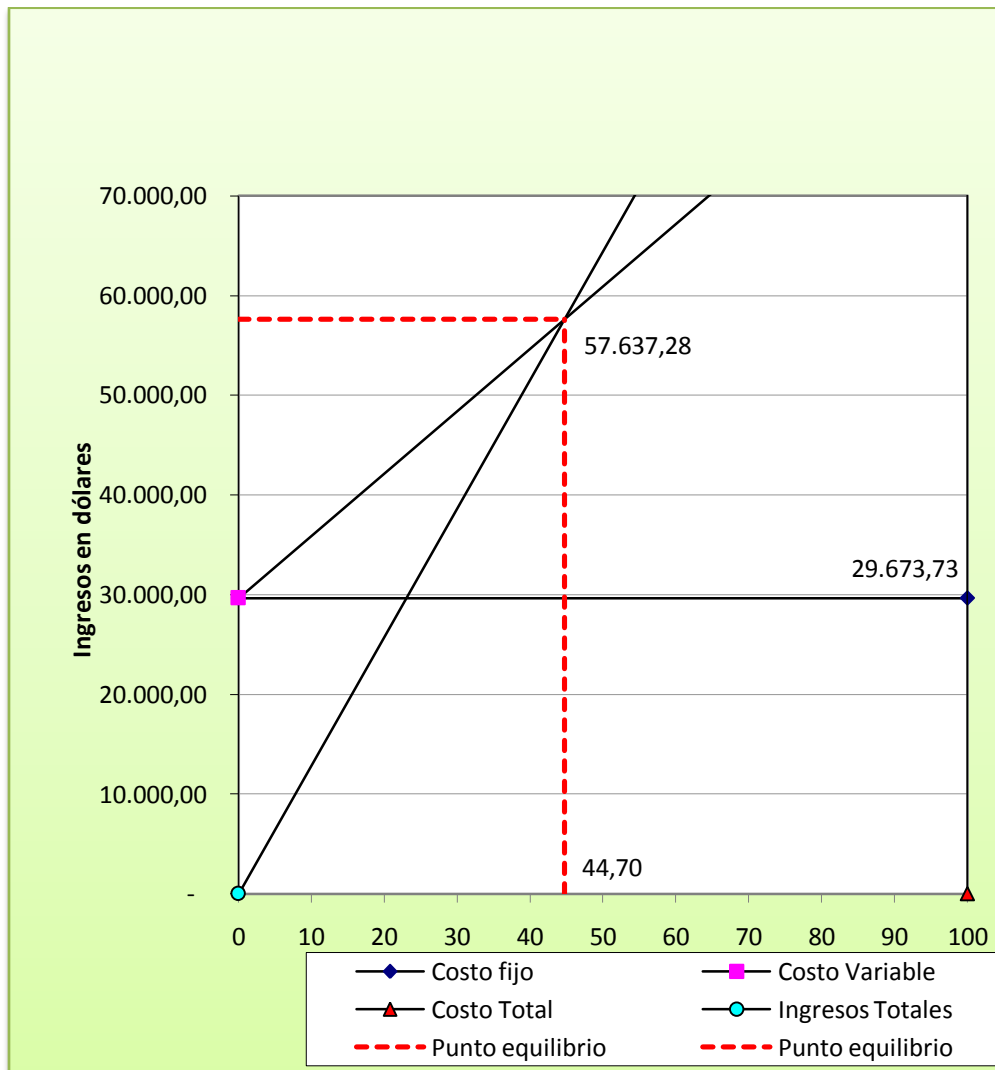
**2.- En función de las ventas o ingresos**

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

$$PE = \frac{29.673,73}{1 - \frac{62.559,88}{128.945,76}}$$

$$PE = \$57.637,28$$

Gráfica #3



## Año 5

### 1. En función de la capacidad Instalada

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100$$

$$PE = \frac{32.217,69}{267.625,27 - 74.124,67} \times 100$$

$$PE = 16,65\%$$

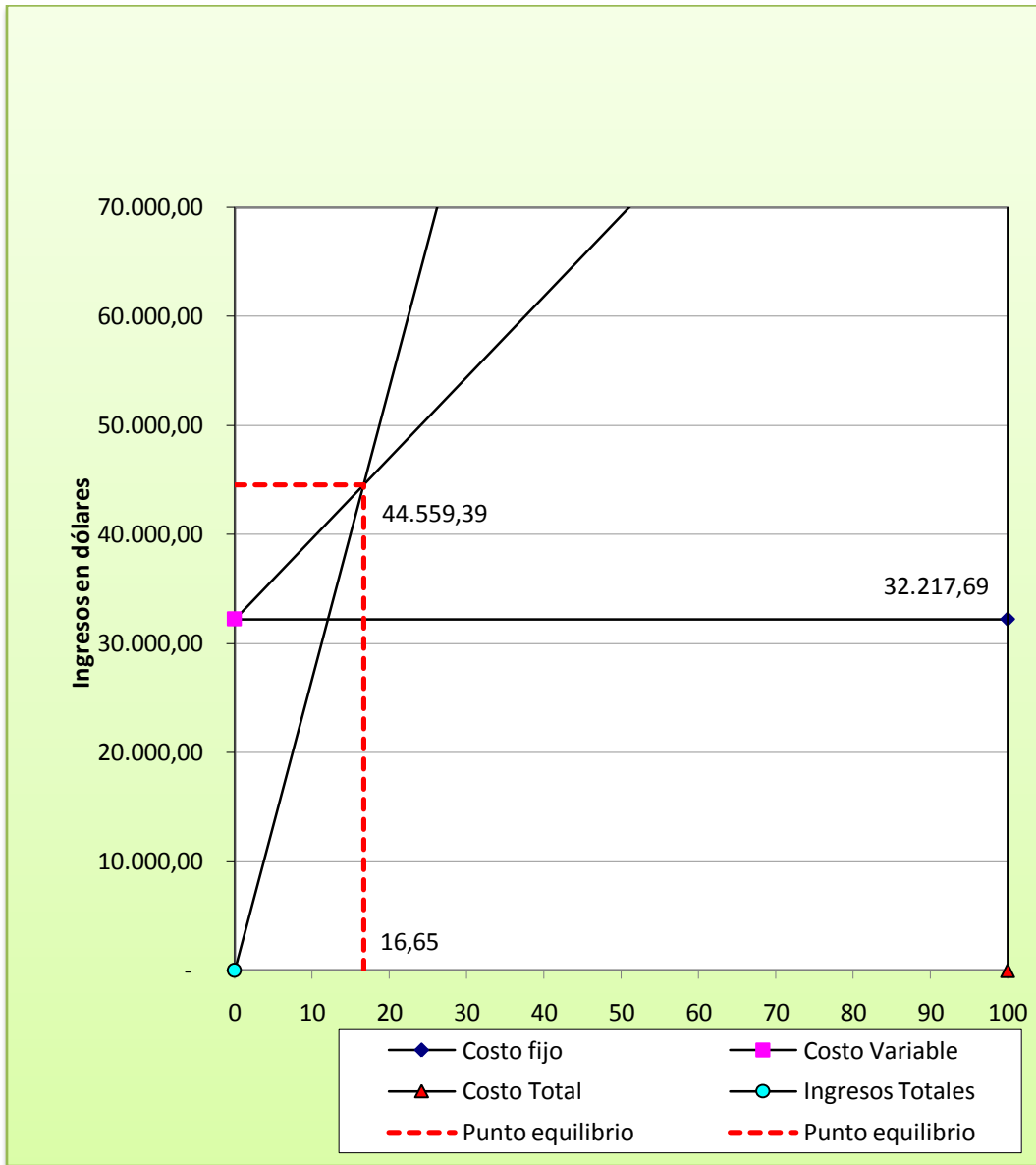
### 2.- En función de las ventas o ingresos

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

$$PE = \frac{32.217,69}{1 - \frac{74.124,67}{267.625,27}}$$

$$PE = \$44.559,39$$

Gráfica #4





**Anexo 11**

**Roles**

**Año 2 al 5**

Cuadro # 17

Personal administrativo					Provisiones					
Cargo	Sueldo Básico	Hono rarios	Bono por responsabilidad	Total de Ingresos	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondo De Reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Total de provisiones
Gerente	800		100	900	75,00	20	75,00	37,50	109,35	316,85
Contador		120		120						0,00
Asesor Jurídico		50		50						0,00
Secretaria	320		25	345	28,75	20	28,75	14,38	41,92	133,79
<b>Total</b>	<b>1120</b>	<b>170</b>	<b>125</b>	<b>1415</b>	<b>103,75</b>	<b>40</b>	<b>103,75</b>	<b>51,88</b>	<b>151,27</b>	<b>450,64</b>
<b>Elaboración:</b> Los autores										<b>5407,71</b>

Cuadro # 18

Personal de ventas					Provisiones					
Nº	Cargo	Sueldo Básico	Bono	Total de Ingresos	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondo De Reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Total de provisiones
1	Chofer-Vendedor	450	25	475	39,58	20	39,58	19,79	57,71	176,67
1	Ayudante	350	25	375	31,25	20	31,25	15,63	45,56	143,69
<b>Total</b>		<b>800</b>	<b>50</b>	<b>850</b>	<b>70,833</b>	<b>40</b>	<b>70,83</b>	<b>35,416</b>	<b>103,27</b>	<b>320,358</b>

**Elaboración:** Los autores

Cuadro # 19

PERSONAL OPERATIVO						PROVISIONES				
Nº	Cargo	Sueldo Básico	Bono por responsabilidad	Total de Ingresos	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondo De Reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Total de provisiones
1	Obrero	420	25	445	37,08	20	37,08	18,54	54,07	166,78
2	Obrero	320	25	345	28,75	20	28,75	14,38	41,92	133,79
Total		740	50	790	65,83	40	65,83	32,916	95,985	300,568

Elaboración: Los autores

# INDICE

## j. ÍNDICE

PORTADA.....	I
CERTIFICACIÓN.....	III
AUTORÍA.....	V
AGRADECIMIENTO.....	VII
DEDICATORIA.....	IX
TÍTULO.....	2
RESUMEN.....	4
SUMMARY.....	7
INTRODUCCIÓN.....	11
REVISIÓN DE LITERATURA.....	14
MATERIALES Y MÉTODOS.....	31
RESULTADOS.....	39
DISCUSIÓN.....	71
CONCLUSIONES.....	155
RECOMENDACIONES.....	158
BIBLIOGRAFÍA.....	160
ANEXOS.....	163
ÍNDICE.....	187