



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE INGENIERÍA EN
BANCA Y FINANZAS

TITULO:

"PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COTURNICOLA, PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CARNE Y HUEVOS DE CODORNIZ, EN LA CIUDAD DE LOJA."

TESIS PREVIA A OPTAR EL GRADO DE INGENIERA EN BANCA Y FINANZAS

AUTORA

NUVIA MERCEDES AGUILAR CARAGUAY

DIRECTOR DE TESIS:

ING. JAIME RODRIGO LOJÁN NEIRA MCA-CP

LOJA- ECUADOR

No todos ocupan los mejores puestos, sino los más preparados, aunque no sean genios. 2016

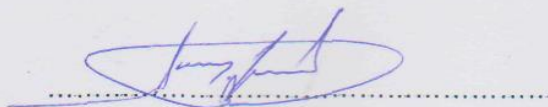
CERTIFICACIÓN

ING. JAIME RODRIGO LOJÁN NEIRA MCA. CP., DOCENTE DE LA CARRERA DE BANCA Y FINANZAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CERTIFICO:

Que he dirigido y revisado cuidadosamente el presente trabajo de tesis titulado **“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COTURNICOLA, PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CARNE Y HUEVOS DE CODORNIZ, EN LA CIUDAD DE LOJA”**; realizado por la señorita **NUVIA MERCEDES AGUILAR CARAGUAY**, en tal virtud y considerando que el mencionado trabajo cumple con los requisitos de fondo y forma establecidos en los reglamentos correspondientes de la institución, autorizo su presentación ante el Honorario tribunal de Grado, para la sustentación y defensa del contenido que en el versa

Loja, Febrero del 2016.



Ing. Jaime Rodrigo Loján Neira Mca. Cp.


DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Nuvia Mercedes Aguilar Caraguay, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el repositorio Institucional-biblioteca Virtual.

Autora: Nuvia Mercedes Aguilar Caraguay

Firma: 

Cédula: 0706571957

Fecha: Loja, Febrero del 2016.

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, Nuvia Mercedes Aguilar Caraguay, declaro ser autora de la tesis titulada: **“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COTURNICOLA, PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CARNE Y HUEVOS DE CODORNIZ, EN LA CIUDAD DE LOJA”**, como requisito para optar por el grado de Ingeniera en Banca y Finanzas, autorizo al sistema bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad. La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 29 días del mes de Febrero del 2016. Firma la autora.

Firma: 

Autora: Nuvia Mercedes Aguilar Caraguay

Cédula: 0706571957

Dirección: El Valle, Avenida Oriental de paso

Correo electrónico: nuvia_aguilar@hotmail.com

Teléfono celular: 0996747863

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de tesis: Ing. Jaime Rodrigo Loján Neira Mca. Cp.

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Sergio Pardo Quezada MAE.	PRESIDENTE
Ing. Diana Morocho Pasaca Mg, Sc	VOCAL
Eco. José Ordoñez Yaguache Mg, Sc	VOCAL

DEDICATORIA

El presente trabajo es el resultado del esfuerzo y dedicación que he puesto, durante todo mi periodo estudiantil y va dedicado para mi madre Carmen Caraguay que desde el cielo cuida de mí y es mi compañía, a mi padre Lino Aguilar que a pesar de la distancia y las adversidades ha estado siempre aconsejándome para que haga cada cosa bien. A mis hermanos Roció, Antonio, Alex, Carmen, Geovanny y Lenin, quienes son mi motor y mi motivo de superación.

También dedico este trabajo a mí querido novio Ángel Guamán y a mis primos incondicionales Ángel Aguiñaca y Alba Aguiñaca que siempre me brindaron su apoyo, amor, cariño y comprensión para poder llegar hasta el final de mi carrera.

Nuvia Mercedes

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Nacional de Loja, especialmente a la Carrera de Banca y Finanzas por haberme dado la oportunidad de poder ingresar a sus aulas.

A los docentes de la carrera por haber sido mi guía y haberme impartido todos sus conocimientos y consejos y de esta forma poder obtener mi título profesional.

De manera especial mi infinito agradecimiento al Ingeniero Jaime Loján, por su colaboración, esfuerzo y empeño puesto en la dirección de mi trabajo.

Agradezco infinitamente a los habitantes de las parroquias urbanas de la ciudad de Loja por su tiempo y paciencia para ayudarme a llenar las encuestas.

Un eterno agradecimiento a Dios por la fortaleza para poder enfrentar día a día los retos que me ha dado la vida y la voluntad para culminar con éxito mi carrera profesional.

Por último agradezco a mi familia, amigos y compañeros que de manera directa e indirectamente estuvieron apoyándome a cada momento.

LA AUTORA

a) TÍTULO

“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COTURNICOLA, PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CARNE Y HUEVOS DE CODORNIZ, EN LA CIUDAD DE LOJA”

b) RESUMEN

El principal objetivo de este trabajo investigativo fue elaborar un proyecto de inversión para la implementación de una Empresa Coturnicola, para la producción y comercialización de carne y huevos de codorniz, en la ciudad de Loja, entre los objetivos específicos tenemos, elaborar el estudio de mercado, elaborar un plan de mercado, realizar el estudio técnico, el estudio administrativo- legal y por ultimo elaborar el estudio financiero del proyecto.

El **Estudio de Mercado**, el cual empezó con la recopilación datos a través de la aplicación de encuestas a toda población urbana de la ciudad de Loja, a la vez sirvió para determinar la demanda potencial, la demanda real y la demanda efectiva y por ende conocer cuál fue la oferta y la demanda insatisfecha que tuvo el proyecto.

Luego se elaboró un **Plan de Mercado** que sirvió para que los productos tengan mayor aceptación en la localidad, como son la carne y huevos de codorniz y su vez se estableció los productos sustitutos, en este caso fueron los huevos y la carne de pollo que afectarían indirectamente a la rentabilidad.

En el **Estudio Técnico** se fijó la localización del proyecto, tomando como capacidad utilizada el 10% para carne, y el 100% para producción de huevos de la capacidad instalada, sin embargo se tomó como base para la producción 12000 codornices de las cuales 6000 fueron para producción de carne y las restantes para producción de huevos. En la **ingeniería del proyecto** se determinó todos los materiales, herramientas y maquinarias que fueron necesarias e indispensables para mantener la producción constante de la empresa.

Dentro del **Estudio Administrativo – Legal**, se determina la denominación de la empresa: “Granja de Codorniz **Virgen del Cisne**” Cía. Ltda.; así mismo la constitución se basó en la ley de compañías siguiendo todos los pasos mencionados, también se tomó en cuenta los reglamentos para empresas avícolas, y el manual de buenas prácticas de manufactura.

Finalmente se realizó el **Estudio Financiero**, donde se estableció el valor de la inversión el mismo que fue de \$ 101.514,73. Se determinó los indicadores financieros, el VAN con \$ 83.666,24 TIR con 39,75%, RBC con \$ 1,44 ctvs. PRC es de 2 años 09 meses y 0 días, en el Análisis de Sensibilidad se determinó que el proyecto soporta un incremento de costos hasta un 15,0543% y una disminución de sus ingresos de hasta un 9,9505% y se obtuvo el punto de equilibrio del primer y quinto año con porcentajes de 39,9% y 20,84% respectivamente.

Todo el proceso de estos estudios fue realizado en base a los métodos inductivo, deductivo, analítico, matemático y estadístico, además se usó las técnicas de observación, recopilación bibliográfica y encuestas. Conociendo los antecedentes anteriores se llegó a la conclusión que fue un proyecto innovador y rentable, ya que este ayudo al desarrollo y crecimiento de la población de la ciudad, fomentando el emprendimiento en personas que carecen de un trabajo fijo y mejorando la calidad de vida de las familias.

SUMMARY

The main purpose of this research work it was to develop an investment project for the implementation of a Coturnicola Company for the production and marketing of meat and quail eggs, in the city of Loja. Specific objectives have, developing market research, develop a marketing plan, conduct technical study, administrative-legal study and finally preparing the financial study of the project.

The **Market Study**, it began with data collection through conducting surveys, the entire urban population of the city of Loja and also it served to determine the potential demand, the actual demand and effective demand and therefore know what was the supply and unmet demand which took the project.

Marketing Plan is then further processed which it served to make the products have greater acceptance in the town, such as meat and quail eggs and once he established substitute products, in this case were the eggs and poultry meat indirectly affecting profitability.

Technical Study on the location of the project was, where capacity utilization is taken as the project 10% of the installed capacity, it was taken as the basis for production 12000. 6000 quail which were for meat and egg production remaining. In **project engineering**, all materials, tools and machinery were necessary and indispensable determined to maintain constant production and that was in line with the implementation and management of the company.

Within the **Management Study - Legal**, The Company was created with the name of Quail Farm "Virgen del Cisne" Cia. Ltd; whose constitution was based on the law of

companies following all the steps mentioned, also it took into account the regulations for poultry companies, and operating good manufacturing practices.

Finally, the **financial study**, where the value of the investment is established that it was \$ 101,514.73. Besides financial indicators set which they were the VAN to \$ 83,666.24 with 39.75% TIR, RBC \$ 1.44 cents. PRC is 2 years 09 months and 0 days, in the sensitivity analysis it was determined that the project supports increased costs up to 15.0543% and a decrease in their incomes up to 9.9505% and finally the balance point of the first and fifth year with percentages of 39.9% and 20.84% respectively was obtained.

The whole process of these studies was conducted based on inductive, deductive, analytical, mathematical and statistical methods, besides observing techniques, bibliography and surveys were used. Knowing the above background was concluded that the project was an innovative and profitable as this helped the development and growth of the population of the city promoting entrepreneurship in people without steady work and improves the quality of life for families.

c) INTRODUCCIÓN

Un proyecto de inversión va encaminado hacer realidad una idea de negocio, a emprender nuevos retos y fortalecer el crecimiento productivo de un país, de ahí la necesidad de crear proyectos encaminados al desarrollo productivo de la sociedad, siendo uno de estos la crianza de codornices que permita sobrevivir a pequeños emprendedores. Esto se puede dar a través de la coturnicultura la cual se encarga de la crianza de codornices y que se ha venido desarrollando en la sierra en las provincias de Cotopaxi, Pichincha, Cañar, y Tungurahua y en la costa en las provincias de Santo domingo de los Tsáchilas y Guayas ya que cuentan con un clima apto para el desarrollo de la crianza de codornices y producción de carne y huevos.

El presente proyecto tiene la finalidad de incentivar a la población con nuevas fuentes de trabajo para mejorar la calidad de vida de las personas y a su vez al consumo de carne y de huevos de codorniz ya que estos contienen grandes propiedades nutricionales.

Por otra parte según lo establecido en el Reglamento de Régimen Académico vigente en la Universidad Nacional de Loja y su estructura se apoyó en el Art. 151 de mismo reglamento y es la siguiente: **Titulo** de la investigación o del proyecto de tesis, el mismo que fue “PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COTURNICOLA, PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CARNE Y HUEVOS DE CODORNIZ, EN LA CIUDAD DE LOJA”.

Resumen en español y traducido al inglés, en donde se detalló en breves palabras el desarrollo y cumplimiento de los objetivos, además se describió la **metodología** utilizada y resultados encontrados, **Introducción** que destacó la importancia del tema,

el mismo que fue la producción y comercialización de carne y huevos en la ciudad de Loja y la estructura del trabajo; **Revisión de Literatura** que contiene el sustento científico - técnico del proceso de elaboración de un proyecto de inversión; los **Materiales y Métodos**, en donde se explicó la utilización de los materiales y métodos de investigación usados en el proyecto.

Los **Resultados**, que reflejaron la parte práctica del trabajo realizado en la implementación de la empresa Coturnicula para la Producción y Comercialización de Carne y Huevos de Codorniz en la Ciudad de Loja; la **Discusión** que es el contraste o un resumen de lo encontrado y las ventajas generadas después de la propuesta planteada.

Finalmente se dio a conocer los puntos sobresalientes a través de **Conclusiones y Recomendaciones** con el propósito de dar posibles soluciones a las flexibilidades que se pudo observar a través de los resultados tanto en lo administrativo y financiero; finalizando con los Anexos que fueron el respaldo del presente trabajo.

d) REVISIÓN DE LITERATURA

d.1. Empresas

Es una organización que se une para realizar varias actividades los mismo que hacen uso de diferentes recursos como pueden ser materiales, financieros, humanos entre otros y de esta manera dar cumplimiento a los objetivos planteados y lograr el cumplimiento de las metas planteadas por los dueños de la empresa.

d.1.1. Empresas productoras

Es la unidad económico-social en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para realizar una producción socialmente útil, de acuerdo con las exigencias del bien común. Los elementos necesarios para formar una empresa son: capital, trabajo y recursos materiales. (García, y Fernández, 2011, p.27)

d.2. Proceso de comercialización

d.2.1. La publicidad: Es una herramienta sumamente valiosa, pues permite que el mensaje sea recibido por una gran cantidad de personas, y se repita varias veces haciendo posible que el consumidor compare los mensajes de todas las empresas de la competencia.

d.2.2. La promoción de ventas: Consiste en otorgar incentivos al consumidor para fomentar la compra de un producto. Esta se hace usando una amplia gama de instrumentos como:

- Cupones

- Descuentos de dinero.
- Premios

d.2.3.Las ventas personales: Es una de las herramientas más efectivas en ciertas etapas del proceso de colocación del producto en el mercado, sobre todo para desarrollar preferencias, convicción y acción por parte de los compradores.

d.2.4Las relaciones públicas: “El gestor de marketing debe construir buenas relaciones con todas las personas involucradas en el entorno de la organización a fin de obtener y mantener una opinión favorable y una buena imagen de su producto y/o actividades”(Córdova, 2009, p. 88).

d.3. La Coturnicultura

La coturnicultura es una rama de la avicultura la misma que es una ciencia que se encarga del estudio de la mejora y fomento de producción de codornices y de esta manera poder aprovechar sus huevos y carne.

d.3.1. La Codorniz



La codorniz de nombre científico Coturnix, son aves muy antiguas provenientes de Asia específicamente de Japón, son animales de pequeño tamaño, resistentes a enfermedades y de rápida reproducción y con grandes fuentes de nutrición en la carne

y los huevos. La codorniz de granja tiene carne sonrosada mientras que la codorniz silvestre la carne es más oscura. (Pérez, 2014, p. 101)

d.3.1.1.Origen

“La codorniz es originaria de China y Japón y la domesticación se realizó en el siglo XII iniciándose la producción masiva de carne y huevos” (Dueñas, 2004, p 162).

Esta especie se puede clasificar en diferentes razas.

- Japónica
- Faraónica
- Africana
- De cabo verde
- Australiana

d.3.1.2.Caracterización de los sexos

a) MACHOS

- Alcanzan su madurez sexual a los 45 días cuando emite un canto característico.
- Pesan de 100 a 110 g en promedio. Son más pequeños que las hembras.
- Tienen el plumaje de la garganta color marrón rojizo (canela) con pequeños puntos negros en la barbilla. El pecho es de color ladrillo oscuro y su intensidad decrece según se acerca al abdomen (parte inferior).

b) HEMBRAS

- Son de color gris – beige y poseen numerosas manchas negras en el pecho de color claro. Esta característica se empieza a notar a los 15 días de nacidos los polluelos.

- Su peso promedio es de 130 a 160 gramos.
- Es una excelente ponedora, alcanzando un promedio de 275 a 300 huevos al año, superando a todas las aves domésticas por su rendimiento en postura de huevos.
- Con la selección de líneas y cruza de subespecies, se han obtenido ponedoras que rinden hasta 500 huevos al año. Aunque lo normal en aves con cruza es de 350 huevos anuales.
- Aproximadamente el 10 % de ponedoras es capaz de poner dos huevos diarios.
- Su porcentaje promedio de postura es del 80 %.
- A los 30 días comienza su actividad sexual, por lo que es recomendable separarla de los machos antes de esta fecha, si se van a seleccionar reproductores.
- A las seis semanas alcanza su capacidad reproductora, comenzando la postura de huevos fértiles.
- La vida media de una ponedora es de 3 años, siempre y cuando se cambien los machos de forma adecuada a fin de sostener el ritmo de puesta ideal.

d.4. Producción de huevos

La codorniz es un ave de ovulación espontánea de modo que no necesita de la estimulación del macho para ovular. En caso de que exista fecundación puede efectuarse en el oviducto o a veces en el propio ovario. Los espermatozoides expulsados por el macho en la cópula quedan en el oviducto y desde allí ascienden hacia el infundíbulo donde frecuentemente se produce la fecundación de los óvulos. (Pérez, 2014, p. 115)



El tiempo de supervivencia de los espermatozoides en este oviducto es de 5 a 10 días. La fecundación del huevo tiene lugar de 10 a 11 horas antes de su puesta. Las codornices hembras tienen la capacidad de poner un huevo diario durante todo el año y a veces algunas ponen hasta dos veces al día, constituyéndose en una excepcional productora de huevos.

d.5. Tipos de proyecto

d.5.1. Proyectos de investigación

Tiene relaciones con la teoría existente en el tema y a su vez con el mundo empírico, de esta forma se planea lo que se pretende investigar.

Sus partes son: planteamiento o formulación del problema, antecedentes, importancia o justificación del estudio, elementos teóricos que fundamenten la investigación, objetivos (generales y específicos), metodología, esquema o plan de trabajo, cronograma y referencias.

d.5.2. Proyecto de inversión

Es el plan prospectivo de una unidad de acción capaz de materializar algún aspecto del desarrollo económico o social. Esto implica desde el punto de vista económico, proponer la producción de algún bien o la prestación de algún servicio, con el empleo de ciertas técnicas y con miras a obtener un determinado resultado o ventaja económica o social. (ILPES, 2001, p.14).

d.5.2.1.Etapas de un Proyecto

En la planificación y ejecución de proyectos como un proceso de decisión existen varias etapas conectadas en serie, de forma tal que el producto de una etapa se convierta en insumo de la siguiente.

A medida que la realización del proyecto se mueve a través de las diferentes etapas, se combinan o suceden constantemente consideraciones de orden técnico-económico que permiten decidir sobre la ejecución de la etapa siguiente. Este proceso se desarrolla dentro de un marco de factores políticos, económicos y sociales que influyen sobre las características de los proyectos y sobre la decisión final de los inversionistas en lo que a su aprobación se refiere. (ILPES, 2001, p.18).

Cuando están relacionadas con la empresa y la parte comercial los hay de varias clases:

Inversión privada: consiste en crear un plan que permita obtener una rentabilidad económica a partir de la inversión de un capital.

Inversión pública: El estado invierte recursos para lograr el bienestar social de una comunidad a la vez que beneficio económico.

Inversión social: Se busca invertir bienes en el desarrollo exclusivamente social sin esperar remuneración económica, sino que los beneficios permanezcan después de acabado el proyecto.

d.5.3.Proyectos de infraestructura

“Se invierte en obras civiles, se construye infraestructura que aporte beneficios económicos o sociales” (Núñez, 2009, p.94).

d.5.4. Proyectos sociales

Su único fin es mejorar la calidad de vida de una comunidad en sus necesidades básicas como salud, educación, empleo y vivienda. El proyecto pronostica y orienta una serie de actividades para conseguir unos determinados objetivos. Debe contener una descripción de lo que quiere conseguir, debe ser adaptado al entorno en que se piensa desarrollar, los recursos necesarios para desarrollarlo y el cronograma en el que se establece el plazo de su ejecución. (Núñez, 2009, p.94)

d.5.5. Proyectos de desarrollo sostenible

“Es un proyecto social y económico de una comunidad que incluye ecología o del medio ambiente como un elemento importante tanto para mejorar la economía como para ser protegido durante un largo periodo” (Núñez, 2009, p.94).

Este tipo de proyectos surgió en torno al deterioro en el medio ambiente y la intención de que la producción humana no lo impacte de forma negativa. También busca la participación equitativa de la sociedad en estos procesos.

d.5.6. Proyectos Agropecuarios

Son todos aquellos proyectos de inversión que cubren el campo de la producción animal, vegetal y pesquera.

d.5.7. Proyectos Industriales

Son los que se refieren a la actividad manufacturera (transformación de materias primas) e incluyen la actividad minera (industria extractiva). Cuando la materia prima a

ser procesada proviene de la producción agropecuaria, a estos proyectos se les denomina agroindustriales.

d.5.8. Proyectos de Servicio

“Son aquellos cuyo propósito es determinar la conveniencia de instalar unidades de servicios de carácter personal, profesional, técnico o institucional, incluyen a los trabajos de investigación de apoyo a los bienes y servicios elaborados por otras unidades productivas” (Núñez, 2009, p.94).

En esta categoría se incluyen proyectos turísticos, educacionales, médicos asistenciales, electrificación, telecomunicaciones, transporte

d.5.9. Proyectos de Instalación

Se refiere al estudio de factibilidad de usos de recursos, para incursionar en la explotación de cualquiera de las actividades antes mencionadas.

d.5.10. Proyectos de ampliación

“Son aquellos proyectos referidos al estudio de las ventajas o desventajas de ampliar la producción de los bienes o servicios que elabora una determinada empresa, o introducir una nueva línea de producción” (Núñez, 2009, p.94).

d.5.11. Proyecto de traslado

Se refiere al estudio de la factibilidad de trasladar una unidad productiva de bienes o servicios, de una determinada región del país a otra región del mismo país.

d.6.ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado consiste en una breve investigación sobre el marco de factores que afectan al proyecto. Así mismo, se deben investigar las diferentes técnicas de producir el bien o servicio bajo estudio y las posibilidades de adaptarlas a la región.

Además se debe analizar la disponibilidad de los principales insumos que requiere el proyecto y realizar un sondeo de mercado que refleje en forma aproximada las posibilidades del nuevo producto, en lo concerniente a su aceptación por parte de los futuros consumidores o usuarios y su forma de distribución.

d.6.1.Objetivo del Estudio de Mercado

El objetivo fundamental de un estudio de mercado consiste en determinar la factibilidad de instalar una nueva unidad productora de bienes o servicios, mediante la cuantificación de las cantidades de esos bienes o servicios.

d.6.2.Etapas del Estudio de Mercado

Un estudio de mercado comprende tres etapas básicas:

- Definición de la Cobertura del Estudio o Área de Influencia;
- Recopilación de Información y
- Análisis de dicha información.

d.6.2.1.Cobertura del Estudio de Mercado

La primera etapa se refiere a la delimitación del área geográfica a la cual se circunscribirá la investigación que se pretende efectuar.

d.6.2.2.Recopilación de la Información

La segunda aborda el problema de obtener información necesaria, básicamente se refiere a una investigación documental y de muestreo, a través de la cual se recaba un conjunto de informaciones dirigidas a responder ciertos aspectos que contempla el estudio de mercado y que permite determinar el volumen de la demanda y de la oferta que concurre en el área de influencia del proyecto, así como las características del sistema de producción y comercialización y la manera de cómo se desarrolla.

d.6.2.3Análisis Del Mercado

a.- Descripción y destino del bien o servicio a producir:

“Conocer e investigar las especificaciones o características de los bienes o servicios que estén en estudio. En cuanto al destino del producto es importante investigar sus usos. Así mismo es necesario conocer la idiosincrasia del consumidor” (Martínez, 2010, p. 56).

Un ejemplo podría ser; si el bien, es de consumo masivo, una característica muy importante de los consumidores es su distribución por tramo de ingreso. Las personas de altos ingresos tienen hábitos de consumos diferentes a los de bajos ingresos.

b.- Bienes sustitutos o complementarios:

Se debe describir los bienes o servicios que podrían ser sustitutos o complementarios; su existencia en el mercado; porque es sustitutivo o porque podría

serlo, analizando en forma comparativa calidades, precios, etc., a fin de determinar cual ofrece mayores ventajas al consumidor o identificar los segmentos de la población que prefieren a uno u otro producto.

En caso de un bien complementario se debe analizar su evolución y sus consecuencias que esto representaría para el consumo de los productos en estudio.

c.- Series históricas de producción:

Si se tienen series de producción en el país es necesario conocer la capacidad de producción existente, en qué medida se está utilizando, donde están localizadas las empresas, etc.

Estas pueden ser de tipo artesana, pequeñas empresas que trabajan a bajo rendimiento, es así que se podría emplear nuevas técnicas para mejorar la producción.

d.6.3.Servicio

Los servicios son básicamente procesos más o menos intangibles y experimentados de manera bastante subjetiva, en los que las actividades de producción y consumo se realizan de forma simultánea, ya que se producen interacciones entre el cliente y los proveedores del servicio que se presta.

d.6.4.Cliente

El cliente es la persona más importante dentro de una organización, además es la fuente de información para saber si un producto o servicio nuevo será factible y de esta manera satisfacer las necesidades de los clientes los cuales son la primera fuente

de crecimiento de la empresa. (Martínez, 2010, p. 69)

d.6.5.Demanda

La demanda es la relación entre el precio de un bien y la cantidad que los consumidores están dispuestos y son capaces de comprar por periodo, si lo demás se mantiene constante.

d.6.5.1.Ley de la demanda

Esta ley afirma que la cantidad demanda varia de manera inversa al precio, si lo demás se mantiene constante y por tanto cuando más es el precio, menor es la cantidad demanda o cuando más bajo es el precio, mayor es la cantidad demandada.

d.6.5.2.Demanda individual

“Relación que existe entre las diversas cantidades de una mercancía que pueden ser comprados de acuerdo a los precios posibles del mercado, los ingresos o gastos de los compradores y los precios de los bienes complementarios” (Vidales, 2003, p.162).

d.6.5.3.Demanda de mercado.

“Cantidad total de compras de un bien o servicio que pueden ser realizados por un determinado grupo demográfico, también pueden ser las ventas realizadas en una zona geográfica” (Philis, 2014, P.128).

d.6.5.4.Demanda potencial.

La Demanda Potencial es el volumen máximo que podría alcanzar un producto o servicio al ser adquirido por los consumidores en un tiempo determinado.

d.6.5.5.Demanda Real

Son las necesidades reales de nuestros clientes, es decir lo que realmente están consumiendo las personas, para esto se realiza un estudio de mercado

d.6.5.6.Demanda Efectiva

Es el volumen de bienes o servicios que son realmente solicitados por los consumidores en el mercado en un tiempo determinado, estos requerimientos obedecen a las decisiones tomadas por los clientes.

d.6.5.7.Demanda Insatisfecha

En pocas palabras se diría que, lo que se está produciendo no alcanza a satisfacer la demanda de clientes en el mercado o que a su vez los productos no cumplen con las expectativas requeridas por los consumidores.

d.6.6.Oferta

Es una propuesta que se realiza con la promesa de ejecutar o dar algo. Son los productos o servicios que se oferta al mercado, aquí se demuestra que mientras más aumenta el precio mayor es la oferta, la misma que indica que la cantidad ofertada tiene relación directa con el precio. (Mceachern, A, 2013, p.710)

d.7.Plan de Marketing

Un plan de marketing es un documento previo a una inversión, lanzamiento de un producto o comienzo de un negocio donde, entre otras cosas, se detalla lo que se espera conseguir con ese proyecto, lo que costará, el tiempo y los recursos a utilizar para su consecución, y un análisis detallado de todos los pasos que han de darse para alcanzar los fines propuestos. También puede abordar, aparte de los aspectos meramente económicos, los aspectos técnicos, legales y sociales del proyecto. (Enríquez, 2014, p.60)

d.7.1.Producto

En sentido muy estricto, el producto es un conjunto de atributos físicos y tangibles reunidos en una forma identificable. Cada producto tiene un nombre descriptivo o genérico que todo mundo comprende. Los productos que se va a ofrecer en este proyecto son los derivados de los codornices como son sus huevos y carnes los que tiene un alto nivel nutricional para población y los cuales pretendemos promover en el mercado y de esta manera contribuir con el crecimiento de la economía y de la sociedad. (Galindo, 2007, p.15)

d.7.2.Precio

El precio a nivel conceptual, expresa el valor del producto o servicio en términos monetarios. Las materias primas, el tiempo de producción, la inversión tecnológica y la competencia en el mercado son algunos de los factores que inciden en la formación del precio. (Córdova, 2009, p.99)

d.7.2.1.Factor a considerar al establecer el precio de un producto

El costo de la producción

Los costos fijos y variables determinan tanto el margen de beneficio y el precio de venta del producto de una empresa. Los costos fijos incluyen elementos que no cambian regularmente tales como sus gastos incluyendo el alquiler de su oficina, la luz, y otros del lugar de fabricación. Los costos variables son elementos que cambian con el volumen de ventas como mano de obra y materiales. En los precios de su producto, usted tiene que determinar primero qué parte de sus costos fijos y variables entran en producción de cada unidad de su producto. (Córdova, 2009, p.99)

d.7.3.Plaza

Todas las organizaciones, ya sea que produzcan tangibles o intangibles, tienen interés en las decisiones sobre la plaza (también llamada canal, sitio, entrega, distribución, ubicación o cobertura). Es decir, cómo ponen a disposición de los usuarios las ofertas y las hacen accesibles a ellos. La plaza es un elemento de la mezcla del marketing que ha recibido poca atención referente a los servicios debido a que siempre se la ha tratado como algo relativo a movimiento de elementos físicos. (Figueroa y Albuja, 2011, p.37)

d.7.4.Publicidad

Es una forma de comunicación comercial que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación y de técnicas de propaganda.

d.7.5.Promoción

Conjunto de actividades cuyo objetivo es dar a conocer algo o incrementar sus ventas y en su definición más corta, se define como la acción y efecto de promover.

d.7.5.1.Promoción de ventas: Incentivos de corto plazo para alentar las compras o ventas de un producto o servicio.

d.7.5.2.Relaciones públicas:

“La creación de buenas relaciones con los diversos públicos de una compañía, la creación de una buena "imagen de corporación", y el manejo adecuado de rumores, historias o acontecimientos negativos que perjudiquen a la empresa”(Triádu, 2010, p.54).

d.7.5.3.Ventas personales: Presentación oral en una conversación con uno o más compradores posibles con la finalidad de realizar una venta.

d.8.ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos. (Mceachern, 2013, p.92)

Todo estudio técnico tiene como principal objetivo el demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa técnica que mejor se adapte a los criterios de optimización.

d.8.1.Macro localización

La macro localización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto. Además se entiende que la macro-localización se refiere a la región o el territorio donde se pretende realizar el proyecto, en el que se analizan todas las alternativas de trabajo para que al alojarse en el lugar elegido, se pueda trabajar en las mejores condiciones y con los servicios necesarios. (Miranda, 2009, p.91)

d.8.2.Micro localización

Conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. Selección y re-limitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizara y operara el proyecto dentro de la macro zona. (Miranda, 2009, p.104)

d.8.3.Capacidad Instalada

Corresponde a la capacidad máxima disponible permanente, es decir es la cantidad máxima de Bienes o servicios que pueden obtenerse de las plantas y equipos de producción que se encuentren dentro de una Empresa en un determinado tiempo.

d.8.4.Capacidad Utilizada

Es la capacidad real a producir, es decir es la capacidad mínima, la fracción que saquemos de la capacidad instalada y de tal manera que se pueda cumplir con las expectativas del usuario y del empresario, además es la capacidad más razonable y coherente a utilizar en el proyecto.

d.8.5.Ingeniería Del Proyecto

El estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta.

Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura de organización y jurídica que habrá de tener la planta productiva”. Se deben determinar los procesos, equipos, recurso humano, mobiliario y equipo de oficina, terrenos, construcciones, distribución de equipo, obras civiles, organización y eliminación o aprovechamiento del desperdicio.(Business, 2014, p.63)

d.8.6.Flujo grama

“Los Flujogramas, son representaciones a través de símbolos y gráficos, que tratan de mostrar de una manera más simple y clara el proceso de una situación o proceso” (Enríquez, 2014, p.120).

d.8.6.1.Pasos de elaboración

La construcción de los diagramas de flujo implica la consideración de una serie de pasos, mismos que sirven de guía para su diseño, estos se presentan a continuación:

- Conformar un grupo de trabajo donde participen aquellos que son responsables de la ejecución y el desarrollo de los procedimientos que se encuentran debidamente interrelacionados y que constituyen un proceso.
- Establecer el objetivo que se persigue con el diseño de los diagramas y la identificación de quién lo empleará, ya que esto permitirá definir el grado de detalle y tipo de diagrama a utilizar.

- Definir los límites de cada procedimiento mediante la identificación del primer y último paso que lo conforman, considerando que en los procedimientos que están interrelacionados el comienzo de uno es la conclusión del proceso previo y su término significa el inicio del proceso siguiente.
- Una vez que se han delimitado los procedimientos, se procede a la identificación de los pasos que están incluidos dentro de los límites de cada procedimiento y su orden cronológico. (Enríquez, 2014, p.120).

d.8.6.2.Diseño de los diagramas de flujo

Al momento de elaborar un diagrama de flujo deben considerarse los siguientes criterios:

Encabezado del diagrama de flujo, este debe contener la siguiente información

- Nombre de la institución.
- Título, o sea diagrama de flujo.
- Denominación del proceso o procedimiento.
- Denominación del sector responsable del procedimiento.
- Fecha de elaboración.
- Nombre del analista que realizó el trabajo.
- Nombres y abreviaturas de los documentos utilizados en el proceso o procedimiento y de los responsables.
- Simbología utilizada y su significado.

d.8.6.3.Ventajas

- Permiten identificar con mayor facilidad los problemas y las oportunidades de mejora en cada uno de los procesos representados.

- Muestran la relación cliente-proveedor y las transacciones que en ellas se realizan, facilitando a los empleados el análisis de las mismas.
- Son una excelente herramienta para capacitar a los nuevos empleados y también a los que desarrollan la tarea, cuando se realizan mejoras en el proceso. (Enríquez, 2014, p.125).

d.8.6.4.Desventajas

- Diagramas complejos y detallados suelen ser laboriosos en su planteamiento y diseño.
- No existen normas fijas para la elaboración de los diagramas de flujo que permitan incluir todos los detalles que el usuario desee introducir.

d.8.6.5.Símbolos de los Diagramas de Flujo

Los símbolos tienen significados específicos y se conectan por medio de flechas que indican el flujo entre los distintos pasos o etapas. Los símbolos más comunes son:

a) Las acciones.- Una acción (etapa del proceso) se graficará un rectángulo dentro del cual breve o sintéticamente se describirá el acontecimiento.

b) Traslado o Transporte.-Representar traslado o desplazamiento o señalar el sentido del procedimiento, para se utilizará una flecha.

c) Formulario o documento.- Representar formularios, correspondencia expedientes, comunicaciones, etc., se graficará un rectángulo con base cortada por curva semisinoidal anotando en su interior los rasgos del documento

d) Inspección o verificación.- Representar una acción vinculada a una inspección, control o monitoreo, se representará con un cuadrado semicírculo a uno de sus lados horizontales en relación al Flujograma en su totalidad.

e) Archivo o Almacenamiento.- Representar el almacenamiento o archivamiento de un documento o de un bien; se graficará con un triángulo con el vértice hacia abajo. Puede haber almacenamientos transitorios o definitivos.

f) Dinero en efectivo, cheques.- Utilizará la figura del pabellón de una bandera dentro del cual se anotará el símbolo que corresponda.

g) Decisión.- Rombo dentro del cual se describirá la acción a decidirse. En los ángulos se colocarán las alternativas. En el caso que se presenten decisiones en forma escalonada, se graficarán rombos sucesivos.

h) Inicio y término.- Inicio o término a un diagrama de flujo, la figura de un rectángulo con los extremos semicirculares.

i) Conector.- De página para unir o continuar diagrama de flujo en la página siguiente se usará un pentágono pequeño. De proceso se usará un círculo al pie del paso del proceso inicial y otro unido al proceso siguiente, colocando en el interior un número referencial donde fluye el proceso.

j) Bienes, Mercaderías.- Mercaderías, maquinarias, se representará con la figura de un pequeño cubo dentro del cual se especificará las características del bien.

d.8.7. Distribución de planta

La distribución en planta implica la ordenación de espacios necesarios para movimiento de material, almacenamiento, equipos o líneas de producción, equipos industriales, administración, servicios para el personal, etc.

d.8.7.1.Equipos para etapa de inicio

Campana criadora.- Es una luminaria a gas y de forma rectangular que brinda calor a los cotupollos. Para cada 100 cotupollos se recomienda el uso de una de éstas.

Comederos.- Deben ser tipo bandeja, de poca profundidad.

Bebedores.- Muy pequeños y preferentemente de cono para evitar ahogamientos.

d.8.7.2.Equipos para etapas de crianza, engorde y postura.

Módulos y Jaulas.- Un módulo es un armazón de tubo cuadrado metálico de 5 pisos que contiene 10 jaulas construidas de alambre galvanizado (2 en cada piso).

Cada jaula contiene en su parte frontal un comedero metálico a todo lo largo, donde las codornices sacan su cabeza a través de los alambres y pueden alimentarse.

Existe además una prolongación del piso inclinado que sirve de receptáculo para los huevos y se encuentra fuera del alcance de las patas de las ponedoras, de éste modo la recolección se hace más sencilla y se evitan maltratos y pérdidas innecesarias de huevos. Este sistema se denomina Roll-Away. (Lázaro, 2005, p.64)

La jaula tiene una división interna hecha del mismo alambre, de modo que forma dos “celdas” donde convive un grupo de aves y en cada una de ellas existe un pequeño bebedero plástico para las aves, donde el agua baja por gravedad y está regulada por una pequeña válvula que es accionada cada vez que una codorniz acerca su pico para beber.

Debajo de cada piso del módulo se coloca una gran bandeja metálica en cuyo piso se coloca aserrín y sirve para recibir los excrementos de los animales. La limpieza es fácil ya que se extrae las bandejas, se elimina el excremento y se puede lavar y desinfectar sin dificultad.

d.9. ESTUDIO ADMINISTRATIVO – LEGAL

El estudio organizacional y administrativo del proyecto considera la planeación e implementación de una estructura organizacional para la empresa o negocio, egresos de inversión y operación en la organización, estudio legal, aspectos comerciales, aspectos técnicos, aspectos laborales, aspectos tributarios y contratación.

d.9.1. Planificación

“La planificación es el proceso metódico diseñado para obtener un objetivo determinado. En el sentido más universal, implica tener uno o varios objetivos a realizar junto con las acciones requeridas para concluirse exitosamente” (Cuesta, 2012, p.35)

d.9.2. Dirección

“Esta etapa del proceso administrativo comprende todo lo relacionado con la comunicación y motivación que tiene el administrador con relación a sus empleados, de tal manera que se cumpla con todos los objetivos planteados” (Business, 2014, p.102).

d.9.3. Control

El control es una etapa primordial en la administración, pues, aunque una empresa cuente con magníficos planes, una estructura organizacional

adecuada y una dirección eficiente, el ejecutivo no podrá verificar cuál es la situación real de la organización si no existe un informe de los hechos que se van a realizar o ya se realizaron con el único fin de saber que se están cumpliendo con los objetivos. (Business, 2014, p.107)

d.9.4.Manual de Funciones

Es un instrumento o herramienta de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas, sin interferir en las capacidades intelectuales, ni en la autonomía propia, independencia mental o profesional de cada uno de los trabajadores u operarios de una empresa ya que estos podrán tomar las decisiones más acertadas apoyados por las directrices de los superiores, y estableciendo con claridad la responsabilidad, las obligaciones que cada uno de los cargos conlleva, sus requisitos, perfiles, incluyendo informes de labores que deben ser elaborados por lo menos anualmente dentro de los cuales se indique cualitativa y cuantitativamente en resumen las labores realizadas en el período, los problemas e inconvenientes y sus respectivas soluciones tanto los informes como los manuales deberán ser evaluados permanentemente por los respectivos jefes para garantizar un adecuado desarrollo y calidad de la gestión. (THOMPSON, 2009, p.92)

d.9.5.Reglamento interno

El Reglamento Interno son las disposiciones normativas obligatorias entre trabajadores y patronos vinculados por un contrato individual que regulan el papel de las partes, sobre todo de los trabajadores durante el desarrollo del contrato de trabajo.

d.9.5.1.Contenido del reglamento interno

- Hora de entrada y salida de los trabajadores
- Tiempo destinado para las comidas
- Períodos de descanso durante la jornada
- Lugar y momento en que deben comenzar y terminar las Jornadas de trabajo
- Forma de remuneración y el lugar, día y hora de pago
- Las disposiciones disciplinarias y forma de aplicarlas
- La designación de los primeros miembros del Comité de Empresa

d.9.6.Organigrama

“El organigrama es la representación gráfica de la estructura organizativa, usualmente aplicados a empresas u organización. Los organigramas son sistemas de organización que se representan en forma intuitiva y con objetividad. También son llamados cartas o gráficas de organizaciones” (THOMPSON, 2009, p.75).

d.9.6.1Tipos de organigramas

- **Vertical:** En los organigramas verticales, cada puesto subordinado a otro se representa por cuadros en un nivel inferior, ligados a aquel por líneas que representan la comunicación de responsabilidad y autoridad. De cada cuadro del segundo nivel se sacan líneas que indican la comunicación de autoridad y responsabilidad a los puestos que dependen de él y así sucesivamente. Algunos autores acostumbran poner al margen, en la altura correspondiente, la clase de nivel administrativo: alta administración, administración intermedia, administración inferior. A veces separan estos niveles jerárquicos con líneas punteadas. (Antonym, 2007, p. 89)

- **Horizontal:** Representan los mismos elementos del organigrama anterior y en la misma forma, sólo que comenzando el nivel máximo jerárquico a la izquierda y haciéndose los demás niveles sucesivamente hacia la derecha.
- **Circular:** Formados por un cuadro central, que corresponde a la autoridad máxima en la empresa, a cuyo derredor se trazan círculos concéntricos, cada uno de los cuales constituye un nivel de organización.
- **Escalar:** Señala con distintas sangrías en el margen izquierdo los distintos niveles jerárquicos, ayudándose de líneas que señalan dichos márgenes.
- **Combinados o mixtos.-** En este esquema se fusiona ambas formas de jerarquizar los puestos y obligaciones de las personas que intervienen en una empresa.
- **Tabulares.-** Es como un esquema de peldaños salvo que las líneas que une a los integrantes es ficticia es decir no aparecen.
- **Micro administrativos:** pertenecen a una sola organización, ya sea en conjunto o bien, a alguna de las áreas que la conforman.
- **Macro administrativos:** son la representación gráfica de más de una entidad
- **Generales:** aquí se representa a una cierta organización en su totalidad y las relaciones que existen dentro de esta.
- **Específicos:** representan a un departamento o área puntual de la entidad y cómo este se organiza.

- **Integrales:** en ellos se representan todas las unidades administrativas de la empresa y las relaciones jerárquicas o de dependencia que se establecen entre las mismas.

d.9.6.2.Organigrama Estructural

- “Los organigramas son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran” (Antony, 2007, p. 86).

Similar a esta definición se debe señalar que se considera como una representación esquemática de la estructura formal de la empresa, donde se destaca jerarquías, cargos y líneas de comunicación y presenta una visión inmediata y resumida de la forma de distribución de la misma.

d.10.EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación puede considerarse como aquel ejercicio teórico mediante el cual se intentan identificar, valorar y comparar entre sí los costos y beneficios asociados a determinadas alternativas de proyecto con la finalidad de coadyuvar a decidir la más conveniente.

“La identificación de costos y beneficios resulta de contrastar los efectos generados por un proyecto con los objetivos que se pretenden alcanzar con su ejecución y puesta en marcha” (Muñoz, 2011, p.72).

d.10.1 Activo Fijo

Son aquellos que no varían durante el ciclo de explotación de la empresa (o el año fiscal).

Por ejemplo, el edificio donde una fábrica monta sus productos es un activo fijo porque permanece en la empresa durante todo el proceso de producción y venta de los productos.

Un contra ejemplo sería una inmobiliaria: los edificios que la inmobiliaria compra para vender varían durante el ciclo de explotación y por tanto forma parte del activo circulante. Al mismo tiempo, las oficinas de la inmobiliaria son parte de su activo fijo.

d.10.2.Activo Corriente

El activo corriente, también denominado activo circulante, es aquel activo líquido a la fecha de cierre del ejercicio, o convertible en dinero dentro de los doce meses.

Además, se consideran corrientes a aquellos activos aplicados para la cancelación de un pasivo corriente, o que evitan erogaciones durante el ejercicio. Son componentes del activo corriente las existencias, los deudores comerciales y otras cuentas a cobrar, las inversiones financieras a corto plazo y la tesorería. (López, 2009, p.72)

d.10.3Activo Propagado

Representan costos y gastos que no se cargan en el período en el cual se efectúa el desembolso sino que se pospone para cargarse en períodos futuros, los cuales se beneficiaran con los ingresos producidos por estos desembolsos; aplicando el principio contable de la asociación de ingresos y gastos. Son gastos que no ocurren de manera recurrente. (López, 2009, p.75)

d.10.4.Gasto

Un gasto es un egreso o salida de dinero que una persona o empresa debe pagar para un artículo o por un servicio. En contabilidad, se denomina gasto o egreso a la anotación o partida contable que disminuye el beneficio o aumenta la pérdida de una sociedad o persona física. . (Mceachern, 2013, p.42)

d.10.5.Costo

En economía el coste o costo es el valor monetario de los consumos de factores que supone el ejercicio de una actividad económica destinada a la producción de un bien o servicio. Todo proceso de producción de un bien supone el consumo o desgaste de una serie de factores productivos, el concepto de coste está íntimamente ligado al sacrificio incurrido para producir ese bien. (Mceachern, 2013, p.37)

d.10.6.Estados financieros

d.10.6.1.Balance General

Al elaborar el balance general el empresario obtiene la información valiosa sobre su negocio, como el estado de sus deudas, lo que debe cobrar o la disponibilidad de dinero en el momento o en un futuro próximo.

d.10.6.2.Estado de Resultados

El estado de resultado o estado de pérdidas y ganancias es un documento contable que muestra detalladamente y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio.

d.10.6.2.Estados Proforma

Los estados financieros pro-forma son estados financieros proyectados. De otra forma dicho son el estado de resultados y balance “presupuestados”, Para realizar debidamente el estado de resultados y el balance pro forma deben desarrollarse primero los presupuestos, de ahí elaborar el flujo para posteriormente realizar el estado financiero a una fecha determinada futura. Para esto es necesario contar con el detalle de los presupuestos. (García, y Fernández, 2011, p. 56)

d.10.7.Flujo de Caja

En finanzas y en economía se entiende por flujo de caja o flujo de fondos los flujos de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado. El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa. (Muñoz, 2011, p.247)

El estudio de los flujos de caja dentro de una empresa puede ser utilizado para determinar

- Problemas de liquidez. El ser rentable no significa necesariamente poseer liquidez. Una compañía puede tener problemas de efectivo, aun siendo rentable. Por lo tanto, permite anticipar los saldos en dinero.
- Para analizar la viabilidad de proyectos de inversión, los flujos de fondos son la base de cálculo del Valor actual neto y de la Tasa interna de retorno.
- Para medir la rentabilidad o crecimiento de un negocio cuando se entienda que las normas contables no representan adecuadamente la realidad económica.

d.10.8.Evaluación Económica

Es la determinación de la rentabilidad de un proyecto, mediante uno o más de un indicador con el objeto de facilitar el proceso de toma de decisiones. El resultado del indicador se usa como criterio de decisión. (Sánchez, 2012, p.56).

d.10.8.1.VAN

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros deben determinar la equivalencia en el tiempo de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. (Sánchez, 2012, p.81).

Dicha tasa de actualización (k) o de descuento (d) es el resultado del producto entre el coste medio ponderado de capital (CMPC) y la tasa de inflación del periodo. Cuando dicha equivalencia es mayor que el desembolso inicial, entonces, es recomendable que el proyecto sea aceptado.

TABLA N° 1

Valor	Significado	Decisión
VAN > 0	La inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida (r)	El proyecto puede aceptarse
VAN < 0	La inversión produciría pérdidas por debajo de la rentabilidad exigida (r)	El proyecto debería rechazarse
VAN = 0	La inversión no produciría ni ganancias ni pérdidas	Dado que el proyecto no agrega valor monetario por encima de la rentabilidad exigida (r), la decisión debería basarse en otros criterios, como la obtención de un mejor posicionamiento en el mercado u otros factores.

Elaborado: La Autora

Fórmula:

$$VAN = SUMATORIA DE FLUJOS ACTUALIZADOS - INVERSIÓN INICIAL$$

d.10.8.2.TIR

“La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para reinvertir” (García, y Fernández, 2011, p. 76).

La TIR puede utilizarse como indicador de la rentabilidad de un proyecto: a mayor TIR, mayor rentabilidad; así, se utiliza como uno de los criterios para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

Para saber si un proyecto de inversión es conveniente o no, se deberá comparar la tasa interna de rendimiento (T.I.R.) del proyecto con el tipo de interés vigente en el

mercado. Si la diferencia es positiva se puede llevar a cabo el proyecto. Si la diferencia es negativa significa que con los flujos generados no se puede hacer frente ni siquiera al coste del capital.

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right)$$

Dónde:

Tm = tasa de rendimiento menor.

Dt= diferencias de tasas de rendimiento (mayor – menor)

d.10.8.3.Costo Beneficio- Relación Beneficio Costo

El costo-beneficio es una lógica o razonamiento basado en el principio de obtener los mayores y mejores resultados al menor esfuerzo invertido, tanto por eficiencia técnica como por motivación humana. Se supone que todos los hechos y actos pueden evaluarse bajo esta lógica, aquellos dónde los beneficios superan el costo son exitosos, caso contrario fracasan. (García, y Fernández, 2011, p. 82)

La fórmula que se utiliza es:

$$BC = \frac{Ingresos\ Actualizados}{Costos\ Actualizados}$$

d.10.8.4.Periodo de Recuperación del Capital

El periodo de recuperación se define como el número esperado de años que se requieren para que se recupere una inversión original. El proceso es muy sencillo, se

suman los flujos futuros de efectivo de cada año hasta que el costo inicial del proyecto de capital quede por lo menos cubierto. (López, 2009, p.314)

La cantidad total de tiempo que se requiere para recuperar el monto original invertido, incluyendo la fracción de un año en caso de que sea apropiada, es igual al periodo de recuperación.

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} + \left(\frac{\text{Inversión} - \Sigma \text{ Primeros flujos}}{\text{Flujo del año que supera la inversión}} \right)$$

d.10.8.5.Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es aquel nivel de actividad en el que la empresa ni gana, ni pierde dinero, su beneficio es cero. También se puede decir que es el volumen mínimo de ventas que debe lograrse para comenzar a obtener utilidades.

“Es la cifra de ventas que se requiere alcanzar para cubrir los gastos y costos de la empresa y en consecuencia no obtener ni utilidad ni pérdida” (Miranda, 2004, p.45).

La fórmula para hallar el punto de equilibrio es:

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

Dónde:

PE: Punto de Equilibrio en relación a la capacidad

CFT: Costos Fijos Totales

VT: Ventas Totales

CVT": Costos Variables Totales

Fórmula del punto de equilibrio en cuanto a las ventas

$$PE = \frac{CFT}{1 - \left(\frac{CVT}{VT}\right)}$$

PE: Punto de Equilibrio en relación a la capacidad

CFT: Costos Fijos Totales

VT: Ventas Totales

CVT": Costos Variables Totales

d.10.8.6. Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad es un término financiero, muy utilizado en el mundo de la empresa a la hora de tomar decisiones de inversión, que consiste en calcular los nuevos flujos de caja y el VAN, al cambiar una variable (la inversión inicial, la duración, los ingresos, la tasa de crecimiento de los ingresos, los costes, etc.).

De este modo teniendo los nuevos flujos de caja y el nuevo VAN podremos calcular o mejorar nuestras estimaciones sobre el proyecto que vamos a comenzar en el caso de que esas variables cambiasen o existiesen errores iniciales de apreciación por nuestra parte en los datos obtenidos inicialmente. (Miranda, 2004, p.65)

Para hacer el análisis de sensibilidad tenemos que comparar el VAN antiguo con el VAN nuevo y nos dará un valor que al multiplicarlo por cien obtendremos el porcentaje de cambio. Las fórmulas a utilizar son las siguientes:

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right)$$

Dónde:

Tm = tasa de rendimiento menor.

Dt= diferencias de tasas de rendimiento (mayor – menor)

Luego:

$$Diferencia = TIR\ proyecto - Nueva\ TIR$$

Luego:

$$Porcentaje\ de\ Variación = \frac{Diferencia\ de\ TIR}{TIR\ del\ Proyecto} \times 100$$

Por último el análisis de sensibilidad es:

$$Sensibilidad = \frac{Porcentaje\ de\ Variación}{Nueva\ TIR}$$

e) MATERIALES Y MÉTODOS

e.1. Métodos

Inductivo

Este método parte desde las necesidades observadas que dieron origen a la creación del proyecto y por ende determinar la factibilidad y rentabilidad que generaran los productos derivados de la codorniz. Además fue esencial porque se dio cumplimiento al primer y segundo objetivo que fue realizar el estudio de mercado y establecer una buena estrategia de promoción respectivamente.

Deductivo

Este método fue utilizado para la realización y desarrollo del presente trabajo, el cual se fue descomponiendo desde las actividades generales, hasta las más particulares que se desarrollaron en el proyecto.

Además se pudo conocer la importancia, la finalidad económica y social que obtendrá la empresa y los diferentes términos y conceptos que se encuentran en el marco teórico, de esta manera este método contribuyo al desarrollo del estudio organizacional de la empresa, es decir se cumplió con el cuarto objetivo.

Analítico

La aplicación de este método fue fundamental para analizar los resultados obtenidos a través de la aplicación de encuestas, la recopilación bibliográfica de libros y la observación que se usó para saber la acogida que tendrán los productos en el

mercado Lojano, lo cual permitió enfocarse en el estudio técnico del tema planteado, cuyo estudio fue el tercer objetivo que se planteó.

Matemático

Este método fue utilizado en la parte práctica del proyecto a todos los cálculos que se hizo para obtener el resultado de las diferentes fórmulas aplicadas y a su vez interpretarlos para saber si el proyecto será viable, dando cumplimiento en parte al estudio de mercado, estudio técnico, que son el primer y tercer objetivo del proyecto y también el último objetivo que fue el desarrollo del estudio financiero y la evaluación financiera.

Estadístico

Este método fue indispensable para realizar la recolección, organización, interpretación y tabulación de los datos obtenidos de las encuestas, así mismo sirvió para hacer las gráficas estadísticas en base a los resultados que se obtuvo y de esta manera realizar un análisis de los resultados y poder tomar las decisiones respectivas. Este método está relacionado con el primer objetivo de proyecto que se planteó.

e.2. Técnicas

Observación.- Mediante ésta técnica se realizó observaciones directas a empresas (Granja de Codorniz Santa Elena de Santo Domingo de los Tsáchilas) que se dedican a realizar este tipo de producción y comercialización, de esta manera se obtuvo ideas y conocimientos innovadores que ayudaran a mejorar la imagen y rentabilidad de la nueva empresa.

Recopilación Bibliográfica.- Permitió la recolección de información secundaria y la obtención de datos relevantes por medios de libros y demás fuentes bibliográficas que ayudaron al desarrollo del marco teórico.

CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN CARACTERISTICAS DEL CLIENTE VARIABLES DEMOGRÁFICAS	
Base de Segmentación	Categorías
Sexo	Masculino / Femenino
Edad	Toda la población
Educación	Cualquiera
Religión	Sin restricción
Raza	Sin restricción
Tamaño de Familia	4 personas o solos
Estado Civil	Cualquiera
VARIABLES GEOGRÁFICAS	
Base de Segmentación	Categorías.
Nacionalidad	Ecuatorianos y Extranjeros
Región	Ciudad de Loja
Densidad	170280/4 habitantes
Tipo de población	Urbana
Tipo de clima	Cálido/frío
Idioma	Español
VARIABLES SOCIO-ECONOMICAS	
Clase social	Baja superior, media baja, media intermedia, media alta, alta inferior, alta intermedia, alta superior.
Ingresos	Dependen de sus Padres- Población económicamente activa
Ocupación	Cualquiera
VARIABLES CONDUCTUALES	
Índice de uso	Usuario medio.
Situación de compra	Ocasión ordinaria.
Grado de lealtad	Ligero
Sensibilidad a la publicidad	Alta sensibilidad.
Clase de usuario	Personas que les gusta comer

Encuesta.- Las respectivas encuestas se aplicaron a la población urbana de la ciudad de Loja, con la finalidad de obtener información útil, oportuna y confiable relacionada con la actividad que se va a desarrollar y de esta manera saber si los productos a vender van a tener la acogida de los consumidores y saber si habrá demanda potencial, real y efectiva.

Segmentación de Mercado

TABLA N° 2

Elaborado: La Autora

Para la segmentación de mercado se evaluó las variables geográficas, socioeconómicas y conductuales, las mismas que fueron fundamentales para saber cuál fue el tipo de población con el que se trabajó para la realización del proyecto.

Cálculo del tamaño de la muestra

Desarrollo

Primeramente se debe proyectar la población al año actual tomando como base los datos del último censo 2010.

Dónde:

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

P.a. = 42 570

$$Puf = 42\,570 (1 + 0.0265)^5$$

i = 2.65%

n = 5 años

$$Puf = 48\,518$$

Para calcular el tamaño de la muestra suele utilizarse la siguiente fórmula:

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

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

σ = es la desviación estándar de la población la cual es de 0,5

z = es el nivel de confianza que si toma el 95% esta equivale al 1,96 y si es el 99%

esto equivaldrá al 2,58

e = es el error muestral que varía entre el 1% y el 9%

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

$$n = \frac{48\,518 * 0.5^2 * 1.96^2}{(48\,518 - 1)0.05^2 + 0.5^2 * 1.96^2}$$

$$n = \frac{46596}{121,63}$$

$$n = 383$$

Distribución de la muestra

TABLA N° 3

NOMBRE DE LA CIUDAD	POBLACIÓN 2010	POBLACIÓN 2015	MUESTRA	PORCENTAJE
LOJA	170280	48518	383	100%
NOMBRE DE PARROQUIAS URBANAS		POBLACIÓN POR FAMILIA	MUESTRA	
VALLE	30695	8746	69	18.03%
SUCRE	69388	19 771	156	40.75%
SAGRARIO	15162	4320	34	8.90%
SAN SEBASTIAN	55035	15681	124	32.32%

Fuente: Inec

Elaborado: La Autora

Interpretación.- Para el proceso del cálculo de la muestra se utilizó los datos del censo del año 2010, la población fue de 170.280 habitantes pero este proyecto fue realizado en familias, para lo cual los 170.280 se dividió para 4, obteniendo la cantidad de 42.570 familias, el 4 es el número de miembros del cual está constituido generalmente una familia.

Luego de este proceso se calculó la población actual del año 2015, cuya población fue de 48518 familias, la cual se obtuvo al aplicar la fórmula de la población futura y a la vez se aplicó la fórmula para encontrar la muestra, cuyo proceso ya se muestra anteriormente. Finalmente la muestra obtenida fue de 383, el mismo que indica la cantidad de encuestas que debió a realizar, además se hizo la distribución de la muestra, es decir la cantidad de encuestas que se debió usar en cada parroquia urbana de la ciudad de Loja.

f) RESULTADOS.

f.1. TABULACIÓN, INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS

1.- ¿Sabía usted que existe un tipo de ave muy nutritiva llamada codorniz?

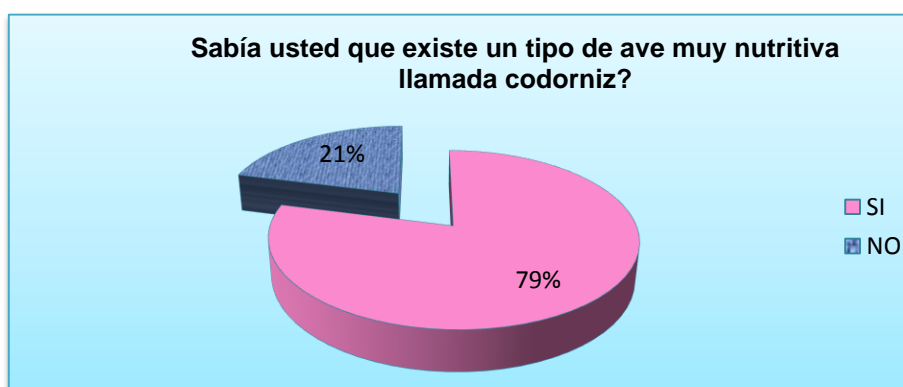
TABLA N° 4

RESPUESTA	TABULACIÓN	PORCENTAJE
SI	303	79%
NO	80	21%
TOTAL	383	100%

ELABORADO: La Autora

FUENTE: Encuesta

GRÁFICO N° 1



ELABORADO: La Autora

FUENTE: Encuesta

INTERPRETACIÓN.- Según las encuestas realizadas se determinó que el 79% de las personas contestaron que si conocen este tipo de ave y el 21% no tiene idea de la existencia de esta especie.

2.- ¿A usted y su familia les gusta los huevos de codorniz?

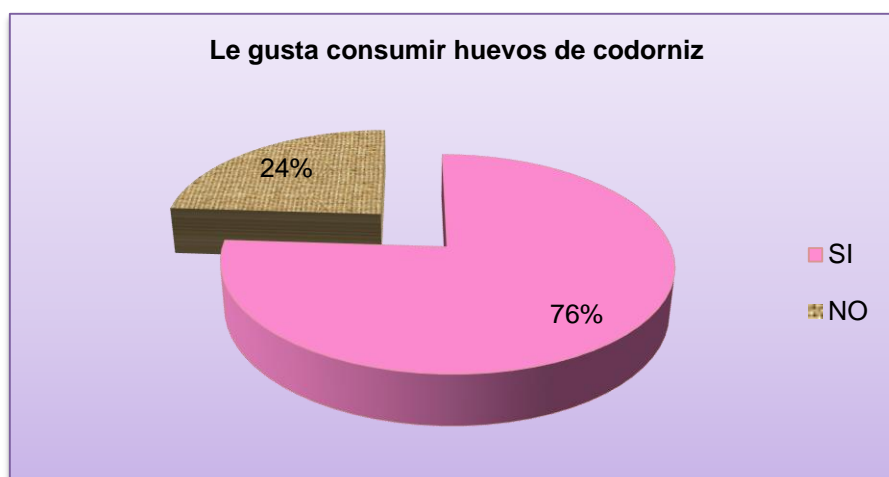
TABLA N° 5

RESPUESTA	TABULACIÓN	PORCENTAJE
SI	290	76%
NO	93	24%
TOTAL	383	100%

ELABORADO: La Autora

FUENTE: Encuesta

GRÁFICO N°2



ELABORADO: La Autora

FUENTE: Encuesta

INTERPRETACIÓN.- Los resultados obtenidos a través de la aplicación de las encuestas demostraron que el 76% de las personas encuestadas consume huevos de codorniz, mientras que el 24% no lo hace.

3.- ¿A usted y su familia le gusta la carne de codorniz?

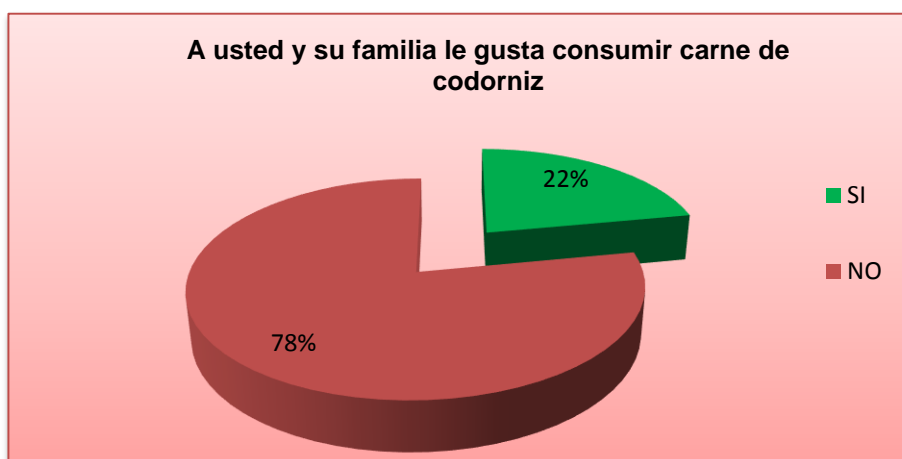
TABLA N° 6

RESPUESTA	TABULACIÓN	PORCENTAJE
SI	84	22%
NO	299	78%
TOTAL	383	100%

ELABORADO: La Autora

FUENTE: Encuesta

GRÁFICO N°3



ELABORADO: La Autora

FUENTE: Encuesta

INTERPRETACIÓN.- Los resultados obtenidos a través de la aplicación de las encuestas revelaron que el 78% de las personas, no consumen carne de codorniz, mientras que el 22% si lo hace.

4.- ¿Actualmente consume huevos de codorniz?

TABLA N° 7

RESPUESTA	TABULACIÓN	PORCENTAJE
SI	275	95%
NO	15	5%
TOTAL	290	100%

ELABORADO: La Autora
FUENTE: Encuesta

GRÁFICO N°4



ELABORADO: La Autora
FUENTE: Encuesta

INTERPRETACIÓN.- Los resultados obtenidos a través de la aplicación de las encuestas manifestaron que el 95% de las personas consumen huevos de codorniz, mientras que el 5% no lo hace.

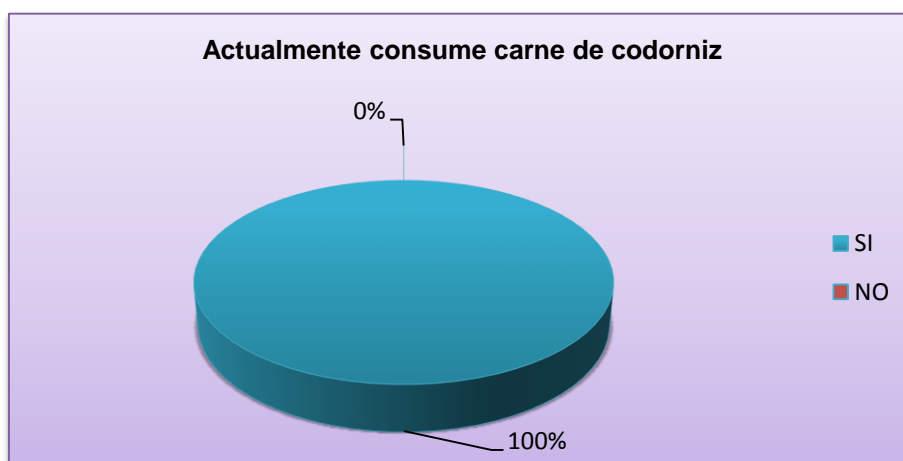
5.- ¿Actualmente consume carne de codorniz?

TABLA N° 8

RESPUESTA	TABULACIÓN	PORCENTAJE
SI	84	100%
NO	0	0%
TOTAL	84	100%

ELABORADO: La Autora
FUENTE: Encuesta

GRÁFICO N°5



ELABORADO: La Autora
FUENTE: Encuesta

INTERPRETACIÓN.- Los resultados obtenidos a través de la aplicación de las encuestas manifestaron que el 100% de las personas que les gusta comer carne de codorniz, los mismos que están consumiendo actualmente.

6.- ¿Cada que tiempo consume huevos de codorniz?

TABLA N° 9

RESPUESTAS	TABULACIÓN	PORCENTAJE
Semanal	163	59%
Quincenal	46	17%
Mensual	66	24%
TOTAL	275	100%

ELABORADO: La Autora
FUENTE: Encuesta

GRÁFICO N° 6



ELABORADO: La Autora
FUENTE: Encuesta

INTERPRETACIÓN.- Los resultados obtenidos por medio de la encuesta aplicadas, señalan que el 59% de las personas consumen huevos de codorniz semanalmente, mientras que el 24% se alimenta de este producto quincenalmente y el 17% lo hace de manera mensual.

7.- ¿Cuántos huevos de codorniz consumen usted semanalmente?

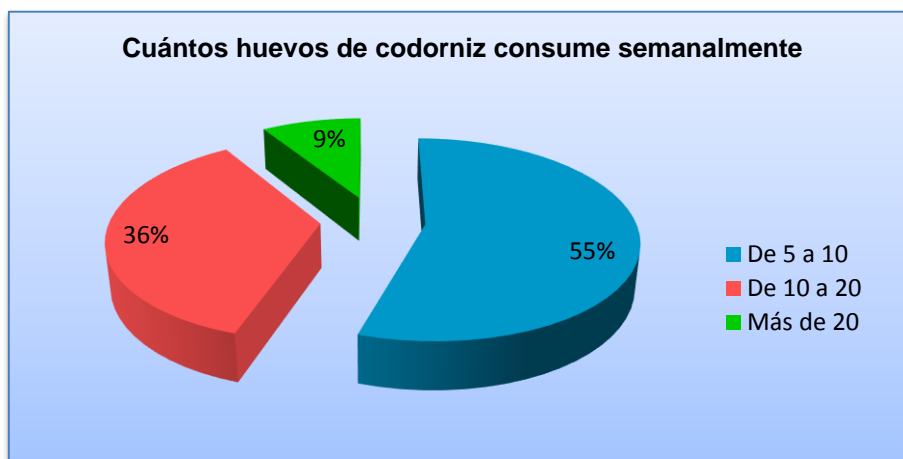
TABLA N° 10

RESPUESTAS	TABULACIÓN	PORCENTAJE
De 5 a 9	151	55%
De 10 a 19	99	36%
20 HUEVOS	25	9%
TOTAL	275	100%

ELABORADO: La Autora

FUENTE: Encuesta

GRÁFICO N°7



ELABORADO: La Autora

FUENTE: Encuesta

INTERPRETACION.-Los resultados determinan que el 55% de los encuestados comen de 5 a 9 huevos semanalmente, el 36% de las personas consumen de 10 a 19 huevos y el 9% se alimenta con 20 huevos semanalmente.

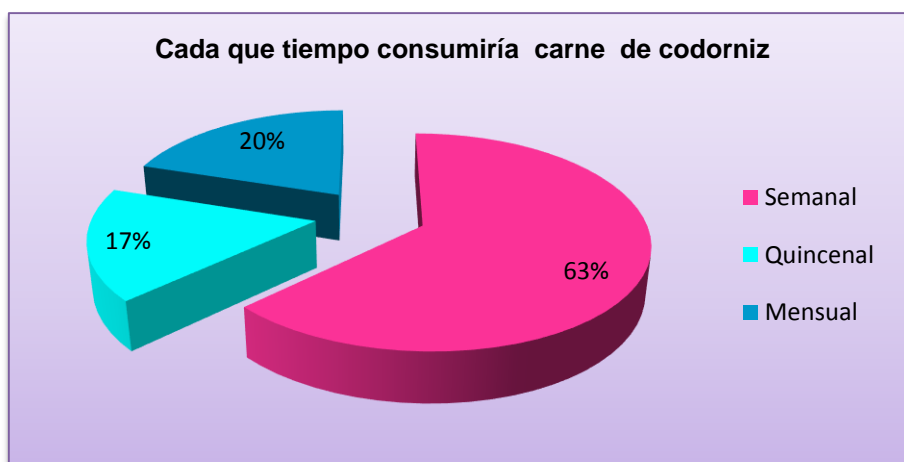
8.- ¿Cada que tiempo consume carne de codorniz?

TABLA N° 11

RESPUESTAS	TABULACIÓN	PORCENTAJE
Semanal	54	63%
Quincenal	14	17%
Mensual	16	20%
TOTAL	84	100%

ELABORADO: La Autora
FUENTE: Encuesta

GRÁFICO N° 8



ELABORADO: La Autora
FUENTE: Encuesta

INTERPRETACIÓN.- Este gráfico nos demuestra que el 63% consumiría la carne de codorniz semanalmente, el 20% mensualmente y el 17% haría el uso de este alimento cada quince días.

9. ¿Cuántas libras de codorniz consume por semana?

TABLA N° 12

RESPUESTA	TABULACIÓN	PORCENTAJE
De 0 a 1 lb	84	100%
De 2 a 3 lb	0	0%
TOTAL	84	100%

ELABORADO: La Autora

FUENTE: Encuesta

GRÁFICO N°9



ELABORADO: La Autora

FUENTE: Encuesta

INTERPRETACIÓN.- Los resultados obtenidos a través de la aplicación de las encuestas revelaron que el 100% de las personas encuestadas les gusta consumir carne máximo 1 libra semanalmente.

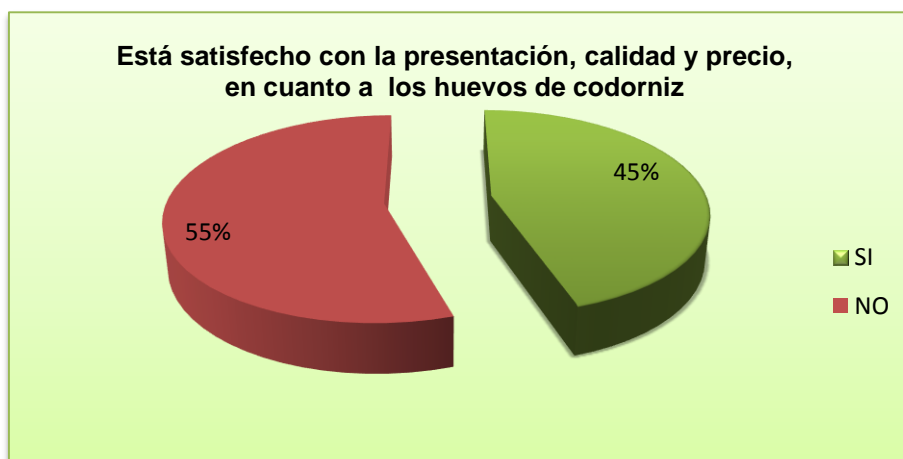
10.- ¿Está satisfecho con la presentación, calidad y precio, en cuanto a los huevos de codorniz?

TABLA N° 13

RESPUESTA	TABULACIÓN	PORCENTAJE
SI	125	45%
NO	150	55%
TOTAL	275	100%

ELABORADO: La Autora
FUENTE: Encuesta

GRÁFICO N°10



ELABORADO: La Autora
FUENTE: Encuesta

INTERPRETACIÓN.- Los resultados obtenidos a través de la aplicación de las encuestas manifestaron que el 45% de las personas que consumen huevos de codorniz, están satisfechos con la presentación, calidad y precios, mientras que el 55% no lo están por lo que se sienten insatisfechos.

11.- ¿Está satisfecho con la presentación, calidad y precio, en cuanto a la carne de codorniz?

TABLA N° 14

RESPUESTA	TABULACIÓN	PORCENTAJE
SI	5	6%
NO	79	94%
TOTAL	84	100%

ELABORADO: La Autora
FUENTE: Encuesta

GRÁFICO N°11



ELABORADO: La Autora
FUENTE: Encuesta

INTERPRETACIÓN.- Los resultados obtenidos a través de la aplicación de las encuestas manifestaron que el 6% de las personas que consumen carne de codorniz, están satisfechos con la presentación, calidad y precios, mientras que el 94% no lo están por lo que se sienten insatisfechos.

12.- ¿De qué manera consume los huevos de codorniz?

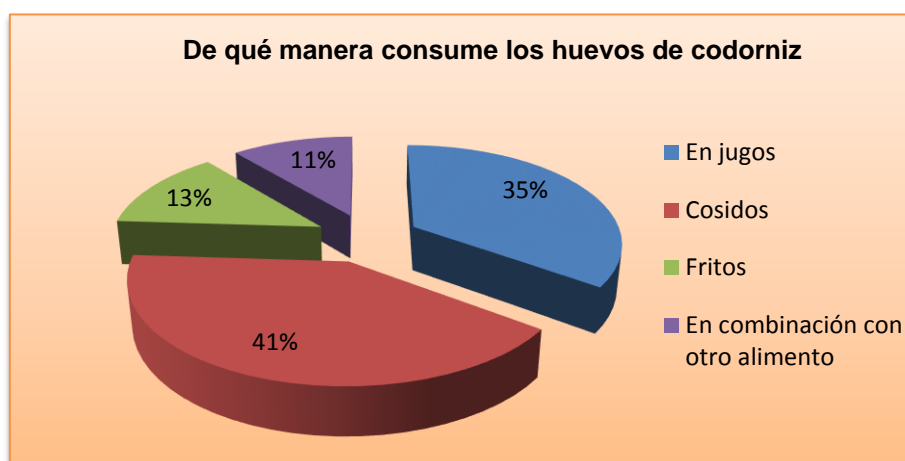
TABLA N° 15

RESPUESTAS	TABULACIÓN	PORCENTAJE
En jugos	297	35%
Cosidos	343	41%
Fritos	110	13%
En combinación con otro alimento	91	11%
TOTAL	841	100%

ELABORADO: La Autora

FUENTE: Encuesta

GRÁFICO N°12



ELABORADO: La Autora

FUENTE: Encuesta

INTERPRETACIÓN.- Al aplicar las encuestas se pudo determinar que el 41% de la población urbana de la ciudad de Loja consume los huevos cocidos, el 35% lo usa para los jugos, el 13% fríe los huevos de codorniz y el 11% combina este producto con otros alimentos.

13.- ¿En qué lugares desearía que se vendan estos productos (carne y huevos)?

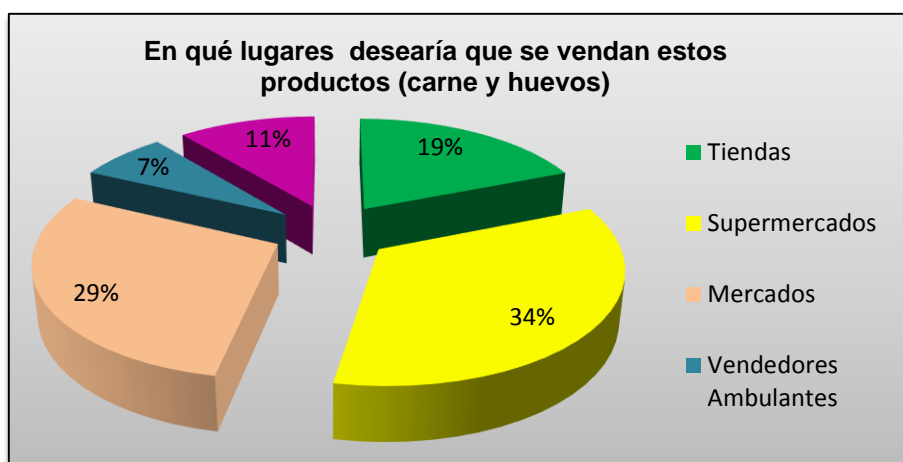
TABLA N° 16

RESPUESTAS	TABULACIÓN	PORCENTAJE
Tiendas	217	19%
Supermercados	375	34%
Mercados	324	29%
Vendedores Ambulantes	80	7%
En el propio local de la empresa	121	11%
TOTAL	1117	100%

ELABORADO: La Autora

FUENTE: Encuesta

GRÁFICO N°13



ELABORADO: La Autora

FUENTE: Encuesta

INTERPRETACIÓN.-La población urbana de la ciudad de Loja desea que se vendan estos productos en los supermercados, puesto que estos presentan una preferencia del 34%, seguido de los mercados con un 29%, tiendas con un 19%, en el propio local de la empresa con un porcentaje del 11% y el 7% de los encuestados desean comprar a los vendedores ambulantes.

14.- ¿Cuánto paga actualmente por una caja de 20 huevos?

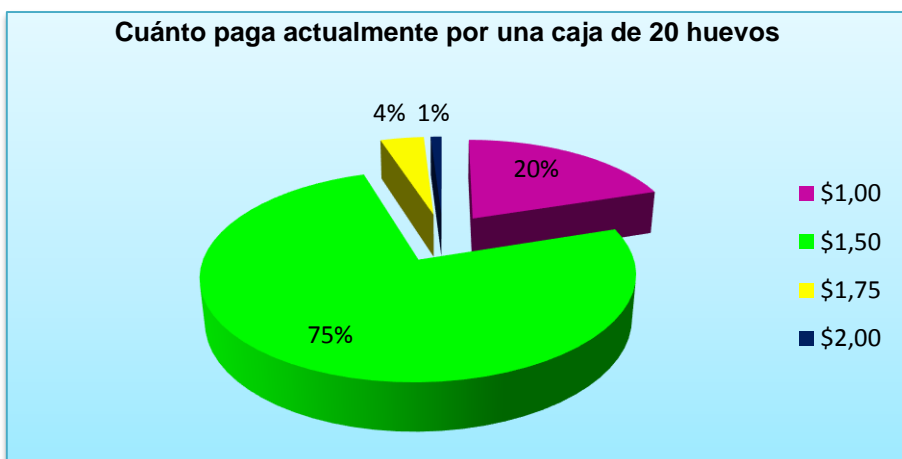
TABLA N° 17

RESPUESTAS	TABULACIÓN	PORCENTAJE
\$ 1,00	55	20%
\$ 1,50	206	75%
\$ 1,75	11	4%
\$ 2,00	3	1%
TOTAL	275	100%

ELABORADO: La Autora

FUENTE: Encuesta

GRÁFICO N°14



ELABORADO: La Autora

FUENTE: Encuesta

INTERPRETACIÓN.- la aplicación de las encuestas detalla que el 75% de las personas pagan actualmente \$1,50 USD por una caja de 20 huevos, mientras que el 20% señalan que pagan \$1,00 USD, el 4% y el 1% pagan \$1,75 y \$2,00 dólares respectivamente.

15.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una caja de 20 huevos?

TABLA N° 18

RESPUESTAS	TABULACIÓN	PORCENTAJE
\$ 1,00	209	76%
\$ 1,50	66	24%
\$ 1,75	0	0%
\$ 2,00	0	0%
TOTAL	275	100%

ELABORADO: La Autora
FUENTE: Encuesta

GRÁFICO N°15



ELABORADO: La Autora
FUENTE: Encuesta

INTERPRETACIÓN.- los datos obtenidos señalan que el 76% de la población encuestada está dispuesta a pagar \$1,00 USD por una caja de 20 huevos y un 24% consideran que podrían pagar 1,50 USD por la misma cantidad de huevos.

16- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una libra de carne de codorniz?

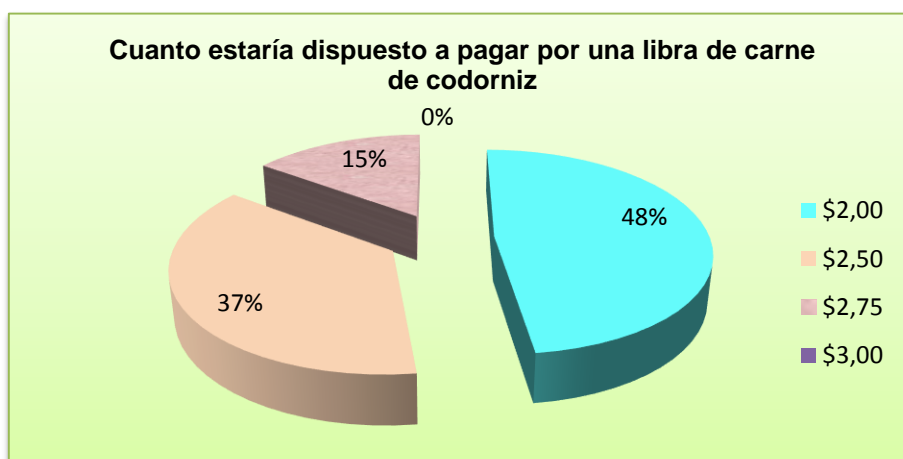
TABLA N° 19

RESPUESTAS	TABULACIÓN	PORCENTAJE
\$ 2,00	40	48%
\$ 2,50	31	37%
\$ 2,75	13	15%
\$ 3,00	0	0%
TOTAL	84	100%

ELABORADO: La Autora

FUENTE: Encuesta

GRÁFICO N°16



ELABORADO: La Autora

FUENTE: Encuesta

INTERPRETACIÓN.- Los datos obtenidos señalan que el 48% de la población encuestada está dispuesta a pagar \$2,00 USD por una libra de carne de codorniz, el 37% y el 15% están dispuestos a pagar \$2,50 y \$2,75 dólares respectivamente por comprar este producto.

17.- ¿En caso de crearse una empresa productora y comercializadora de huevos de codorniz usted estaría dispuesto a ser nuestro cliente y comprar nuestros productos?

TABLA N° 20

RESPUESTA	TABULACIÓN	PORCENTAJE
SI	347	90%
NO	36	10%
TOTAL	383	100%

ELABORADO: La Autora
FUENTE: Encuesta

GRÁFICO N°17



ELABORADO: La Autora
FUENTE: Encuesta

INTERPRETACIÓN.- El gráfico señala que el 90% de los encuestados si está dispuestos a consumir huevos de codorniz y un 10% no desean este producto.

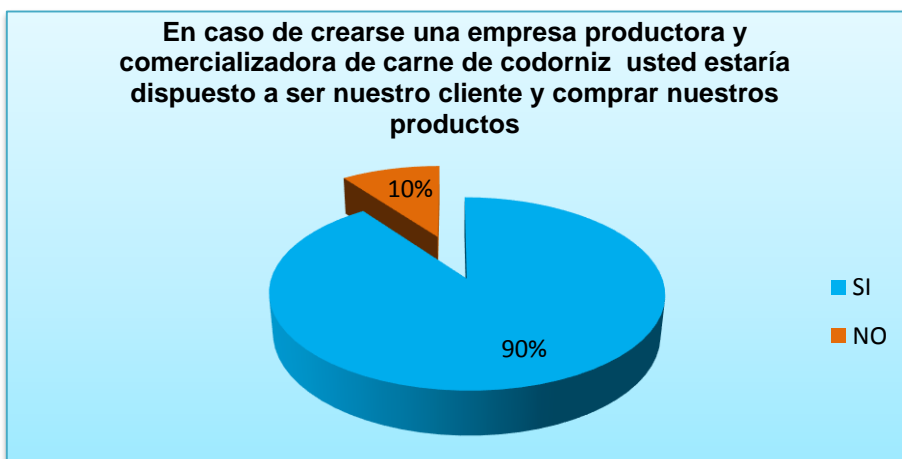
18.- ¿En caso de crearse una empresa productora y comercializadora de carne de codorniz usted estaría dispuesto a ser nuestro cliente y comprar nuestros productos?

TABLA N° 21

RESPUESTA	TABULACIÓN	PORCENTAJE
SI	347	90%
NO	36	10%
TOTAL	383	100%

ELABORADO: La Autora
FUENTE: Encuesta

GRÁFICO N°18



ELABORADO: La Autora
FUENTE: Encuesta

INTERPRETACIÓN.- El gráfico señala que el 90% de los encuestados si está dispuestos a consumir huevos de codorniz y un 10% no desean este producto.

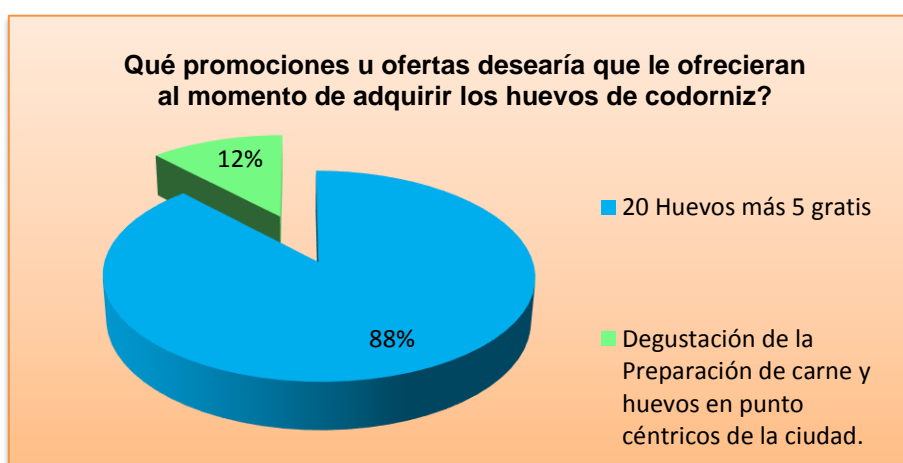
19.- ¿Qué promociones u ofertas desearía que le ofrecieran al momento de adquirir los huevos de codorniz?

CUADRO N° 22

RESPUESTAS	TABULACIÓN	PORCENTAJE
20 Huevos más 5 gratis	242	88%
Degustación de la Preparación de huevos en punto céntricos de la ciudad.	33	12%
TOTAL	275	100%

ELABORADO: La Autora
FUENTE: Encuesta

GRÁFICO N°19



ELABORADO: La Autora
FUENTE: Encuesta

INTERPRETACION: Después de haber realizado las encuestas se puede determinar, que entre las ofertas que desean los clientes tenemos con un 88% anhelan que por comprar 20 huevos se les diera 5 gratis y finalmente el 12% restante desean que se haga una promoción de los huevos de codorniz a través de la preparación y degustación de dicho alimento en un lugar céntrico de la ciudad para conocimiento de las personas.

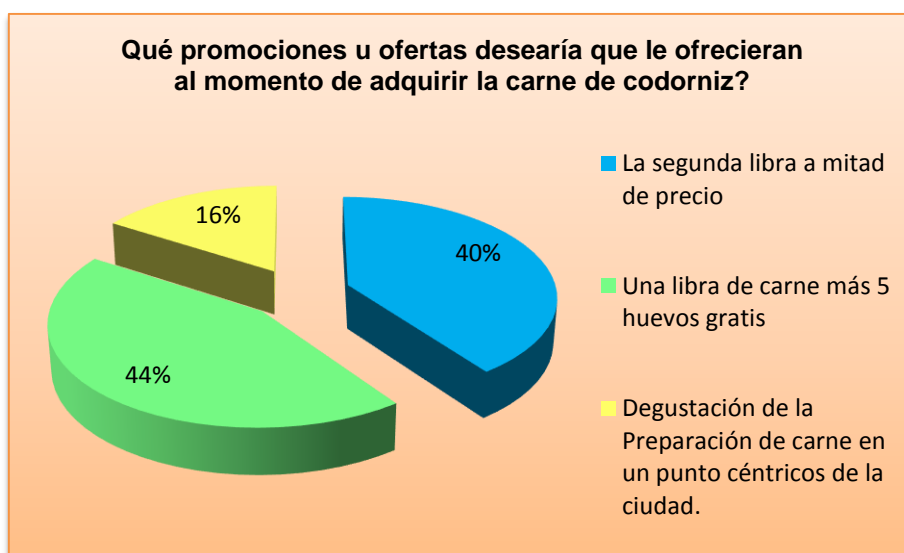
20.- ¿Qué promociones u ofertas desearía que le ofrecieran al momento de adquirir la carne de codorniz?

CUADRO N° 23

RESPUESTAS	TABULACIÓN	PORCENTAJE
La segunda libra a mitad de precio	34	40%
Una libra de carne más 5 huevos gratis	37	44%
Degustación de la Preparación de carne en un punto céntrico de la ciudad.	13	16%
TOTAL	84	100%

ELABORADO: La Autora
FUENTE: Encuesta

GRÁFICO N°20



ELABORADO: La Autora
FUENTE: Encuesta

INTERPRETACION: Después de haber realizado las encuestas se puede determinar, que entre las ofertas que desean los clientes tenemos un 44% de los encuestados prefieren que por la libra de carne adquirida se les de 5 huevos gratis, el 40% de las personas desean que por la adquisición de una libra de carne la siguiente sea a mitad de precio, el 16% restante desean que se haga una promoción de la carne a través de la preparación y degustación de dicho alimento en un lugar céntrico de la ciudad para conocimiento de las personas.

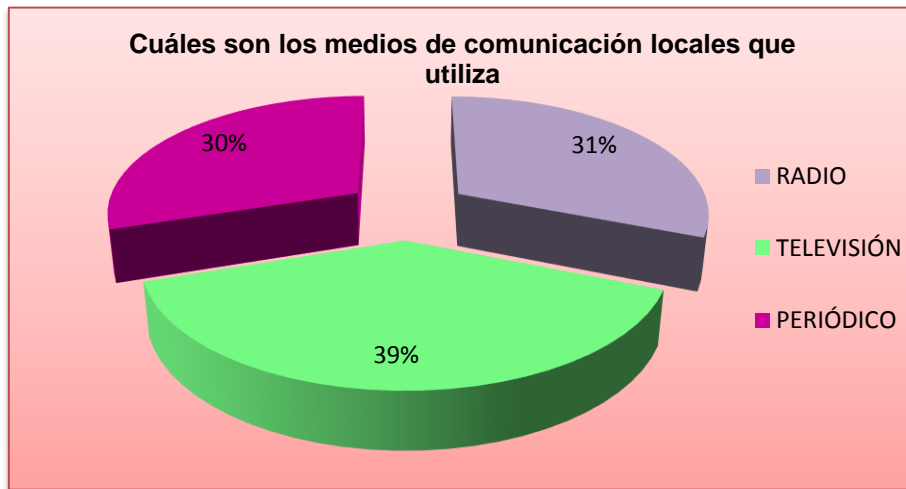
21.- ¿Cuáles son los medios de comunicación locales que utiliza?

TABLA N° 24

RESPUESTA	TABULACIÓN	PORCENTAJE
RADIO	230	31%
TELEVISIÓN	287	39%
PERIÓDICO	221	30%
TOTAL	738	100%

ELABORADO: La Autora
FUENTE: Encuesta

GRÁFICO N°21



ELABORADO: La Autora
FUENTE: Encuesta

INTERPRETACIÓN.- El gráfico expuesto nos demuestra que el medio de comunicación más utilizado por las personas encuestadas es la televisión con un 39% siendo ECOTEL el canal más visto por los mismos, un 31% utiliza la radio como medio de comunicación sintonizando con más frecuencia las emisoras SEMILLAS DE AMOR y SATELITAL, por último el 30% restante utiliza el diario LA HORA el mismo que es el periódico más utilizado dentro de la ciudad de Loja.

f.2 CÁLCULO DE LA DEMANDA POTENCIAL.

¿A usted y su familia le gustan los huevos de codorniz?

TABLA N° 25

RESPUESTA	TABULACIÓN	PORCENTAJE
SI	290	76%
NO	93	24%
TOTAL	383	100%

ELABORADO: La Autora

FUENTE: Encuesta

DP= VALOR DE LA POBLACION ACTUAL * 76%

DP= 48518 * 76%= 36.874 familias

PROYECCION DE FAMILIAS

TABLA N° 26

AÑO	FAMILIAS
1	36874
2	38854
3	39884
4	40941
5	42026

ELABORADO: La Autora

FUENTE: Encuesta

INTERPRETACIÓN: Utilizando los datos de la encuesta se determinó que el 76% de toda la población urbana de la ciudad de Loja, si le gusta consumir huevos de codorniz, cuyo porcentaje es fundamental para determinar la demanda potencial, la cual se determina multiplicando el total de la población por el porcentaje que obtuvo la opción si, en la encuesta aplicada.

¿A usted y su familia la gusta la carne de codorniz?

TABLA N° 27

RESPUESTA	TABULACIÓN	PORCENTAJE
SI	84	22%
NO	299	78%
TOTAL	381	100%

ELABORADO: La Autora

FUENTE: Encuesta

DP= VALOR DE LA POBLACIÓN FUTURA * 22%

DP= 48518 * 22%= 10.674 familias

PROYECCIÓN DE FAMILIAS

TABLA N° 28

AÑO	FAMILIAS
1	10674
2	11247
3	11545
4	11851
5	12165

ELABORADO: La Autora

FUENTE: Encuesta

INTERPRETACIÓN: Utilizando los datos de la encuesta se determinó que el 22% de toda la población urbana de la ciudad de Loja, si le gusta consumir carne de codorniz, cuyo porcentaje es fundamental para determinar la demanda potencial, la cual se determina multiplicando el total de la población por el porcentaje que obtuvo la opción si en la encuesta aplicada.

f.3. CÁLCULO DE LA DEMANDA REAL.

¿Actualmente consume huevos de codorniz?

TABLA N° 29

RESPUESTA	TABULACIÓN	PORCENTAJE
SI	275	95%
NO	15	5%
TOTAL	290	100%

ELABORADO: La Autora

FUENTE: Encuesta

DR= DEMANDA POTENCIAL * 95%

DR= 36.873.68* 95%= 3 5029 familias

PROYECCIÓN DE FAMILIAS

TABLA N° 30

AÑO	FAMILIAS
1	35029
2	36910
3	37888
4	38892
5	39923

ELABORADO: La Autora

FUENTE: Encuesta

INTERPRETACIÓN: Utilizando los datos de la encuesta se determinó que el 95% de toda la población urbana de la ciudad de Loja, está consumiendo actualmente huevos de codorniz, cuyo porcentaje es fundamental para determinar la demanda real, la cual se determina multiplicando el total de la población de la demanda potencial, por el porcentaje que obtuvo la opción si en esta pregunta.

¿Actualmente consume carne de codorniz?

TABLA N° 31

RESPUESTA	TABULACIÓN	PORCENTAJE
SI	84	100%
NO	0	0%
TOTAL	84	100%

ELABORADO: La Autora

FUENTE: Encuesta

DR= DEMANDA POTENCIAL * 100%

DR= 10.673.96* 100 %= 10.674 familias

PROYECCIÓN DE FAMILIAS

TABLA N° 32

AÑO	FAMILIAS
1	10674
2	11247
3	11545
4	11851
5	12165

ELABORADO: La Autora

FUENTE: Encuesta

INTERPRETACIÓN: Utilizando los datos de la encuesta se determinó que el 100% de toda la población urbana de la ciudad de Loja, está consumiendo actualmente carne de codorniz, cuyo porcentaje es fundamental para determinar la demanda real, la cual se determina multiplicando el total de la población de la demanda potencial, por el porcentaje que obtuvo la opción si en esta pregunta.

f.4 CÁLCULO DE LA DEMANDA EFECTIVA.

¿En caso de crearse una empresa productora y comercializadora de huevos de codorniz usted estaría dispuesto a ser nuestro cliente y comprar nuestros productos?

TABLA N° 33

RESPUESTA	TABULACIÓN	PORCENTAJE
SI	347	90%
NO	36	10%
TOTAL	383	100%

ELABORADO: La Autora
FUENTE: Encuesta

DE = DEMANDA REAL * 90%

DE = 35029* 90%= 31526 familias

TABLA N° 34

AÑO	FAMILIAS	CONSUMO PER CÁPITA ANUAL (huevos)	DEMANDA EFECTIVA EN HUEVOS
1	31526	156	4918056
2	33219	156	5182167
3	34099	156	5319494
4	35003	156	5460461
5	35931	156	5605163

ELABORADO: La Autora
FUENTE: Encuesta. **Cálculo del consumo per-cápita.** Tabla 45

INTERPRETACIÓN: Con los datos obtenidos de la encuesta se determinó que el 90% de toda la población urbana de la ciudad de Loja, está dispuesta a consumir huevos de codorniz, cuyo porcentaje es fundamental para determinar la demanda efectiva, la misma que se determinó multiplicando el total de la población obtenida en la demanda real por el porcentaje mencionado anteriormente.

¿En caso de crearse una empresa productora y comercializadora de huevos de codorniz usted estaría dispuesto a ser nuestro cliente y comprar nuestros productos?

TABLA N° 35

RESPUESTA	TABULACIÓN	PORCENTAJE
SI	347	90%
NO	36	10%
TOTAL	383	100%

ELABORADO: La Autora
FUENTE: Encuesta

DE = DEMANDA REAL * 90%

DE = 10674* 90%= 9606 familias

TABLA N° 36

AÑO	FAMILIAS	CONSUMO PER CÁPITA ANUAL (Carne)	DEMANDA EFECTIVA EN Kg
1	9606	2,95	28338
2	10122	2,95	29860
3	10390	2,95	30651
4	10665	2,95	31462
5	10948	2,95	32297

ELABORADO: La Autora
FUENTE: Encuesta. Cálculo del consumo per-cápita: Tabla 46

INTERPRETACIÓN: Con los datos obtenidos de la encuesta se determinó que el 90% de toda la población urbana de la ciudad de Loja, está dispuesta a consumir carne de codorniz, cuyo porcentaje es fundamental para determinar la demanda efectiva de la misma, se la determinó multiplicando el total de la población obtenida en la demanda real por el porcentaje mencionado anteriormente.

**RESUMEN DEL PROCESO DE SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DEL CONSUMO
DE HUEVOS DE CODORNIZ. (EN FAMILIAS)**

TABLA N° 37

AÑO	DEMANDA POTECIAL 76%	DEMANDA REAL 95%	DEMANDA EFECTIVA 90%
1	36874	35029	31526
2	38854	36910	33219
3	39884	37888	34099
4	40941	38892	35003
5	42026	39923	35931

ELABORADO: La Autora

FUENTE: Encuesta

**RESUMEN DEL PROCESO DE SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DEL CONSUMO
DE CARNE DE CODORNIZ. (EN FAMILIAS)**

TABLA N° 38

A O	DEMANDA POTECIAL 22%	DEMANDA REAL 100%	DEMANDA EFECTIVA 90%
1	10674	10674	9606
2	11247	11247	10122
3	11545	11545	10390
4	11851	11851	10665
5	12165	12165	10948

ELABORADO: La Autora

FUENTE: Encuesta

f.5. CÁLCULO DE LA OFERTA

¿Está satisfecho con la presentación, calidad y precio, en cuanto a los huevos de codorniz?

TABLA N° 39

RESPUESTA	TABULACIÓN	PORCENTAJE
SI	125	45%
NO	150	55%
TOTAL	275	100%

ELABORADO: La Autora

FUENTE: Encuesta

OFERTA= DEMANDA REAL * 45%

OFERTA= 35029 * 45% = 15763 FAMILIAS

PROYECCIÓN DE FAMILIAS

TABLA N° 40

AÑO	FAMILIAS	CONSUMO PER CÁPITA ANUAL(huevos)	OFERTA ANUAL EN HUEVOS
1	15763	156	2459028
2	16610	156	2591083
3	17050	156	2659747
4	17501	156	2730230
5	17965	156	2802581

ELABORADO: La Autora

FUENTE: Encuesta. Cálculo del consumo per-cápita: Tabla 45

INTERPRETACIÓN: Utilizando los datos de la encuesta se determinó que el 45% de toda la población urbana de la ciudad de Loja, está satisfecho en cuanto a la manera en que está consumiendo actualmente los huevos de codorniz, mientras que

un 55% se siente insatisfecho por lo que nuestra oferta será el total de la población de la demanda real por el 45% que están satisfechos.

¿Está satisfecho con la presentación, calidad y precio, en cuanto a la carne de codorniz?

TABLA N° 41

RESPUESTA	TABULACIÓN	PORCENTAJE
SI	5	6%
NO	79	94%
TOTAL	84	100%

ELABORADO: La Autora

FUENTE: Encuesta

OFERTA= DEMANDA REAL * 6%

OFERTA= 10674 * 6% = 641 FAMILIAS

PROYECCION DE FAMILIAS

TABLA N° 42

AÑO	FAMILIAS	CONSUMO PER CÁPITA ANUAL(Carne)	OFERTA ANUAL EN Kg
1	641	2,95	1891
2	675	2,95	1991
3	693	2,95	2044
4	712	2,95	2100
5	731	2,95	2156

ELABORADO: La Autora

FUENTE: Encuesta. **Cálculo del consumo per-cápita:** Tabla 46

INTERPRETACIÓN: Utilizando los datos de la encuesta se determinó que el 6% de toda la población urbana de la ciudad de Loja, está satisfecho en cuanto a la manera en que está consumiendo actualmente la carne de codorniz, mientras que un 94% se siente insatisfecho por lo que nuestra oferta será el total de la población de la demanda real por el 6% que están satisfechos, tomando en cuenta que en la ciudad no hay una amplia demanda de este producto.

f.6. CÁLCULO DE LA DEMANDA INSATISFECHA

DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA DE HUEVOS DE CODORNIZ

TABLA N° 43

DEMANDA EFECTIVA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA EN HUEVOS
4918056	2459028	2459028
5182167	2591083	2591084
5319494	2659747	2659747
5460461	2730230	2730231
5605163	2802581	2802582

ELABORADO: La Autora

FUENTE: Encuesta

INTERPRETACIÓN: Utilizando los datos de la encuesta y la fórmula para el cálculo de la Demanda Insatisfecha, la cual es la diferencia entre la demanda efectiva y la oferta se determinó la cantidad de huevos de codorniz que se necesita para cubrir la población insatisfecha, el valor de huevos que se necesita para cubrir el primer año es de 2.459.028 huevos.

DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA DE CARNE DE CODORNIZ EN KG

TABLA N° 44

DEMANDA EFECTIVA PROYECTADA kg	OFERTA PROYECTADA kg	DEMANDA INSATISFECHA EN kg DE CARNE
28338	1891	26447
29860	1991	27869
30651	2044	28607
31462	2100	29362
32297	2156	30141

ELABORADO: La Autora

FUENTE: En cuesta

INTERPRETACIÓN: Utilizando los datos de la encuesta y la fórmula para el cálculo de la Demanda Insatisfecha, la cual es la diferencia entre la demanda efectiva y la oferta se determinó la cantidad de carne de codorniz en kg que se necesita para cubrir la población insatisfecha, el valor en kg que se necesita para cubrir el primer año es de 26447 kg.

f.7. CÁLCULO DEL CONSUMO PER-CÁPITA

CONSUMO PER CÁPITA DE HUEVOS DE CODORNIZ

TABLA N° 45

RESPUESTAS	FRECUENCIA	TABULACIÓN	TOTAL DE HUEVOS
De 5 a 9 HUEVOS	7	151	1057
De 10 a 19 HUEVOS	14,5	99	1436
20 HUEVOS	20	25	500
TOTAL		275	2993
TOTAL DE HUEVOS POR FAMILIA		2993/275	11 HUEVOS
CONSUMO PER CÁPITA SEMANAL		11/ 4	3 HUEVOS
CONSUMO PER CÁPITA ANUAL		3 *52	156 HUEVOS

ELABORADO: La Autora

FUENTE: Encuesta

INTERPRETACIÓN: El consumo per-cápita sirvió para saber cuál fue la cantidad de huevos de codorniz que consume una persona en cada familia, para esto se utilizó la pregunta ¿Cuántos huevos de codorniz consumen semanalmente?, los datos obtenidos fueron en familia por tal razón se dividió para 4 que es el número de miembros que generalmente se compone una familia, obteniendo así la cantidad de 3 huevos por semana que consume una persona, a la vez se multiplicó por 52 semanas que tiene el año, obteniendo el consumo de 156 huevos por persona en el año.

CONSUMO PER CÁPITA DE CARNE DE CODORNIZ

TABLA N° 46

RESPUESTAS	FRECUENCIA	TABULACIÓN	TOTAL DE LIBRAS DE CARNE
De 0 a 1 LIBRA	0,5	84	42
De 2 a 3 LIBRAS	0	0	0
TOTAL		84	42
TOTAL DE CARNE POR FAMILIA		42/ 84	0,5 LIBRAS
CONSUMO PER CÁPITA SEMANAL		0,5/ 4	0,125 LIBRAS = 0,056 Kg
CONSUMO PER CÁPITA ANUAL		0,125*52	6,5 LIBRAS= 2,95 KG

ELABORADO: La Autora

FUENTE: Encuesta

INTERPRETACIÓN: Sirvió para saber la cantidad de kg de carne de codorniz que consume una persona por familia, para esto se utilizó la pregunta ¿Cuántas libras de codorniz consumen semanalmente?, los datos obtenidos se dividió para 4 que es el número de miembros que generalmente se compone una familia, obteniendo así la cantidad de 0,5 lb por semana que consume una persona, a la vez se multiplicó por 52 semanas que tiene el año, obteniendo el consumo de 6,5 lb o 2,95 kg de carne por persona en el año.

f.8. PLAN DE MERCADO

Producto.- La empresa brindará una nueva alternativa de alimentación, a través de la producción de carne y huevos de codorniz, los mismos que serán comercializados en todos los supermercados, mercados y tiendas de la ciudad de Loja. Los huevos vendrán en cajas plásticas en unidades de 24 huevos, mientras que la carne se expenderá en envases de espuma flex con sus respectivos estándares de calidad y salubridad.

Estos productos beneficiaran a toda la población urbana de la ciudad de Loja, los mismos que los podremos encontrar en los grandes y pequeños mercados de la ciudad.

Huevos de codorniz



Carne de codorniz



Productos Sustitutos

Entre los principales productos sustitutos encontraremos la carne y huevos de gallina y demás derivados de ésta.

f.9. LOGOTIPO Y ESLOGAN DE LA EMPRESA



El logotipo que se diseñó es la imagen de presentación de la empresa la misma que se denomina GRANJA DE CODORNIZ VIRGEN DEL CISNE, este nombre se lo ha elegido porque la mayoría de la población de la ciudad de Loja creen en esta imagen religiosa y porque será un nombre llamativo, de la misma manera se han elegido algunos colores para darle mayor realce al logotipo los cuales son:

El verde que significa la esperanza que tiene la empresa en relación a la innovación de estos nuevos productos.

El color celeste es el idealismo que caracteriza a la empresa y a los productos a ofrecer al mercado lojano y color rojo representa la capacidad para desarrollar el

trabajo y de esta manera obtener grandes riquezas que ayudaran a la rentabilidad de la empresa.

Finalmente tenemos la imagen de un codorniz con sus derivados los cuales son la razón de ser de la empresa y el porqué de su nombre, ya que el principal objetivo de esta empresa es dar a conocer a la población de la ciudad de Loja estos nuevos productos que son y serán a futuro uno de los alimentos más apetecidos y nutritivos para una alimentación saludable.

Por último tenemos el slogan que significa el valor nutricional y la calidad de los productos que la empresa va a proveer a todas las familias de la ciudad de Loja y de esta manera tener una buena imagen empresarial y poder hacer frente a la demanda de los clientes que deseen degustar de la carne y huevos de codorniz.

Promociones.- Esto se ha considerado como valor agregado ya que será la base para generar una buena rentabilidad de la empresa, esto con la ayuda de los diferentes medios de comunicación locales.

Estas promociones empezarán con la presentación y degustación de los productos a vender, de la misma manera se aplicaran promociones para la venta de los productos a los mercados y supermercados de la ciudad, además se realizarán charlas en las instituciones educativas para informar a los padres de familia, estudiantes y docentes sobre las propiedades nutricionales de la carne y de los huevos de codorniz y de esta manera la empresa tenga una mayor acogida en la población.

Otras de las promociones para que los productos tengan mayor aceptación es colocar pequeños recetarios en la parte superior de las cajas de huevos y de carne de

codorniz y de esta manera incentivar al cliente al consumo de estos productos nutritivos y saludables.

Diseño de la caja de huevos



Diseño de la caja de carne

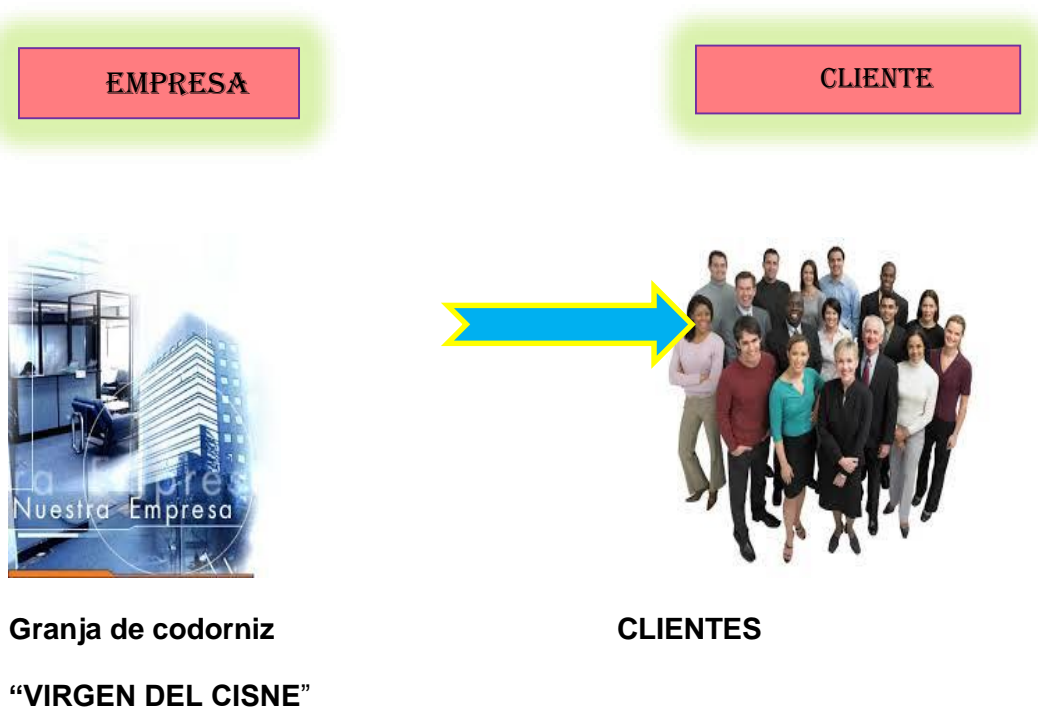


Precio.- Para la determinación del precio de los productos a ofrecer por parte de la empresa se tomará en cuenta a la competencia, el estudio de la demanda y el valor de costos fijos, variables, directos e indirectos de administración del local, más una

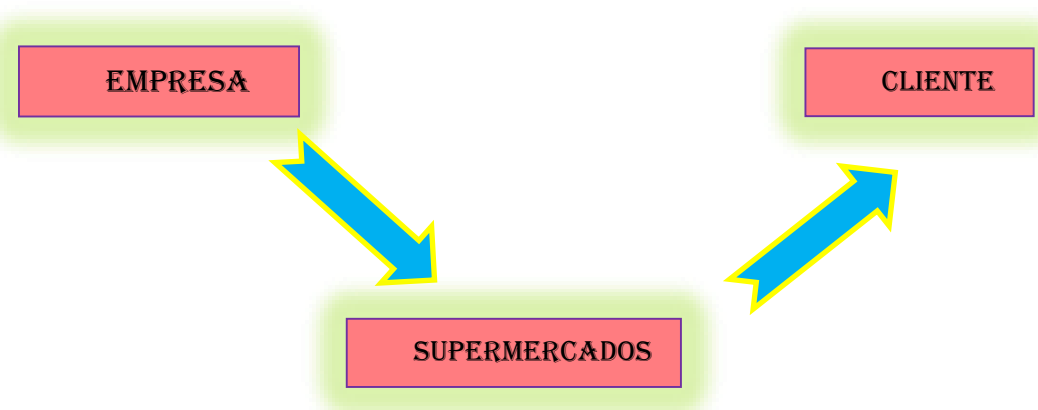
ganancia; de tal manera que los productos a ofrecer estén basados en precios competitivos accesibles en el mercado donde se vaya a implementar este proyecto.

Plaza.- Los canales o vías por la cuales se dará a conocer los productos que tiene la empresa serán de manera directa e indirecta.

DIRECTA



INDIRECTA



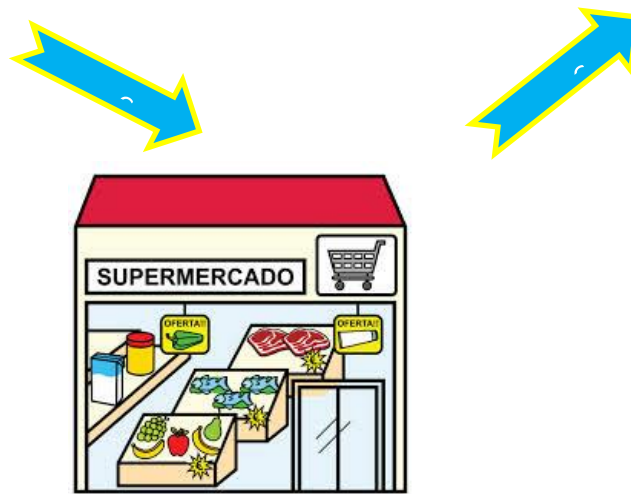


Granja de codorniz

“VIRGEN DEL CISNE”



CLIENTES



INTERMEDIARIO

Estos productos están dirigidos a todas las familias de la ciudad de Loja y a las personas que tiene gusto por alimentos nuevos, nutritivos y de calidad. Los clientes interesados de hacer uso de los productos que ofrecerá esta nueva empresa acudirán directamente a la empresa para adquirir estos productos o también indirectamente ya que estos se los podrá encontrar en todas las tiendas, mercados y supermercados de la ciudad los mismos que servirán para la distribución de huevos y carne de codorniz y de esta manera poder satisfacer las necesidades de las familias Lojanas.

Etiqueta del producto

Esta se realizará de acuerdo a las normas que presenta el Ministerio de Industrias y Productividad- Secretaría de la Calidad en su Reglamento Técnico Ecuatoriano, en la normas INEN 022 “ROTULADO DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS PROCESADOS, ENVASADOS Y EMPAQUETADOS” y en las normas NTE INEN 1334-1, NTE INEN 1334-2, NTE INEN 1334-3 y en la Ley Orgánica de Defensa al Consumidor.

TABLA N° 47

	CONCENTRACION “BAJA”	CONCENTRACION “MEDIA”	CONCENTRACION “ALTA”
GRASA	Menor o igual a 3 gramos en 100 gramos	Mayor a 3 y menor a 20 gramos en 100 gramos	Igual o mayor a 20 gramos en 100 gramos
	Menor o igual a 1,5 gramos en 100 mililitros	Mayor a 1,5 y menor a 10 gramos en 100 mililitros	Igual o mayor a 10 gramos en 100 mililitros
AZÚCAR	Menor o igual a 5 gramos en 100 gramos	Mayor a 5 y menor a 15 gramos en 100 gramos	Igual o mayor a 15 gramos en 100 gramos.
	Menor o igual a 2,5 gramos en 100 mililitros	Mayor a 2,5 y menor a 7,5 gramos en 100 mililitros	Igual o mayor a 7,5 gramos en 100 mililitros
SAL	Menor o igual a 120 miligramos de sodio en 100 gramos	Mayor a 120 y menor a 600 miligramos de sodio en 100 gramos	Igual o mayor a 600 miligramos de sodio en 100 gramos.
	Menor o igual a 120 miligramos de sodio en 100 mililitros	Mayor a 120 y menor a 600 miligramos de sodio en 100 mililitros	Igual o mayor a 600 miligramos de sodio en 100 mililitros.

ELABORADOR: La Autora

FUENTE: Ministerio de Industrias y Productividad.

En la etiqueta se debe colocar un sistema gráfico con barras horizontales de colores rojo, amarillo y verde, según la concentración de los componentes.

a) La barra de color rojo está asignada para los componentes de alto contenido y tendrá la frase “ALTO EN”

b) La barra de color amarillo está asignada para los componentes de medio contenido y tendrá la frase: “MEDIO EN”

c) La barra de color verde está asignada para los componentes de bajo contenido y tendrá la frase: "BAJO EN"

Información Nutricional de los huevos de Codorniz.

Calorías: 155 kc/ 100 gr

Proteínas: 13gr/ 100 gr

Grasas: 11gr/ 100 gr

Hidratos de Carbono: 0,4 gr/ 100 gr

Colesterol: 844 mg

Información Nutricional de la Carne de Codorniz.

Calorías: 106 kc/ 100 gr

Proteínas: 23gr/ 100 gr

Grasas: 1,6gr/ 100 gr

Colesterol: 0,5 mg

Publicidad.- La publicidad se la realizara a través de los medios de comunicación locales como son radio Satelital, radio Semillas de Amor, por el canal Ecotel y por el diario la Hora, el resultado de esto se obtuvo por medio de las encuestas aplicadas a la población de la ciudad, los mismos que manifestaron por qué medios les gustaría escuchar las diferentes promociones de los productos que ofrecerá la empresa.

PLAN DE MEDIOS

TABLA N° 48

PLAN DE MEDIOS						
MEDIO PUBLICITARIO	CANTIDAD CUÑAS PUBLICITARIAS	DIAS	VU	VT	VALOR POR MES	VALOR ANUAL
RADIO	2 CUÑAS PUBLICITARIAS	LUNES Y JUEVES	2,75	5,5	22,00	264,00
TELEVISIÓN	2 CUÑAS PUBLICITARIAS	MIERCOLES Y VIERNES	4,00	8	32,00	384,00
VOLANTES Y AFICHES	500 VOLANTES	EL DIA DE APERTURA DEL LOCAL	0,05	50	50,00	50,00
Total= radio +tv +volantes y afiches					154,00	698,00

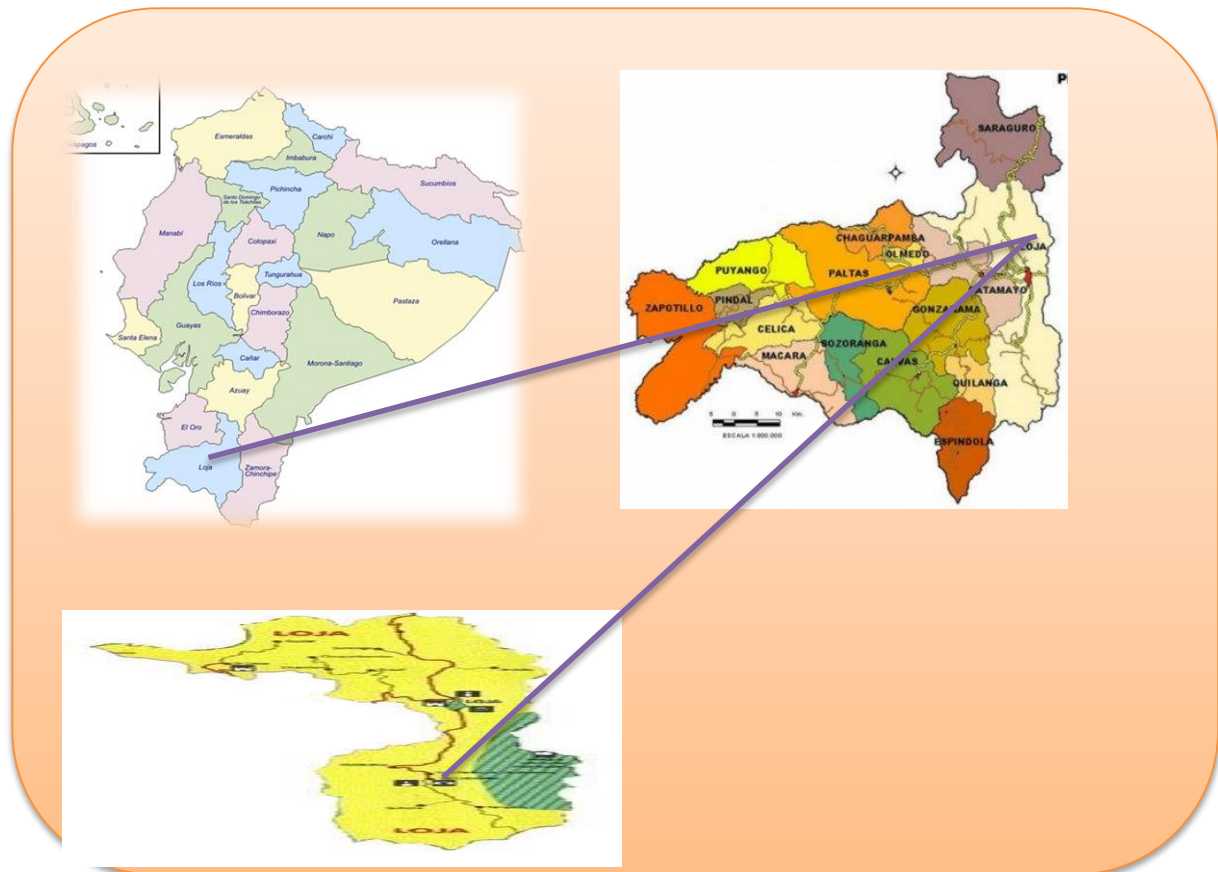
ELABORADO: La Autora

FUENTE: La Autora

f.10.- LOCALIZACIÓN

FIGURA Nº 1

MAPA DE LA MACROLOCALIZACIÓN DEL CANTÓN LOJA



MACROLOCALIZACIÓN

El proyecto está situado en la República del Ecuador, provincia de Loja, cantón Loja, parroquia El Valle, me he basado en las necesidades de la población de la ciudad y a la innovación que tengo por presentar un proyecto con nuevos productos que beneficien a las familias Lojanas, de la misma manera se ha tomado en cuenta el estudio de mercado.

Aspectos Geográficos

Actualmente Loja es una ciudad modelo para todos, donde se puede realizar todo tipo de turismo, desde el urbano, cultural, religioso, de aventura, ecoturismo, gastronómico hasta el de salud; La ciudad está ubicada en una de las regiones más ricas del Ecuador, en las faldas de la cordillera occidental, a 2100 metros sobre el nivel del mar y presenta un clima templado con una temperatura que promedia entre 16° y 21° C. La producción pecuaria del cantón se caracteriza por la crianza de ganado vacuno, porcino, ovino, caprino, mular, cuyes, conejos y aves. Sobresale la leche y sus derivados, que son industrializados para el consumo cantonal, provincial y nacional.

CARACTERISTICAS	LUGARES						
		BARRIO SAN JOSÉ DE CARTAJENA			BARRIO CARIGAN		
	Imp.	Imp.	Calf.	Sitio A	Imp.	Calf.	Sitio B
SERVICIOS BÁSICOS	10%	10%	5	0,5	10%	4	0,4
TRANSPORTE	15%	15%	4	0,6	15%	3	0,45
VÍAS DE COMUNICACIÓN	20%	20%	5	1	20%	4	0,80
TERRENO	15%	15%	5	0,75	15%	4	0,60
INFRAESTRUCTURA	20%	20%	5	1	20%	3	0,60
MANO DE OBRA	15%	15%	3	0,45	15%	1	0,15
FACTORES CLIMÁTICOS	5%	5%	3	0,15	5%	3	0,15
TOTAL	100%	100%	30	4,45	100%	22	3,15

MICROLOCALIZACIÓN

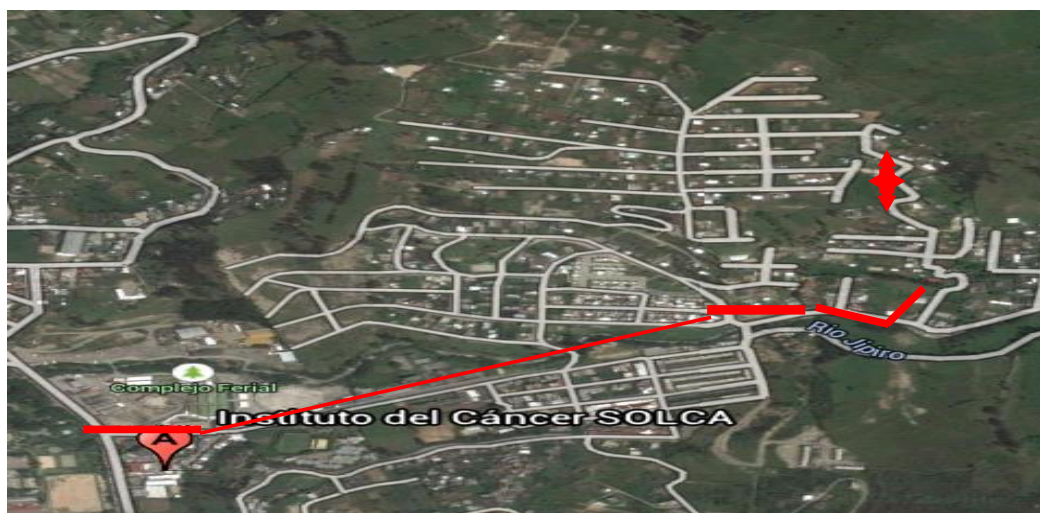
CUADRO DE PONDERACIÓN POR PUNTOS

TABLA N° 49

ELABORADO: La Autor.

MAPA DEL BARRIO SAN JOSE DE CARTAJENA

FIGURA N° 2



Elaborado por: La Autora
Fuente: Google Earth

Ubicación de la Empresa

Para realizar la ubicación correcta de la empresa se tomó en cuenta dos sitios, el barrio San José de Cartagena y otro el barrio Carigan, luego de realizar un respectivo estudio y análisis de los factores de micro localización, como servicios básicos, transporte, vías de comunicación, terreno, infraestructura, mano de obra, entre otros.

Se estableció como el lugar de ubicación al Barrio San José de Cartagena, que pertenece a la parroquia El Valle de la ciudad de Loja ya que es un sitio que está rodeado por amplios terreno agrícolas que a su vez fue factible para la venta del abono orgánico que se extraerá del criadero de codornices y por la facilidad de acceso

a los servicios básicos, a la población, a los mercados de la ciudad y a las vías de comunicación. Este sitio tiene una construcción que reduciría costos, y otro punto importante es el terreno ya que es propio y de amplia extensión.

f.11. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto va relacionado con la capacidad de codornices que se ira a criar y de acuerdo a la demanda insatisfecha que se sacó en el estudio de mercado. Para ello se realizara el cálculo de la capacidad instalada y utilizada, tomando como unidad de medida los kg de carne, puesto que en la ciudad la demanda de carne es mínima, mientras que la de huevos de codorniz es muy elevada y ya están posesionados en el mercado, por tal razón se toma en cuenta la demanda de carne ya que es un producto nuevo que se quiere instalar en el mercado de la ciudad de Loja.

Capacidad del proyecto

Como autora de este proyecto he analizado la demanda efectiva, la oferta y la demanda insatisfecha en cuanto a los kg de carne que necesito para cubrir el mercado y a la vez comparar con los kg que pesa un codorniz, con la finalidad de saber cuántos codornices serán necesarios para cubrir el mercado.

Por tal razón se ha realizado el siguiente cálculo:

$$DEMANDA\ INSATISFECHA = DEMANDA\ EFECTIVA - OFERTA$$

TABLA N° 50

DEMANDA EFECTIVA PROYECTADA EN HUEVOS	OFERTA PROYECTADA EN HUEVOS	DEMANDA INSATISFECHA EN HUEVOS
4918056	2459028	2459028
5182167	2591083	2591084
5319494	2659747	2659747
5460461	2730230	2730231
5605163	2802581	2802582

ELABORADO: La Autora

TABLA N° 51

DEMANDA EFECTIVA PROYECTADA kg	OFERTA PROYECTADA kg	DEMANDA INSATISFECHA EN kg DE CARNE
28338	1891	26447
29860	1991	27869
30651	2044	28607
31462	2100	29362
32297	2156	30141

ELABORADO: La Autora.

TABLA N° 52

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA DE CARNE	PESO DE UN CODORNIZ 0,18 Kg	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA 10%	MORTALIDAD (7%)	TOTAL DE PRODUCCION	PIE DE CRIA O MATERIA PRIMA	% DE DEMANDA CUBIERTA
1	26447	146926	146926	14693	1028	13664	9000	6,13
2	27869	154826	154826	15483	1084	14399	6000	3,88
3	28607	158923	158923	15892	1112	14780	6000	3,78
4	29362	163119	163119	16312	1142	15170	6000	3,68
5	30141	167445	167445	16745	1172	15572	6000	3,58

ELABORADO: Por la Autora

TABLA N° 53

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA DE HUEVOS	300 HUEVOS POR AÑO DE CADA CODORNIZ	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA 100%	MORTALIDAD (7%)	TOTAL DE PRODUCCION	PIE DE CRIA O MATERIA PRIMA	% DE DEMANDA CUBIERTA
1	2459028	8197	8197	8197	574	7623	6438	78,54
2	2591084	8637	8637	8637	605	8032	6750	78,15
3	2659747	8865	8865	8865	621	8244	6750	76,14
4	2730231	9101	9101	9101	637	8464	6750	74,17
5	2802582	9342	9342	9342	654	8688	6750	72,25

ELABORADO: Por la Autora

Capacidad instalada de Carne de Codorniz – (TABLA 52)

Como se pueden dar cuenta la demanda insatisfecha le multiplicamos por el peso de un codorniz y ahí nos da como resultado la cantidad de codornices a instalar luego sacamos el 10% del valor anterior y así saber cuál fue la capacidad utilizada a instalar, a su vez se sacó el 7% de mortalidad que tienen los codornices dándonos un valor de 13.644 codornices en el primer año y para tener un valor cerrado hemos puesto como pie de cría a 12000 codornices los mismos que son el inicio del pie de cría del proyecto, los cuales se dividieron en 6000 codornices para carne y la diferencia para postura. Esta cantidad de codornices se la tomó en base a la demanda insatisfecha, al espacio del galpón y de acuerdo a las jaulas y módulos de los mismos, ya que en cada jaula entra 60 por cada metro cuadrado, obteniendo de esta manera la cantidad de 3000codornices por cada jaula. Cabe señalar que en el primer año se tendrá una producción de 9000 codornices para la venta de carne, cubriendo el 6,13% de la demanda insatisfecha y el resto de los años se poseerá 6000 codornices, cubriendo un rango de 3% en cada año.

Capacidad instalada de Huevos de Codorniz (TABLA 53)

De la misma manera que se obtuvo la demanda insatisfecha de carne se realizó con la demanda insatisfecha de huevos de codornices con la diferencia que aquí se utilizó el 100% de la capacidad instalada, restando a su vez el 7% del porcentaje de mortalidad que tienen los codornices. Cabe indicar que en el primer año se tuvo una producción de 6438 codornices para la venta de huevos, cubriendo el 78,54% de la demanda insatisfecha y el resto de los años se tuvo 6750 codornices, cubriendo en cada año un rango de 78% a 72 % respectivamente.

Capacidad utilizada

Esta capacidad la he tomado basándome en los diferentes factores que pueden incidir en la producción de los codornices, tales factores pueden ser: el mercado a donde se va a vender el producto, factores ambientales, factores económicos y el tamaño del terreno donde se va a instalar el galpón, por tal razón se ha tomado como referencia el 10% del total de la capacidad instalada, es por eso que se ha tomado como base de apertura a 12000 codornices para inicio de la producción por ser un valor entero y con el cual facilitará los cálculos para la instalación de las jaulas y del galpón, los mismos que tienen las siguientes medidas.

Se va hacer uso de un galpón que mide 50 m de largo y 20 m de ancho. Las jaulas van a medir 12 m de largo 1 m de ancho. Las jaulas llevaran 5 módulos o pisos. Cada metro cuadrado de un módulo será ocupado por 60 codornices, lo que significa que cada módulo tendrá un total de 600 codornices. La suma de los 5 módulos tendrá un total de 3000 codornices por jaula. Para poder cubrir la producción de 12000 codornices se realizarán 4 jaulas.

f.13.- MAQUINARIA Y EQUIPOS PARA LA PRODUCCIÓN

Equipos para la granja

Galpones.- Este es el principal factor que toda granja debe tener ya que de éste depende el éxito de la producción de carne y huevos de codorniz y por ende de la empresa. Estos galpones deben ser cómodos, económicos, de fácil acceso y siempre deben ser construidos de acuerdo a la cantidad de aves que se va a criar, además su infraestructura depende del clima donde se va a construir, en este caso se lo construirá de norte a sur, para poder aprovechar los rayos del sol por la mañana y parte de la tarde.

Material del galpón

- Cemento
- Arena
- Ripio
- Malla
- Correas metálicas
- Hojas de cinz
- Lona
- ladrillos
- soldadora
- electrodos
- clavos
- flexómetro
- piola
- palas
- carretilla

El galpón a construir tendrá un piso de concreto con la finalidad de facilitar la limpieza del lugar, las paredes serán de dos tipos de material; un metro a partir del piso será igual de concreto y a partir de ahí 1,5m de altura lateral serán de una malla de $\frac{3}{4}$ de pulgadas, la misma que permitirá el acceso de la ventilación y la restricción de otro

tipo animales, sobre la malla ésta se colocarán cortinas o también llamadas lonas, la cual cubrirá todas las paredes del galpón. Se utilizara correas metálicas para que sean el soporte en el techo y esquinas del galpón y hojas de cinz para cubrir la construcción.



Jaulas.- Estas irán dentro del galpón y se realizaran 4 jaulas con 5 módulos cada una, es decir cada jaula de 5 pisos, las mismas que se construirán con material metálico inoxidable, con divisiones para 60 codornices por metro cuadrado, y en cada módulo 600 aves. Además las rejillas del piso y cerramiento de las jaulas tendrán espacios de 10 mm con una inclinación para que los huevos rueden y sea más fácil su recolección, además los 10 mm son para evitar que otros animales entren a las jaulas, y a su vez para evitar que los codornices se lastimen las patas.

Además bajo cada módulo se colocará una plancha de acero inoxidable con una cubierta de aserrín para que aquí caiga el estiércol de los codornices la misma que se cambiará según lo considere el operador que cuida las aves.

Material de la jaula

- tubos metálicos
- malla

- planchas metálicas
- alambre
- aserrín
- soldadora
- electrodos



Incubadora de huevos de codorniz.- Esta nos servirá para poder incrementar la producción de codornices, ya que al utilizar esta máquina los huevos fértiles se los utilizara para la incubación a una temperatura de 20° 0 30° C



Cámara criadora.- Está será usada para los codornices que están recién nacidos, ya que esta abrigará a estos animalitos a través de la luz que se colocará para ayudar al desarrollo y crecimiento con el fin de poder incrementar la producción.



Comederos.- Estos serán metálicos, los cuales irán en un borde de los módulos, dando facilidad para que las aves puedan comer sin ningún problema.



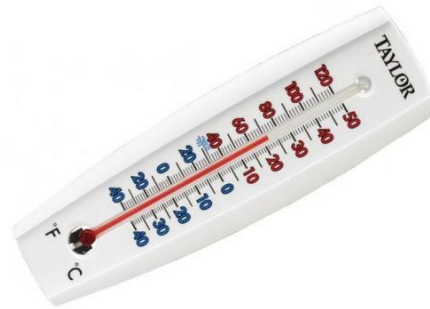
Bebedores.- Estos serán automáticos, ya que se realizará una instalación de agua en todos los módulos y en cada división irán dos bebederos automáticos en los cuales los codornices aplastarán con el pico el chupón por el cual sale agua y de esta manera tendrán agua consecutivamente, además la persona encargada del cuidado de las aves harán la respectiva limpieza.



Mesas de acero inoxidable



Termómetro



Carretilla



Carretilla coche



Cocina industrial



Refrigerador



Tanque de gas



Válvula de gas



Generador eléctrico



bomba de Fumigar



Olla de acero



Bandejas plásticas



Gavetas



Botas de Caucho



Palas



Cuchillo inoxidable



Escobas



Materia prima

Codornices



Balanceado



Vitaminas



Proceso de producción de codornices

Adecuación de la granja.- Se realizará este proceso antes de la llegada de la materia prima o de los codornices, para lo cual se verificará las instalaciones de agua, luz y de las jaulas, además del alimento para esta especie y de la limpieza de todo el galpón.

Obtención de materia prima.- En este caso serán los codornices que se los comprará en la ciudad de Santo Domingo de Los Tsáchilas, en la granja María Elena, cuyo propietario es el señor Eduardo Uzcateguie, se comprarán codornices que ya estén en proceso de postura, es decir que ya tengan una edad de 40 días, están serán revisadas con la finalidad de que o estén enfermas, no tenga heridas físicas u otro defecto.

Al recibir los codornices es recomendable darles agua con azúcar, durante las tres primeras horas, y en los tres días siguientes colocar vitaminas. Además como cambian de ambiente, se colocara lámparas en cada jaula hasta que las aves se ambienten al clima.

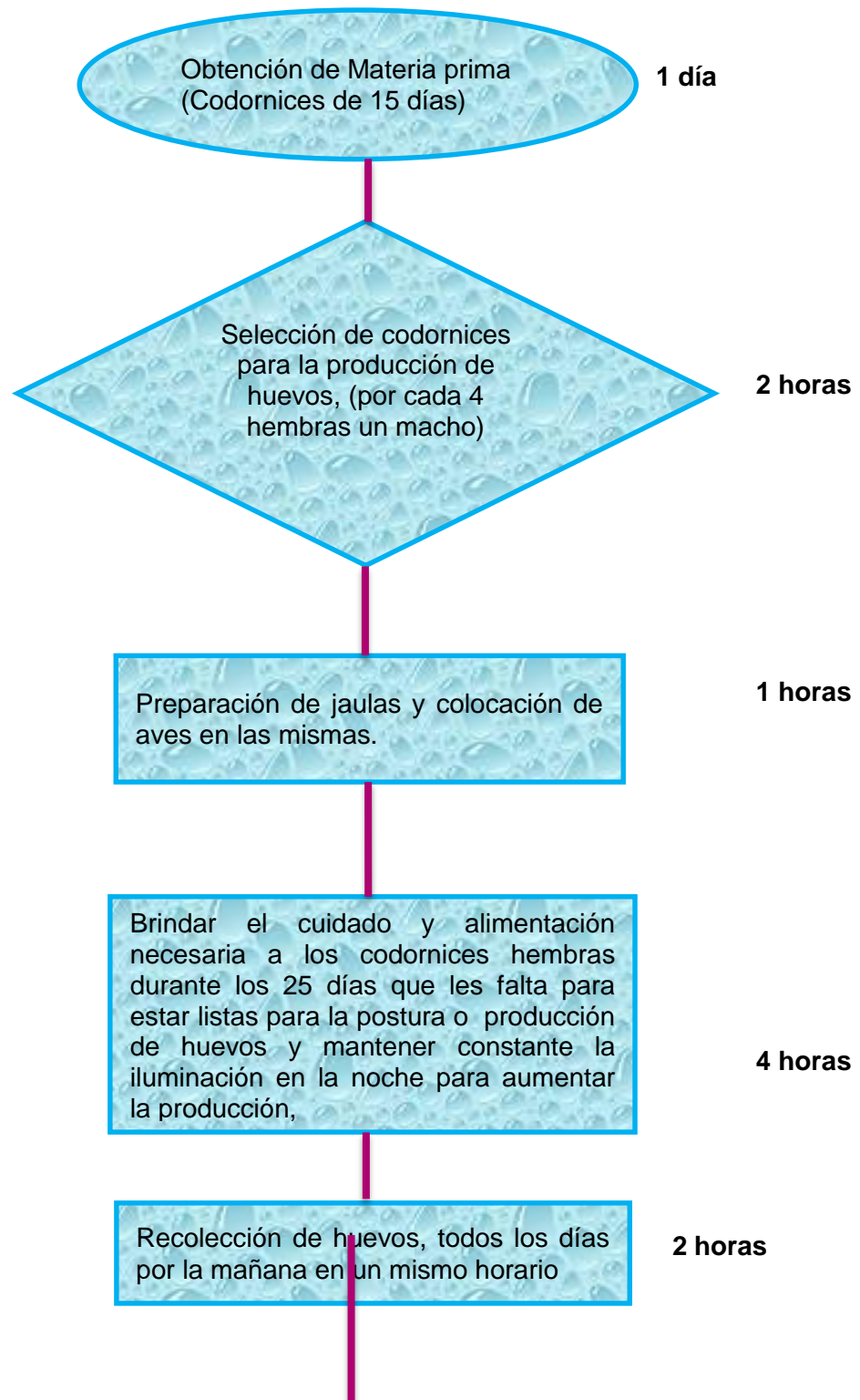
Cuidado de los codornices.

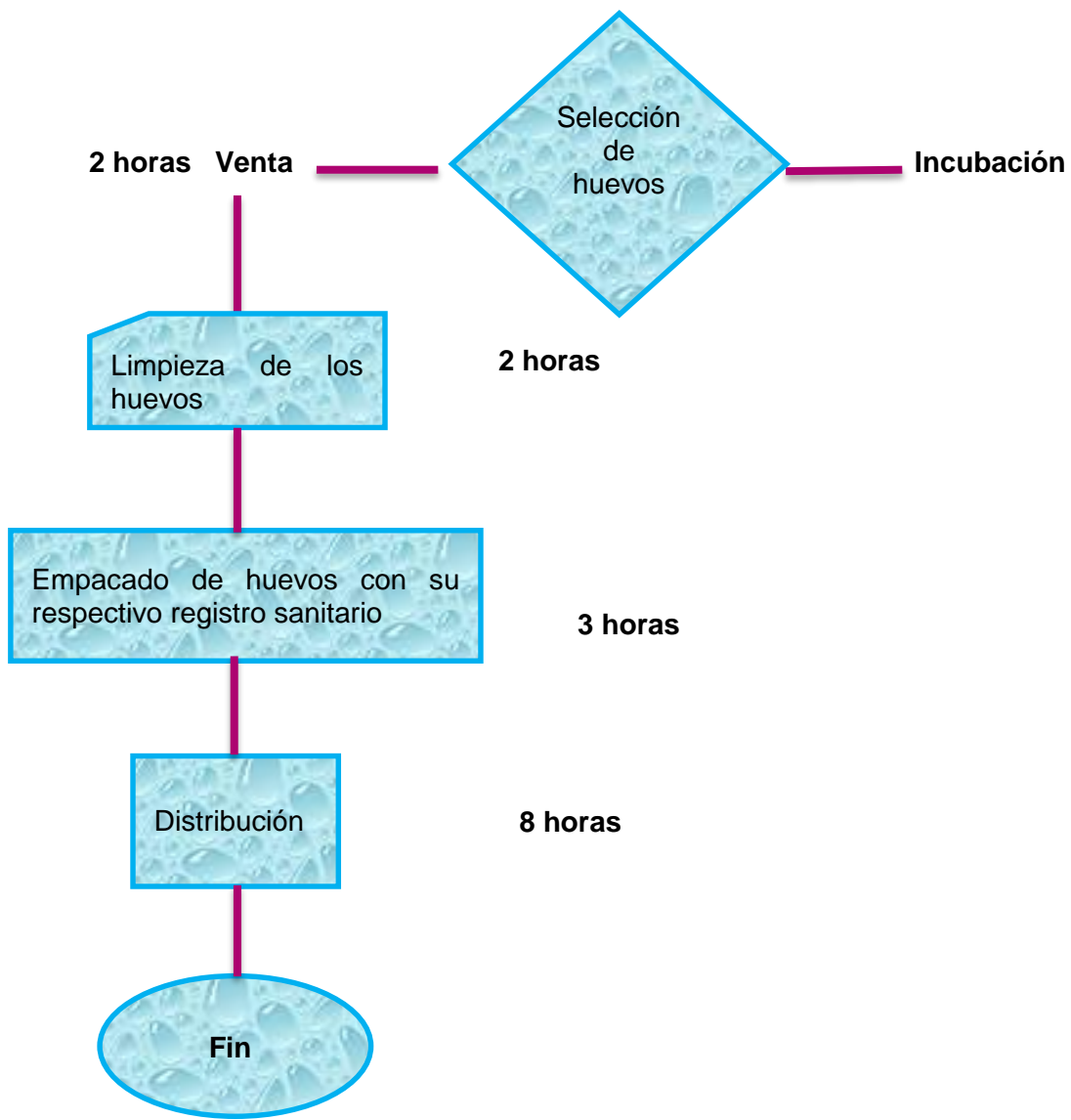
- Tener limpios y desinfectados las jaulas, bebederos, comederos y galpón.
- Cuando los codornices estén en las jaulas, el agua a colocar será cambiada una o dos veces al día, a la misma se le colocará vitaminas.
- Como en este caso los codornices serán criados en un lugar frio, las primeras horas de la mañana y toda la noche se colocarán lámparas para que las aves se abriguen y de esta manera poder ayudar al desarrollo y crecimiento.
- La alimentación será de manera permanente y mucho más cuando son codornices para la venta de carne, estas deben ser alimentadas con balanceado propio para codorniz.
- El punto más importante es tener las aves con la máxima tranquilidad y que no esté rodeado de muchas personas.

- Los huevos y excrementos se deben recoger en la mañana.
- Finalmente se realiza la venta y comercialización de los productos.

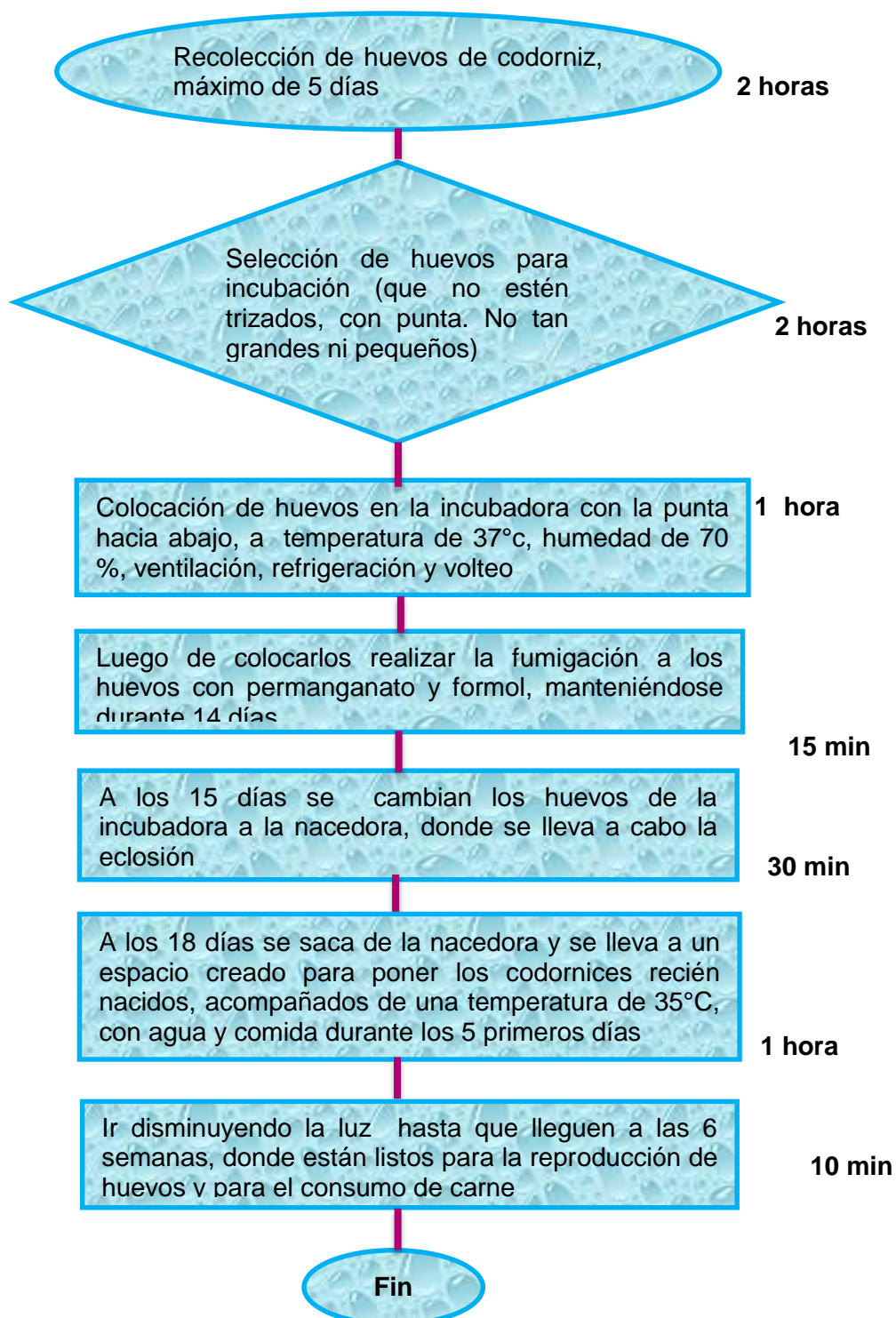
f.12. FLUJOGRAMAS

Flujograma para la producción y comercialización de huevos de codorniz

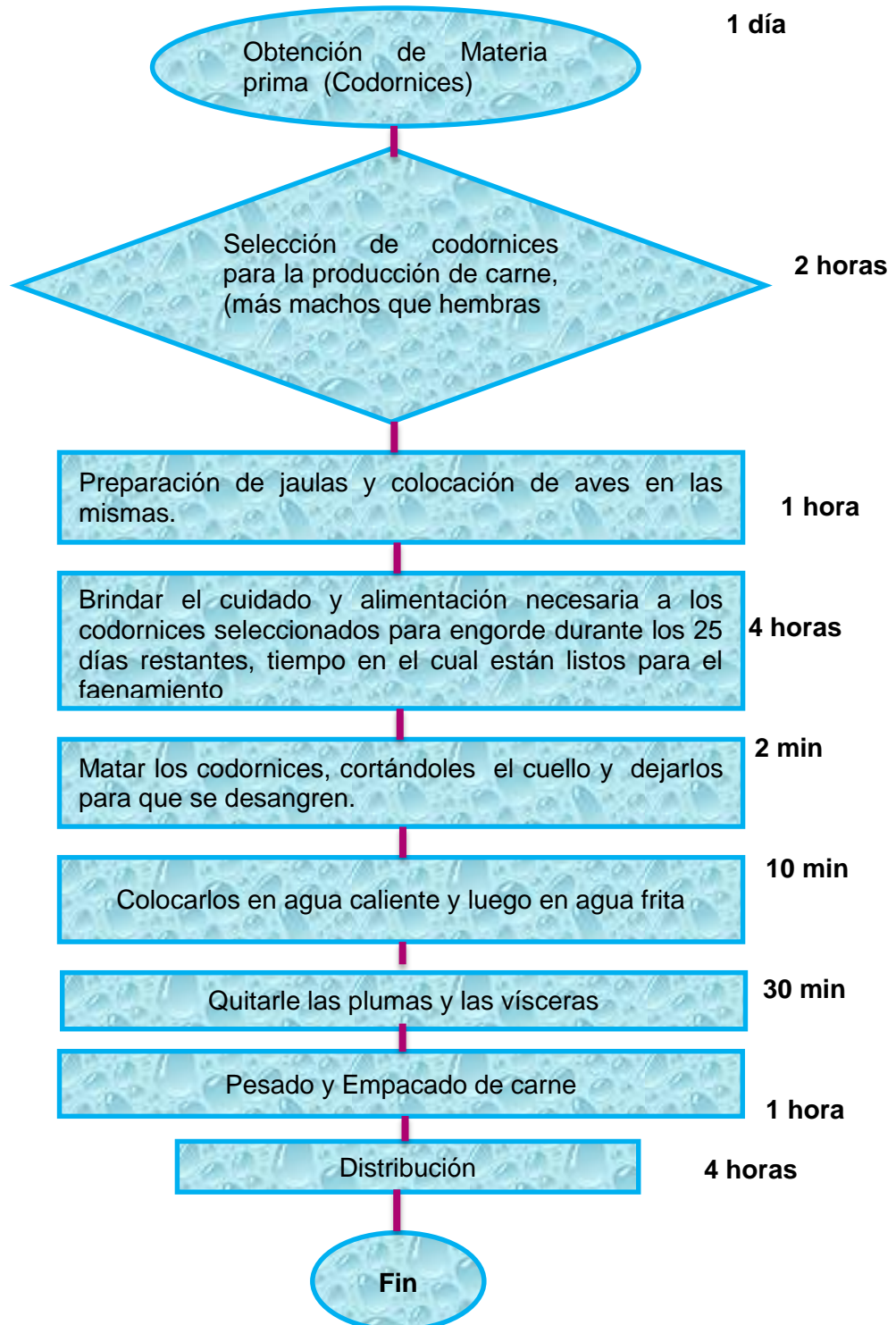




Flujograma del Proceso de incubación



Flujograma del Proceso de Faenamiento y Distribución de Carne

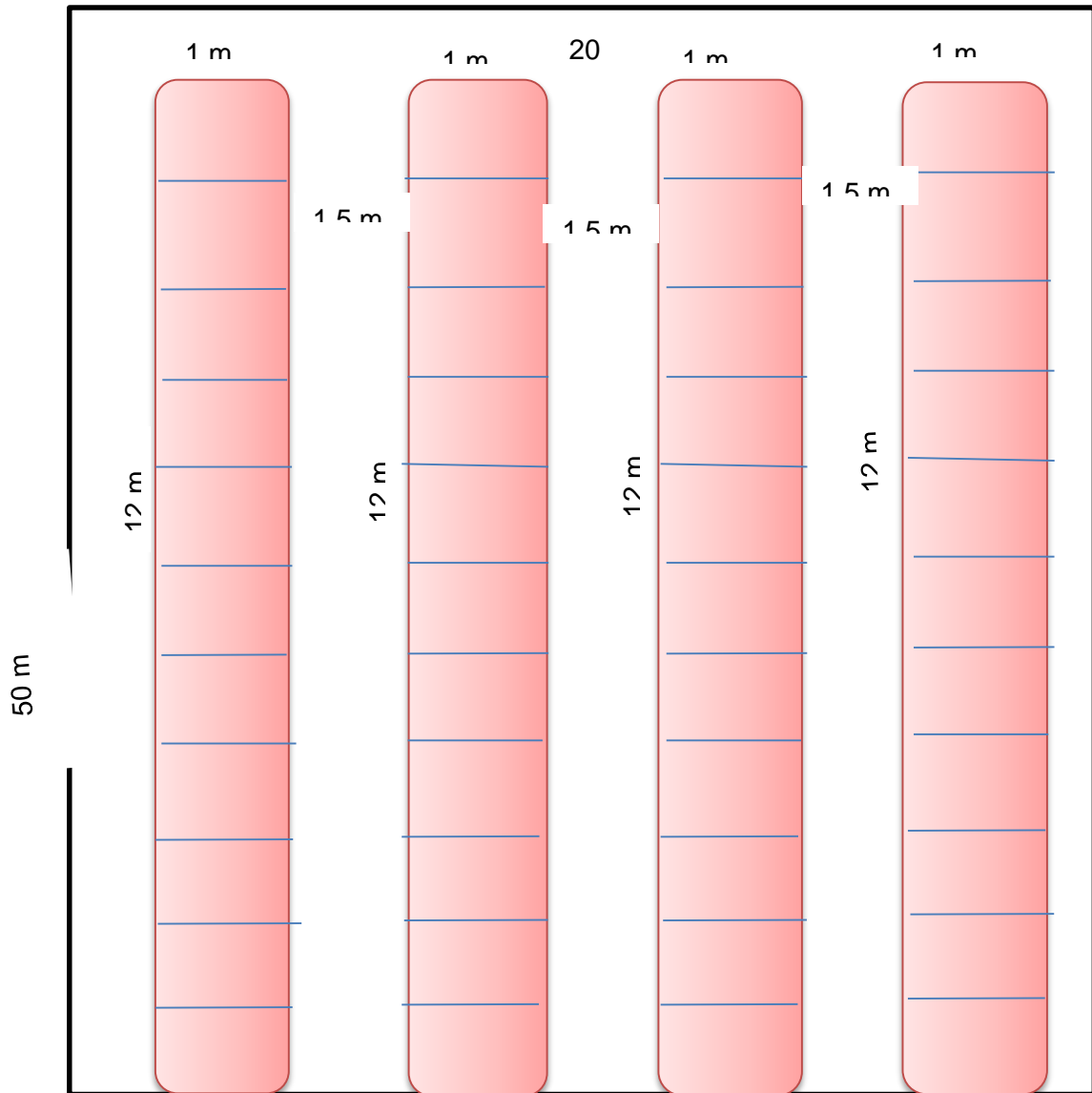


Diseño de la planta

Distribución de jaulas dentro del galpón

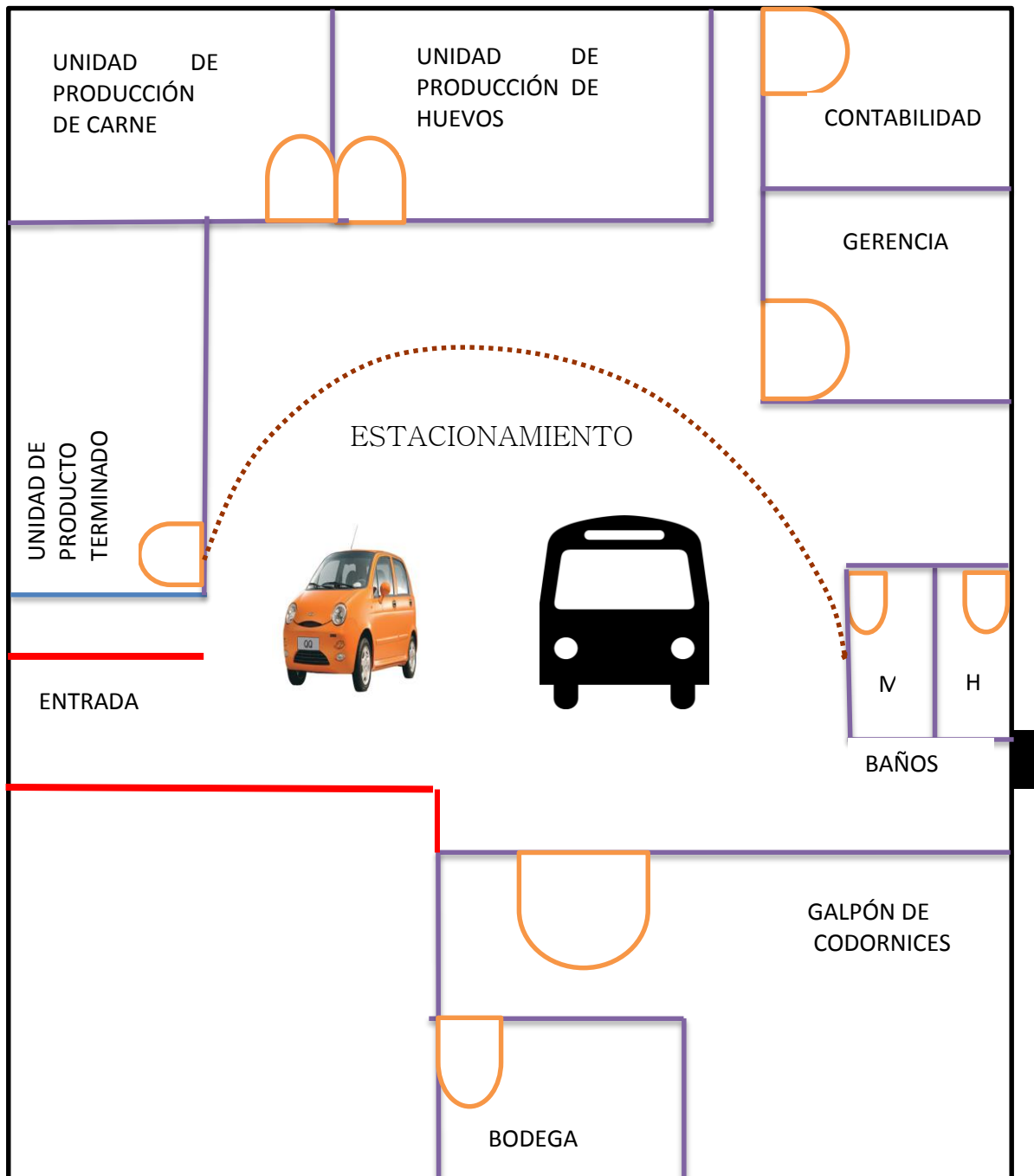
Medidas externas 50 x 20 m del galpón

Medidas internas 12 x 1 m de las jaulas de 5 pisos



Elaborado por: La Autora.

Distribución de la empresa



Elaborado por: La Autora

f.14. Aspectos legales de la empresa

Para que la empresa se constituya y entre a funcionar, es necesario un capital propio que se integrará por las aportaciones de los socios. Esta aportación ha de consistir en dinero o en otra clase de bienes apreciados en dinero.

Proceso y Requisitos para la Constitución de la Empresa

- Reservar un nombre en la superintendencia de compañías: Este nombre será Granja de Codorniz VIRGEN DEL CISNE.
- Elaborar un estatuto por medio de un abogado.

MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE LA GRANJA VIRGEN DEL CISNE

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución de compañía, contenida en las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- COMPARECIENTES.- Intervienen en el otorgamiento de esta escritura, las siguientes personas Sra. María Alejandra Jaramillo García, con Cl. 0705269264, de nacionalidad Ecuatoriana, estado civil Soltera, Sr. Ángel Humberto Guamán Sangacha, con Cl. 0201992070, de nacionalidad Ecuatoriano, estado civil Soltero y la Sra. Nuvia Mercedes Aguilar Caraguay, con Cl. 0706571957, de nacionalidad Ecuatoriana, estado civil Soltera.

SEGUNDA.- DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.- Los comparecientes declaran que están idóneos y dispuestos para formar una compañía de responsabilidad limitada, y que sé regirá bajo las disposiciones de la Superintendencia de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil.

TERCERA.- ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA.

TITULO I

Del Nombre, domicilio, objeto y plazo

Artículo 1º.- Nombre.- El nombre de la compañía que se constituye es: GRANJA DE CODORNIZ VIRGEN DEL CISNE LTDA.

Artículo 2º.- Domicilio.- El domicilio principal de la compañía es la Ciudad de Loja, parroquia el Valle, Barrio San José de Cartagena.

Artículo 3º.- Objeto.- el objeto de la compañía consiste en mejorar la calidad alimenticia de la población Lojana a través del incentivo al consumo de carne y huevos de codorniz ya que son productos con altos valores nutricionales. Crear fuentes de trabajo para ayudar a minimizar el desempleo de la ciudad.

En cumplimiento de su objeto, la compañía podrá celebrar todos los actos y contratos permitidos por la ley.

Art. 4º.- Plazo.- El plazo de duración de la compañía es de manera indefinida. La compañía podrá disolverse cuando lo crea conveniente, acatándose a las disposiciones legales aplicables en el país.

TITULO II

Del Capital

Artículo 5º.- Capital y participaciones.- El capital social es de \$ 60000,00 dólares americanos, dividido para los tres socios que integran la compañía cuyo valor de aportación es de \$ 20000, 00 cada uno.

TITULO III

Del Gobierno y de la Administración

Artículo 6º.- Norma general.- El gobierno de la compañía corresponde a la junta general de socios, y su administración al gerente y al presidente.

Artículo 7º.- Convocatorias.- La convocatoria a junta general efectuará el gerente de la compañía, mediante aviso que se publicará en uno de los diarios de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación, por lo menos, respecto de aquél en el que se celebre la reunión.

Artículo 8º.- Quórum de instalación.- Salvo que la ley disponga otra cosa, la junta general se instalará, en primera convocatoria, con la concurrencia de más del 50% del capital social. Con igual salvedad, en segunda convocatoria, se instalará con el número de socios presentes, siempre que se cumplan los demás requisitos de ley. En esta última convocatoria se expresará que la junta se instalará con los socios presentes.

Artículo 9º.- Quórum de decisión.- Salvo disposición en contrario de la ley, las decisiones se tomarán con la mayoría del capital social concurrente a la reunión.

Artículo 10º.- Facultades de la junta.- Corresponde a la junta general el ejercicio de todas las facultades que la ley confiere al órgano de gobierno de la compañía de responsabilidad limitada.

Artículo 11º.- Junta universal.- No obstante lo dispuesto en los artículos anteriores, la junta se entenderá convocada y quedará válidamente constituida en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto siempre que esté presente todo el capital pagado y los asistentes, quienes deberán suscribir el

acta bajo sanción de nulidad de las resoluciones, acepten por unanimidad la celebración de la junta.

Artículo 12º.- Presidente de la compañía.- El presidente será nombrado por la junta general para un período de 5 años, a cuyo término podrá ser reelegido. El presidente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado.

Corresponde al presidente:

- a) Presidir las reuniones de junta general a las que asista y suscribir, con el secretario, las actas respectivas;
- b) Suscribir con el gerente los certificados de aportación, y extender el que corresponda a cada socio; y,
- c) Subrogar al gerente en el ejercicio de sus funciones, en caso de que faltare, se ausentare o estuviere impedido de actuar, temporal o definitivamente.

Artículo 13º.- Gerente de la compañía.- El gerente será nombrado por la junta general para un período de 2 años, a cuyo término podrá ser reelegido. El gerente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado.

Corresponde al gerente:

- a) Convocar a las reuniones de junta general;
- b) Actuar de secretario de las reuniones de junta general a las que asista, y firmar, con el presidente, las actas respectivas;
- c) Suscribir con el presidente los certificados de aportación, y extender el que corresponda a cada socio;

d) Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 12 de la Ley de Compañías; y,

e) Ejercer las atribuciones previstas para los administradores en la Ley de Compañías.

TITULO IV

Disolución y Liquidación

Artículo 14º.- Norma general.- La compañía se disolverá por una o más de las causas previstas para el efecto en la Ley de Compañías, y se liquidará con arreglo al procedimiento que corresponda, de acuerdo con la misma ley.

CUARTA.- APORTES.- Se elaborará el cuadro demostrativo de la suscripción y pago del capital social tomando en consideración lo dispuesto por la Ley de Compañías en sus artículos 137, numeral 7º.

Si se estipulare plazo para el pago del saldo deudor, este no podrá exceder de 12 meses contados desde la fecha de constitución de la compañía. En aplicación de las normas contenidas en los artículos antes citados, se podría elaborar el cuadro de suscripción y pago del capital social a base de los siguientes datos generales:

TABLA N° 54

Nombre de Accionistas	Capital suscrito	Capital pagado	Capital por pagar
Sra. María Jaramillo	\$ 20000,00	\$ 20000,00	-
Sr. Ángel Guamán	\$ 20000,00	\$ 20000,00	-
Sra. Nuvia Aguilar	\$ 20000,00	\$ 20000,00	-
Total	60000,00	60000,00	-

ELABORADO: La Autora.

NOMBRAMIENTO DE ADMINISTRADORES.- Para los períodos señalados en los artículos 12º y 13º del estatuto, se designa como presidenta de la compañía a la Sra. Nuvia Aguilar la misma que será la gerente de la compañía.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA.- Los contratantes acuerdan autorizar al doctor Ramiro Flores para que a su nombre solicite al Superintendente o a su delegado la aprobación del contrato contenido en la presente escritura, e impulse posteriormente el trámite respectivo hasta la inscripción de este instrumento.

- Abrir una cuenta de integración en un banco con lo siguiente:

Capital mínimo: \$400 para compañía limitada

Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno

Copias de cédula y papeleta de votación de cada socio.

Esta cuenta se la abrirá en el banco de Pichincha, con un capital de \$ 60000,00 dólares, cuyo capital es la aportación de cada socio por un valor de \$ 20000,00, el cual se detalla en la carta de socios, a lo cual adjuntamos las cédulas y certificados de votación

- Pasar el estatuto social a una escritura pública a través de un notario

Escritura Nº 00765

En esta ciudad de Loja, cantón de la República del Ecuador, hoy día 12 de junio de 2015, ante mi doctor: Ramiro Flores, Notario Público décimo primero de este Cantón, comparecen los señores María Jaramillo, Ángel Guamán y Nuvia Aguilar, mayores de edad, legalmente capaces de contratar y obligarse, domiciliados en el en la ciudad de Loja, todos comparecen por sus propios derechos, a quienes conozco y me piden que

eleve a escritura pública el contenido de la siguiente minuta cuyo temor literal que transcribe a continuación es el siguiente señor notario: En el protocolo de escrituras públicas a su cargo díganse de la cual consiste la constitución de Compañías existentes o que fueran a constituir: igualmente la compañía tiene la facultad de participar con compañías del estado conformando compañías de cualquier naturaleza.

Firmado doctor Ramiro Flores, Abogado con matrícula profesional N°2547895 del colegio de Abogados de Loja. Hasta aquí la minuta la misma que queda elevada escritura Pública con todo el valor legal. Para su otorgamiento se observaron todos los preceptos legales del caso.

Y leída que les fue íntegramente la presente por el notario, a los comparecientes estos se ramifican y forman conmigo en unidad de todo lo cual doy fe.

Nuvia Aguilar
C.I 0706571957

Ángel Guamán
C.I 0201992070

María Jaramillo
C.I 0705269246

Dr. Ramiro Flores
C.I. 1106753891

Llevar la escritura pública a la superintendencia de compañías para su respectiva aprobación.

Mediante resolución número 35427, dictada el 20 de junio del dos mil quince, por el Doctor Jaime Bonilla, Especialista Jurídico de la Superintendencia de Compañías de Loja, resuelve APROBAR la constitución de la Compañía Virgen del Cisne. Ltda.- Tome nota al margen de la respectiva matriz de constitución de la mencionada

compañía, para los fines legales consiguientes,- Loja, a los 20 días del mes de junio del 2015.

- Realizar una publicación en el mayor diario de circulación nacional.
La publicación se realizará en el diario la Hora, indicando el nombre de la nueva empresa y su actividad en el mercado.
- Obtener los permisos para el debido funcionamiento.
- Realizar el registro y el pago de la marca por un valor de \$ 208,00 cuyo permiso tendrá una duración de 10 años en la Dirección Nacional de Propiedad Industrial.

Proceso para los Permisos del Municipio

1. Descargar, llenar e imprimir el formulario “Solicitud para Registro de Patente Municipal” de la página web del Municipio.
2. Adjuntar los requisitos y entregar en las ventanillas de la Dirección Financiera del Municipio, o en la Ventanilla Única Municipal situada en la Cámara de Comercio; donde se le indicará el valor de la liquidación correspondiente.
3. El valor de la liquidación puede ser cancelado en las ventanillas de Recaudaciones de la Municipalidad, o en la Ventanilla Única Municipal situada en la Cámara de Comercio.

Los requisitos para obtener la patente municipal son

- Certificado provisional o definitivo emitido por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Loja por cada uno de los establecimientos que posea dentro de Loja.

- Sólo en el caso de inicio de actividades, las personas jurídicas deberán presentar la Escritura de Constitución correspondiente, así como el nombramiento del representante legal (vigente) y la cédula de identidad y certificado de votación del mismo.
- Las personas naturales deberán presentar copia de la cédula de identidad y certificado de votación del mismo.
- Declaración del Impuesto a la Renta, y a las personas no obligadas a declarar este impuesto, las declaraciones del impuesto al Valor Agregado, del último ejercicio económico exigible. Este requisito no será necesario en el caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica.
- Formulario, Solicitud para Registro de Patente Municipal.
- Sólo en el caso de que la persona natural o jurídica ejerza el comercio en varios cantones, deberá presentar el desglose de ingresos por cantón firmado por un contador.
- Si la persona que realiza el trámite no es el titular del negocio, deberá presentar su copia de cédula y certificado de votación junto con una carta de autorización del titular del negocio, debidamente notariada.
- Pagar la patente municipal, para lo cual antes se hace la solicitud para el registro de la patente; para ello se lleva un certificado del cuerpo de bomberos donde se detalla las obligaciones y actividades de la empresa.
- Sacar el permiso de registro sanitario.

La ARCSA (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria) realizará el trámite correspondiente a través del sistema automatizado, y el procedimiento se realizará a través de la página web www.controlsanitario.gob.ec.

Requisitos para permiso funcionamiento del Ministerio de Salud.

- a) Ficha de inspección.
- b) Cedula de Identidad y Papeleta de Votación del Representante Legal.
- c) Permiso del Cuerpo de Bomberos.
- d) Copia de certificados de salud conferidos por el Ministerio de Salud Pública.

Requisitos para la Obtención del permiso ambiental

- Carta de cesión gratuita del uso del bien inmueble, adjuntando copia de la cédula del cedente y el documento que certifique la ubicación Razón Social del Proponente
- Nombre del Proyecto.
- Referencia No. de Expediente asignado al trámite al obtener el Certificado de Intersección.
- Papeleta de depósito en la Cuenta Corriente del Ministerio del Ambiente
- Garantía de Fiel Cumplimiento del Plan Anual de Manejo Ambiental
- Póliza de Seguros por daños ambientales o daños a terceros a nombre del Ministerio del Ambiente.
- Con todos los documentos anteriores acudir al Registro Mercantil del cantón para inscribirla.

REGISRO MERCANTIL DEL CANTON LOJA

Copia de la inscripción #3452 en la matrícula de Comercio de este cantón, otorgado a favor de:

En Loja a los 24 días del mes de junio del 2015 por orden del señor Juez Quinto de lo Civil de Loja, conforme a lo dispuesto en el Artículo 22 del código de comercio, inscribo en el Libro de Matriculas de Comercio de este Cantón a: La Compañía Granja De Codorniz Virgen Del Cisne Ltda. , la misma que se dedicara a las actividades Mercantiles en lo referente a: producción y comercialización de carne y huevos de codorniz; así como los demás actos y contratos mercantiles.- Actuara bajo la razón social ya mencionada, girara con un capital de 18000,00 dólares de los estados unidos de América.- El domicilio lo señala en la ciudad de Loja. El modelo de firma que se usara es la misma que se halla al pie de la solicitud que archivó.-Se ha cumplido con todos los requisitos ordenados por la ley,

Dr. David Medina.
Registrador mercantil
Del cantón Quito.

- Realizar la Junta General de Accionistas para delegar a la directiva de la Empresa.
- Recibir los documentos que entregará la Superintendencia de Compañías para abrir el RUC de la empresa.
- Inscribir en el Registro Mercantil el nombramiento del representante legal de la empresa.

- Obtener el RUC con los siguientes documentos:

El formulario correspondiente debidamente lleno

Original y copia de la escritura de constitución

Original y copia de los nombramientos

Copias de cédula y papeleta de votación de los socios

De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite.

- Con el Ruc se dirige al banco para retirar y hacer uso del dinero.

Finalmente, la empresa está lista para su funcionamiento.

Para llevar a cabo el funcionamiento de esta empresa me he basado en el:

REGLAMENTO DE CONTROL DE LA INSTALACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LAS GRANJAS AVÍCOLAS

CAPÍTULO I

DE LAS DEFINICIONES

Art.1.- Para los fines de aplicación del presente Reglamento se adoptan las siguientes definiciones, utilizadas regularmente en la producción avícola:

Autoridad Competente

Designa los Servicios Veterinarios que tienen la responsabilidad de aplicar o supervisar la aplicación de las medidas zoonosanitarias y otras normas recomendadas

en el Código Terrestre de la OIE y la competencia necesaria para ello. En el caso del Ecuador el Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria, SESA.

Aves de Corral.

Aves criadas o mantenidas en cautiverio para la producción de carne y huevos destinados al consumo humano, la elaboración de otros productos comerciales o la reproducción de la especie.

Bioseguridad

Conjunto de prácticas de manejo orientadas a prevenir el contacto de las aves con microorganismos patógenos, con la finalidad de brindar garantía al proceso de producción de los bienes avícolas destinados al consumo humano.

Biodegradación

Descomposición controlada de la materia orgánica, resultante del proceso de digestión, asimilación y metabolización, llevado a cabo por bacterias, hongos y protozoos.

BPM

Buenas Prácticas de Manufactura. Conjunto de acciones para la obtención de productos alimenticios seguros para el consumo humano, fundamentado en la aplicación de normativas sobre la higiene y forma de manipulación.

Cama

Material vegetal compuesto por los desechos generados por las aves en los galpones que puede ser cascarilla de arroz, bagazo de caña, viruta de madera, u otros.

Cuarentena.

Aislamiento preventivo, por razones sanitarias principalmente, al que son sometidos personas, animales o plantas, durante un período variable de tiempo para su observación y seguimiento.

Desechos

Residuos que deben eliminarse del lugar de producción de acuerdo a lo estipulado en leyes vigentes por resultar posibles contaminantes del alimento, de las aves y del entorno.

Desinfección

Dstrucción de los microorganismos patógenos en todos los ambientes, por medios mecánicos, físicos o químicos contrarios a su vida o desarrollo.

Desinfectante

Agentes químicos y físicos que matan los microorganismos, destruyen bacterias o patógenos causantes de enfermedades, pero no ciertos tipos de esporas y virus y se aplican sobre objetos inanimados.

Equipos.

Conjunto de maquinaria, red de distribución de agua y gas y demás accesorios que se empleen dentro de la explotación avícola.

Estrés

Condiciones no óptimas para el crecimiento de las aves. Puede estar provocado por factores de manejo, nutricionales, sanitarios, genéticos y ambientales.

Fármaco.

Compuesto químico registrado ante la Autoridad Nacional Competente, que se emplea para el tratamiento de una enfermedad o para mejorar el bienestar de las aves.

Gallinaza.

Es la mezcla de los excrementos de las gallinas con los materiales que se usan para cama en los gallineros, los cuales son ricos en nitrógeno y muchos otros nutrientes, por lo que es utilizada como abono orgánico.

Galpón.

Infraestructura independiente dentro de un plantel destinado a alojar aves de una sola especie y de una sola edad, que permite el adecuado rendimiento de las mismas.

Higiene personal.

Conjunto de medidas preventivas que debe cumplir todo el personal que se encuentre dentro de las instalaciones avícolas y que son necesarias para garantizar la sanidad y bienestar animal, la inocuidad alimentaria, la salud, seguridad y bienestar de los trabajadores, así como la armonía con el ambiente.

Inocuidad.

Garantía de que los alimentos no causarán daño al consumidor cuando se preparen y/o consuman de acuerdo con el uso al que se destinan.

Lote

Grupo de aves de corral de la misma edad y que comparten un mismo núcleo.

Limpieza.

Remoción de toda materia orgánica, impurezas, residuos de alimentos, suciedad, grasa u otra materia identificable como contaminante.

Plantas de faenamiento.

Establecimiento donde se procesan las aves que han sido declaradas aptas para el consumo humano y que están registradas y aprobadas ante la autoridad competente para este fin.

Peligro.

Presencia de un agente biológico, químico o físico en un animal o en un producto de origen animal, o estado de un animal o de un producto de origen animal que puede provocar efectos adversos en la salud.

Plaga.

Especie, raza, o biotipo animal o vegetal o agente patógeno dañino para las plantas, animales o productos.

Plan

Documento que especifica que procedimientos y recursos asociados deben aplicarse, quien debe aplicarlos y cuando deben aplicarse dentro de un proyecto, para los diferentes procesos.

Sanitación de la gallinaza.

Procesos u operaciones físicas, químicas o biológicas o la combinación de estas que garantizan la eliminación de agentes infectocontagiosos en este subproducto avícola.

Tipo de explotación avícola.

Es aquel conformado por un grupo de aves de una misma especie, destinadas a un solo propósito, ya sea material genético, producción de huevo para consumo o producción de carne.

Vacío sanitario efectivo.

Período que permanece la granja vacía desde que se ha realizado la limpieza y desinfección de la nave y los exteriores, hasta el nuevo ingreso de aves.

Visitas.

Toda persona que no forma parte del grupo permanente de trabajo de la explotación.

Zoonosis

Cualquier enfermedad o infección que puede ser transmitida naturalmente por los animales a las personas.

CAPITULO III DEL REGISTRO DE LAS GRANJAS

Art. 3.- Los establecimientos dedicados a la producción y explotación de aves están obligados a obtener el registro bianual correspondiente de acuerdo a las siguientes normas:

a. La solicitud será presentada por el interesado en la Coordinación Provincial u Oficina Local del SESA si la hubiere, correspondiente al lugar donde esté instalada la granja avícola;

c. Para la inscripción de los nuevos planteles avícolas que se deseen instalar, los interesados presentarán la indicada solicitud con la siguiente información:

1. Provincia, ciudad, cantón, sitio de ubicación de la granja.
2. Distancia a la granja avícola más cercana.
3. Finalidad de la granja avícola (progenitoras), reproductoras, comerciales de postura o de engorde; para patos, etc.
4. Número de galpones y sus dimensiones.
5. Razas o linajes utilizados.
6. Nombre del médico veterinario que asesora técnicamente, número de matrícula y colegio profesional al que pertenece;

d. El Coordinador Provincial del SESA en el término máximo de dos días, si no hubiese un funcionario cantonal de la institución, designará al personal técnico que inspeccione el lugar y emita el informe sobre la instalación y cumplimiento de los requisitos constantes en este reglamento;

e. Si el informe fuese favorable, el Coordinador Provincial respectivo autorizará el funcionamiento del plantel avícola y emitirá el registro correspondiente con copia de este documento al funcionario local del SESA, si existe en la jurisdicción cantonal en la que se ubica la explotación avícola., y al funcionario responsable del Programa Avícola en Planta Central.

CAPÍTULO IV DE LAS INSTALACIONES

Art. 4.- Las explotaciones avícolas deben estar localizadas en lugares protegidos de inundaciones y lo más alejado posible de plantas de faenamiento, basureros y carreteras principales, zonas pantanosas, lagos y humedales a los que llegan masivamente aves silvestres y migratorias y deben estar aisladas de posibles fuentes de contaminación industrial y libres de emanaciones como humo de fábricas, polvo de canteras, hornos industriales, fábricas de gas, plantas de tratamiento de desechos.

Art. 5.- El edificio - gallinero donde vivirán habitualmente las aves, debe reunir las condiciones específicas que faciliten el lavado, desinfección, des infestación e higiene total del galpón, con el fin de prevenir enfermedades. Estas condiciones son:

a. Para pollos: galpón con piso de cemento, paredes de ladrillo o bloque de cemento y malla de alambre solamente, cubiertas de teja, zinc, eternit o materiales propios de la zona.

a. Los pilares o demás soportes pueden ser de cemento, hierro o madera;

b. Para pollitos de reposición: galpón de las mismas características del anterior;

c. Para ponedoras comerciales: Producción en piso: se diseñarán galpones de acuerdo a las características técnicas de cada una de las áreas ecológicas del país y las necesidades del productor.

Si son explotadas en jaulas: el piso para las mismas será de tierra y los pasillos adyacentes en cementados; las paredes laterales proporcionarán ventilación superior e inferior con protección dirigida a las baterías de jaulas, las que serán de alambre galvanizado, equipadas con ponederos, comederos y bebederos adecuados;

d. Para aves progenitoras y reproductoras: galpón de las mismas características de las del literal anterior.

Art. 6.- El Plantel debe contar con instalaciones sanitarias y zonas separadas y definidas para la administración, producción y desinfección de vehículos.

Art. 7.- La granja debe estar protegida con una valla, cerramiento o alambrado de al menos 2m. de altura cercando todo el establecimiento, a fin de prevenir el ingreso de personas, animales y vehículos ajenos a la explotación. Ninguna sección dentro del plantel deberá tener comunicación con lugares destinados a vivienda.

El área de estacionamiento para vehículos de visitantes debe estar localizado fuera del cerco perimetral de las explotaciones.

CAPITULO V

DEL AISLAMIENTO

Art. 8.- Para satisfacer las necesidades estrictamente sanitarias, se establece un aislamiento de granja y de galpón de acuerdo a las siguientes especificaciones.

a. Las granjas comerciales de cualquier finalidad de producción deben estar alejadas por lo menos 3 km de los centros poblados y de acuerdo a las ordenanzas municipales vigentes.

b. Entre dos granjas avícolas de ponedoras de huevos comerciales, debe existir una distancia mínima de 3 km. Entre galpones de una misma granja, 20 m de distancia mínima.

c. Entre una granja de pollos de carne y una de pollitas de reposición debe existir una distancia mínima de 5 km y entre galpón y galpón de aves de esta clase en una misma granja: la distancia mínima de 20 m.

d. Entre una granja de ponedoras comerciales y una de pollitas de reposición, debe existir un espacio mínimo de 5 km y entre galpón y galpón de pollitas de reposición 20 m de distancia mínima;

e. Entre dos granjas de pollos de engorde carne, debe existir la distancia mínima de 4 km.

f. Entre una granja de progenitoras, reproductoras, ponedoras comerciales, pollos de engorde y otras granjas avícolas de diferente especie como pavos, patos codornices, avestruces, etc., debe existir una distancia mínima de 5 km. y entre galpón y galpón de una misma granja, una distancia mínima de 20 m.

CAPÍTULO VI

DEL PERSONAL DE LOS PLANTELES AVÍCOLAS.

Art. 9.- El personal de una explotación avícola debe recibir constante capacitación en normas de bioseguridad, higiene personal en el trabajo, higiene de los alimentos, cuidado adecuado de las aves en cada una de las etapas de producción, control de plagas, seguridad ocupacional , riesgos del trabajo y protección ambiental.

Art 10.- El personal que aplique medicamentos de uso veterinario, así como agentes desinfectantes, satirizantes y todos aquellos que operen equipamiento peligroso y complejo, deben estar capacitados para desarrollar dichas labores. Deberá dotarse al personal del equipo de protección y la indumentaria adecuada para las actividades que efectúe.

Art. 11.- El personal que labora en los planteles deberá contar con un Certificado Anual de Salud otorgado por un Centro o Subcentro del Ministerio de Salud Pública que garantice su buen estado físico para desenvolverse en este tipo de actividad.

Art. 12.- El personal de las granjas deberá tener facilidades de servicio médico permanente y contar con procedimientos periódicos para la prevención de zoonosis. Las granjas deberán contar con un botiquín dotado de equipo de primeros auxilios por cada 15 personas y cuya ubicación y disponibilidad no genere dificultad de acceso para quien lo necesite, ni represente riesgo para la bioseguridad de la granja.

Art. 13.- Según lo establecido en el Código de Trabajo, la explotación avícola deberá contar con un área destinada exclusivamente para comedor, la cual deberá estar alejada de los galpones y de las bodegas de almacenamiento, pero dentro del perímetro interno de la granja.

CAPÍTULO VII

DE LA SANIDAD ANIMAL

Art. 14.- Las explotaciones avícolas deberán contar con la asistencia técnica de un Médico Veterinario colegiado en el país. El Médico Veterinario deberá estar informado de la normativa sanitaria vigente, se encargará de su cumplimiento e informará de la ocurrencia de las enfermedades de notificación obligatoria definidas por la Autoridad Competente.

Así mismo deberá establecer un programa sanitario para la explotación enfocado fundamentalmente a la prevención de las enfermedades de las aves de corral.

Art 15.- El diagnóstico de las enfermedades que se presenten en la explotación, estará a cargo del Médico Veterinario del plantel que se encargará de efectuar las necropsias en un lugar específico para ello y bajo su criterio profesional, tomará y enviará las muestras que correspondan, para el diagnóstico confirmativo de laboratorio.

Art. 16.- La prescripción de fármacos, que deberán contar con el registro sanitario del SESA, será de exclusiva responsabilidad del Médico Veterinario del plantel, quien deberá instruir al productor sobre los períodos de carencia, estipulados por el fabricante, para evitar residuos de fármacos en carne de aves, huevos y sus subproductos. El Médico Veterinario establecerá los procedimientos para el almacenamiento de fármacos y biológicos, manejo de recipientes vacíos de medicamentos, jeringas, agujas y residuos de fármacos.

Art. 17.- Las aves muertas deben ser recolectadas diariamente de los galpones, colocadas en un recipiente cerrado y destinadas para su eliminación a través de biodigestores o compostaje, localizados lo más alejado posible de la explotación.

Art. 18.- Luego de cada período productivo de las aves, se procederá a retirar las camas y otros residuos, para posteriormente efectuar la limpieza, desinfección y desratización de los galpones. Una vez que se hayan cumplido estas acciones, se iniciará un vacío sanitario efectivo de por lo menos 15 días. La explotación podrá ser sometida a un período de cuarentena que puede ser mayor al del vacío sanitario, en caso de haberse presentado una enfermedad infecciosa aguda, si la evaluación epidemiológica así lo determina.

Art. 19.- Si se presentan enfermedades exóticas que constituyan un peligro y representen riesgo para la salud pública o para la población avícola, la explotación o explotaciones afectadas deberán cumplir exactamente con las medidas sanitarias dispuestas por la Autoridad Competente.

CAPITULO VIII

DEL BIENESTAR ANIMAL

Art. 20.- Las granjas avícolas deberán incorporar los siguientes principios básicos de bienestar animal a fin de evitar en lo posible condiciones de estrés que pueden repercutir en los rendimientos productivos de las aves:

- a. Las aves deben tener una dieta adecuada a sus necesidades y la cantidad de agua fresca suficiente. Por ningún motivo deben pasar hambre o sed de manera innecesaria.
- b. Las aves deben estar en instalaciones iluminadas apropiadamente y construidas, equipadas y mantenidas a fin de evitar el estrés, dolor o daño de los animales.
- c. Las aves deben poder expresar su comportamiento normal, contar con espacio suficiente, ser manejadas por personal con entrenamiento para su alimentación, suministro de agua, control de ventilación y temperatura y realización de las prácticas de manejo habituales en las granjas.
- d. Deben evitarse en lo posible situaciones que provoquen estrés o miedo de los animales.

CAPITULO IX

DEL SUMINISTRO DE AGUA Y ALIMENTOS

Art. 21.- El agua para las aves deberá cumplir con los requisitos físicos, químicos y microbiológicos que establece la Norma INEN 1108 para agua potable. Las granjas avícolas deberán realizar al menos cada año análisis microbiológicos y fisicoquímicos del agua, en laboratorios autorizados por el SESA.

Art. 22.- Los alimentos medicados y sus fabricantes, de acuerdo con la normativa vigente, deberán estar registrados en el SESA y elaborados según el Reglamento de Buenas Prácticas de Manufactura, cuyas disposiciones deberán ser observadas aún si el alimento es producido en el mismo plantel avícola.

CAPÍTULO IX

DE LA PROTECCIÓN AMBIENTAL

Art. 23.- Las explotaciones avícolas deberán contar con un Plan de Manejo Ambiental, que incluya, el manejo y empleo de la gallinaza, el manejo y disposición de residuos, la prevención y el control de olores que se generan en el proceso productivo y el manejo de residuos líquidos.

Art. 24.- Las explotaciones avícolas deberán contar con procedimientos de manejo de su gallinaza que puede ser tratada en la misma unidad productiva o en una procesadora externa. Si la gallinaza va a ser procesada fuera de la granja avícola debe ser previamente sanitizada a través de un tratamiento que asegure la eliminación de agentes patógenos y evite el crecimiento de insectos.

Este tratamiento debe ser realizado en un plazo no mayor a treinta días en el caso de aves de jaula y si son aves de piso, 30 días después de la finalización del ciclo productivo.

Para el acopio de la gallinaza en los puntos de uso, se deberá considerar: la impermeabilidad del suelo, las líneas de drenaje, la pendiente del terreno y una distancia no menor a 20 m. de cursos de agua.

El traslado de gallinaza procesada para uso agrícola deberá realizarse previo secado y desinfección y su transporte debe efectuarse en vehículos con carrocerías selladas en los fondos y costados y cubiertos con una carpa impermeable.

Art. 25.- El manejo y eliminación de residuos o desechos de fármacos y biológicos, recipientes, agujas y jeringuillas deben efectuarse de acuerdo a la Ley de Gestión Ambiental y no deben ser mezclados con la basura normal.

La disposición final de la basura debe hacerse en lugares aprobados por las autoridades competentes y con apego a las Ordenanzas Municipales.

Art. 26.- Cuando las explotaciones avícolas afecten a sectores poblados con olores generados en el proceso productivo, se formarán cortinas vegetales con árboles o arbustos aromáticos, para disminuir la emisión de olores.

La emisión de amoníaco (mg/L) no debe superar los siguientes límites:

- En el interior de los galpones menor o igual a 25
- En el núcleo poblacional más cercano menor o igual a 10
- En el sitio de tratamiento de gallinaza menor o igual a 40

Art. 27.- En función de Plan de Manejo Ambiental y en la medida en que se generen residuos líquidos, las granjas avícolas deben implantar sistemas de ingeniería

sanitaria y ambiental para el manejo de tales residuos a fin de evitar la contaminación de las aguas superficiales y subterráneas.

CAPITULO X

DE LAS GRANJAS DE REPRODUCCIÓN

Art. 28.- Los galpones y las instalaciones como bodegas, sitios de almacenamiento y clasificación de huevos, oficinas de administración, etc., deberán reunir las siguientes condiciones técnicas exigidas, a fin de asegurar un pie de cría y por ende una progenie libre de enfermedades y de la más alta viabilidad:

a. Deberán estar localizados fuera de los centros poblacionales, en cumplimiento de las ordenanzas municipales vigentes y con un aislamiento de 2 km en relación a otras granjas. La ubicación de las granjas debe tomar en cuenta la dirección de los vientos dominantes a fin de facilitar la higiene y el control sanitario. La explotación debe estar cercada por una malla de seguridad con una puerta para controlar la circulación y al acceso a la misma. A la entrada un cartel deberá indicar que no se puede ingresar sin autorización.

b. Las explotaciones de reproducción de aves de corral deberán dedicarse a la cría de una sola especie y adoptar el principio de la renovación total. Cada lote se tratará como una entidad separada.

c. La repoblación de las explotaciones se efectuará únicamente con lotes de aves en excelente estado sanitario, regularmente vigilados para salmonelosis y otros agentes patógenos aviares.

d. Las explotaciones de reproducción emplearán alimentos, previo el control de salmonelosis o alimentos que hayan sido sometidos a procedimientos de descontaminación de la salmonelosis.

e. Establecer en todas las granjas un sistema de lavado y desinfección general de vehículos, así mismo cada galpón tendrá un tapete sanitario o pediluvio con desinfectante a la entrada.

f. Es obligatoria la instalación de un servicio de batería de baño, para el personal de empleados y visitantes. Los propietarios proveerán de ropa de protección: overol, botas de caucho y gorra a sus técnicos, empleados y visitantes;

g. El local de almacenamiento y clasificación de huevos, deberá reunir las condiciones requeridas de higiene, ventilación y temperatura, con el fin de preservar los embriones en formación.

h. Las demás disposiciones de este Reglamento para la instalación y funcionamiento de granjas avícolas.

CAPITULO XI

DE LA BIOSEGURIDAD

Art. 29.- Para el cumplimiento de las finalidades previstas en el presente reglamento, los avicultores deben cumplir con las siguientes disposiciones:

a. Las explotaciones avícolas deberán establecer un Programa de Bioseguridad que debe ser ampliamente difundido y puesto en práctica por el personal que labora en ellas y por las visitas al plantel.

b. La entrada de personas a galpones, estará limitada exclusivamente al personal que labora en ellos, al personal técnico y los funcionarios del SESA con función y previo el cumplimiento de las medidas de bioseguridad para el ingreso de personas y vehículos a la granja.

c. La desinfección de vehículos, equipos, herramientas, utensilios y cualquier material que ingrese al plantel es obligatoria. La desinfección de vehículos se efectuará a través de un arco de desinfección o aspersion con bomba de mochila.

d. Los galpones se originarán con el eje longitudinal de Norte a Sur, o de acuerdo a la topografía y ecología de la zona.

e. La ventilación será la máxima posible de acuerdo a la zona, con el fin de desalojar el “aire viciado” que existe en todo gallinero poblado con aves;

f. No debe haber aguas estancadas ni depósitos de basura cerca o alrededor de los galpones;

g. Las granjas avícolas deberán establecer un programa para el control de roedores, moscas y otros insectos y plagas domésticas. Los plaguicidas a utilizar deberán estar registrados en el SESA y su aplicación deberá ser realizada por personal debidamente entrenado que monitoreará la ubicación de trampas y cebos de acuerdo al programa establecido.

CAPITULO XII

DE LA CERTIFICACIÓN DE BUENAS PRACTICAS DE PRODUCCIÓN AVICOLA

Art. 30.-Las explotaciones avícolas deberán propender a la adopción de Buenas Prácticas de Producción Pecuaria que involucren los siguientes aspectos: Registros y documentación, Personal, Instalaciones, Control de Plagas domésticas, Sanidad Animal, Bienestar Animal, Suministro de agua y alimentos, Protección Ambiental y Bioseguridad.

Art. 31.- Las explotaciones avícolas podrán obtener del SESA la Certificación de que cumplen con Buenas Prácticas de Producción Avícola. Para ello el SESA con base en la Guía de Buenas Practicas de Producción Avícola, expedida mediante la

respectiva Resolución de la entidad, verificará a través de sus funcionarios o de profesionales y empresas debidamente autorizados, el cumplimiento de las normas establecidas en dicha Guía, previo el otorgamiento de la Certificación respectiva.

Art. 32.- La Certificación de Buenas Prácticas de Producción Avícola podrá ser otorgada además por entidades certificadoras de calidad, nacionales o extranjeras legalmente constituidas, acreditadas por el Organismo Nacional de Acreditación y registradas en el SESA.

CAPITULO XIII DE LAS SANCIONES

Art. 33.- La falta de cumplimiento de las disposiciones constantes, en el presente Reglamento, será sancionado de acuerdo a lo establecido en la Ley de Sanidad Animal, sin perjuicio de que los respectivos Coordinadores Provinciales del SESA, puedan ordenar la suspensión de los trabajos de los planteles avícolas que no se sometan a lo dispuesto en el presente Reglamento.

f.15. FILOSOFÍA EMPRESARIAL

La empresa se dedicará a la producción y comercialización de carne y huevos de codorniz, en la ciudad de Loja, tales productos serán entregados a supermercados, mercados y tiendas de la ciudad para así llegar a todas las familias Lojanas.

Nombre de la empresa: “GRANJA DE CODORNIZ VIRGEN DEL CISNE LTDA.

Visión

Para el 2020, la Granja de Codorniz Virgen del Cisne Ltda. Llegará a tener mayor cobertura y reconocimiento en el mercado local, regional y nacional apoyada del

talento humano calificado, cuyos productos se distinguen de los demás por el alto valor nutricional y de esta manera impulsar al cuidado de la salud y calidad de vida de todas las familias.

Misión

La Misión de la Granja de Codorniz Virgen del Cisne es producir y comercializar alimentos nutritivos, incentivando a sus clientes al consumo de carne y huevos de codorniz de excelente calidad, y de esta manera satisfacer las necesidades alimenticias de las familias, al aportar con nuevos productos en su alimentación diaria, para obtener como beneficio principal el mejoramiento de la calidad de vida de la población lojana y del país.

Objetivos

- Incentivar al consumo de carne y huevos de codorniz.
- Mejorar la calidad de alimentación de la población.
- Lograr posicionamiento en el mercado y ser un líder en la presentación de estos productos innovadores y nutritivos.

Principios

Calidad

Cada miembro de la empresa realizará su trabajo con mayor eficiencia, tratando en cada momento de incrementar la producción.

Competitividad.

La empresa se encaminará hacia una mejor situación, tanto empresarial, laboral como social; y se esforzará por tener ventajas competitivas sostenibles que marquen pautas respecto a la competencia.

El servicio al cliente

Cada uno de las personas que trabajen dentro de la empresa buscará siempre la máxima satisfacción del cliente.

Innovación

Se renovarán los equipos e implementos utilizando tecnología actual para brindar productos de calidad y reducir costos.

Espíritu de equipo

Se trabajará pensando en que “la unión hace la fuerza”, apoyándose mutuamente en los dos servicios que se ofrecerá, manteniendo siempre la comunicación para el logro de los objetivos.

Valores Corporativos

Las actitudes morales que regirán el actuar de la empresa serán los siguientes:

Responsabilidad

Promover en cada cliente el beneficio y la facilidad de la tecnología para mantener la calidad de conocimientos y capacidades para mejorar nuestro nivel de vida.

Honestidad

Cooperar con los clientes y proveedores de forma justa, manteniendo una comunicación abierta y de confianza con ellos. Ofrecer oportunidades de trabajo para las personas que deseen sin discriminación alguna.

Lealtad

Hacer de la mejor manera aquello con lo que cada miembro de la empresa se ha comprometido, y es muy importante mantener el secreto profesional.

Honradez

Respetar los bienes del personal de la empresa, como también los bienes de la empresa.

Puntualidad

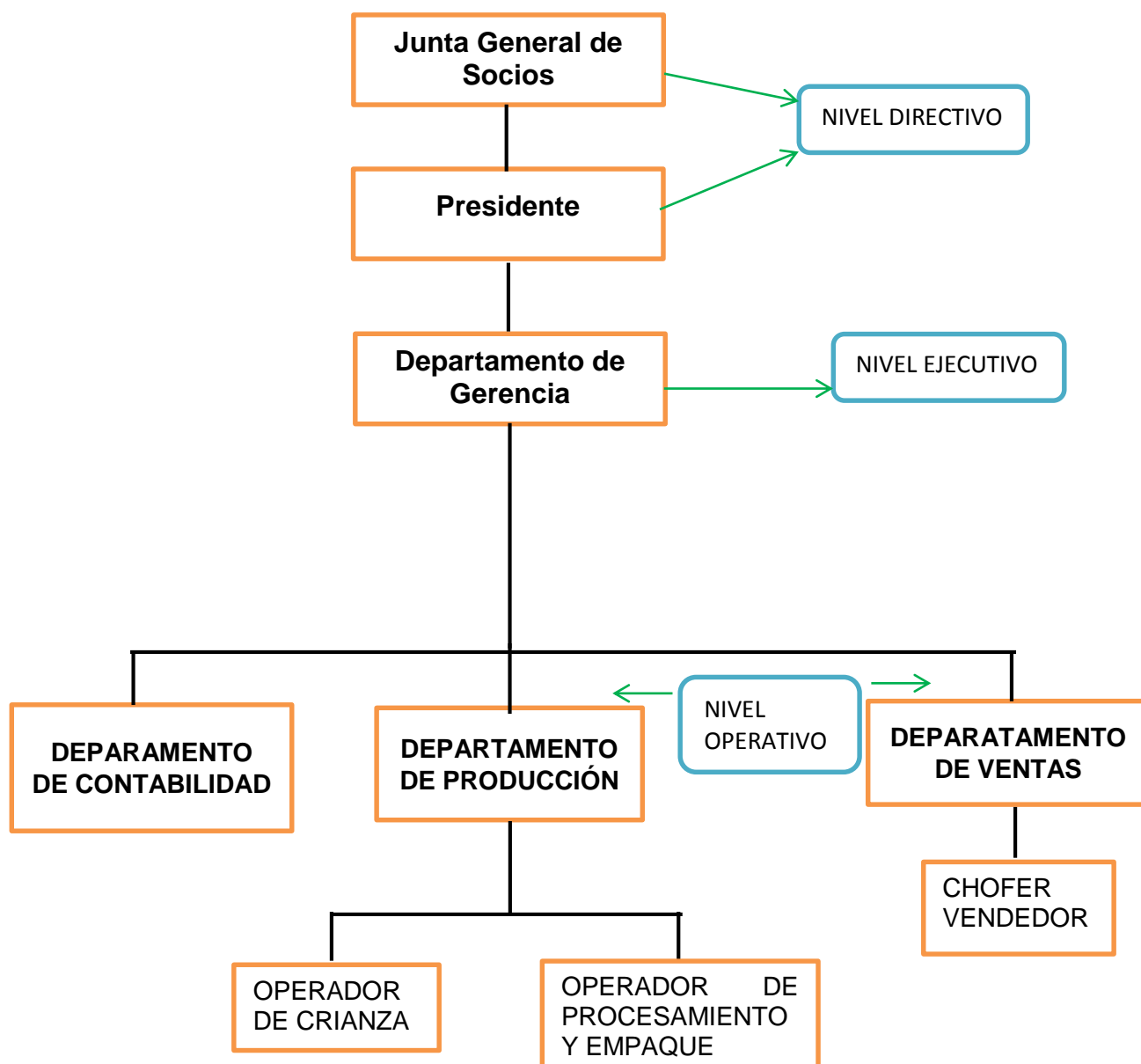
Llegar a la hora indicada y acatar el horario establecido dentro de la empresa.

Cordialidad

Ser atento y amables tanto con las personas que laboran en la empresa, como con los clientes.

f.16. Estructura Administrativa

Organigrama Estructural de los Departamentos de la Empresa



Elaborado por: La Autora.

f.17. MANUAL DE FUNCIONES

MANUAL DE FUNCIONES GRANJA DE CODORNIZ “VIRGEN DEL CISNE” DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL PUESTO

IDENTIFICACIONES

Nombre del puesto: Junta General de Socios

Subordinados: Todos

Naturaleza del puesto

Esta persona se encarga de dirigir, planificar, organizar y controlar las actividades de la empresa.

Funciones del puesto:

- ⇒ Constituir la Empresa Legalmente
- ⇒ Establecer Normas y Políticas de la empresa
- ⇒ Mantener reuniones constantes con sus socios
- ⇒ Revisar y Constatar las inversiones realizadas por la Empresa
- ⇒ Cumplir y hacer cumplir los reglamentos de la empresa
- ⇒ Ejercer las atribuciones previstas para los administradores en la Ley de Compañías.

Responsabilidad

- ⇒ Personal
- ⇒ Materiales
- ⇒ Recursos Financieros
- ⇒ Resultados

ANÁLISIS DEL CARGO

Aptitudes

- ⇒ Ser responsable en el cumplimiento de sus funciones
- ⇒ Que sean un buen Líder
- ⇒ Que posean ideas innovadoras de negocios

Riesgos

- ⇒ Estrés laboral
- ⇒ Cansancio físico y mental.

**MANUAL DE FUNCIONES
GRANJA DE CODORNIZ “VIRGEN DEL CISNE”
DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL PUESTO**

IDENTIFICACIONES

Nombre del puesto: Presidente

Subordinados: Gerente

Naturaleza del puesto

Esta persona se encarga de dirigir, y controlar las actividades de la empresa, hacer que la imagen de la empresa sea reconocida a nivel local y nacional.

Funciones del puesto:

- ⇒ Presidir las reuniones de la empresa
- ⇒ Firmar documentos, conjuntamente con la junta general de socios.
- ⇒ Velar por la buena marcha organizativa de la empresa
- ⇒ Realizar cualquier acción que señalen los socios.

Responsabilidad

- ⇒ Personal
- ⇒ Materiales
- ⇒ Resultados

ANÁLISIS DEL CARGO

Requisitos del Puesto:

- ⇒ Tener conocimiento en Administración de Empresas o carreras afines.

Aptitudes

- ⇒ Ser responsable en el cumplimiento de sus funciones
- ⇒ Que sean un buen Líder
- ⇒ Ser de carácter activo y colaborador

Riesgos

- ⇒ Estrés laboral

MANUAL DE FUNCIONES
GRANJA DE CODORNIZ “VIRGEN DEL CISNE”
DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL PUESTO

IDENTIFICACIONES

Nombre del puesto: GERENTE

Subordinados: Todos

Naturaleza del puesto

Esta persona se encarga de dirigir, planificar, organizar y controlar las actividades de la empresa, cuya persona se encargará de la administración financiera y económicamente de la empresa y hacer que la imagen de la empresa sea reconocida a nivel local y nacional.

Además cumple y hace cumplir todas las políticas internas de la empresa.

Funciones del puesto:

- ⇒ Organizar y dirigir la administración de la empresa.
- ⇒ Ejecutar mandatos de la Junta General de Socios.
- ⇒ Velar por una contabilidad al día.
- ⇒ Designar al personal de la Empresa.
- ⇒ Preceder reuniones donde no pueda ir el presidente.
- ⇒ Mantener reuniones constantes con sus empleados.
- ⇒ Revisar y Constatar las inversiones realizadas por la Empresa.
- ⇒ Realizar evaluaciones en forma ocasional a los empleados que integran la empresa.
- ⇒ Cumplir y hacer cumplir los reglamentos de la empresa.
- ⇒ Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 12 de la Ley de Compañías.
- ⇒ Realizar el proceso de reclutamiento, selección y contratación del personal.
- ⇒ Realizar capacitaciones al personal que trabaja en la empresa.

Responsabilidad

- ⇒ Personal
- ⇒ Materiales
- ⇒ Recursos Financieros

⇒ Resultados

ANÁLISIS DEL CARGO

Requisitos del Puesto:

- ⇒ Tener conocimiento en Administración de Empresas o carreras afines.
- ⇒ Tener conocimiento en Administración de Producción y Comercialización de los productos a ofrecer.

Aptitudes

- ⇒ Ser responsable en el cumplimiento de sus funciones
- ⇒ Que sean un buen Líder
- ⇒ Que posean ideas innovadoras de negocios
- ⇒ Que mantengan buenas relaciones con los empleados de la empresa
- ⇒ Ser de carácter activo y colaborador

Riesgos

- ⇒ Estrés laboral
- ⇒ Dolores de cabeza
- ⇒ Cansancio físico y mental

MANUAL DE FUNCIONES
GRANJA DE CODORNIZ “VIRGEN DEL CISNE”
DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL PUESTO

IDENTIFICACIONES

Nombre del puesto: CONTADORA

Ubicación: Planta de producción

Tipo de Contratación: Contrato Fijo por medio tiempo por un año

Ámbito de Operación: Local

A quien reporta: Gerente

Con quien coordina: Gerente

RELACIONES

Jefe Inmediato: Gerente

Subordinados: Ninguno

Naturaleza del puesto:

Realizar una buena administración general, coordinar y controlar las actividades que se realicen en cuanto al ámbito financiero.

Funciones

- ⇒ Supervisar y controlar la contabilidad y las finanzas de la empresa.
- ⇒ Procurar el buen manejo financiero de la empresa.

Responsabilidad

- ⇒ Materiales

⇒ Humanos

Riesgos

⇒ Estrés laboral

⇒ Económico

ANÁLISIS DEL CARGO

Requisitos del Puesto:

Conocimientos

⇒ Tener conocimiento en contabilidad o materias a fines.

Experiencia

Mínimo 6 meses en otras empresas afines

Aptitudes

⇒ Ser responsable en el cumplimiento de sus funciones

⇒ Ser de carácter activo y colaborador

MANUAL DE FUNCIONES
GRANJA DE CODORNIZ “VIRGEN DEL CISNE”
DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL PUESTO

IDENTIFICACIONES

Nombre del puesto: Jefe De Producción

Ubicación: Planta de producción

Tipo de Contratación: Contrato Fijo por un año

Ámbito de Operación: Local

A quien reporta: Gerente

Con quien coordina: Gerente

RELACIONES

Jefe Inmediato: Gerente

Subordinados: Empleados

Naturaleza del puesto:

Realizar un buen manejo del área de producción para incrementar la rentabilidad de la empresa; desde que se recoge los codornices para la producción de carne, como también la recolección de huevos.

Funciones

- ⇒ Plantear metas y objetivos de producción
- ⇒ Optimizar los recursos de la producción
- ⇒ Elegir el mejor proveedor de la materia prima en cuanto a la alimentación.
- ⇒ Supervisar y llevar un buen control de los codornices de postura y de producción de carne.

- ⇒ Revisar el producto terminado.

Responsabilidad

- ⇒ Materiales
- ⇒ Humanos

Riesgos

- ⇒ Estrés laboral
- ⇒ Disminución en la producción

ANÁLISIS DEL CARGO

Requisitos del Puesto:

Conocimientos

- ⇒ Tener conocimiento en producción de estos productos.

Experiencia

Mínimo 6 meses en otras empresas afines

Aptitudes

- ⇒ Ser responsable en el cumplimiento de sus funciones
- ⇒ Ser de carácter activo y colaborador

MANUAL DE FUNCIONES
GRANJA DE CODORNIZ “VIRGEN DEL CISNE”
DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL PUESTO

IDENTIFICACIONES

Nombre del puesto: Operador de crianza y manejo de codornices

Ubicación: Planta de producción

Tipo de Contratación: Contrato Fijo por un año

Ámbito de Operación: Local

A quien reporta: Gerente

Con quien coordina: Gerente

RELACIONES

Jefe Inmediato: Gerente

Subordinados: Ninguno

Naturaleza del puesto:

Realizar la revisión, control y administración del manejo y cuidado de los codornices

Funciones

- ⇒ Cuidar el nacimiento, crecimiento y desarrollo final de los codornices.
- ⇒ Mantener limpio las el galpón y las jaulas de los codornices.
- ⇒ Cuidar de la alimentación de los codornices.
- ⇒ Informar al gerente de los sucesos que haya en el galpón.

Responsabilidad

- ⇒ Materiales
- ⇒ Humanos

Riesgos

- ⇒ Estrés laboral
- ⇒ Agotamiento físico

ANÁLISIS DEL CARGO

Requisitos del Puesto:

- ⇒ Tener conocimiento en la crianza de aves

Experiencia

Mínimo 6 meses en otras empresas afines

Aptitudes

- ⇒ Ser responsable en el cumplimiento de sus funciones
- ⇒ Ser de carácter activo y colaborador

MANUAL DE FUNCIONES
GRANJA DE CODORNIZ “VIRGEN DEL CISNE”
DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL PUESTO

IDENTIFICACIONES

Nombre del puesto: Operador de procesamiento y empaque de productos

Ubicación: Planta de producción

Tipo de Contratación: Contrato Fijo por un año

Ámbito de Operación: Local

A quien reporta: Gerente

Con quien coordina: Gerente

RELACIONES

Jefe Inmediato: Gerente

Subordinados: Ninguno

Naturaleza del puesto:

Realizar la revisión, control y procesamiento de los productos derivados de los codornices.

Funciones

- ⇒ Revisar los huevos de la codorniz que estén aptos para venta
- ⇒ Empacar los huevos y carne de codorniz para la venta
- ⇒ Procurar la máxima limpieza de los productos.

- ⇒ Verificar que el procesamiento de los productos tenga su respectivo proceso y que tenga la mejor calidad para venderlos.

Responsabilidad

- ⇒ Materiales
- ⇒ Humanos

Riesgos

- ⇒ Estrés laboral
- ⇒ Agotamiento físico

ANÁLISIS DEL CARGO

Requisitos del Puesto:

- ⇒ Tener conocimiento en la crianza de aves y empaclado de productos

Aptitudes

- ⇒ Ser responsable en el cumplimiento de sus funciones
- ⇒ Ser de carácter activo y colaborador

MANUAL DE FUNCIONES
GRANJA DE CODORNIZ “VIRGEN DEL CISNE”
DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL PUESTO

IDENTIFICACIONES

Nombre del puesto: Chofer-Vendedor

Ubicación: Planta de producción

Tipo de Contratación: Contrato Fijo por un año

Ámbito de Operación: Local

A quien reporta: Gerente

Con quien coordina: Gerente

RELACIONES

Jefe Inmediato: Gerente

Subordinados: Ninguno

Naturaleza del puesto:

Realizar la distribución de los productos terminados a los distintos clientes

Funciones

- ⇒ Mantener en constante crecimiento las ventas de los productos
- ⇒ Distribuir los productos a tiempo y con calidad.

Responsabilidad

- ⇒ Materiales
- ⇒ Humanos

Riesgos

- ⇒ Estrés laboral
- ⇒ Agotamiento físico.

ANÁLISIS DEL CARGO

Requisitos del Puesto:

- ⇒ Tener conocimiento en la crianza de aves

Aptitudes

- ⇒ Ser responsable en el cumplimiento de sus funciones
- ⇒ Ser de carácter activo y colaborador
- ⇒ Tener carácter pasivo
- ⇒ Ser una persona atenta y optimista

f.18. INVERSIÓN INICIAL

ACTIVOS FIJOS.- Los activos fijos son aquellos que no varían durante el ciclo de explotación de la empresa, además son los bienes de propiedad de la empresa dedicados a la producción y distribución de los productos que la empresa ofrece. Adquiridos por un considerable tiempo y sin el propósito de venderlos.

TABLA N° 55

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS	
DETALLE	VALOR
Terreno	\$ 20.000,00
Adecuaciones E Instalaciones	\$ 14.500,00
Maquinaria Y Equipo	\$ 19.515,00
Vehículo	\$ 16.500,00
Muebles Y Enseres	\$ 1.512,00
Equipo De Computación	\$ 1.550,00
Equipo De Oficina	\$ 211,00
Herramientas Y Accesorios	\$ 1.174,00
TOTAL	\$ 74.962,00

ELABORADO: La Autora

ACTIVOS DIFERIDOS.- Los activos diferidos, a pesar de estar clasificados como un activo, no son otra cosa que unos gastos ya pagados pero aún no utilizados, cuyo objetivo es no afectar la información financiera de la empresa en los periodos en los que aún no se han utilizado esos gastos.

Por diferentes circunstancias, la empresa decide comprar o pagar algunos gastos que no utilizará de forma inmediata, sino que los irá utilizando, consumiendo con el transcurso del tiempo, y mientras esto sucede, permanecen en calidad de activos.

TABLA N° 56

RESUMEN DE ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTOS DE CONSTITUCIÓN			
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Honorarios profesionales	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Registro de Medio Ambiente	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Registro de marca	1	\$ 208,00	\$ 208,00
Permiso de Bomberos	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Registro de patente	1	\$ 104,00	\$ 104,00
permiso del ministerio de salud	1	\$ 65,00	\$ 65,00
TOTAL			\$ 992,00

ELABORADO: La Autora

ACTIVOS CIRCULANTES.- El activo circulante o activo corriente es el activo líquido al momento de cierre de un ejercicio o que es convertible en dinero en un plazo inferior a los doce meses. Este tipo de activo está en operación de modo continuo y puede venderse, transformarse, utilizarse, convertirse en efectivo o entregarse como pago en cualquier operación normal.

TABLA N° 57

RESUMEN DEL CAPITAL DE TRABAJO	
COSTOS DIRECTOS	VALOR
Mano de Obra directa	\$ 17.505,98
PIE DE CRIA	\$ 9.000,00
Materiales directos	\$ 50.067,60
COSTOS INDIRECTOS	
Mano de Obra indirecta	\$ 6.593,59
Materiales Indirectos	\$ 1.032,96
Carga Fabril	\$ 1.680,00
Herramientas y Accesorios	\$ 1.212,70
GASTOS ADMINISTRATIVOS	
Sueldos y salarios	\$ 13.187,18
Servicios básicos	\$ 706,54
Suministros de Oficina	\$ 133,25
Materiales de aseo y limpieza	\$ 274,25
Impuestos y contribuciones	\$ 72,50
GASTOS DE VENTA	
Publicidad y propaganda	\$ 721,01
TOTAL	\$ 101.514,73 /4 = \$ 25.560,73

ELABORADO: La Autora

**DETALLE DE LOS ACTIVOS FIJOS, ACTIVOS DIFERIDOS Y ACTIVOS
CIRCULANTES QUE INTEGRAN LA INVERSIÓN DEL PROYECTO.**

TABLA N° 58

MATERIA PRIMA O PIE DE CRIA				
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Codornices		12000	0,75	\$ 9000
TOTAL				\$ 9000

ELABORADO: La Autora.

TABLA N° 59

MATERIALES DIRECTOS				
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Balanceado	KG	67.133	0,7	\$ 46.993,100
Vitaminas y minerales	ML	13.427	0,1	\$ 1.342,660
Agua	LT	134.266	0,001	\$ 134,266
TOTAL				\$ 48.470,026

ELABORADO: La Autora.

TABLA N° 60

MATERIALES INDIRECTOS AÑO 1			
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Empaque para huevos	8000	0,05	\$ 400,00
Empaque para carne	6000	0,1	\$ 600
TOTAL			\$ 1000,00

ELABORADO: La Autora.

TABLA N° 61

MATERIALES INDIRECTOS AÑO 2			
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Empaque para huevos	8000	0,05	\$ 400
Empaque para carne	5500	0,1	\$ 550
TOTAL			\$ 950

ELABORADO: La Autora.

TABLA N° 62

HERRAMIENTAS Y ACCESORIOS			
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Termómetro	1	85	\$ 85
Bomba De Fumigar	1	65	\$ 65
Botas De Caucho	4	12,5	\$ 50
Escobas	3	5	\$ 15
Guantes	6	2	\$ 12
Bebedores Automáticos	48	8	\$ 384
Bandeja Plástica	20	6	\$ 120
Gavetas	20	18,7	\$ 374
Válvulas De Gas	2	8	\$ 16
Palas	5	5	\$ 25
Manguera	2	8	\$ 16
Tanques De Basura	3	4	\$ 12
Total			\$ 1174

ELABORADO: La Autora

TABLA N° 63

MAQUINARIA Y EQUIPOS PARA LA PRODUCCION			
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Jaulas Completas	24	300	\$ 7200
Lámparas Infrarrojas	2	75	\$ 150
Cocina Industrial	1	1500	\$ 1500
Generador Eléctrico	1	500	\$ 500
Refrigerador	1	2500	\$ 2500
Incubadora	1	5500	\$ 5500
Congelador	1	600	\$ 600
Mesas De Acero Inoxidable	3	350	\$ 1050
Carretilla	1	60	\$ 60
Carretilla Coche	1	35	\$ 35
Olla De Acero	4	75	\$ 300
Cilindro De Gas	2	60	\$ 120
TOTAL			\$ 19515

ELABORADO: La Autora.

TABLA N° 64

EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computadoras	2	700	\$ 1.400,00
Impresora	1	150	\$ 150,00
TOTAL			\$ 1.550,00

ELABORADO: La Autora.

TABLA N° 65

EQUIPO DE OFICINA			
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Calculadora	3	12	\$ 36,00
Teléfono	4	20	\$ 80,00
Máquina Registradora	1	95	\$ 95,00
TOTAL			\$ 211,00

ELABORADO: La Autora.

TABLA N° 66

SUMINISTROS DE OFICINA			
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Caja De Esferos	3	12	\$ 36,00
Caja De Lápices	2	8	\$ 16,00
Reglas	20	0,75	\$ 15,00
Grapadora	3	4,5	\$ 13,50
Caja De Borradores	2	6	\$ 12,00
Caja De Clips	3	3,5	\$ 10,50
Perforadora	2	7	\$ 14,00
Tinta De Impresora	3	4	\$ 12,00
TOTAL			\$ 129,00

ELABORADO: La Autora.

TABLA N° 67

MUEBLES Y ENSERES			
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Escritorio Ejecutivo	2	350	\$ 700,00
Sillón Ejecutivo	2	150	\$ 300,00
Sillas	4	8	\$ 32,00
Sillones De 2 Personas	2	120	\$ 240,00
Archivadores	2	120	\$ 240,00
TOTAL			\$ 1.512,00

ELABORADO: La Autora.

TABLA N° 68

VEHICULO			
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Camioneta	1	16500	\$ 16.500,00
TOTAL			\$ 16.500,00

ELABORADO: La Autora.

TABLA N° 69

ADECUACIONES E INSTALACIONES			
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Adecuación Del Edificio	1	10.000,00	\$ 10.000,00
Construcción Del Galpón Por Metros Cuadrados	150	30,00	\$ 4.500,00
TOTAL			\$ 14.500,00

ELABORADO: La Autora.

TABLA N° 70

SUELDOS Y SALARIOS			
DETALLE	TOTAL AÑO 0	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 16.947,40	\$ 17.505,98	\$ 18.569,92
MANO DE OBRA INDIRECTA	\$ 6.383,20	\$ 6.593,59	\$ 6.994,32
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 12.766,40	\$ 13.187,18	\$ 13.988,64

ELABORADO: La Autora.

INTERPRETACIÓN: En esta tabla se muestra los sueldos y salarios de las personas que van a laborar dentro de las diferentes áreas que tiene la empresa, tomando en cuenta que a partir del segundo año se suman los fondos de reserva. Anexo 2.

TABLA N° 71

GASTOS DE VENTA			
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Publicidad y propaganda	1	698	\$ 698
TOTAL			\$ 698

ELABORADO: La Autora.

TABLA N° 72

SERVICIOS BÁSICOS			
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Teléfono	1	35	\$ 420,00
Internet	1	22	\$ 264,00
TOTAL			\$ 684,00

ELABORADO: La Autora.

TABLA N° 73

ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA			
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Franelas	5	1,2	\$ 72,00
Paquete de Fundas de Basura	4	1	\$ 48,00
Escoba	4	3	\$ 12,00
Trapeador	3	5	\$ 15,00
Desinfectante	3	3	\$ 108,00
Recogedor de Basura	3	3,5	\$ 10,50
TOTAL			\$ 265,50

ELABORADO: La Autora.

TABLA N° 74

GASTOS DE CONSTITUCIÓN			
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Honorarios profesionales		\$ 350,00	\$ 350,00
Registro de Medio Ambiente		\$ 1,00	\$ 250,00
Registro de marca		\$ 208,00	\$ 208,00
Permiso de Bomberos		\$ 15,00	\$ 15,00
Registro de patente		\$ 104,00	\$ 104,00
Permiso del Ministerio de Salud			\$ 65,00
TOTAL			\$ 992,00

ELABORADO: La Autora.

TABLA N° 75

AÑOS	VALOR	AMORTIZACION	VALOR ANUAL
1	992	198,4	793,6
2	793,6	198,4	595,2
3	595,2	198,4	396,8
4	396,8	198,4	198,4
5	198,4	198,4	0

ELABORADO: La Autora.

INTERPRETACIÓN: La amortización para los 5 años de vida útil del proyecto se la obtuvo de los gastos de constitución o activo diferido, siendo el valor de \$ 198, 40 que se mantendrá fijo durante todos los años, este valor resulto de dividir el total de activo diferido para los 5 años.

TABLA N° 76

IMPUESTOS Y CONTRIBUCIONES			
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Patente Municipal	1	55	\$ 55,00
Permiso De Bomberos	1	1	\$ 1,50
Registro Sanitario	1	0	\$ 16,00
TOTAL			\$ 72,50

ELABORADO: La Autora.

TABLA N° 77

CARGA FABRIL			
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Energía eléctrica		60	\$ 720,00
Gasolina Extra		20	\$ 960,00
TOTAL			\$1.680,00

ELABORADO: La Autora

La siguiente tabla muestra un resumen de toda la inversión inicial y el capital de trabajo con el que se cuenta.

TABLA N° 78

TOTAL DE INVERSIONES	
ACTIVOS FIJOS	\$ 74.962,00
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 992,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 25.560,73
TOTAL DE LA INVERSION INICIAL	\$ 101.514,73
FINANCIAMIENTO	\$ 21.514,73
CAPITAL SOCIAL	\$ 80.000,00

ELABORADO: La Autora

INTERPRETACIÓN: El total de las inversiones es la suma del activo fijo, activo diferido y del activo circulante; teniendo un valor de \$ 101.514,73 cuyo monto será cubierto por los socios los mismos que aportan con \$ 20.000,00 cada uno; dando un total de \$ 80,000 entre los 4 socios y la diferencia será cubierta a través de un financiamiento bancario.

TABLA N° 79

ELABORADO: La Autora

DEPRECIACIONES Y VALOR RESCATE DE ACTIVOS							
DETALLE	VALOR	VALOR RESIDUAL	VIDA UTIL (AÑOS)	VALOR A DEPRECIAR	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR DE RESCATE
Maquinaria y Equipo	\$ 19.515,00	10%	10	\$ 17.563,50	\$ 1.756,35	\$ 8.781,75	\$ 10.733,25
Equipo De Computación	\$ 1.550,00	0%	3	\$ 1.550,00	\$ 516,67	\$ 1.550,00	\$ 0,00
Equipo De Oficina	\$ 211,00	20%	5	\$ 168,80	\$ 33,76	\$ 168,80	\$ 42,20
Muebles Y Enseres	\$ 1.512,00	10%	10	\$ 1.360,80	\$ 136,08	\$ 680,40	\$ 831,60
Vehículo	\$ 16.500,00	20%	5	\$ 13.200,00	\$ 2.640,00	\$ 13.200,00	\$ 3.300,00
Adecuación e Infraestructura	\$ 14.500,00	5%	20	\$ 13.775,00	\$ 688,75	\$ 3.443,75	\$ 11.056,25
Total Activos Fijos Depreciables	\$ 53.788,00						
Reinversión De Equipo De Computo	\$ 1.550,00	0%	3	\$ 1.550,00	\$ 516,67	\$ 1.033,33	\$ 516,67
Total Activos Fijos Depreciables							\$ 26.479,97
Terreno	\$ 20.000,00						\$ 23.110,97
Valor De Rescate De Activos							\$ 49.590,94

INTERPRETACIÓN: En la tabla anterior se determinó las depreciaciones del activo fijo y el valor de rescate de los mismos y la respectiva reinversión del equipo de cómputo para el cuarto año. También se muestra el valor de rescate del terreno, obteniendo como valor de rescate de activos u total de \$ 49.590,94

TABLA N° 80

f.20. ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS						
DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCION						
Pie de Cría	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Materiales Directos	\$ 48.470,03	\$ 50.067,60	\$ 51.627,13	\$ 53.141,72	\$ 54.604,49	\$ 56.008,60
Mano de Obra Directa	\$ 16.947,40	\$ 17.505,98	\$ 18.569,92	\$ 19.114,71	\$ 19.640,86	\$ 20.074,75
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCION						
Materiales indirectos	\$ 1.000,00	\$ 1.032,96	\$ 950,00	\$ 977,87	\$ 1.004,79	\$ 1.030,62
Mano de obra Indirecta	\$ 6.383,20	\$ 6.593,59	\$ 6.994,32	\$ 7.199,52	\$ 7.397,69	\$ 7.587,91
Carga Fabril	\$ 1.680,00	\$ 1.735,37	\$ 1.786,28	\$ 1.838,69	\$ 1.889,30	\$ 1.937,88
Depreciación de maquinaria y equipo	\$ 1.756,35	\$ 1.756,35	\$ 1.756,35	\$ 1.756,35	\$ 1.756,35	\$ 1.756,35
Depreciación de adecuaciones e instalaciones	\$ 688,75	\$ 688,75	\$ 688,75	\$ 688,75	\$ 688,75	\$ 688,75
Herramientas y Accesorios	\$ 1.174,00	\$ 1.212,70	\$ 1.250,47	\$ 1.287,15	\$ 1.322,58	\$ 1.356,59
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Sueldos y salarios	\$ 12.766,40	\$ 13.187,18	\$ 13.988,64	\$ 14.399,03	\$ 14.795,37	\$ 15.175,83
Servicios básicos	\$ 684,00	\$ 706,54	\$ 728,55	\$ 749,93	\$ 770,57	\$ 770,57
Depreciación de muebles y enseres	\$ 136,08	\$ 136,08	\$ 136,08	\$ 136,08	\$ 136,08	\$ 136,08
Depreciación de Equipo de Computación	\$ 516,67	\$ 516,67	\$ 516,67	\$ 516,67	\$ 516,67	\$ 516,67
Depreciación de Equipo de Oficina	\$ 33,76	\$ 33,76	\$ 33,76	\$ 33,76	\$ 33,76	\$ 33,76
Suministros de Oficina	\$ 129,00	\$ 133,25	\$ 137,40	\$ 141,43	\$ 145,33	\$ 149,06
Materiales de aseo y limpieza	\$ 265,50	\$ 274,25	\$ 282,79	\$ 291,09	\$ 299,10	\$ 306,79
Impuestos y contribuciones	\$ 72,50	\$ 72,50	\$ 74,76	\$ 76,95	\$ 79,07	\$ 81,10
Amortización de Activos Diferidos	\$ 198,40	\$ 198,40	\$ 198,40	\$ 198,40	\$ 198,40	\$ 198,40
GASTOS DE VENTA						
Depreciación de Vehículo	\$ 2.640,00	\$ 2.640,00	\$ 2.640,00	\$ 2.640,00	\$ 2.640,00	\$ 2.640,00
Publicidad y propaganda	\$ 698,00	\$ 721,01	\$ 743,46	\$ 765,28	\$ 786,34	\$ 786,34
TOTAL DE COSTOS Y GASTOS	\$ 105.240,03	\$108.212,94	\$ 103.103,75	\$ 105.953,38	\$ 108.705,49	\$ 111.236,07

ELABORADO: La Autora.

INTERPRETACIÓN: En la estructura de costos y gastos, se determina los costos directos e indirectos de producción y los gastos administrativos y de venta, que son indispensables en la realización de este proyecto.

Todos los costos y gastos se le incremento la tasa de inflación para cada año, a excepción de las depreciaciones, la amortización del activo diferido y de la materia prima ya que esta última es de la cantidad de codornices que se comprara en el primer año.

Además para determinar los materiales directos de producción se realizó un análisis de la cantidad de balanceado, agua y vitaminas que los codornices consumen mensualmente y luego se determinó para el año sacando un promedio general de los 9 meses que se va a producir en el primer año y de la misma manera para el segundo año.

Este proceso se lo calculó debido a que tenemos codornices para la venta de carne y los huevos para la incubación y venta, es por eso que habrá siempre una rotación de codornices.

TABLA N° 81

f.21. CLASIFICACIÓN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES			
DESCRIPCION	Año 0	CV	CF
COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCION			
Pie de Cría	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	
Materiales Directos	\$ 48.470,03	\$ 48.470,03	
Mano de Obra Directa	\$ 16.947,40	\$ 16.947,40	
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCION			
Materiales indirectos	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
Mano de obra Indirecta	\$ 6.383,20		\$ 6.383,20
Carga Fabril	\$ 1.680,00	\$ 1.680,00	
Depreciación de maquinaria y equipo	\$ 1.756,35		\$ 1.756,35
Depreciación de adecuaciones e instalaciones	\$ 688,75		\$ 688,75
Herramientas y Accesorios	\$ 1.174,00	\$ 1.174,00	
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
Sueldos y salarios	\$ 12.766,40		\$ 12.766,40
Servicios básicos	\$ 684,00		\$ 684,00
Depreciación de muebles y enseres	\$ 136,08		\$ 136,08
Depreciación de Equipo de Computación	\$ 516,67		\$ 516,67
Depreciación de Equipo de Oficina	\$ 33,76		\$ 33,76
Suministros de Oficina	\$ 129,00		\$ 129,00
Materiales de aseo y limpieza	\$ 265,50		\$ 265,50
Impuestos y contribuciones	\$ 72,50		\$ 72,50
Amortización de Activos Diferidos	\$ 198,40		\$ 198,40
GASTOS DE VENTA			
Depreciación de Vehículo	\$ 2.640,00		\$ 2.640,00
Publicidad y propaganda	\$ 698,00		\$ 698,00
TOTAL DE COSTOS Y GASTOS	\$ 105.240,03	\$ 78.271,42	\$ 26.968,61

ELABORADO: La Autora

INTERPRETACIÓN: La tabla anterior muestra los costos fijos, estos van a ser siempre constantes, en este proyecto serán los que conforman los gastos administrativos y los gastos de venta, mientras que los costos variables serán la materia prima, materiales directos e indirectos, la mano de obra directa e indirecta y los combustibles y lubricantes; puesto que estos se toman en cuenta durante el funcionamiento de la empresa.

f.22. INGRESOS POR LAS VENTAS DE CARNE Y POR LAS VENTAS DE LOS HUEVOS DE CODORNIZ

Para determinar la estructura de ingresos se han realizado dos tablas, una por cada producto, tomando en cuenta que los costos para carne y para producción de huevos no es el mismo, por tal razón los costos de carne son de un 23,13% y para la producción de huevos es del 76,87% y de esta manera se pudo obtener el valor unitario por kg de carne y por unidades de los huevos de codorniz.

TABLA N° 82

ESTRUCTURA DE INGRESOS DE CARNE					
COSTOS TOTALES ANUALES	Kg DE CARNE DE CODORNIZ	COSTO UNITARIO	MARGEN DE UTILIDAD	PRECIO DE VENTA	INGRESOS POR VENTAS DE CARNE
\$ 25.034,34	4185	\$ 5,98	0,02%	6,00	\$ 25.110,00
\$ 10.310,38	1620	\$ 6,36	-0,97%	6,20	\$ 10.040,37
\$ 10.595,34	1620	\$ 6,54	-0,98%	6,39	\$ 10.353,11
\$ 10.870,55	1620	\$ 6,71	-0,98%	6,58	\$ 10.656,85
\$ 11.123,61	2700	\$ 4,12	1,64%	6,76	\$ 18.250,30

ELABORADO: La Autora

INTERPRETACIÓN: El kg de la carne de codorniz tendrá un valor de \$ 6,00 para el primer año, este valor tendrá un porcentaje del 0,02 % de margen de utilidad, por la misma razón de que la libra costará \$ 3,00 y es un valor que solo las personas adineradas estarán dispuestas a pagar y por ende no constituye la base de las ganancias. Además el incremento del valor para los años siguientes se dará de acuerdo con la tasa de inflación de cada año,

TABLA N° 83

ESTRUCTURA DE INGRESOS DE HUEVOS					
COSTOS TOTALES ANUALES	N° DE UNIDADES DE HUEVOS DE CODORNICES	COSTO UNITARIO	MARGEN DE UTILIDAD	PRECIO DE VENTA	INGRESOS POR VENTAS DE HUEVOS
			50%		
\$ 83.178,60	1349625	\$ 0,06	\$ 0,03	\$ 0,09	\$ 124.767,90
\$ 92.793,38	1794000	\$ 0,05	\$ 0,03	\$ 0,08	\$ 139.190,07
\$ 95.358,04	1794000	\$ 0,05	\$ 0,03	\$ 0,08	\$ 143.037,06
\$ 97.834,94	1794000	\$ 0,05	\$ 0,03	\$ 0,08	\$ 146.752,42
\$ 100.112,47	1794000	\$ 0,05	\$ 0,03	\$ 0,08	\$ 150.168,70

ELABORADO: La Autora

INTERPRETACIÓN: Los ingresos y las utilidades de la empresa se basarán directamente de la venta de huevos de codorniz ya que tiene la suficiente demanda para generar utilidades para la empresa, este producto tendrá un valor de \$ 0,06 al cual se le añade un margen de utilidad del 50%, obtenido un valor de cada huevo de codorniz de \$ 0,08; excepto el primer año que costaran 0,09 centavos.

f.23. UTILIDAD DE LA EMPRESA

El estado de pérdidas y ganancias, detallada la diferencia que hay entre los ingresos menos los costos de producción, menos gastos administrativos, menos gastos de vetas, menos el 15% de participación de trabajadores y menos el 22% de impuesto a la renta hasta llegar a obtener la utilidad neta del negocio.

TABLA N° 84

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS					
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS POR VENTAS	\$ 149.877,90	\$ 149.230,44	\$ 153.390,18	\$ 157.409,26	\$ 168.419,00
Ventas de carne de codorniz	\$ 25.110,00	\$ 10.040,37	\$ 10.353,11	\$ 10.656,85	\$ 18.250,30
Ventas de huevos de codorniz	\$ 124.767,90	\$ 139.190,07	\$ 143.037,06	\$ 146.752,42	\$ 150.168,70
EGRESOS					
(-)COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 76.573,58	\$ 70.197,06	\$ 72.256,44	\$ 74.245,35	\$ 76.083,36
Materia prima	\$ 9.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Materiales directos	\$ 50.067,60	\$ 51.627,13	\$ 53.141,72	\$ 54.604,49	\$ 56.008,60
Mano de obra directa	\$ 17.505,98	\$ 18.569,92	\$ 19.114,71	\$ 19.640,86	\$ 20.074,75
(-)COSTOS INDIRECTOS DE OPERACIÓN	\$ 13.019,72	\$ 13.426,17	\$ 13.748,33	\$ 14.059,46	\$ 14.358,11
Materiales indirectos	\$ 1.032,96	\$ 950,00	\$ 977,87	\$ 1.004,79	\$ 1.030,62
Mano de obra Indirecta	\$ 6.593,59	\$ 6.994,32	\$ 7.199,52	\$ 7.397,69	\$ 7.587,91
Carga Fabril	\$ 1.735,37	\$ 1.786,28	\$ 1.838,69	\$ 1.889,30	\$ 1.937,88
Depreciación de maquinaria y equipo	\$ 1.756,35	\$ 1.756,35	\$ 1.756,35	\$ 1.756,35	\$ 1.756,35
Depreciación de adecuaciones e instalaciones	\$ 688,75	\$ 688,75	\$ 688,75	\$ 688,75	\$ 688,75
Herramientas	\$ 1.212,70	\$ 1.250,47	\$ 1.287,15	\$ 1.322,58	\$ 1.356,59
TOTAL DE COSTOS DE PRODUCCIONN	\$ 89.593,30	\$ 83.623,23	\$ 86.004,77	\$ 88.304,81	\$ 90.441,47
(=)UTILIDAD BRUTA	\$ 60.284,61	\$ 65.607,21	\$ 67.385,41	\$ 69.104,46	\$ 77.977,53
(-)Gastos administrativos	\$ 15.258,63	\$ 16.097,06	\$ 16.543,34	\$ 16.974,35	\$ 17.368,26
(-)Gastos de ventas	\$ 3.361,01	\$ 3.383,46	\$ 3.405,28	\$ 3.426,34	\$ 3.426,34
(=)UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	\$ 41.664,96	\$ 46.126,68	\$ 47.436,80	\$ 48.703,77	\$ 57.182,93
(-) 15% PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES	\$ 6.249,74	\$ 6.919,00	\$ 7.115,52	\$ 7.305,57	\$ 8.577,44
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 35.415,22	\$ 39.207,68	\$ 40.321,28	\$ 41.398,20	\$ 48.605,49
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
(=) UTILIDAD NETA	\$ 35.415,22	\$ 39.207,68	\$ 40.321,28	\$ 41.398,20	\$ 48.605,49

ELABORADO: La Autora

f.4.6 FLUJO NETO ANTES DEL FINANCIAMIENTO

TABLA N° 85

FLUJO DE CAJA						
RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		\$ 35.415,22	\$ 39.402,12	\$ 40.521,43	\$ 41.603,86	\$ 48.816,43
(+) Depreciaciones		\$ 5.771,61	\$ 5.771,61	\$ 5.771,61	\$ 5.771,61	\$ 5.771,61
(+) Amortizaciones		\$ 198,40	\$ 198,40	\$ 198,40	\$ 198,40	\$ 198,40
Flujo de Efectivo Operacional		\$ 41.385,23	\$ 45.372,13	\$ 46.491,43	\$ 47.573,87	\$ 54.786,44
(-) Inversiones Inicial	-\$101.514,73					
(-) Reinversión computador					-\$ 1.550,00	
(+) Valor de rescate de activos						\$ 49.590,94
Flujo de efectivo de inversión	-\$101.514,73	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	-\$ 1.550,00	\$ 49.590,94
Flujo neto antes de financiamiento	-\$101.514,73	\$ 41.385,23	\$ 45.372,13	\$ 46.491,43	\$ 46.023,87	\$ 104.377,38

ELABORADO: La Autora

INTERPRETACIÓN: El flujo de caja es el fondo que se necesita para cubrir los gastos que tiene la empresa durante su funcionamiento, es por eso que se empieza por sumar a la utilidad neta más las amortizaciones y depreciaciones dándonos como resultado el flujo de efectivo operacional, al cual le restamos la inversión inicial, reinversión del equipo de cómputo en el cuarto año y finalmente sumamos el valor de rescate del terreno en el último año, obteniendo así el flujo neto antes del financiamiento.

f.25. VALOR ACTUAL NETO – VAN

COSTO DE OPORTUNIDAD DEL CAPITAL (COK) =i +Pr		
Tasa de interés pasiva(i)	5,54%	5,54%
Tasa de riesgo país(p r)	824	8,24%
Total		13,78%

TABLA N° 86

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACTIVO	VALOR
		13,78%	
0	-\$ 101.514,73		
1	\$ 41.385,23	\$ 0,878889084	36.373,02
2	\$ 45.372,13	\$ 0,772446022	35.047,52
3	\$ 46.491,43	\$ 0,678894377	31.562,77
4	\$ 46.023,87	\$ 0,596672857	27.461,19
5	\$ 104.377,38	\$ 0,524409261	54.736,46
		SUMA TOTAL	185.180,97
		INVERSION	-101.514,73
		VAN	83.666,24

ELABORADO: La Autora

$$VAN = \text{SUMATORIA DEL FLUJO} - \text{INVERSIÓN INICIAL}$$

$$VAN = \$ 185.180,97 - \$ 101.514,73 = \$ \mathbf{83.666,24}$$

INTERPRETACIÓN: En la tabla anterior se ha utilizado la tasa de oportunidad del 13,78% que es la tasa total entre la tasa de interés pasiva y el porcentaje del riesgo país, de esta manera se establece el VAN del proyecto, siendo este de un \$ 83,666.24. Por lo tanto el Van es positivo y refleja la rentabilidad del proyecto, más allá de la utilidades obtenidas.

f.26. TASA INTERNA DE RETORNO - TIR

TABLA N° 87

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		38,62%		39,62%	
0	-\$ 101.514,73		-\$ 101.514,73		-\$ 101.514,73
1	\$ 41.385,23	\$ 0,72	\$ 29.855,16	\$ 0,72	\$ 29.641,33
2	\$ 45.177,69	\$ 0,52	\$ 23.511,06	\$ 0,51	\$ 23.175,48
3	\$ 46.291,28	\$ 0,38	\$ 17.378,87	\$ 0,37	\$ 17.008,12
4	\$ 45.818,21	\$ 0,27	\$ 12.408,94	\$ 0,26	\$ 12.057,23
5	\$ 104.166,44	\$ 0,20	\$ 20.351,59	\$ 0,19	\$ 19.633,13
			\$ 103.505,62		\$ 101.515,30
		VAN MENOR	\$ 1.990,89	VAN MAYOR	\$ 0,56

ELABORADO: La Autora

$$TIR = T_m + D_t \frac{VAN\ ME\ NOR}{VAN\ MENOR - VAN\ MAYOR}$$

$$TIR = 38,62 + (39,62 - 38,62) * \left(\frac{1990,89}{1990,89 - (0,56)} \right)$$

$$TIR = 39,62 \%$$

INTERPRETACIÓN: La Tir es otro indicador económico que ayuda a medir la rentabilidad del proyecto, por tanto esta tasa se la compara con la tasa de oportunidad o de descuento y debe ser mayor. Es por tal motivo que el proyecto es rentable ya que la Tir encontrada es mayor a la de descuento (13,78%), lo que se puede decir que el negocio entrega utilidades mayores a las esperadas.

f.27. RELACIÓN BENEFICIO COSTO – RBC

TABLA N° 88

RELACION BENEFICIO COSTO					
			13,78%		
AÑOS	INGRESOS	COSTOS	FACTOR DE DESCUENTO	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS ACTUALIZADOS
1	\$ 149.877,90	\$ 108.212,94	0,87888908	\$ 131.726,05	\$ 95.107,17
2	\$ 149.230,44	\$ 103.103,75	0,77244602	\$ 115.272,46	\$ 79.642,08
3	\$ 153.390,18	\$ 105.953,38	0,67889438	\$ 104.135,73	\$ 71.931,15
4	\$ 157.409,26	\$ 108.705,49	0,59667286	\$ 93.921,83	\$ 64.861,62
5	\$ 168.419,00	\$ 111.236,07	0,52440926	\$ 88.320,48	\$ 58.333,23
TOTAL				\$ 533.376,56	\$ 369.875,25
RBC					\$ 1,44

ELABORADO: La Autora

$$FACTOR DE DESCUENTO = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

$$RELACIÓN BENEFICIO COSTOS = \frac{INGRESOS ACTUALIZADOS}{COSTOS ACTUALIZADOS}$$

$$RELACIÓN BENEFICIO COSTOS = \frac{\$ 533.376,56}{\$ 369.875,25}$$

$$RELACIÓN BENEFICIO COSTOS = \$ 1,44$$

INTERPRETACIÓN: En este indicador se toman en cuenta varios aspectos entre ellos están el valor de costos, ingresos y también el valor de costos actualizados y los ingresos actualizados estos están sujetos a los años de proyección de la empresa, con el Factor de Descuento o Factor de Actualización este factor depende mucho del corte del porcentaje de inflación con que el proyecto realizó los demás indicadores económicos y financieros anteriormente anotados en este caso se cuenta con un porcentaje del 13,78% anual. Este indicador nos señala que por cada dólar invertido, voy a tener 0,44 ctvs. de ganancia o utilidades.

f.28. RECUPERACIÓN DE CAPITAL - RC

TABLA N° 89

RECUPERACION DE CAPITAL			
AÑOS	INVERSIÓN	FLUJO NETO	FLUJO ACUMULADO
0	\$ 101.514,73		
1		\$ 41.385,23	\$ 41.385,23
2		\$ 45.177,69	\$ 86.562,92
3		\$ 46.291,28	\$ 132.854,20
4		\$ 45.818,21	\$ 178.672,41
5		\$ 104.166,44	\$ 282.838,84
PRC			\$ 2,11
Valor de Recuperación en el año 3			\$14.951,81
Años	2		
Meses	0,11	1,32	1
Días	0,32	9,6	10

ELABORADO: La Autora

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} + \left(\frac{\text{Inversión} - \Sigma \text{ Primeros flujos}}{\text{Flujo del año que supera la inversión}} \right)$$

$$PRC = 3 + \left(\frac{\$ 101.514,73 - \$ 86.562,20}{\$ 132.854,20} \right)$$

$$PRC = 2,11$$

$$PRC = 2 \text{ año, } 1 \text{ mese y } 10 \text{ días}$$

INTERPRETACIÓN: El periodo de recuperación del capital del proyecto es en 2 años 1 meses y 4 días.

f.29. ANÁLISIS DEL INDICE DE SENSIBILIDAD

TABLA N° 90

14,199%					
INCREMENTO DE COSTOS					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	\$ 149.877,90	\$ 149.230,44	\$ 153.390,18	\$ 157.409,26	\$ 168.419,00
COSTOS ORIGINALES	\$ 108.212,94	\$ 103.103,75	\$ 105.953,38	\$ 108.705,49	\$ 111.236,07
COSTOS INCREMENTO	\$ 123.578,09	\$ 117.743,46	\$ 120.997,70	\$ 124.140,59	\$ 127.030,48
FLUJO DE CAJA	\$ 26.299,81	\$ 31.486,98	\$ 32.392,48	\$ 33.268,67	\$ 41.388,52

ELABORADO: La Autora

TABLA N° 91

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		17,066%		18%	
1	\$ 26.299,81	0,85421899	\$ 22.465,80	0,8474576271	\$ 22.287,97
2	\$ 31.486,98	0,72969008	\$ 22.975,74	0,7181844298	\$ 22.613,46
3	\$ 32.392,48	0,62331512	\$ 20.190,72	0,6086308727	\$ 19.715,06
4	\$ 33.268,67	0,53244761	\$ 17.713,83	0,5157888752	\$ 17.159,61
5	\$ 41.388,52	0,45482686	\$ 18.824,61	0,4371092162	\$ 18.091,30
	SUMATORIA TOTAL		\$ 102.170,69		\$ 99.867,41
		INVERSION	\$ 101.514,73	INVERSION	\$ 101.514,73
		VAN+ =	\$ 655,96	VAN - =	(\$ 1.647,32)
				DIF. DE VAN	\$ 2.303,28
		TIR ORIGINAL	39,62%		28,48%
					28,48%
				NUEVA TIR	28,48%
				TIR ORIGINAL	39,62%
				DIFERENCIA TIR	11,14%
				%VARIAC	28,12%
				VALOR SENSIB	0,99

ELABORADO: La Autora

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right)$$

$$TIR = 17,066\% + (18 - 17,066\%) \left(\frac{655,96}{655,96 - (-1.647,32)} \right)$$

$$N\ TIR = 28,48\%$$

$$\text{Diferencia} = \text{TIR proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

$$\text{Diferencia} = 39,62\% - 28,48\%$$

$$\text{Diferencia} = 11,14\%$$

$$\text{Porcentaje de Variación} = \frac{\text{Diferencia de TIR}}{\text{TIR del Proyecto}} \times 100$$

$$\text{Porcentaje de Variación} = \frac{11,14}{39,62} \times 100$$

$$\text{Porcentaje de Variación} = 28,12\%$$

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

$$\text{Sensibilidad} = \frac{28,12\%}{39,62\%}$$

$$\text{Sensibilidad} = 0,99$$

TABLA N° 92

9,8816%					
DISMINUCIÓN EN INGRESOS					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	\$ 149.877,90	\$ 149.230,44	\$ 153.390,18	\$ 157.409,26	\$ 168.419,00
DISMINUCIÓN DE INGRESOS	\$ 135.067,57	\$ 134.484,08	\$ 138.232,77	\$ 141.854,71	\$ 151.776,51
COSTOS ORIGINALES	\$ 108.212,94	\$ 103.103,75	\$ 105.953,38	\$ 108.705,49	\$ 111.236,07
FLUJO DE CAJA	\$ 26.854,63	\$ 31.380,33	\$ 32.279,39	\$ 33.149,21	\$ 40.540,44

ELABORADO: La Autora

TABLA N° 93

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT. 17,0%	VAN MENOR	FACTOR ACT. 18,0%	VAN MAYOR
1	\$ 26.854,63	\$ 0,854700855	\$ 22.952,67	\$ 0,8474576271	\$ 22.758,16
2	\$ 31.380,33	\$ 0,730513551	\$ 22.923,76	\$ 0,7181844298	\$ 22.536,86
3	\$ 32.279,39	\$ 0,624370556	\$ 20.154,30	\$ 0,6086308727	\$ 19.646,24
4	\$ 33.149,21	\$ 0,533650048	\$ 17.690,08	\$ 0,5157888752	\$ 17.098,00
5	\$ 40.540,44	\$ 0,456111152	\$ 18.490,95	\$ 0,4371092162	\$ 17.720,60
SUMA TOTAL			\$ 102.211,76		\$ 99.759,86
INVERSION			\$ 101.514,73	INVERSION	\$ 101.514,73
VAN =			\$ 697,03	VAN =	(\$ 1.754,88)
				DIF. DE VAN	\$ 2.451,90
TIR ORIGINAL			39,62%		28,43%
					28,43%
					28,43%
				TIR ORIGINAL	39,62%
				DIFERENCIA TIR	11,19%
				PORCEN VARIAC	28,25%
				VALOR SENSIB	0,99

ELABORADO: La Autora

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right)$$

$$TIR = 17,0\% + (18\% - 17,0\%) \left(\frac{697,03}{697,03 - (-1.754,88)} \right)$$

$$NUEVA\ TIR = 28,43\%$$

$$Diferencia = TIR\ proyecto - Nueva\ TIR$$

$$Diferencia = 39,62\% - 28,43\%$$

$$Diferencia = 11,19\%$$

$$Porcentaje\ de\ Variación = \frac{Diferencia\ de\ TIR}{TIR\ del\ Proyecto} \times 100$$

$$Porcentaje\ de\ Variación = \frac{11,19}{39,62} \times 100$$

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

$$\text{Sensibilidad} = \frac{28,25\%}{28,43\%}$$

$$\text{Sensibilidad} = 0,99$$

INTERPRETACIÓN: Con los datos obtenidos en las tablas anteriores se determina que el análisis de sensibilidad soporta un 14,199 % en cuanto al incremento de costo y una disminución de sus ingresos de hasta 9,8816%.

f.30. PUNTO DE EQUILIBRIO

TABLA N° 94

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS	\$ 27.658,33	\$ 28.919,94	\$ 14.444,27	\$ 14.677,53	\$ 14.881,22
COSTOS VARIABLES	\$ 80.554,61	\$ 74.183,81	\$ 91.509,11	\$ 94.027,96	\$ 96.354,85
COSTOS TOTALES	\$ 108.212,94	\$ 103.103,75	\$ 105.953,38	\$ 108.705,49	\$ 111.236,07
VENTAS NETAS	\$ 149.877,90	\$ 149.230,44	\$ 153.390,18	\$ 157.409,26	\$ 168.419,00
PE %	39,90%	38,54%	23,34%	23,16%	20,65%
PE \$	\$ 59.797,69	\$ 57.507,39	\$ 35.804,32	\$ 36.452,07	\$ 34.778,46

ELABORADO: La Autora

Fórmula en cuanto a la capacidad instalada- Año 1

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

$$PE = \frac{27.658,33}{149.877,90 - 80.554,61} \times 100$$

$$PE = 39,90\%$$

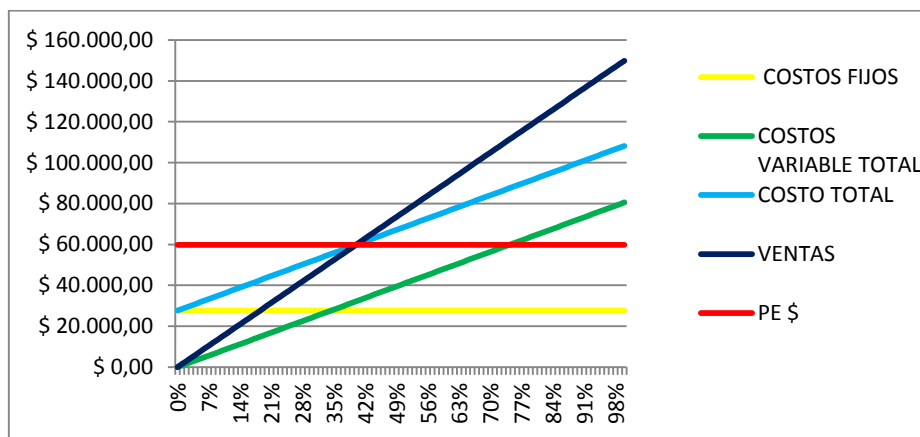
Fórmula en cuanto a las ventas- Año 1

$$PE = \frac{CFT}{1 - \left(\frac{CVT}{VT}\right)}$$

$$PE = \frac{27.658,33}{1 - \left(\frac{80.554,61}{149.877,90}\right)}$$

GRAFICO N° 22
 $PE = 59.797,69$

Punto de Equilibrio del año 1



ELABORADO: La Autora

INTERPRETACIÓN.- Para determinar el punto de equilibrio me he basado en los costos fijos, costos variables y costos totales, estos los he relacionado con la ventas y obtuve el punto de equilibrio en relaciona a la demanda insatisfecha y en relación a las ventas. Es por eso que el punto de equilibrio de primer año es de un 39,90 %, es decir que los ingresos de este año serán iguales a los costos fijos y variables en donde no existirá perdida ni ganancia para la empresa.

Fórmula en cuanto a la capacidad instalada – Año 5

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

$$PE = \frac{\$ 14.881,22}{\$ 168.419,00 - \$ 96.354,85} \times 100$$

$$PE = 20,65\%$$

Fórmula en cuanto a las ventas – Año 5

$$PE = \frac{CFT}{1 - \left(\frac{CVT}{VT}\right)}$$

$$PE = \frac{\$ 14.881,22}{1 - \left(\frac{\$ 96.354,85}{\$ 168.419,00}\right)}$$

$$PE = \$ 34.778,46$$

INTERPRETACIÓN.- Para determinar el punto de equilibrio me he basado en los costos fijos, costos variables y costos totales, estos los he relacionado con la ventas y obtuve el punto de equilibrio en relaciona a la demanda insatisfecha y en relación a las ventas. Es por eso que el punto de equilibrio del quinto año es de un 20,65% en donde no existirá perdida ni ganancia para la empresa.

g. DISCUSIÓN

El Ecuador posee condiciones climáticas adecuadas para la agricultura, avicultura, pesca, coturnicultura y otros, por lo que se considera un país netamente productivo, sin embargo no es explotado en su totalidad, por tal razón se ha implementado un proyecto innovador en la ciudad de Loja. La población de esta ciudad antiguamente no conocía el valor nutricional de la carne y de los huevos de codorniz, luego de un tiempo se dio a conocer los huevos de codorniz y actualmente se los consume diariamente, sin embargo la carne no es muy apetecida, para lo cual se ha desarrollado un proyecto denominado “PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COTURNICOLA, PARA LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE CARNE Y HUEVOS DE CODORNIZ, EN LA CIUDAD DE LOJA”, mejorando la calidad de vida y de alimentación de las familias y de esta manera se fomentó el desarrollo económico y social de la población Loja.

Dentro de este proyecto se desarrolló cuatro estudios importantes, empezando por el estudio de mercado en el cual se determinó la demanda potencial, demanda real, demanda efectiva, oferta y la demanda insatisfecha tanto de carne y huevos de codorniz a las mismas se les realizó las respectivas proyecciones; para esto se obtuvo el consumo per-cápita de los huevos fue de 156 huevos anualmente por persona, y el consumo per-cápita de la carne fue de 2,95 kg anualmente por persona, cuyos valores sirvieron para determinar la demanda insatisfecha tanto en kg de carne, como en unidades de huevos de codorniz.

Luego se elaboró el estudio de técnico dentro del cual se mencionó todas las maquinarias y materiales utilizados para la construcción del galpón, para el cuidado y mantenimiento de los codornices y de la empresa, así mismo se realizó los flujogramas del proceso de producción de huevos, del faenamiento de los codornices y

de la incubación de huevos de codorniz, también se hizo la respectiva distribución de la planta. En este estudio se determinó la capacidad instalada y utilizada en relación a la demanda insatisfecha que se obtuvo de la carne, la misma que se determinó en kg y a la vez se multiplico por los kg de carne que tiene un codorniz, obteniendo de esta manera el número de codornices a instalar en el galpón, sin embargo se ha tomado en cuenta solo el 10% de la capacidad instalada, dejando como capacidad utilizada a las 12000 codornices las cuales fueron la base de inicio de producción.

En el estudio administrativo legal se realizó la filosofía empresarial, el proceso de registro de la empresa en la superintendencia de compañías con sus respectivos permisos de funcionamiento, se elaboró el organigrama de la empresa y el manual de funciones, todo esto en base a la ley de compañías, al reglamento de buenas prácticas de manufactura y al manual para empresas avícolas.

Y se concluye con el estudio financiero, empezando por la determinación de costos fijos y variables, se determinó la inversión inicial de proyecto que fue de \$ 101.514,73 cuyo valor resulta de la suma del activo fijo, activo diferido y activo circulante o capital de trabajo, se obtuvo las depreciaciones de los activos fijos. Luego se construyó la presupuesto de ingresos, tomando en cuenta que el porcentaje de costos para la carne fue de un 23,13% y el 76,87% es el costo utilizado en la producción de huevos y de esta manera se obtuvo los ingresos por venta de carne y de huevos de codorniz para cada año de vida útil del proyecto; se realizó el estado de pérdidas y ganancias con la finalidad de obtener la utilidad neta de cada año.

Finalmente se determinó los indicadores financieros de un proyecto, para lo cual se calculó el flujo neto de cada año, obteniendo el VAN con \$ 83,146,84, cuyo monto es aceptable lo que nos indica que el proyecto generó riqueza para la empresa más allá del retorno del capital invertido en el proyecto, en cuanto a la TIR es de 39,62%, lo que significa que se está recuperando el capital invertido, mientras que la RBC con \$ 1,44 ctvs, es decir, que por cada dólar invertido voy a tener 0,44 ctvs. de utilidad y el PRC es de 2 años 01 mes y 10 días; en el Análisis de Sensibilidad se determinó que el proyecto soporta un incremento de costos hasta un 14,199% y una disminución de sus ingresos de hasta un 9,8816% y finalmente se obtuvo el punto de equilibrio del primer y quinto año con porcentajes de 39,9% y 20,65% respectivamente.

h. CONCLUSIONES

- La demanda insatisfecha de carne y huevos fue muy considerable por lo que fue bueno para la creación de este proyecto, logrando una buena aceptación por las familias Lojanas.
- La capacidad instalada del proyecto es en base a la demanda insatisfecha de carne y de huevos que existe, de la cual se tomó el 10% para capacidad utilizada y tomando en cuenta otros factores, teniendo como pie de cría o producción de inicio de 12000 codornices, distribuidos en 50% para carne y 50% para huevos.
- La empresa se constituyó bajo los reglamentos de una compañía limitada y en base al manual de buenas prácticas avícolas y al manual de buenas prácticas de manufactura.
- La inversión inicial del proyecto es de \$ 101.514,73 y tiene un punto de equilibrio de 39.90%, es decir que cuando su costos son exactamente iguales a sus ingresos la empresa no pierde ni gana.
- El Van obtenido es positivo por lo que el proyecto es aceptable y rentable.
- La Tir del proyecto es mayor a la tasa de descuento y a la vez es mayor a cero, lo que significa que el proyecto es viable.
- La RBC del proyecto refleja que por cada dólar invertido, voy a tener 0,44 ctvs. de utilidad y el PRC se lo realizará a los 2 años, 01 meses y 10 días.

- La sensibilidad del proyecto es de 14,199% en incremento de costos y soporta una disminución de ingresos de hasta 9,8816%

i. RECOMENDACIONES

- Se aconseja que el proyecto se ponga en marcha y de esta manera satisfacer la demanda insatisfecha ya que es un proyecto rentable, factible e innovador.
- Se recomienda realizar una buena publicidad para que los productos sean conocidos en el mercado y ofrecer promociones para poder incrementar la clientela de la empresa.
- Se recomienda distribuir los productos en los mercados y supermercados de la ciudad, a través de un convenio con estos lugares.
- Realizar capacitaciones al personal de la empresa y de esta manera incrementar la producción y comercialización de los productos.

j. Bibliografía

- Córdova, L.(2009), *procesos de comercialización*, Recuperado de <http://procesosbasicosdecomercializacion.blogspot.com/2009/12/procesos-basicos-de-comercializacion.html>, Recuperado el 09 de abril del 2015,
- Enríquez, C.,(2014), *Administración, Moderna, Flujogramas*, Recuperado de thesmadruga2.blogspot.com/2012/04/flujograma.html Recuperado el 1 de abril de 2015
- Figueroa, G, y Albuja, (2011), *Proyecto de investigación y desarrollo de un preparado Proteico y estudio de pre factibilidad para el montaje de una Empresa de sopa deshidratada de carne de codorniz (tesis de pregrado)* Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito, Ecuador.
- Fundación De Desarrollo Agropecuario (FDA) Inc. 2000. “*Producción De Codorniz*”. *Guía Técnica No. 3. Serie Pecuaria*. Santo Domingo – República Dominicana
- García. B, y Fernández. C,: (2011) *Fundamentación teórica de los costos de una empresa productora, en Contribuciones a la Economía*, Recuperado de <http://www.eumed.net/ce/2011b/>, Recuperado el 9 de abril del 2015.
- Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social (ILPES), (2001). “*Guía para la Presentación de Proyectos*”, Recuperado de <http://idl.isead.edu.es:8080/jspui/bitstream/10954/2>,Recupardo el 21 de marzo del 2015
- Juan, S. (2012). *logistnet*. Recuperado de

- http://www.logisnet.com/es/busqueda-dterminos/_page:2,word:1292,letter:D/, Recuperado el 2 de abril del 2015,
- Lázaro, L. (2005). "*Cría rentable de codornices: manual teórico y práctico para su producción y comercialización*". Buenos Aires, Argentina: Continente.
- Leonardo, S. (2010). *Redacción práctica en la Organización*. Recuperado de <http://ramonpalaciosdiazdeleon.wordpress.com/2010/10/21/unidad-2-el-manual-de-bienvenida/>, Recuperado el 22 de marzo del 2015.
- López, G. (2009), *Cálculo Financiero Aplicado, un enfoque profesional*, 2a edición, Editorial La Ley, Buenos Aires.
- Martínez Muñoz, L: abril 2010. "*Consideraciones teóricas sobre atención al cliente*" en *Contribuciones a la Economía*, Texto completo en <http://www.eumed.net/ce> obtenido el 29 de marzo del 2015
- Mceachern Willan, A: julio 2013, *Econ, Microeconomía*, México D.F, Cengage learning Inc.
- Miranda, J.(2004), *Gestión de proyectos*, Recuperado de http://www.virtual.anual.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010039/Lecciones/CA_PITULO%20IV/bibliografia,htm, Recuperado el 9 de abril de 2015
- Miranda, J.(2009), *Gestión de proyectos*, Recuperado de <https://books.google.com.ec/capacidad+instalada+de+un+proyecto/>
Recuperado el 22 de marzo del 2015
- Muñoz, C,(2011), *Definición contable*, Recuperado de http://www.dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/940/5/Capitulo_2.pdf
Recuperado el 24 de marzo del 2015

- OBS. Bussines School(2014), *Administración de proyectos*. Barcelona, España, Project Management, Recuperado de <http://www.obs-edu.com/blog-project-m-nistracion-de-proyectos/tipos/>, Recuperado el 22 de marzo del 2015
- Pérez, C, (2014), *Naturzan*, obtenido de <http://www.natursan.net/carne-de-codorniz-beneficios-y-propiedades/>. Recuperado el 21 de marzo del 2015
- THOMPSON, I, *Definición de Organigrama Estructura*ll, Recuperado de <http://www.promonegocios.net/organigramas/tipos-deorganigramas>. Recuperado el 24 de marzo del 20115.

k. ANÉXOS

Anexo 1 Encuesta

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE BANCA Y FINANZAS

Como estudiante de la carrera de Banca y Finanzas me encuentro realizando el proyecto para la creación de una empresa coturnicola para la crianza de codornices y la comercialización de carne y huevos en la ciudad de Loja y es por tal razón que acudo a usted para que me ayude y se digne contestar la siguiente encuesta.

SEXO

FEMENINO () MASCULINO ()

1.- ¿Sabía usted que existe un tipo de ave muy nutritiva llamada codorniz?

SI () NO ()

2.- ¿A usted y su familia les gusta los huevos de codorniz?

SI () NO ()

3.- ¿A usted y su familia les gusta la carne de codorniz?

SI () NO ()

4.- ¿Actualmente consume huevos de codorniz?

SI () NO ()

5.- ¿Actualmente consume carne de codorniz?

SI () NO ()

6.- ¿Cuántas libras de carne de codorniz consume semanalmente?

De 1 a 3 libras ()

De 4 a 6 libras ()

7.- ¿Está satisfecho con la presentación, calidad y precio, en cuanto a los huevos de codorniz?

SI () NO ()

8.- ¿Está satisfecho con la presentación, calidad y precio, en cuanto a la carne de codorniz?

SI () NO ()

9.- ¿Cada que tiempo consume huevos de codorniz?

Semanal ()

Quincenal ()

Mensual ()

10.- ¿Cuántos huevos de codorniz consume semanalmente?

De 5 a 10 ()

De 10 a 20 ()

Más de 20 ()

11.- ¿Cada que tiempo consumiría la carne de codorniz?

Semanal ()

Quincenal ()

Mensual ()

12.- ¿Cuántas libras de carne de codorniz consumiría semanalmente?

De 1 a 5 lb ()

De 5 a 10 lb ()

Más de 10 lb ()

13.- ¿De qué manera consume los huevos de codorniz?

En jugos ()

Cosidos ()

Fritos ()

En combinación con otro alimento ()

14.- ¿En qué lugares desearía que se vendan estos productos (carne y huevos)?

Tiendas ()

Supermercados ()

Mercados ()

Vendedores Ambulantes ()

En el propio la propia empresa ()

Otros ()

Cuales

15.- ¿Cuánto paga actualmente por el consumo de una caja de 20 huevos?

\$ 1,00 ()

\$ 1,50 ()

\$ 1,75 ()

\$ 2,00 ()

16.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una caja de 20 huevos?

\$ 1,00 ()

\$ 1,50 ()

\$ 1,75 ()

\$ 2,00 ()

17.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una libra de codorniz?

\$ 2,00 ()

\$ 2,50 ()

\$ 2,75 ()

\$ 3,00 ()

18.- ¿En caso de crearse una empresa productora y comercializadora de carne y huevos de codorniz usted estaría dispuesto a ser nuestro cliente y comprar nuestros productos?

SI () NO ()

19.- ¿Qué promociones u ofertas desearía que le ofrecieran al momento de adquirir estos productos?

20.- ¿Cuáles son los medios de comunicación locales que utiliza?

Radio ()

Cuál.....

Televisión ()

Cuál.....

Periódico ()

Cuál.....

Anexo 2 Rol de pagos Año 0

REGION: LOJA		ROL DE PAGOS AÑO 0						
		GRANJA DE CODORNIZ "VIRGEN DEL CISNE". LTDA						
N°	EMPLEADOS	CARGO	IESS		PROVISIONES			TOTAL AÑO 0
			TOTAL DE INGRESOS	12,15%	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	VACACIONES	
				APORTE PATRONAL				
1	1	Gerente	\$ 600,00	\$ 72,90	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 25,00	\$ 797,90
2	1	Contadora	\$ 200,00	\$ 24,30	\$ 16,67	\$ 16,67	\$ 8,33	\$ 265,97
3	1	Chofer-vendedor	\$ 400,00	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 531,93
4	3	operadores de producción	\$ 354,00	\$ 43,01	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 14,75	\$ 470,76

Anexo 3 Rol de pagos Año 1

REGION: LOJA		ROL DE PAGOS AÑO 1							
		GRANJA DE CODORNIZ "VIRGEN DEL CISNE". LTDA							
N°	EMPLEADOS	CARGO	IESS		PROVISIONES				TOTAL ANUAL (+ 3.30%)
			TOTAL DE INGRESOS	12,15%	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	VACACIONES	TOTAL MENSUAL	
				APORTE PATRONAL					
1	1	Gerente	\$ 600,00	\$ 72,90	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 25,00	\$ 797,90	\$ 9.574,80
2	1	Contadora	\$ 200,00	\$ 24,30	\$ 16,67	\$ 16,67	\$ 8,33	\$ 265,97	\$ 3.191,60
TOTAL			\$ 800,00	\$ 97,20	\$ 66,67	\$ 66,67	\$ 33,33	\$ 1.063,87	\$ 13.187,18
3	1	Chofer-vendedor	\$ 400,00	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 531,93	\$ 6.593,59
4	3	operadores de producción	\$ 354,00	\$ 43,01	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 14,75	\$ 470,76	\$ 5.649,13
TOTAL			\$ 1.062,00	\$ 129,03	\$ 88,50	\$ 88,50	\$ 44,25	\$ 1.412,28	\$ 17.505,98

Anexo 4 Rol de pagos Año 2

REGION: LOJA		ROL DE PAGOS								
		GRANJA DE CODORNIZ "VIRGEN DEL CISNE". LTDA								
N°	PERSONAL	CARGO	IESS		PROVISIONES				TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
			TOTAL DE INGRESOS	12,15%	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA		
				APORTE PATRONAL				8,33%		
1	1	Gerente	\$ 600,00	\$ 72,90	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 25,00	\$ 49,98	\$ 847,88	\$ 10.174,56
2	1	Contadora	\$ 200,00	\$ 24,30	\$ 16,67	\$ 16,67	\$ 8,33	\$ 16,66	\$ 282,63	\$ 3.391,52
TOTAL			\$ 800,00	\$ 97,20	\$ 66,67	\$ 66,67	\$ 33,33	\$ 66,64	\$ 1.130,51	\$ 13.988,64
3	1	Chofer-vendedor	\$ 400,00	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 33,32	\$ 565,25	\$ 6.994,32
4	3	operadores de producción	\$ 354,00	\$ 43,01	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 14,75	\$ 29,49	\$ 500,25	\$ 6.002,99
TOTAL			\$ 1.062,00	\$ 129,03	\$ 88,50	\$ 88,50	\$ 44,25	\$ 88,46	\$ 1.500,75	\$ 18.569,92

Anexo 5 Nivel de producción de crianza de codornices año 1

PRODUCCION AÑO 1				
MESES	COMPRA	CARNE	VENTA	HUEVOS
Enero	12000	6000	-	6000
Febrero	12000	6000		6000
Marzo	12000	6000		6000
	producción restante			
Abril	6000	-	6000	6000
Mayo	6500	250	-	6250
Junio	7000	500	INCUBACION	6500
Julio	7500	750	500	6750
Agosto	7500	750	500	6750
septiembre	7500	750	500	6750
Octubre	7500	750	500	6750
noviembre	7500	750	500	6750
diciembre	7500	750	500	6750
Total	100500	23250	9000	77250
total promedio	8375	1937,50		6437,5

Anexo 6 Nivel de producción de codornices año 2

PRODUCCION AÑO 2				
MESES	COMPRA	CARNE	VENTA	HUEVOS
enero	7500	750	500	6750
febrero	7500	750	500	6750
marzo	7500	750	500	6750
abril	7500	750	500	6750
mayo	7500	750	500	6750
junio	7500	750	500	6750
julio	7500	750	500	6750
agosto	7500	750	500	6750
septiembre	7500	750	500	6750
octubre	7500	750	500	6750
noviembre	7500	750	500	6750
diciembre	7500	750	500	6750
Total de producción por año	90000	9000	6000	81000
total promedio	7500	750,00		6750

Anexo 7 Dosis de alimentación diaria Año 1

COMPRAS DEL AÑO 1					
MESES	COMPRA	INCUBADORA	VENTA	SALDO	Nº DE CODORNICES ALIMENTADOS POR DIA
Enero	12000	-	-	12000	372000
Febrero				12000	336000
Marzo				12000	372000
Abril	-	-	6000	6000	180000
Mayo	-	500	-	6500	201500
Junio	-	500	-	7000	210000
Julio	-	500	500	7500	232500
Agosto	-	500	500	7500	232500
Septiembre	-	500	500	7500	225000
Octubre	-	500	500	7500	232500
Noviembre	-	500	500	7500	225000
Diciembre	-	500	500	7500	232500
TOTAL		4000	9000	100500	3051500
				8375	3056875

Anexo 8 Dosis de alimentación diaria Año 2

COMPRAS DEL AÑO 2 -5					
MESES	saldo	INCUBADORA	VENTA	SALDO	Nº DE CODORNICES ALIMENTADOS POR DIA
1	7500	500	500	7500	232500
2		500	500	7500	210000
3		500	500	7500	232500
4	-	500	500	7500	225000
5	-	500	500	7500	232500
6	-	500	500	7500	225000
7	-	500	500	7500	232500
8	-	500	500	7500	232500
9	-	500	500	7500	225000
10	-	500	500	7500	232500
11	-	500	500	7500	225000
12	-	500	500	7500	232500
TOTAL		6000	6000	90000	2737500

Anexó 9 Porcentaje Del Costo Total Para Carne

AÑO 1					
% PARA EL COSTO DE LA CARNE	23250	100500	23250/100500	0,23	23,13%
% PARA EL COSTO DE HUEVOS	77250	100500	77250/100500	0,77	76,87%


Anexó 10 Porcentaje Del Costo Total Para huevos

AÑO 2					
% PARA EL COSTO DE LA CARNE	9000	90000	9000/90000	0,1	10,00%
% PARA EL COSTO DE LA CARNE	81000	90000	81000/90000	0,9	90,00%

Anexó 11 Cálculo de los materiales Directos

	consumo medio	kilos	precio kilo		Valor anual
ALIMENTO	0,022	67133	0,7		46993,100
Vitaminas	0,0044	13426,6	0,1		1342,66
Agua	0,044	134266	0,001		134,266
Total					48470,026
vitaminas 100 gramos en 1000 litros de agua					
Agua		Máximo \$1 el metro cúbico			

Anexó 12 Proforma

		PROFORMA 001-004-0000541	
		RUC: 1106551752001	
		Telef. 2574987	
		Direc.18 De Noviembre 16-32 e Imbabura	
DATOS			
CLIENTE: Nuvia Aguilar			
RUC. CI: 0706571957		Telef.	
Direc. El Valle		Fecha. 21/05/2015	
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
lamparas infrarojas	2	75	150
generador electrico	1	500	500
Carretilla	1	60	60
carretilla coche	1	35	35
bomba de fumigar	1	65	65
botas de caucho	4	12,5	50
escobas	3	5	15
guantes	6	2	12
palas	5	5	25
Manguera	2	8	16
tanques de basura	3	4	12
		Sub. Total	\$ 940,000
-----		IVA 12%	
F. Autorizada	F. Cliente	Total	\$ 940,000

IMAGROSA
 RIEGO - AGRICOLA - AVICOLA - ACUICOLA
Equipos, Partes y Piezas
para los Sectores:
Agrícolas, Avícolas, Acuícolas,
Pecuario y Agroindustria.
 Guayaquil: Av. J. T. Marengo # 316, Km. 1/2
(04) 228-4700 * 239-6932 * 229-2409
Cel.: 099 914 1739 * Fax: 228-1330
 E-mail: info@imagrosa.com.ec
www.imagrosa.com.ec

DATOS			
CLIENTE: Nuvia Aguilar			
RUC. Cl: 0706571957		Telef.	
Direc. El Valle		Fecha. 15/06/2015	
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Jaulas completas	24	300	7200
Termometro	1	85	85
bandeja plastica	20	6	120
gavetas	20	18,7	374
incubadora	1	5500	5500
-----		Sub. Total	\$ 13.279,000
-----		IVA 12%	
F. Autorizada	F. Cliente	Total	\$ 13.279,000



DATOS

CLIENTE: Nuvia Aguilar


RUC. CI: 0706571957

Telef.

Direc. El Valle

Fecha. 15/06/2015

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
cocina industrial	1	1500	1500
refrigerador	1	2500	2500
Congelador	1	600	600
Mesas de acero inoxildable	3	350	1050
olla de acero	4	75	300
cilindro de gas	2	60	120
computadoras	2	700	1400
impresora	1	150	150
escritorio ejecutivo	2	350	700
sillon ejecutivo	2	150	300
sillas	4	8	32
sillones de 2 personas	2	120	240
archivadores	2	120	240
		Sub. Total	\$ 9.132,000
-----	-----	IVA 12%	
F. Autorizada	F. Cliente	Total	\$ 9.132,000

		PROFORMA 001-004-0000541	
		RUC: 11917714268001	
		Telef. 2577254	
		Direc. Pasaje la Feue 17-31 y Lauro Guerrero	
DATOS			
CLIENTE: Nuvia Aguilar			
RUC. Cl: 0706571957		Telef.	
Direc. El Valle		Fecha. 21/05/2015	
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
balanceado	67133	0,7	\$ 46.993,100
Vitaminas	13427	0,1	\$ 1.342,660
		Sub. Total	\$ 48.335,760
-----	-----	IVA 12%	
F. Autorizada	F. Cliente	Total	\$ 48.335,760



		PROFORMA 00006589	
DATOS			
CLIENTE: Nuvia Aguilar			
RUC. CI: 0706571957		Telef.	
Direc. El Valle		Fecha. 15/06/2015	
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Caja de Esferos	3	12	36
Caja de lápices	2	8	16
reglas	20	0,75	15
Grapadora	3	4,5	13,5
Caja de borradores	2	6	12
caja de clips	3	3,5	10,5
perforadora	2	7	14
Tinta de impresora	3	4	12
calculadora	3	12	36
telefono	4	20	80
maquina registrada	1	95	95
		Sub. Total	\$ 340,000
-----		IVA 12%	
F. Autorizada	F. Cliente	Total	\$ 340,000

INDICE

PORTADA	I
CERTIFICACION	II
AUTORIA	III
CARTA DE AUTORIZACION	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
a. TITULO	1
b. RESUMEN	2
SUMMARY	4
c. INTRODUCCION	6
d. REVISION DE LITERATURA	8
e. MATERIALES Y METODOS	44
f. RESULTADOS	50
g. DISCUSION	191
h. CONCLUSIONES	194
.i. RECOMENDACIONES	196
j. BIBLIOGRAFIA	197
k. ANEXOS	200
INDICE	215