



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TESIS DE GRADO

TEMA:

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN PLANTEL AVÍCOLA COMUNITARIO Y COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI, CANTÓN LATACUNGA, PARROQUIA MULALÓ”

Tesis presentada previo a la obtención del Título en Ingeniera Comercial

Autora:

Moreno Castro Jenny Patricia

Director:

Salazar Cajas César Patricio

Latacunga-Ecuador

Junio- 2016



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

AUTORÍA

Toda la información para llevar a cabo el desarrollo del proyecto de Tesis para la elaboración del **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN PLANTEL AVÍCOLA COMUNITARIO Y LA COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI, CANTÓN LATACUNGA, PARROQUIA MULALÓ”** es netamente exclusiva de investigación bibliográfica y de campo de la autora.

.....
Jenny Patricia Moreno Castro

C.I 0503259632



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

AVAL DE DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Director de Tesis sobre el tema, “**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN PLANTEL AVÍCOLA COMUNITARIO Y LA COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI, CANTÓN LATACUNGA, PARROQUIA MULALÓ**” de la señorita estudiante; **JENNY PATRICIA MORENO CASTRO** Postulante de la Carrera de Ingeniería Comercial,

CERTIFICO QUE:

Una vez revisado el documento entregado a mi persona, considero que dicho informe investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científicos - técnicos necesarios para ser sometidos a la **Evaluación de Proyecto de Tesis** que el Honorable Consejo Académico de la Unidad de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Junio de 2016

El Director

.....
Eco. CESAR PATRICIO SALAZAR CAJAS



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de Miembros de Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas, por cuanto la postulante; Moreno Castro Jenny Patricia con el título de Tesis **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN PLANTEL AVÍCOLA COMUNITARIO Y LA COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI, CANTÓN LATACUNGA, PARROQUIA MULALÓ”** ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometidos al Acto de Defensa de Tesis.

Por lo antes expuesto, se autoriza los empastados correspondientes según la normativa institucional.

Latacunga, Junio del 2016

Para constancia firman:

.....
Ing. Roberto Arias
PRESIDENTE

.....
Ing. Efrén Montenegro
MIEMBRO

.....
Ing. Wilson Trávez
OPOSITOR



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente de la Universidad Técnica de Cotopaxi, **certifico** haber revisado el **ABSTRACT** correspondiente al TEMA: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN PLANTEL AVÍCOLA COMUNITARIO Y COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI, CANTÓN LATACUNGA, PARROQUIA MULALÓ”** de la postulante Moreno Castro Jenny Patricia con C.C. N° 0503259632.

Es todo cuanto puedo decir en honor a la verdad, ya que la interesada puede hacer uso de la certificación en lo que estime conveniente.

Latacunga, Junio del 2016

MSc. Marcelo Pacheco

C.I 0502617350

**DOCENTE DEL CENTRO DE IDIOMAS DE LA UNIVERSIDAD
TÉCNICA DE COTOPAXI**

AGRADECIMIENTO

Dejo un profundo y grato agradecimiento a todos quienes confiaron en mi persona; especialmente a toda mi familia gracias por su apoyo incondicional para llegar a cumplir este sueño tan anhelado. Agradezco a la Universidad Técnica de Cotopaxi que con la excelencia académica y docentes calificados que día a día se esmeran por la formación profesional de cada uno de los estudiantes.

Jenny

DEDICATORIA

Este trabajo realizado con mucho esfuerzo y dedicación va dirigido a unas personas muy importantes en mi vida mis hermosos hijos Jakelyn y Mateo, quienes han sido mi fortaleza de lucha ante cualquier obstáculo y como no dedicarle a toda mi familia que han estado conmigo en las buenas y en las malas con mucho cariño este proyecto es para ustedes.

Jenny

INDICE

PORTADA.....	i
AUTORIA.....	ii
AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS.....	iii
APROBACION DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	vi
AVAL DE TRADUCCION.....	v
AGRDECIMIENTO.....	vi
DEDICATORIA.....	vii
INDICE.....	viii
RESUMEN.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
INTRODUCCIÓN.....	xix

CAPITULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 Antecedentes.....	1
1.2 Categorías Fundamentales.....	3
1.3 Marco Teórico	4
<i>1.3.1 Administración</i>	<i>4</i>
<i>1.3.1.1 Elementos de la Ciencia de la Administración</i>	<i>5</i>
<i>1.3.2 Proceso Administrativo.....</i>	<i>5</i>
1.4 Gestión Administrativa.....	7
<i>1.4.1 Origen de la Gestión Administrativa</i>	<i>7</i>
<i>1.4.2 Modelo de Gestión Administrativa</i>	<i>8</i>
<i>1.4.3 Etapas de un Modelo de Gestión Administrativa</i>	<i>8</i>
1.5 Gestión de Proyectos.....	9
<i>1.5.1 Gestión</i>	<i>9</i>
<i>1.5.2 Proyecto.....</i>	<i>9</i>
1.6 Plan de Negocios.....	11
<i>1.6.1 Estudio de Mercado.....</i>	<i>11</i>

1.6.2	Estudio Técnico	15
1.6.3	Plan de Manejo Ambiental	20
1.6.4	Estudio Financiero	21
1.5.	Economía Popular y Solidaria.....	22
1.5.1	Formas de organización de la economía popular y solidaria	23
1.5.2	Sector Asociativo	24
1.5.3	El Proceso Asociativo	25
1.6	Plantel Avícola.....	27

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1	Entorno del Proyecto	28
2.1.1	Macro Entorno	28
2.1.2	Micro Entorno	29
2.1.3	Factor Económico de la Zona.....	29
2.2	Marco Temporal.....	29
2.3	Marco Espacial.....	30
2.4	Diseño Metodológico.....	30
2.5	Tipos De Investigación.....	30
2.5.1	Investigación de Campo	30
2.6	Metodología.....	31
2.6.1	Método Inductivo	31
2.6.2	Método Analítico	31
2.7	Técnica de Investigación.....	31
2.7.1	Entrevista	31
2.7.2	Observación Directa	31
2.7.3	Encuesta	32
2.8	Instrumentos de Investigación	32
2.8.1	Cuestionario	32
2.9	Fuentes de Información	33
2.10	Población y Muestra.....	33
2.10.1	Población	33
2.10.2	Muestra	33
2.11	Análisis e Interpretación de Resultados.....	34

2.12Análisis e Interpretación General de Resultados	45
2.13ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	46
2.13.1Demanda Actual.....	46
2.13.2Demanda Histórica.....	46
2.13.3Demanda Proyectada.....	48
2.14Análisis de la Oferta.....	49
2.14.1Oferta Actual	49
2.14.2Oferta Histórica	50
2.14.3Oferta Proyectada.....	51
2.15DEMANDA INSATISFECHA	51

CAPÍTULO III
ESTUDIO TÉCNICO

PROPUESTA	53
3.1Objetivo.....	53
3.1.1Objetivo General	53
3.1.2Objetivos Específicos	53
3.2Tamaño del Proyecto	54
3.2.1Factores condicionantes del tamaño del proyecto.	54
3.2.2Microlocalización.....	55
3.2.3Ingeniería del Proyecto	55
3.2.4Distribución de la Planta	61
3.2.5 Requerimiento.....	63
PROPUESTA ADMINISTRATIVA	64
3.3Razón Social	64
3.3.1Logotipo	64
3.3.2Slogan	65
3.3.3Marco Legal	66
3.3.4Constitución de Compañía.....	66
3.3.5Organigrama Estructural	67
3.4DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	68
3.4.1Misión	68
3.4.2Visión	69
3.4.3Valores Corporativos	69

3.5 Análisis FODA	70
3.6 Estrategias	71
<i>3.6.1 Producto</i>	71
<i>3.6.2 Precio</i>	71
<i>3.6.3 Plaza</i>	71
<i>3.6.4 Promoción</i>	71
3.7 Plan de Manejo Ambiental	72
<i>3.7.1 Introducción</i>	72
<i>3.7.2 Estructura del Plan de Manejo Ambiental</i>	72
<i>3.7.3 Política Ambiental</i>	74
<i>3.7.4 Planificación</i>	74
<i>3.7.6 Respuesta de Emergencia.</i>	82
<i>3.7.7 Seguimiento y Medición.</i>	83

CAPITULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

4.1 Plan de Inversiones	83
4.1 Plan de Financiamiento	94
CONCLUSIONES	104
RECOMENDACIONES	105
BIBLIOGRAFÍA	106
<i>Referencias Bibliográficas</i>	106
<i>Referencias Electrónicas</i>	106

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°01: El ciclo del proyecto.....	10
Gráfico N°02: Comportamiento de la cantidad demanda frente a cambios en el precio...13	
Gráfico N°03: Comportamiento de la cantidad ofrecida frente a cambios en el precio... 14	
Gráfico N°04: El proceso asociativo.....	25
Gráfico N°05: Consumo de carnes.....	35
Gráfico N°06: Adquisición de carne	36
Gráfico N°07: Razón de compra	37
Gráfico N°08: Frecuencia de consumo de carne.....	38
Gráfico N°09: Cantidad de compra de carne	39
Gráfico N°10: Calidad de la carne	40
Gráfico N°11: Ubicación de la carne	41
Gráfico N°12: Medios para comercializar	42
Gráfico N°13: Cualidades para adquirir la carne	43
Gráfico N°14: Valor a pagar por un pollo.....	44
Gráfico N°15: Demanda Histórica.....	55
Gráfico N°16: Demanda Proyectada.....	46
Gráfico N°17: Demanda Insatisfecha	62
Gráfico N°18: Localización de la planta.....	53
Gráfico N°19: Diseño y Distribución.....	61
Gráfico N°20: Distribución del producto.....	60
Gráfico N°21: Asociacion Avicola.....	67

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°01: Balance de equipos	16
Tabla N°02: Balance de obras físicas	17
Tabla N°03: Balance de personal	18
Tabla N°04: Balance de insumos por examen urodinámico	18
Tabla N°05: Dimensión geográfica.....	28
Tabla N°06: Dimensión geográfica.....	29
Tabla N°07: Capacidad financiera	54
Tabla N°08: Requerimiento	63
Tabla N°09: Costo de infraestructura.....	83
Tabla N°10: Costo de equipo de cómputo	84
Tabla N°11: Costo de terreno.....	84
Tabla N°12: Costo de maquinaria y equipo	85
Tabla N°13: Costos muebles y enseres	86
Tabla N°14: Costos de equipos de oficina	86
Tabla N°15: Costos de suministros de oficina	87
Tabla N°16: Costos de suministros de aseo	88
Tabla N°17: Costo servicios básicos.....	88
Tabla N°18: Costo vehículo	89
Tabla N°19: Nómina	90
Tabla N°20: Provisiones	91
Tabla N°21: Costo de materia prima.....	92
Tabla N°22: Costos mano de obra directa	93
Tabla N°23: Costo de personal administrativo y de ventas	93
Tabla N°24: Costos varios	94
Tabla N°25: Inversión inicial	95
Tabla N°26: Capital de trabajo.....	96
Tabla N°27: Costos directos por pollo	97
Tabla N°28: Proyección de los costos.....	98
Tabla N°29: Estado de pérdidas y ganancias	99
Tabla N°30: Flujo de caja	100
Tabla N°31: Cálculo de la TMAR	101

Tabla N°32: Cálculo del VAN	102
Tabla N°33: Cálculo de la TIR	103

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N°01: Consumo de carnes.....	35
Cuadro N°02 Adquisición de carne.....	36
Cuadro N°03 Razón de compra.....	37
Cuadro N°04 : Frecuencia de consumo de carne.....	38
Cuadro N°05: Cantidad de compra de carne.....	39
Cuadro N°06: Calidad de la carne.....	40
Cuadro N°07: Ubicación de la carne.....	41
Cuadro N°08: Medios para comercializa.....	42
Cuadro N°09: Cualidades para adquirir la carne	43
Cuadro N°10: Valor a pagar por un pollo.....	44
Cuadro N°11: Demanda actual del consumo de carne de pollo.....	46
Cuadro N°12: Demanda Histórica.....	46
Cuadro N°13: Mínimos Cuadrados.....	47
Cuadro N°14: Demanda Proyectada.....	47
Cuadro N°15: Oferta actual del consumo de carne de pollo.....	47
Cuadro N°16: Oferta Histórica.....	48
Cuadro N°17: Mínimo Cuadrados.....	48
Cuadro N°18: Oferta Proyectada.....	49
Cuadro N°19: Demanda Insatisfecha.....	49

ÍNDICE IMAGEN

Imagen N°01: Logotipo del plantel avícola	67
Imagen N°02: Slógan	67



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

TEMA:

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN PLANTEL AVÍCOLA COMUNITARIO Y COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI, CANTÓN LATACUNGA, PARROQUIA MULALÓ”

Autora:

Jenny Patricia Moreno Castro

RESUMEN

El presente trabajo se desarrolló con el objetivo de crear un plantel avícola comunitario en la Provincia de Cotopaxi, Cantón Latacunga, Parroquia Mulaló para satisfacer la demanda insatisfecha del producto.

Para la investigación se utilizó la metodología de la investigación directa, el método inductivo y analítico, mediante el uso de herramientas para el levantamiento de la información como la encuesta que se aplicó a la población de Mulaló, dando como principal resultado la aceptación del producto en la zona y obteniendo una demanda insatisfecha importante para poder lanzar nuestro producto al mercado.

Para la creación del plantel avícola realizamos un estudio técnico y financiero que determino la ubicación del negocio, la capacidad instalada, y los indicadores de factibilidad financiera que nos llevaran a determinar el éxito del negocio.

Palabras Claves: Oferta, Demanda, Asociatividad, Plan de Negocios, Plantel Avícola



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

ABSTRACT

This work was developed with the aim of creating a Community poultry flock in the province of Cotopaxi, Latacunga Canton, Parish Mulaló to meet the unmet demand for the product.

For research methodology direct research inductive and analytical method we were used, by using tools for gathering information as the survey that was applied to the population of Mulaló, giving as main result the acceptance of the product in the area and obtaining a significant unmet demand to launch our product to market.

For the creation of the poultry flock we perform a technical and financial study to determine the location of the business, installed capacity, and financial feasibility indicators that lead us to determine business success.

INTRODUCCIÓN

El sector de la avicultura está posicionándose en los mercados en varias provincias del país a más del sector lechero, porcino, bovino, etc..., ya que existe un incentivo de trabajar por cuenta propia, muchas familias surgen por esta idea de negocio. La propuesta es crear un plantel avícola comunitario en la parroquia Mulaló que tiene como razón social la denominación de “Mi AVECITA” se pretende alcanzar un nivel alto en los mercados con el producto a ofertar, para ello dicho proyecto se plasma en un plan de negocios con proyección de ejecución el proyecto se lo plantea en cuatro capítulos.

En el Capítulo I se da a conocer las categorías en las cuales se fundamenta la idea del negocio; destacando principalmente lo que es la Administración como tal, la gestión administrativa como se lo debe implantar de una manera correcta, luego la propuesta del plan de negocios la guía a seguir cumpliendo a cabalidad cada uno de los aspectos, se plantea lo que es la regulación por una entidad pública en este caso el Ministerio de Economía Popular y Solidaria, conocer acerca de lo que es mantener o formar una asociatividad, destacar que es una planta avícola y cómo manejarla

En el Capítulo II tenemos lo que es el estudio de mercado, como su nombre lo indica a que sector de la población se va a ofertar el producto destacándose la población macro y micro para aplicar el cuestionario respectivo, una vez obtenido la población muestral destacar cual va a ser la oferta y demanda; proyectarle para cinco años futuros, determinar la demanda insatisfecha es importante ya que se crean estrategias para cubrir los gustos y preferencias que los demandantes requieren.

Capítulo III se plantea la idea del negocio lo que es la propuesta técnica, la propuesta administrativa y la propuesta económica. Dentro de la propuesta técnica esta los objetivos a alcanzar el tamaño del proyecto, el entorno del proyecto. En la propuesta administrativa se analiza la imagen de la empresa, su caracterización logotipo, slogan, valores misión, visión, direccionamiento estratégico, análisis FODA, estrategias y requerimiento a emplearse, normativa legal, constitución de la empresa, organigrama, diagramas de procesos y demás insumos que se requieren para la planta avícola Mi AVECITA.

En el Capítulo IV, dentro del análisis económico se destacan varios aspectos muy importantes como el realizar los costos de lo que se requiere en el negocio, infraestructura, materia prima, suministros de oficina, equipo de cómputo, maquinaria y equipos; destacar la inversión inicial, el capital de trabajo que se requiere, elaborar presupuestos con el fin de determinar la rentabilidad del negocio, en si realizar el plan de inversión y el plan de financiamiento para analizar la viabilidad de la misma.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 Antecedentes

Como antecedentes principales se cita:

1° Un “Proyecto de Inversión para la Creación de la Granja Avícola “ CEYRE “ en la Provincia de Cotopaxi en el Sector de Joseguango Bajo ”, Latacunga ESPEL 2003 en el que se menciona que:

“Para iniciar en un negocio como el de la Crianza de pollos de postura o de carne se requiere del asesoramiento constante de profesionales capacitados, pues si se trata de realizar el trabajo de forma empírica los resultados pueden ser desastrosos debido a la inexperiencia en cuanto a la manera correcta de llevar los procesos”.

2° Un “Análisis de la Cadena Agro-Industrial; Maíz, Soya y Balanceado como materias primas para la Producción Avícola y su Comercialización”, Guayaquil ESPOL 2005:

“En el sector avícola, la carne de pollo es un bien de primera necesidad y quienes lo consumen lo hacen en importantes cantidades y no en forma ocasional, sino permanente, de manera que tiene una recuperación casi inmediata en un corto plazo por cualquier shock que exista. Su rápida

reproducción y crecimiento que es característico de este animal, y los precios relativamente bajos, han sido incentivo para invertir en este producto; sin embargo, el comportamiento de precios de las materias primas básicas, y el alto grado de inversión, provocan un riesgo en la inversión”.

3° Un “Diseño de una Granja Integral Autosuficiente”; Quito UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK DEL ECUADOR 2007.

“Las actividades productivas permiten cubrir principalmente los costos de producción, ventas y la inversión, a pesar de que la ganancia no significa una cifra significativa”.

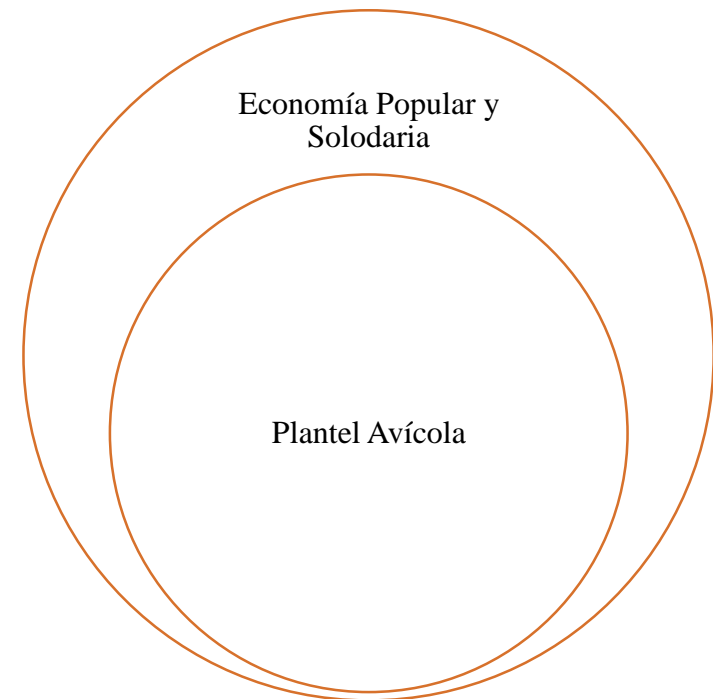
La expectativa de todo empresario es ver que su negocio crezca pero ante el comportamiento del precio de un producto en el mercado pone al mismo a la toma de decisiones para no correr el riesgo de una pérdida en la inversión. Siendo los planteles avícolas una perspectiva de crecimiento pero al no estar bien administrado no tendremos los resultados planteados; es por ello que debemos contar con el personal capacitado en el cargo a desempeñar y cumplir con todas las actividades establecidas.

1.2 Categorías Fundamentales

VARIABLES INDEPENDIENTES



VARIABLES DEPENDIENTES



Elaborado por: Tesista

1.3 Marco Teórico

1.3.1 Administración

CLUSHKOV, V.- (FREEMAN, 2005) La Administración es *“un dispositivo que organiza y realiza la transformación ordenada de la información, recibe la información del objeto de dirección, la procesa y la transmite bajo las formas necesarias para la gestión, realizando este proceso continuamente.”* (pág.16)

La administración consiste en darle forma, de manera consciente y constante a las organizaciones. Todas las organizaciones cuentan con personas que tienen el cargo de servirle para alcanzar sus metas¹ y a la vez dotarles con una visión a futuro, que puedan liderar y gerenciar varios mercados, siempre y cuando se cuente con todos los recursos necesarios para llevar a cabo el trabajo propuesto, contar con un gerente responsable de dirigir ciertas actividades que contribuyan al surgimiento del negocio, empresa u organización que conducirá al cumplimiento de los objetivos trazados.

Para alcanzar el éxito empresarial, es importante contar con una buena administración, la misma está en un cambio constante en la búsqueda de nuevas oportunidades de crecimiento y de trabajo conjunto, implementando recursos: humanos, tecnológicos, financieros que involucren un trabajo colectivo el cual los haga crecer y a la vez ser competentes, mediante sistemas esquemáticos que coordinen las actividades hacia el objetivo planteado. Cabe mencionar que el administrar tiene diferentes enfoques: ordenamiento sistemático, técnicas, principios, objetivos, dirección eficaz, siempre y cuando exista todo el esfuerzo humano requerido, los mismos sujetos a cambios organizacionales.

¹ FREEMAN, Edward. 2005. *Administración 1*. Quito : Quinta, 2005.

1.3.1.1 Elementos de la Ciencia de la Administración

Para fraseando a Peter Drucker: (STONER, 2006) *Eficiencia significa “hacer correctamente las cosas” y eficacia significa “hacer las cosas correctas”* (pág.10)

- **Eficiencia.**-Alcanzar todos los objetivos planteados, mediante la utilización de recursos minimizando costos y a la vez maximizando la calidad para un buen producto o servicio.
- **Eficacia.**-Es la capacidad de lograr los objetivos planteados, para ello se establece una adecuada relación para medir el rendimiento y así determinar la productividad ya que es muy importante para realizar un análisis en cualquier organización.
- **Productividad.**-Es la relación resultado e insumo dentro de un periodo con la debida consideración de la calidad.

Para realizar la ejecución de un proyecto es muy importante contar con una buena administración, ya que es la guía que conduce al éxito de una empresa, poniendo en práctica cada uno de los valores organizacionales y empresariales, así como el ambiente en el cual se opera. El conocimiento administrativo utiliza los recursos disponibles para la satisfacción de las necesidades básicas dentro de una organización, la utilización eficiente de los recursos y una adecuada planificación.

1.3.2 Proceso Administrativo

(FREEMAN, 2006) *“Es una forma sistemática de hacer las cosas. Se habla de la administración como un proceso para subrayar el hecho de que todos los gerentes, sean cuales fueren sus aptitudes o habilidades personales, desempeñan ciertas actividades interrelacionadas con el propósito de alcanzar las metas que desean”* (pág.11)

Ante ello es muy importante abarcar con profundidad los cuatro procesos administrativos muy importantes, así como las relaciones y el tiempo que las involucran:

- **Planificación.-** Implica que los administradores piensan con antelación en sus metas y acciones, basan sus actos en algún método, plan o lógica y no en corazonadas. Los planes presentan los objetivos de la organización y establecen los procedimientos idóneos para alcanzarlos.
- **Organización.-** las relaciones y el tiempo son fundamentales para las actividades de la organización. La organización produce la estructura de las relaciones de una organización y estas relaciones estructuradas servirán para realizar los planes futuros.
- **Dirección.-** Implica, mandar, influir y motivar a los empleados para que realicen las tareas óptimas y esenciales, la dirección llega a fondo de las relaciones de los gerentes con cada una de las personas que trabajan con ellos.
- **Control.-** Los administradores tienen que preocuparse por el control porque, con el tiempo los efectos de las relaciones organizadas no siempre resultan como se planean.

Todo ello llegará a un buen desempeño y óptimos resultados si la tarea que realiza el administrador son cumplidas de la mejor manera y bajo el seguimiento adecuado según el requerimiento de la organización o empresa es por eso que el papel de un buen administrador se ve reflejado en el cumplimiento de metas y objetivos.

1.4 Gestión Administrativa

SMITH, Adam.- En cuanto a la gestión administrativa anuncia “*El principio de la división del trabajo considerándolo necesario para la especialización y para el aumento de la producción*”. (pág. 56)

El gestionar implica agrupar todos los aspectos necesarios para lograr una correcta administración y ahí determinar si se está cumpliendo con todo el requerimiento y el conocimiento del trabajador, su especialización y su mayor desempeño.

1.4.1 Origen de la Gestión Administrativa

La práctica de la administración ha existido desde los tiempos más remotos, los relatos indican el manejo de grandes números de personas y recursos para alcanzar una variedad de objetivos, desde la construcción de comités o grupos para gobernar ciudades y ganar guerras.

Con el paso del tiempo la gestión administrativa ha trascendido varias etapas desde su origen hasta la edad contemporánea, de ahí nacen varios precursores predominantes de la administración.

Confucio proporcionó una serie de reglas para la Administración pública recomendando:

- a) *Que las personas que ocupan posiciones públicas deben conocer bien el país para estar en condiciones de resolver sus problemas.*
- b) *Excluir de la selección del personal el favoritismo y el partidismo.*
- c) *Que los funcionarios seleccionados deberían ser personas honradas desinteresadas y capaces.*(pág. 59)

Es por ello que la administración se ha convertido en un aspecto primordial para el desenvolvimiento de las organizaciones hasta llegar al punto de plasmar un modelo de gestión administrativa.

1.4.2 Modelo de Gestión Administrativa

Los modelos de gestión administrativa permiten la optimización en la ejecución de los procesos, con el fin de incrementar la cantidad y eficacia en la gestión de los servicios. La incorporación de un modelo de gestión al procedimiento administrativo permite una reducción en el tiempo empleado en los trámites y consultas, así como, una mayor calidad en el servicio prestado, que es recibido por el usuario.

Para abarcar las exigencias de las organizaciones, negocios u empresas es primordial trabajar con este modelo de gestión administrativa el mismo que debe ser lógico y secuencial tomando en consideración el proceso de planificar, dirigir, ejecutar y por ultimo controlar con el fin de mejorar el producto o servicio que ponen a consideración del cliente o consumidor. Posteriormente un modelo de gestión abarca tres etapas importantes como son: el análisis de la estructura funcional, análisis de las relaciones con terceros y la identificación de los procesos de la institución.

1.4.3 Etapas de un Modelo de Gestión Administrativa

Para trabajar eficazmente en un modelo de gestión administrativa es importante desarrollar tres etapas:

- **Análisis de la estructura funcional:** descripción de las funciones y objetivos de cada una de las unidades administrativas y de servicio, así como de las interrelaciones y los flujos de información entre ellas.
- **Análisis de las relaciones con terceros:** identificar y caracterizar las entidades con las que actúa el servicio y el objeto de dicha interacción.
- **Identificación de los procesos de la institución:** establecer los circuitos funcionales y los servicios que se prestan.

1.5 Gestión de Proyectos

1.5.1 Gestión

Gestionar es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera, siempre y cuando las acciones sean planificadas de la mejor manera.

1.5.2 Proyecto

SAPAG CHAIN, Reinaldo: *"Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantas, una necesidad humana."*(pág.5)

Un proyecto es un elemento complejo, es un tipo de actividad con la que, en algún momento se encuentra cualquier empresa u organización, en el que intervienen una gran cantidad de factores, y estos a la vez actúan de forma interrelacionada, cada vez más debido a las exigencias de la sociedad en la que vivimos sometidas a profundas y constante transformaciones lo que hace necesario acometer proyectos que respondan a esos cambios y transformaciones rápidas.

La gestión de proyectos es el proceso de planeación, manejo, de tareas y recursos con el fin de cumplir con los objetivos definidos para la implementación de un proyecto nuevo, la comunicación permanente y el avance de resultados, para ello se requiere de mucha coordinación.

Cuando pensemos en una adecuada gestión de proyectos, tendremos que preocuparnos en alcanzar los siguientes objetivos:

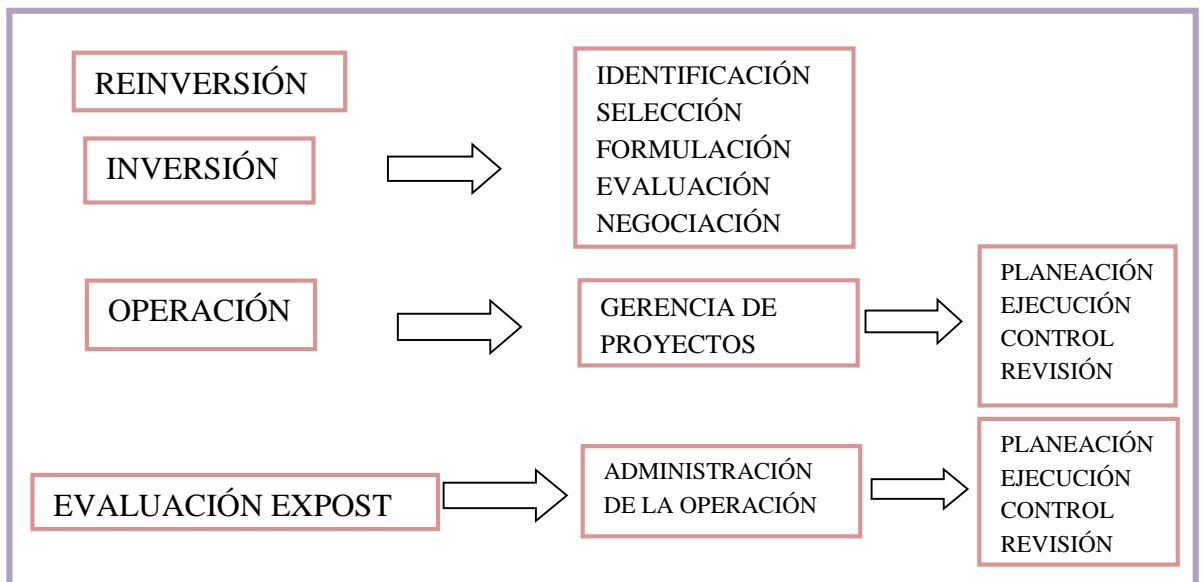
- Concretar los proyectos y optimizar la estructura organizativa del equipo.
- Establecer convenientemente los objetivos y la planificación del proyecto.
- Hacer valoraciones razonables de tiempo, costes y recursos.
- Pronosticar los posibles riesgos que puedan surgir.

La finalidad es mejorar la toma de decisiones en relación con la asignación de recursos, para el logro de objetivos a través de la movilización de medios adecuados

para su obtención. Su concreción se verifica en el denominado ciclo de gestión de los proyectos, que supone una atención detallada e integral de todos los pasos por los que un proyecto transita: desde su concepción como idea hasta la evaluación final o posterior, pasando por todas las etapas correspondientes.

Para poder definir un proyecto es muy importante destacar el ciclo del proyecto para lo cual se debe saber qué tipo de estudio está por realizar, desde la reinversión hasta su evaluación ex post; siguiendo cada uno sus parámetros establecidos como lo podemos visualizar en el Gráfico N° 01

GRÁFICO N° 01: EL CICLO DEL PROYECTO



Fuente: Gestión de Proyectos (MIRANDA, Juan J.)

Elaborado por: Tesista

Para que un plan de negocios sea rentable es indispensable su estudio desde un punto de vista económico, de ahí que podemos analizar el ciclo del proyecto de una forma secuencial desde la pre inversión, en donde se identifica un problema determinado para posteriormente analizarlo y evaluarlo, planteando una serie de alternativas para encontrar la mayor rentabilidad para el proyecto; seguido tenemos la inversión en donde se lo va a ejecutar tomando en consideración las alternativas importantes del paso antes mencionado conforme a parámetros aprobados que sean viables para el proyecto y su operación correspondiente llegando a la fase final de la evaluación ex post en donde el proyecto entra en operación y mantenimiento para un nivel de rendimiento alto.

Para ello se establecen tres enfoques primordiales:

- **Identificación del proyecto:** Se fundamenta los aspectos principales del problema o necesidad y las posibles alternativas de solución.
- **Selección del proyecto:** La selección de proyectos debe hacerse dentro del marco de referencia del proceso de planeación.
- **Formulación del proyecto:** Permite clarificar los objetivos y analizar en detalle cada una de las partes que lo componen.

1.6 Plan de Negocios

Para la elaboración de un plan de negocios se requiere de mucha actividad en cuanto al pensamiento honesto sobre el enfoque central del proyecto, el mismo que contendrá un panorama competitivo y a la vez guías claves para el éxito, ya que de ello dependerá la realidad del mismo. Para el desarrollo del plan de negocios se debe preguntar ¿por qué está preparando el plan? y ¿qué es lo que está tratando de lograr con ello? Con la finalidad de tener una visión clara y concisa de lo que desea.

1.6.1 Estudio de Mercado

La economía es la ciencia que estudia el mercado con el objeto de elegir la mejor forma de asignar los recursos limitados a la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades y los deseos ilimitados de los individuos y las empresas.

Philip Kotler: (2011) *“Un mercado es aquel que está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a tener la capacidad para realizar intercambio para satisfacer esa necesidad o deseo” (pág. 25).*

Desde una perspectiva empresarial y a la espera de que un negocio sea viable nos enfocamos directamente con nuestra fuente que es el mercado, partiendo desde un

número pequeño de productores o cliente; los mismos que influirán significativamente sobre los precios en que se transan los bienes en el mercado o puede ser que exista gran cantidad de ambos, es por ello que nace el estudio neto de la oferta y la demanda. Existen tres principales aspectos económicos que explican el comportamiento de los mercados ligados a un proyecto y son:

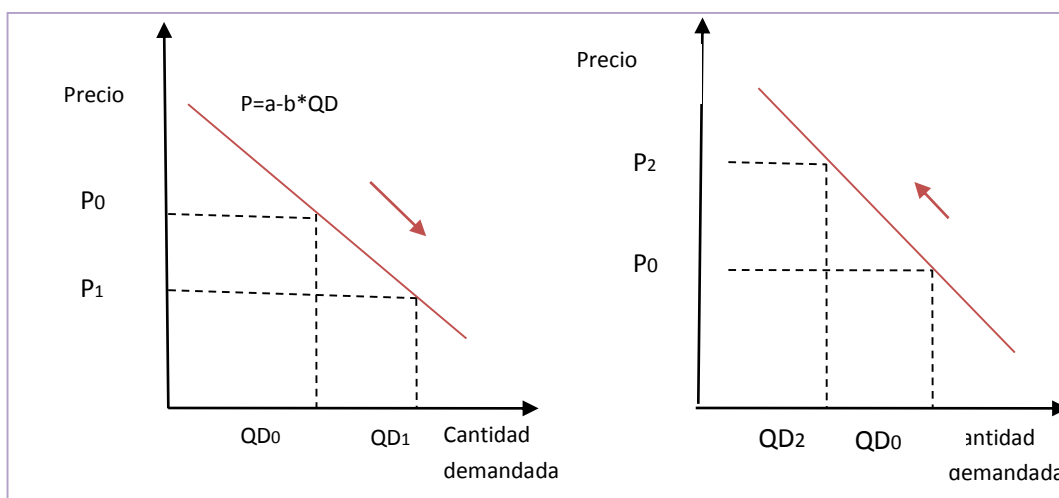
1.6.1.1 Comportamiento de la demanda

(Guillermo Grajales 2011): *“Las distintas cantidades de un producto que los compradores están dispuestos a adquirir a diferentes precios y en un momento determinado” (pág.47)*

La búsqueda de satisfactores de un requerimiento o necesidad que realizan los consumidores, aunque sujeta a diversas restricciones, se conoce como demanda del mercado. Los bienes y servicios que los productores libremente desean ofertar para responder a esta demanda se denominan oferta del mercado. En el mercado, donde se vincula esta oferta y esta demanda, se denomina un equilibrio de mercado, representado por una relación entre un precio y una cantidad que motiva a los productores a fabricarla y a los consumidores a adquirirla.

Para un mayor entendimiento de la demanda se establece la relación entre el precio y la cantidad demandada. Es decir a mayor cantidad menor es el precio y cuando la cantidad es menor el precio es mayor como lo vemos a continuación en el Gráfico N° 02.

GRÁFICO N° 02: COMPORTAMIENTO DE LA CANTIDAD DEMANDA FRENTE A CAMBIOS EN EL PRECIO



Fuente: Gestión de Proyectos (MIRANDA, Juan J.)

Elaborado por: Tesista

Muchas empresas o negocios caen por no estar al contacto con el mercado en el cual están inmersos, es por ello que como empresa debe estar vinculada al mundo de la economía; analizando el gráfico en cuanto a las variaciones en los precios el comportamiento del consumidor se mueve sobre la curva de la cantidad demandada. El papel de una empresa o negocio es que la cantidad de los productos o bienes sean cubiertos en su totalidad y a la vez estén sujetos al precio.

Hay que tomar las siguientes consideraciones:

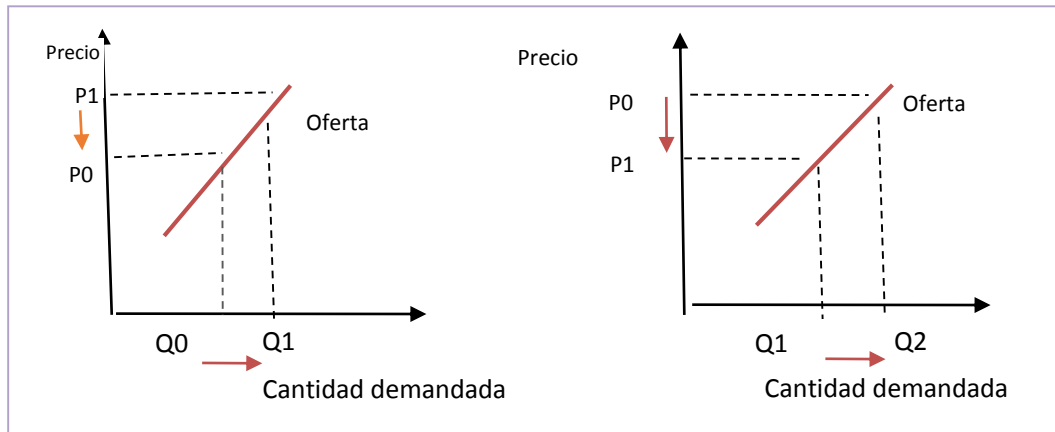
- Los ingresos de los consumidores
- La cantidad de consumidores
- El precio de los bienes complementarios
- Precios de los bienes sustitutos
- Gastos y preferencias
- Expectativas

1.6.1.2 Comportamiento de la oferta

ANDRADE Simón: define la oferta como “*el conjunto de propuestas de precios que se hacen en el mercado para la venta de bienes o servicios.*”

Mientras que la demanda del mercado estudia el comportamiento de los consumidores, la oferta del mercado corresponde a la conducta de los empresarios, es decir, a la relación entre la cantidad ofertada de un producto y su precio de transacción como se lo puede visualizar en el Gráfico N°03.

GRÁFICO N° 03: COMPORTAMIENTO DE LA CANTIDAD OFRECIDA FRENTE A CAMBIOS EN EL PRECIO



Fuente: Gestión de Proyectos (MIRANDA, Juan J.)

Elaborado por: Tesista

En el gráfico podemos identificar con claridad que hay abundancia de productos o a su vez hay escasez, ayudándonos a determinar si lo que producimos está acorde a las necesidades del consumidor; es decir, cuando el precio aumenta la cantidad aumenta; cuando el precio disminuye la cantidad disminuye, destacando así que existe una relación directa entre el precio y la cantidad.

Cuando se considera solo la variación en los precios, el comportamiento del productor se mueve sobre la curva de la cantidad ofrecida; para ello consideramos algunos factores importantes:

- Costos de producción
- Flexibilidad de la tecnología
- Expectativas
- Cantidad de empresas
- Precios de los bienes relacionados

La variación de cualquiera de estos factores hará que la oferta cambie aun si el precio se mantiene.

1.6.1.3 Comportamiento en los costos

La forma más tradicional de clasificar los costos de operación de un proyecto es costos fijos y costos variables.

Costos fijos

FOSTER, George. *“Son aquellos que en su magnitud permanecen constantes o casi constantes, independientemente de las fluctuaciones en los volúmenes de producción y/o venta”.* (pág. 2)

Costos variables

DATAR, Srikant. *“Cambian o fluctúan en relación directa a una actividad o volumen dado. Dicha actividad puede ser referida a producción o ventas, por ejemplo: la materia prima cambia de acuerdo con la función de producción y las comisiones de acuerdo con las ventas”.* (pág. 3)

Dentro de los límites de una capacidad dada de producir, la empresa podrá variar sus niveles cambiando la cantidad de insumos ocupados y por lo tanto sus costos variables totales; dentro de ciertos rangos, los costos fijos se mantendrán constantes, pero también podrán variar.

1.6.2 Estudio Técnico

Cuando un proyecto es de creación de una empresa o un negocio, es conveniente el estudio del efecto económico de ciertos componentes que lo permitirá ponerlo en funcionalidad. Un proceso productivo bien definido permitirá determinar los requerimientos de obras físicas, maquinaria y equipos, su vida útil, los recursos humanos y los recursos materiales, los cuales deberán ser cuantificados

monetariamente para proyectar los flujos de caja que posibilitarán las evaluaciones posteriores.

Para dar mayor realce a la idea del negocio es muy importante trabajar con ciertos aspectos relevantes que a continuación se explicará con profundidad.

1.6.2.1 Balance de equipos

Para que un negocio surja, es indispensable contar con todos los activos físicos necesarios que asegure el correcto funcionamiento del proyecto. Puede darse el caso de que exista más de una opción tecnológica de solución ante ello es oportuno elaborar balances diferenciados con el fin de evaluarlos económicamente para optar por el más conveniente.

La primera inversión que se debe calcular incluye a todos los activos físicos necesarios para asegurar el correcto funcionamiento del negocio. La estructura típica de este balance de insumos se muestra en la Tabla N°01.

TABLA N°01: BALANCE DE EQUIPOS

Ítem	Cantidad Unidades	Costo unitario	Costo total	Vida útil (años)

Elaborado por: Tesista

Con los cálculos realizados en cada columna y la información obtenida en cuanto al balance de equipos se determina el total de inversiones previa a la puesta en marcha que corresponderá a la suma de los valores de la cuarta columna que corresponden a los costos totales.

1.6.2.2 Balance de obras físicas

Una vez conocida la cantidad de equipos y la distribución física más adecuada, se pueden determinar los requerimientos de espacio para su instalación. Las bases de cálculo de las áreas construidas deben incluir también los siguientes factores:

- Área de ingreso de proveedores
- Recepción de materiales
- Bodegaje para insumos generales
- Servicios auxiliares como central de calefacción
- Oficinas administrativas requerimientos del espacio son diferentes tomando en consideración la estructura del balance de obras físicas.

TABLA N°02: BALANCE DE OBRAS FÍSICAS

Balance de obras físicas					
Ítem	Unidad de medida	Especificación técnica	tamaño	Costo unitario	Costo total

Elaborado por: Tesista

1.6.2.3 Balance de personal

El personal o equipo de trabajo juega un papel muy importante en un negocio ya que es el complemento para que un bien o un servicio triunfe en el mercado, para ello trabajamos con un balance óptimo para el personal dando a conocer que es la forma más eficiente de calcular el costo del recurso humano, desagregando al máximo las funciones y tareas que se deben realizar en la operación del proyecto con el objeto de definir el perfil de quienes deben ocupar el puesto de trabajo.

El balance de personal deberá repetir tantas veces como sea necesario, de acuerdo con la variedad y la magnitud de las actividades que se deberán desarrollar. En una empresa productiva muy grande, por ejemplo; se podría justificar realizando un

balance de personal de aseo u otro mantenimiento preventivo de equipos. Para ello trabajamos con el balance de personal que a continuación lo establecemos;

TABLA N°03: BALANCE DE PERSONAL

Balance de personal			
Cargo	Numero de puesto	Remuneración Mensual	
		Unitaria	total
Total Anual			
Total Mensual			

Elaborado por: Tesista

1.6.2.4 Balance de insumos

La estimación de los costos de los insumos que se utilizará en el proceso de producción, embalaje, distribución y venta tiene la dificultad de depender de la configuración de los tipos y de la cantidad de productos que se pronostiquen a elaborar, tener insumos de calidad nos llevará a tener productos de calidad es por esta razón que se establece este balance en el cual determinaremos si la inversión que se va a realizar es la correcta.

TABLA N°04: BALANCE DE INSUMOS POR EXAMEN URODINÁMICO

BALANCE DE INSUMOS POR EXAMEN URODINÁMICO			
Insumo	Cantidad (unidades)	Costo Unitario	Costo Total
Total			

Elaborado por: Tesista

1.6.2.5 Tamaño

El estudio del tamaño de un proyecto es fundamental para determinar el monto de las inversiones y el nivel de operación que a su vez permitirá cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados. El resultado de este estudio influye directamente sobre esa decisión, ya que ahí se determinaron los niveles ofrecidos y demandados que se esperan para el futuro.

Se presentan algunas especificaciones técnicas de los equipos que cumplen con los requerimientos para la producción con respecto al tamaño:

- Que la cantidad demandada total sea menor que la capacidad de producción de la tecnología más pequeña existente en el mercado.
- Que la cantidad demandada sea similar a la capacidad de producción de alguna tecnología.
- Que la cantidad demandada sea mayor que la capacidad de producción de la tecnología disponible.

1.6.2.6 Localización

La ubicación más adecuada será la que posibilite maximizar el logro del objeto definido para el proyecto, como cubrir la mayor cantidad de la población posible o lograr una alta rentabilidad. La selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos: el de la macro localización, en donde se elige la región o zona y la micro localización, que determina el lugar específico donde se instalará el proyecto.

Para ello se determina algunos factores que influyen en la ubicación del proyecto:

- Mercado que se desea atender
- Transporte y accesibilidad de los usuarios
- Regulaciones legales que pueden restringir la posibilidad de instalar una empresa en una zona.
- Aspectos técnicos
- Aspectos ambientales

- Costos y disponibilidad de terrenos y edificaciones
- Entorno y existencia de sistemas de apoyo

La idea clave de surgimiento del negocio u empresa está en la localización ya que de ello depende de que el producto sobresalga, es muy importante de que el consumidor tenga comodidad y accesibilidad al negocio. Un efecto importante de la localización se da sobre el costo de los insumos necesarios para atender los requerimientos de la producción.

1.6.3 Plan de Manejo Ambiental

La principal finalidad que tiene un plan de manejo ambiental es la toma de decisiones de un proyecto para lo cual estudiaremos tres aspectos muy importante como son el medio físico, el medio biológico y el medio socioeconómico. Cabe mencionar que todo plan debe ser elaborado a base de realidades históricas y sociales en el lugar de ejecución del proyecto.

1.6.3.1 Medio Físico

- **Climatología.-** El clima o climatología es muy importante para determinar la ejecución de un proyecto; es por ello que se debe analizar si este factor en un largo plazo puede afectar el negocio.
- **Suelo.-** Se determina la capacidad o situación del suelo para el proyecto a ejecutar, si el Ministerio de Salud aprueba la utilización del suelo para ubicar un plantel avícola.
- **Contaminantes.-** Un efecto contaminante muy importante es el olor ya que afecta a las personas que habitan a su alrededor por lo que se debe tener mucho cuidado en no causar molestias a las personas que habitan alrededor de donde se plantee un proyecto o negocio.

- **Infraestructura.-** Es la parte física, lugar donde se va a desarrollar el producto de mejor calidad para su acogida favorable en el mercado.
- **Ruido.-** Constituye un factor muy importante ya que ocasiona molestias a los habitantes.

1.6.3.2 Medio Biológico

En el caso del plan de negocios para la creación de un plantel avícola comunitario este medio no tiene un mayor enfoque por que hace referencia a la vegetación y a la fauna por lo que no es un estudio óptimo que lo amerite.

1.6.3.3 Medio Socio-Económico

Dentro de ello está el realizar un estudio socio-cultural y un estudio económico lo cual nos permitirá conocer a que sector de la población va enfocado el proyecto y si tendrá utilidad o pérdida al final.

1.6.4 Estudio Financiero

1.6.4.1 Plan de inversiones

Constituye todas las necesidades en bienes y materiales para el incremento en la producción, la comercialización de pollos y a la vez aumentar el mercado de la Planta Avícola “Mi Vecita”.

1.6.4.2 Plan de Financiamiento

El financiamiento para la puesta en marcha de la planta avícola “Mi Vecita” estará compuesto por el capital propio de cada uno de los accionistas y el apoyo de instituciones crediticias.

1.4.4.3. Evaluación Financiera

Par evaluar finalmente los aspectos financieros es requerido, en base a los datos calculados, el estado de resultados, flujo de caja, indicadores financieros, el VAN, TIR, PRI.

1.5. Economía Popular y Solidaria

La Superintendencia de Economía Popular y Solidaria es una entidad técnica de supervisión y control de las organizaciones de la economía popular y solidaria, con personalidad jurídica de derecho público y autonomía administrativa-financiera, que busca el desarrollo, estabilidad, solidez y correcto funcionamiento.

Esta forma de organización se basa en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital.

Según la Ley de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario en su Art 1 establece varios principios:

- *La búsqueda del buen vivir y del bien común.*
- *La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales.*
- *El comercio justo y consumo ético y responsable.*
- *La equidad de género.*
- *El respeto a la identidad cultural.*
- *La autogestión.*
- *La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas, y,*
- *La distribución equitativa y solidaria de excedentes.*

1.5.1 Formas de organización de la economía popular y solidaria

La economía popular y solidaria está integrada por las organizaciones conformadas en los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

Artículo 21.- Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario.

Sector Cooperativo

“Es el conjunto de cooperativas entendidas como sociedades de personas que se han unido en forma voluntaria para satisfacer sus necesidades económicas, sociales y culturales, mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática, con personalidad jurídica de derecho privado e interés social. Las cooperativas, según la actividad principal que desarrollen, pertenecerán a uno solo de los siguientes grupos: producción, consumo, vivienda, ahorro y crédito y servicios”.

Artículo 18.- Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario.

Sector Asociativo

“Es el conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada”.

Artículo 15.- Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario.

Sector Comunitario

“Es el conjunto de organizaciones, vinculadas por relaciones de territorio, familiares, identidades étnicas, culturales, de género, de cuidado de la naturaleza, urbanas o rurales; o, de comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades que, mediante el trabajo conjunto, tienen por objeto la producción, comercialización, distribución y consumo de bienes o servicios lícitos y socialmente necesarios, en forma solidaria y auto gestionada”.

1.5.2 Sector Asociativo

La asociatividad como estrategia para competir, se diferencia por el abordaje de las empresas, en las opciones estratégicas seleccionadas y básicamente en los tipos de articulaciones que se pretende construir en el proceso asociativo, es muy importante poner énfasis en la parte social en el tipo de organización productiva que se pretende construir para desarrollar un trabajo de excelente calidad y la vez exista la participación de todos los involucrados determinando que se refleja en la cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en donde cada participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común. es por ello también que se plantean varias estrategias:

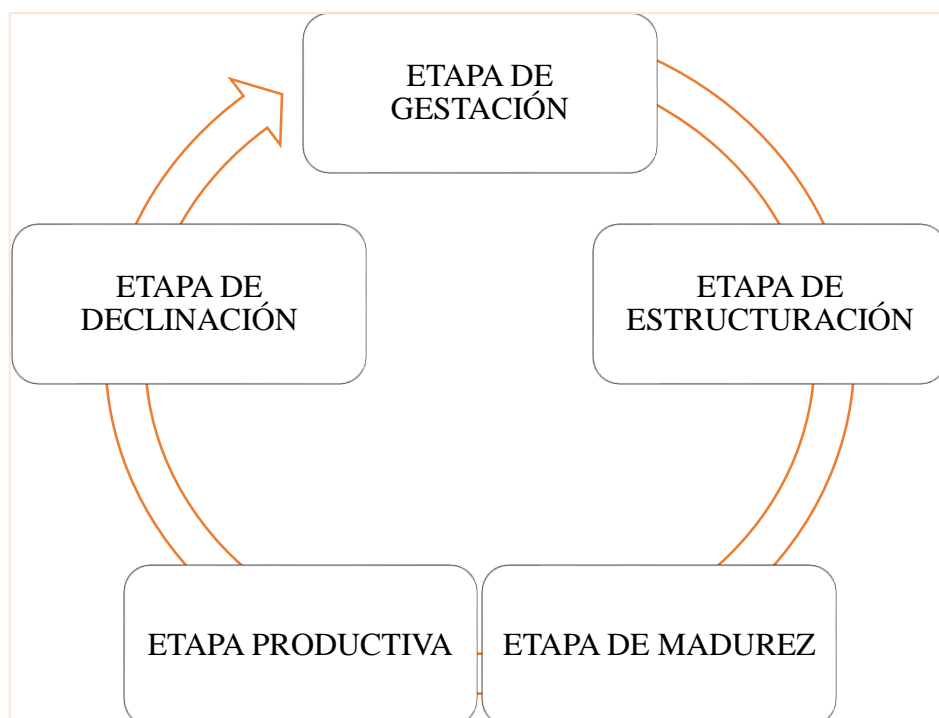
- **Participación.-** Todos los involucrados deberán participar en la toma de decisiones en cualquier aspecto q sea de vital importancia para la empresa todos poseen voz y voto y de igual manera buscar organizaciones extras que aporten a la misma.
- **Cooperación.-** Es muy importante ya que sin cooperación no se llega a nada lo ideal es fomentar el trabajo en equipo para salir adelante.
- **Liderazgo.-** Siempre existirá una persona al mando que vele por los intereses de los participantes y de la empresa misma para que así se incremente la capacidad

productiva avícola y a la vez la ventaja competitiva siendo motivo para seguir creciendo en el mundo micro productivo.

1.5.3 *El Proceso Asociativo*

Es importante destacar que en cualquier actividad a desarrollar lo primordial es seguir un proceso con sus etapas para lo cual se detalla a continuación en el Gráfico N°04.

GRÁFICO N° 04: EL PROCESO ASOCIATIVO



Elaborado por: Tesista

- **Etapa de gestación.-** Durante este período se despierta el interés de los participantes al iniciarse un proceso de acercamiento. Aquí comienzan las acciones para la creación e integración del grupo asociativo, se analiza el potencial de cada una de las empresas, las ventajas de llevar adelante el proyecto.

- **Etapa de estructuración.-** En esta etapa, los empresarios ya han definido su rol dentro del grupo y han aceptado al mismo como herramienta para alcanzar el o los

objetivos planteados. En este momento se definen las estrategias a seguir para el logro de los objetivos comunes.

- **Etapa de madurez.-** A esta altura del proceso de desarrollo, los empresarios ya han definido pautas de organización del grupo, el mismo ha adquirido identidad como tal, y existe claridad sobre las acciones a seguir. En esta etapa se define la forma jurídica, basándose en las necesidades planteadas por la actividad a desarrollar. Así se crean las bases para la sostenibilidad del grupo.
- **Etapa productiva o de gestión.-** Este es el período donde se llevan a cabo las acciones para la obtención de los resultados esperados. Los procesos operativos internos se agilizan para llevar adelante la gestión empresarial.
- **Etapa de declinación.-** Esta etapa comienza cuando los rendimientos de la gestión disminuyen y la relación costo-beneficio del accionar del grupo es negativa. Es aquí donde deberá tomarse la decisión de desintegrar el grupo o iniciar nuevos proyectos.

Como se puede ver todo enfoque, proyecto, producto cumple cierto ciclo para lo cual se requiere de profesionales en el ámbito para evitar caer por completo en la fase de declinación; la aplicación de estrategias conllevaría a mejorar el rendimiento de cada uno de los participantes y a la vez se destaque por ser una organización luchadora capaz de vencer varios obstáculos que fomenten el trabajo productivo que desarrollan.

El ser partícipes de este proyecto tiene la ventaja también de reducir el nivel económico ya que muchas veces individualmente no se puede, es por ello que surge esta necesidad de asociarse para obtener utilidades.

1.6 Plantel Avícola

Primeramente es muy importante destacar que en Ecuador el tercer nivel de sobrevivencia y un buen nivel económico de las personas es la avicultura, destacando también a la ganadería y agricultura.

Granja, Plantel o Explotación Avícola.- Espacio geográfico que consta de uno o varios galpones donde se encuentran las aves de corral, bajo un manejo sanitario, administrativo y de registros con propósito comunes.

Los planteles avícolas deben estar localizadas en lugares protegidos de inundaciones, 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. Debe contar con instalaciones sanitarias y zonas separadas y definidas para la administración, producción y desinfección de vehículos.

Las granjas avícolas deberán incorporar los siguientes principios básicos:

- 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 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.

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Entorno del Proyecto

2.1.1 Macro Entorno

La macro entorno para crear la planta avícola como proyecto de investigación es la Provincia de Cotopaxi, Cantón Latacunga, la cual consta con una población de 170489 habitantes según el INEC CENSO 2010, como lo podemos visualizar en el Tabla N° 05 en cuanto a la Dimensión Geográfica.

TABLA N°05: DIMENSIÓN GEOGRÁFICA

VARIABLES	DESCRIPCIÓN
País	Ecuador
Región	Sierra
Provincia	Cotopaxi
Cantón	Latacunga
N° de habitantes	170489

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Tesista

2.1.2 *Micro Entorno*

El micro entorno para crear la planta avícola como proyecto de investigación es la Parroquia Mulaló 8095 habitantes según el INEC CENSO 2010, como lo podemos visualizar en el Tabla N°06 en cuanto a la Dimensión Geográfica, pero para la muestra nos basamos en la población de los barrios urbanos de la parroquia con un total aproximado de 2182 habitantes.

TABLA N°06: DIMENSIÓN GEOGRÁFICA

VARIABLES	DESCRIPCIÓN
Cantón	Latacunga
Parroquia(Centro)	Mulaló
N° de habitantes	2182

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Tesista

2.1.3 *Factor Económico de la Zona*

Es muy importante destacar el factor económico de la población, ya que a través de ello se puede estipular si un producto está acorde a su economía; por tal motivo según el Ministerio de Finanzas mediante Tesorería se realiza la transferencia de valores monetarios a los Concejos Provinciales, Municipios y Juntas Parroquiales (Gobiernos Autónomos Descentralizados). Para cual se especifica que al GAD Parroquial se entregó 186215.10 dólares americanos de los cuales el 30% están destinados para gastos corrientes y el 70% para gastos de inversión. Por otro lado se destaca el nivel económico-productivo del sector primario en las cuales se destaca la ganadería, agricultura, floricultura y extracción de recursos forestales y mineros.

2.2 **Marco Temporal**

El lapso de tiempo para la ejecución del plan de negocio está determinado para el año 2016

2.3 Marco Espacial

El marco temporal hace referencia al lugar en donde se va a ejecutar algún proyecto en el caso correspondiente a la creación de la asociación avícola “MI AVECITA” el marco o delimitación espacial es la parroquia Mulaló, que va enfocado a las personas por su consumo de carne de pollo.

2.4 Diseño Metodológico

El diseño metodológico es muy importante ya que nos ayuda a determinar estrategias, técnicas para una buena investigación y a la vez a la resolución de problemas planteándonos siempre las interrogantes ¿cómo? y ¿con qué?

¿Cómo? Voy a implementar el plan de negocios para la creación de un plantel avícola comunitario.

¿Con qué? Recursos voy a trabajar para ejecutar el plan de negocios, sean estos humanos, materiales y financieros.

Estas dos interrogantes son útiles para obtener los resultados deseados.

2.5 Tipos De Investigación

2.5.1 Investigación de Campo

Esta investigación se centra en hacer el estudio directamente en donde se va a emplear el proyecto; es decir el proyecto de implementar el plantel avícola comunitario es en la Parroquia Mulaló y es allí en donde se recolectaría la información con los habitantes, a la vez recorrer por granjas avícolas para ver el manejo y desenvolvimiento que tienen los propietarios para determinar si la meta planteada se lo está cumpliendo ya que de este modo se determinaría su factibilidad.

2.6 Metodología

2.6.1 Método Inductivo

Se aplicará el método inductivo ya que va de lo particular a lo general en el caso de este proyecto va de la actividad que realiza cada familia a concretarse en algo general como es la creación del plantel avícola comunitario.

2.6.2 Método Analítico

Este análisis es muy importante ya que se lo realiza con el objeto de estudiar las partes de un todo o abarcar aspectos de lo específico a lo general ya que mediante las encuestas que se aplicarán al sector y mediante sus resultados se realizará el análisis respectivo para determinar si el proyecto cubrirá en un porcentaje mayor de demanda o por el contrario recaerá en una demanda insatisfecha por el producto.

2.7 Técnica de Investigación

2.7.1 Entrevista

Es una técnica muy importante y a la vez útil, pero para poderlo aplicar es determinar el tipo del negocio que se desee emprender. Para el proyecto de implementación del plantel avícola no fue necesario la realización de la entrevista en vista de que mediante la aplicación del cuestionario se obtendrá los mismos resultados en cuanto al consumo de la carne de pollo u otras variedades de carnes.

2.7.2 Observación Directa

La observación directa se basa en presenciarse el lugar de algún acontecimiento suscitado en el caso del proyecto a llevarse a cabo esta en consultar a las personas sobre los beneficios que existen al crear el plantel avícola comunitario, a la vez mencionar que es directa ya que el investigador se pone en contacto personal con los hechos o fenómenos que se va a investigar.

2.7.3 Encuesta

Como técnica a aplicarse se tiene a la encuesta con su instrumento que es el cuestionario ya que incluye el recabar toda la información necesaria para entregar a los clientes un producto de calidad, por otra parte también está el poder realizar las interpretaciones para un resultado favorable.

Para el desarrollo de la encuesta es muy importante realizar un análisis óptimo ya que para el desarrollo de las preguntas va de lo general a lo particular, determinando un sinnúmero de carnes y verificar cuál de todas es la que más consumen las personas de la parroquia.

2.8 Instrumentos de Investigación

Como bien se conoce existen varias alternativas o instrumentos para la realización de una investigación como por ejemplo la entrevista estructurada, la ficha de observación y el cuestionario. En este caso se aplicó el cuestionario.

2.8.1 Cuestionario

El cuestionario es aquel en el cual consta de una serie de preguntas y a la vez varias indicaciones con el propósito de obtener resultados satisfactorios. Las mismas deben ser estructuradas de acuerdo a lo general para después concluir en algo específico. También deben ser claras y concretas para un buen entendimiento de la persona que va a ser encuestada.

Para verificar que tipo de carnes consumen las personas del sector y así implementar el plantel avícola comunitario se desarrolló 10 preguntas claves que darán como resultado la inclinación de las personas por un tipo de carne y a la vez el poder crear el plantel avícola comunitario.

2.9 Fuentes de Información

Las fuentes de información constituyen un aspecto muy relevante en la investigación que se va a realizar; para lo cual tomamos en cuenta las dos fuentes primordiales que tenemos, las fuentes primarias y fuentes secundarias, al mismo tiempo que disponemos de artículos, revistas, afiches que serán de gran ayuda para el desarrollo del proyecto que se va a ejecutar.

2.10 Población y Muestra

2.10.1 Población

La población o universo representa el segmento del mercado a donde va a estar dirigido el negocio, siendo la Parroquia Mulaló 8095 habitantes según el INEC CENSO 2010, como lo podemos visualizar en el Cuadro N° 05 en cuanto a la Dimensión Geográfica, pero para la muestra nos basamos en la población de los barrios urbanos de la parroquia con un total aproximado de 2182 habitantes según el PD y OT Mulaló 2011.

2.10.2 Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra a ser encuestada relacionándolo con la población o universo es importante la aplicación de la siguiente fórmula.

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

Donde:

$\theta^2 = 1.96$ Desviación estándar de la población

$N = 2182$ Población

$p = 0.5$ Probabilidad a favor

$q = 0.5$ Probabilidad en contra

$e^2 = 0.05$ Limite aceptable de error

Entonces de una población de 2182 de la Parroquia Mulaló la muestra a ser encuestada es de 327 personas en lo referente a la creación del plantel avícola comunitario.

2.11 Análisis e Interpretación de Resultados

Una vez realizadas y aplicadas las encuestas se procede a la tabulación, el análisis e interpretación de las mismas.

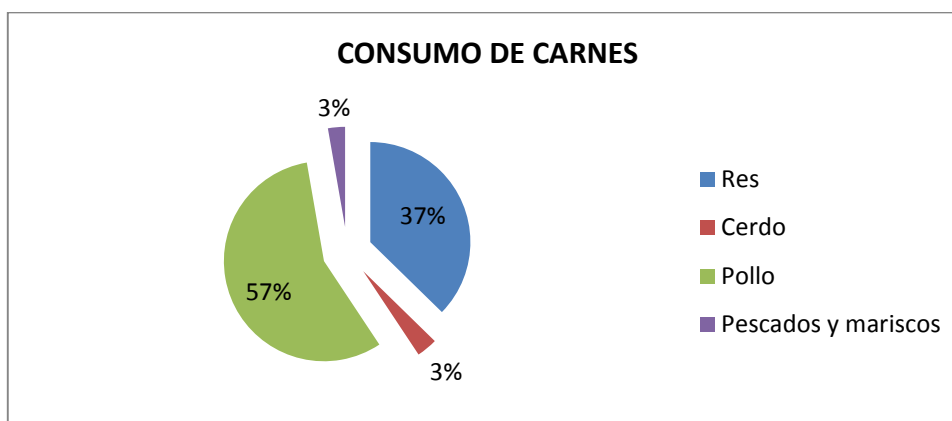
1. Dentro de su dieta alimenticia diaria, usted generalmente con mayor frecuencia ¿Qué carne consume?

CUADRO N°01: CONSUMO DE CARNES

N°	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1	Res	122	37%
2	Cerdo	11	3%
3	Pollo	185	57%
4	Pescados y mariscos	9	3%
5	Otros	0	0%
6	Ninguno	0	0%
	TOTAL	327	100%

Elaborado por: Tesista

GRÁFICO N°05 CONSUMO DE CARNES



Elaborado por: Tesista

Análisis e Interpretación.-

En base a los resultados obtenidos, el 57% de las familias en su dieta diaria alimenticia consumen con frecuencia la carne de pollo, seguidamente con un 37% está la carne de res identificada como dieta diaria alimenticia, lo que nos indica que el consumo de carne de pollo es frecuente, dejando de lado el consumo de carne de res que algún momento fue tradicional, reflejándonos así la preferencia de las familias al momento de consumir carne dentro de su dieta alimenticia en la población de la parroquia "Mulaló" por lo que se establece la factibilidad de crear el plantel avícola.

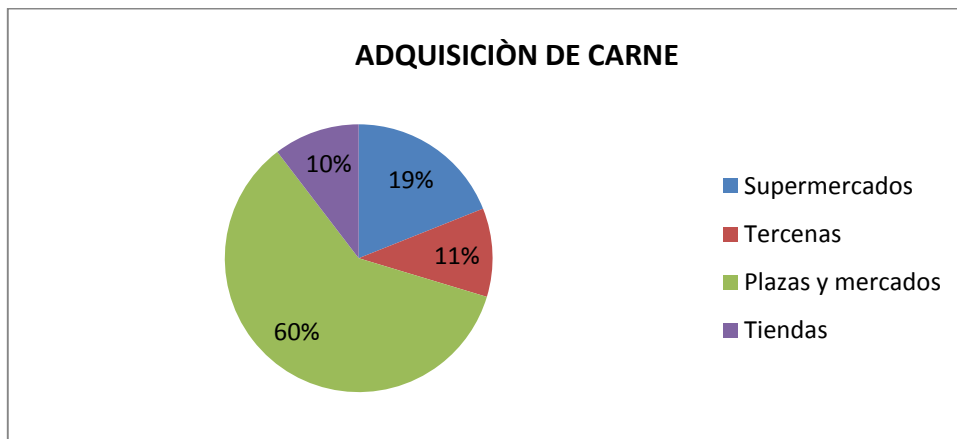
2. Donde usted adquiere la carne de pollo para su consumo:

CUADRO N°02 ADQUISICIÓN DE CARNE

N°	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1	Supermercados	62	19%
2	Tercenas	35	11%
3	Plazas y mercados	196	60%
4	Tiendas	34	10%
	TOTAL	327	100%

Elaborado por: Tesista

GRÁFICO N°06 ADQUISICIÓN DE CARNE



Elaborado por: Tesista

Análisis e Interpretación.-

El lugar en donde se adquiere las carnes es muy importante, por lo tanto del total de encuestados, la preferencia de adquisición de las carnes está en las plazas y mercados con un 60%; a su vez están también las tercenadas con un 11% preferible por las personas, es decir, que las persona adquieren sus productos en los lugares de gran concurrencia de personas, lo que significa que el proyecto debe considerar estas alternativas al momento de establecer los canales de distribución en forma directa de la empresa al consumidor final.

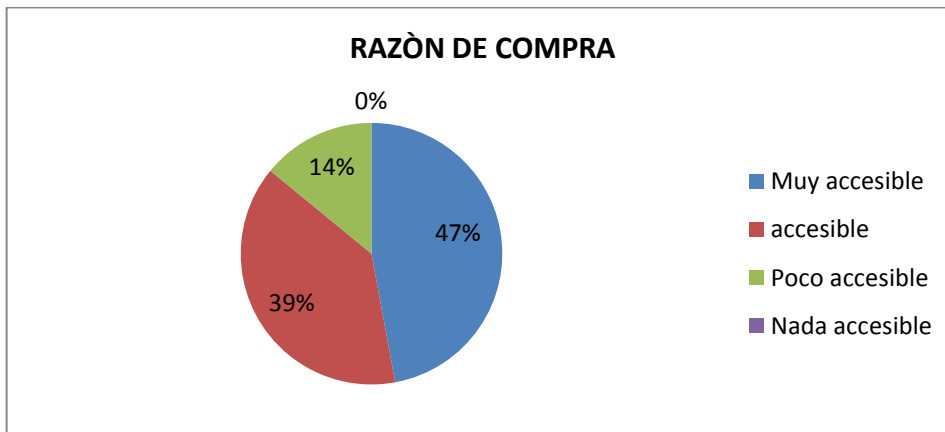
3. Por qué razón realiza la compra en ese lugar

CUADRO N°03 RAZÓN DE COMPRA

N°	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1	Muy accesible	154	47%
2	Accesible	127	39%
3	Poco accesible	46	14%
4	Nada accesible	0	0%
	TOTAL	327	100%

Elaborado por: Tesista

GRÁFICO N°07: RAZÓN DE COMPRA



Elaborado por: Tesista

Análisis e interpretación.-

Al igual que la preferencia por el lugar de la compra de carnes está también la razón, la misma que se destaca por ser accesible o no para las personas; es por ello que de acuerdo a las encuestas realizadas tenemos el 47% de personas que tienen mayor accesibilidad para comprar las carnes y un 39% de accesibilidad, es decir, que para la venta máxima del producto el lugar debe ser de fácil acceso para el consumidor sin limitarse a ningún contratiempo para realizar su compra destacando así que el proyecto y el producto tendrá gran acogida en el sector.

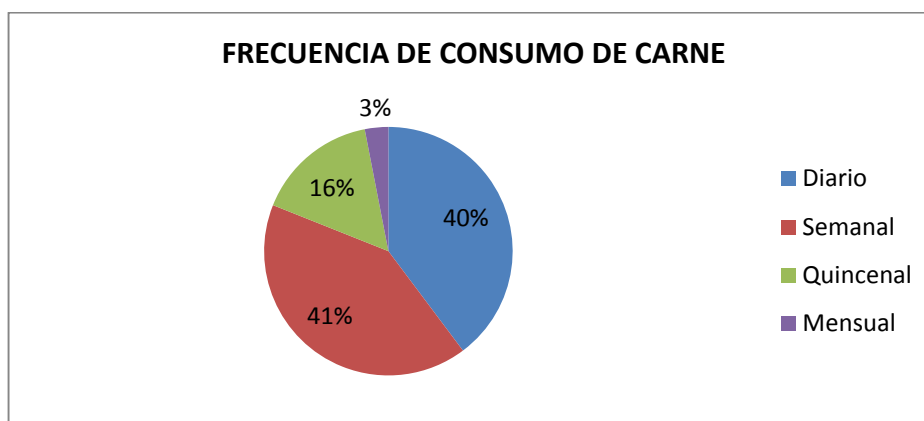
4. Con que frecuencia consume usted carne de pollo:

CUADRO N°04 : FRECUENCIA DE CONSUMO DE CARNE

N°	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1	Diario	130	40%
2	Semanal	135	41%
3	Quincenal	52	16%
4	Mensual	10	3%
	TOTAL	327	100%

Elaborado por: Tesista

GRÁFICO N°08: FRECUENCIA DE CONSUMO DE CARNE



Elaborado por: Tesista

Análisis e Interpretación.-

Del total de encuestados el 41% en su dieta consumen carnes semanalmente, seguidamente con un 40% lo consumen diariamente, optando por un buen nivel de ingreso económico de las personas, es decir, que el consumo de carnes semanal es común por las personas sin desmerecer el consumo diario por las carnes de aquellas personas que tienen las posibilidades de hacerlo, lo que representa que la frecuencia del consumo de carnes es tradicional para las personas de la población, determinando la factibilidad de crear el plantel avícola.

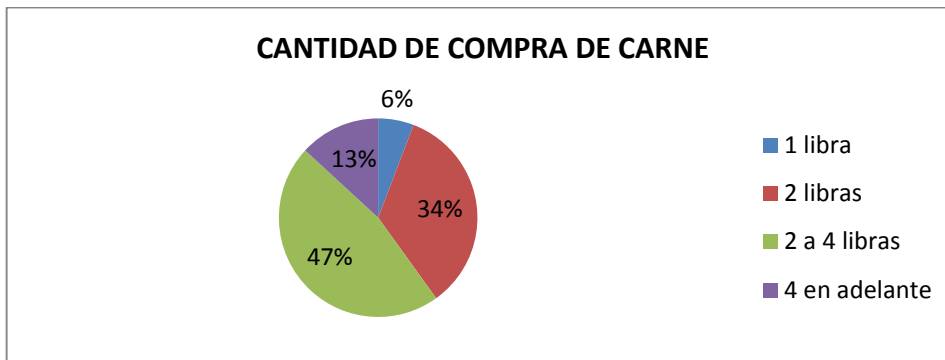
5. En qué cantidad usted compra la carne de pollo para su consumo:

CUADRO N°05: CANTIDAD DE COMPRA DE CARNE

N°	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1	1 libra	19	6%
2	2 libras	112	34%
3	2 a 4 libras	153	47%
4	4 en adelante	43	13%
	TOTAL	327	100%

Elaborado por: Tesista

GRÁFICO N°09: CANTIDAD DE COMPRA DE CARNE



Elaborado por: Tesista

Análisis e Interpretación.-

De acuerdo al número de personas por familia la compra de carnes varía ya que del total de encuestados realizados su preferencia con un 47% está de 2 a 4 libras equivalente a un pollo entero y un 34% en cuanto a la compra de 2 libras equivalente a un medio pollo, es decir, que lo más factible está en comprar un pollo entero que por libras por que hay que relacionarlo con el precio en cuanto a las dos alternativas y reconociendo que hay pocas personas que consumen las carnes por libras considerando la aceptada implementación del proyecto planteado.

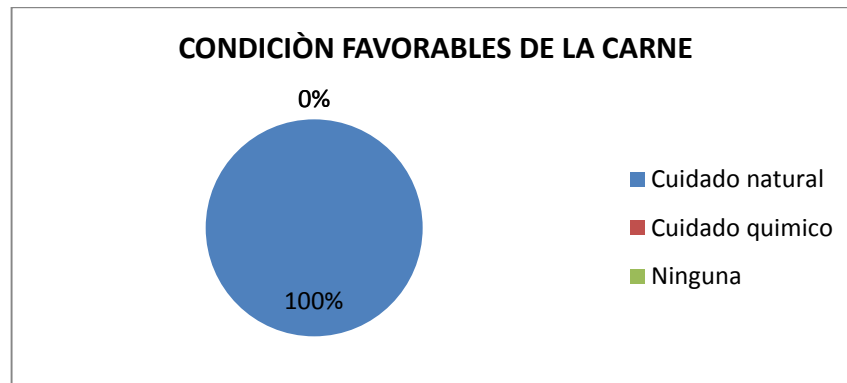
6. Cuál es su criterio al momento de elegir la calidad de la carne.

CUADRO N°06: CALIDAD DE LA CARNE

N°	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1	Cuidado natural	327	100%
2	Cuidado químico	0	0%
3	Ninguna	0	0%
	TOTAL	327	100%

Elaborado por: Tesista

GRÁFICO N°10: CALIDAD DE LA CARNE



Elaborado por: Tesista

Análisis e interpretación.-

La salud de las personas está en tener una dieta buena y balanceada es por ello que del total encuestados todas las personas prefieren un producto de calidad en un 100% , es decir, que las personas prefieren un producto sano ya que existen empresas que ofertan pollos grandes inyectados hormonas lo cual hace que el mismo obtenga un peso elevado siendo no bueno para la salud del ser humano es por ello que las carnes deben ser a base del cuidado natural sin someterlo al cuidado con sustancias químicas que perjudiquen la salud del ser humano.

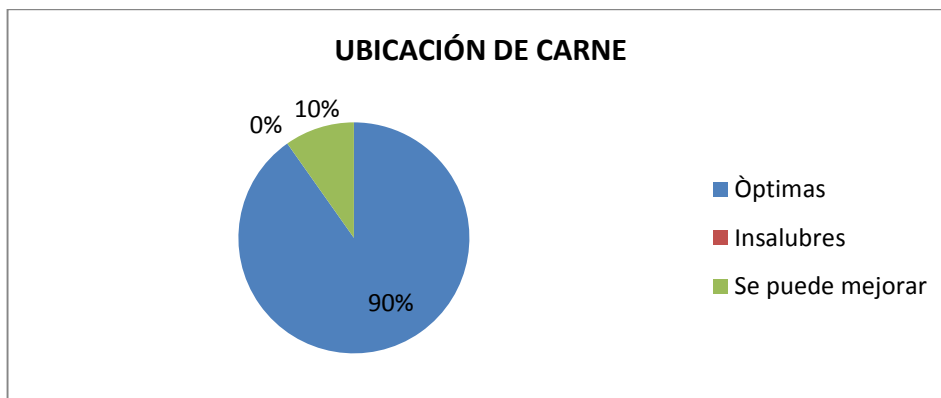
7. Las condiciones en que encuentra las carnes que usted adquiere son:

CUADRO N°07: UBICACIÓN DE LA CARNE

N°	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1	Óptimas	295	90%
2	Insalubres	0	0%
3	Se puede mejorar	32	10%
	TOTAL	327	100%

Elaborado por: Tesista

GRÁFICO N°11: UBICACIÓN DE LA CARNE



Elaborado por: Tesista

Análisis e interpretación.-

Del total de encuestados, las condiciones de como encuentran el producto es el 90% en condiciones óptimas y un 32% que los lugares se pueden mejorar, es decir, que el lugar en donde se exhiben las carnes deben estar en perfectas condiciones ya que de ello depende que el cliente compre o no el producto, teniendo en cuenta que para la implementación del plantel avícola comunitario se debe establecer la higiene adecuada bajo los parámetros establecidos para la misma.

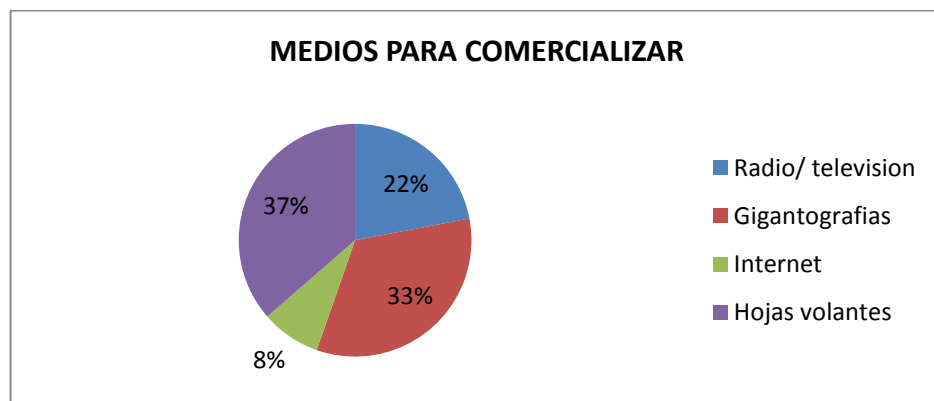
8. Que medio considera factible para comercializar la venta de la carne

CUADRO N°08: MEDIOS PARA COMERCIALIZAR

N°	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1	Radio/ televisión	72	22%
2	Gigantografías	109	33%
3	Internet	27	8%
6	Hojas volantes	119	36%
	TOTAL	327	100%

Elaborado por: Tesista

GRÁFICO N°12: MEDIOS PARA COMERCIALIZAR



Elaborado por: Tesista

Análisis e Interpretación.-

Del total encuestados el medio por el cual es factible la comercialización son las hojas volantes con un 36%, seguida de las gigantografías con un 33%, lo que indica que para que un producto sea reconocido en el mercado las hojas volantes son la predilectas para los negocios, sin dejar por alto un buen medio también las gigantografías como un punto importante para la salida de producto, destacando que la publicidad es muy importante para un producto y un negocio.

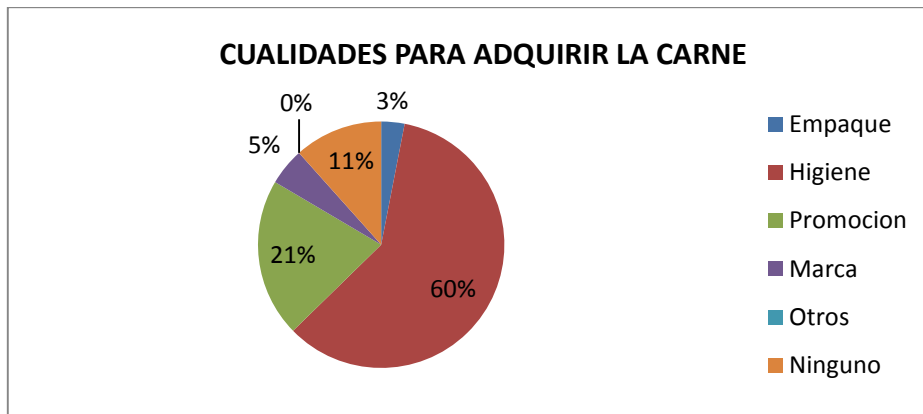
9. Qué cualidades considera importante al adquirir las carnes

CUADRO N°09: CUALIDADES PARA ADQUIRIR LA CARNE

N°	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1	Empaque	10	3%
2	Higiene	195	60%
3	Promociona	68	21%
4	Marca	16	5%
5	Otros	0	0%
6	Ninguno	38	12%
	TOTAL	327	100%

Elaborado por: Tesista

GRÁFICO N°13: CUALIDADES PARA ADQUIRIR LA CARNE



Elaborado por: Tesista

Análisis e Interpretación.-

Del total de encuestados las cualidades para adquirir las carnes son por higiene con un 60%, seguidamente con un 21% lo que es por la promoción es por ello que hay que ser muy cautelosos en cuanto al producto en su totalidad, sin desmerecer la marca y la promoción que son también aspectos muy importantes que se deben considerar al momento de vender o lanzar al mercado cualquier producto, convirtiéndose en un factor importante para la implementación del proyecto.

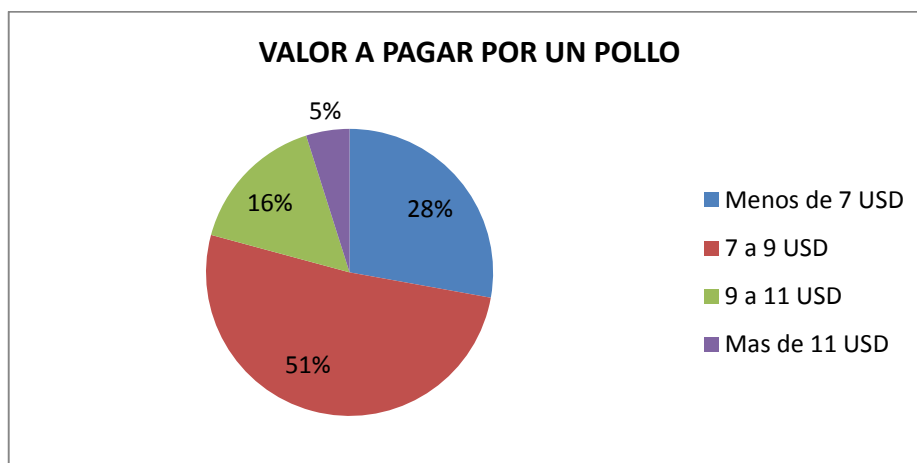
10. Cuando ha adquirido un pollo, usted ha pagado

CUADRO N°10: VALOR A PAGAR POR UN POLLO

N°	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1	Menos de 7 USD	91	28%
2	7 a 9 USD	168	51%
3	9 a 11 USD	52	16%
4	Más de 11 USD	16	5%
	TOTAL	327	100%

Elaborado por: Tesista

GRÁFICO N°14: VALOR A PAGAR POR UN POLLO



Elaborado por: Tesista

Análisis e Interpretación.-

De un total de 327 encuestados el valor a pagar un pollo es de 7 a 9 dólares equivalente a un 51% de posibilidad de pago por las personas, seguidamente un 28% en libras de las carnes u un cuarto de pollo, es decir, que el nivel económico es un factor a tomar en cuenta de acuerdo a la posibilidad económica de cada persona, para así poder ejecutar sin ningún inconveniente la implementación del proyecto.

2.12 Análisis e Interpretación General de Resultados

- El consumo de la carne de pollo es muy aceptada en la población con un 57% de un total de 327 personas encuestadas, misma que es considerada como un alimento diario para las personas; por lo cual el proyecto de crear un plantel avícola sería factible por la cercanía para las personas y a la vez minimizar el factor económico de los mismos.
- La publicidad juega un papel muy importante para sacar adelante un negocio o un proyecto, siendo las hojas volantes el medio más preciso para difundir el negocio con un 36% del total de la población encuestada y seguida de las gigantografías lo cual hace que el producto se promocióne en los mercados.
- De una población encuestada de 327 personas, el 60% se preocupan por la higiene y condiciones en las que se encuentra el producto para posteriormente proceder a la compra; las cualidades y el tratamiento que se debe dar al producto es vital ya que de ello depende que el producto tenga mayor acogida en el mercado.
- Para la implementación de un proyecto y que el producto sobresalga es necesario tener una buena comercialización conocer en qué condiciones se va a exhibir el producto y la aceptabilidad de las personas con un producto de excelente calidad.

2.13 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

2.13.1 Demanda Actual

CUADRO N°11: DEMANDA ACTUAL DEL CONSUMO DE CARNE DE POLLO

DETALLE	MERCADO META	% DE CONSUMO	POBLACIÓN CONSUMIDORA	FRECUENCIA DE CONSUMO (ANUAL Kg)	CANTIDAD DE CONSUMO ACTUAL kg
Consumo de carne de pollo	2182	57	1243,74	18	22.387,32

Fuente: Tabla N°06, Cuadro N°01, CONAVE 2010

Elaborado por: Tesista

Para determinar la demanda actual de consumo se ha trabajado con los datos de la Tabla N° 06 referente a la población para el proyecto siendo esta el mercado meta, en el Cuadro N°11 tenemos el porcentaje de población que consume la carne de pollo, y la frecuencia de consumo en kilogramo persona/año según el CONAVE es de 18kg, ya que desde el 1990 ha crecido 5 veces hasta el año 2010.

2.13.2 Demanda Histórica

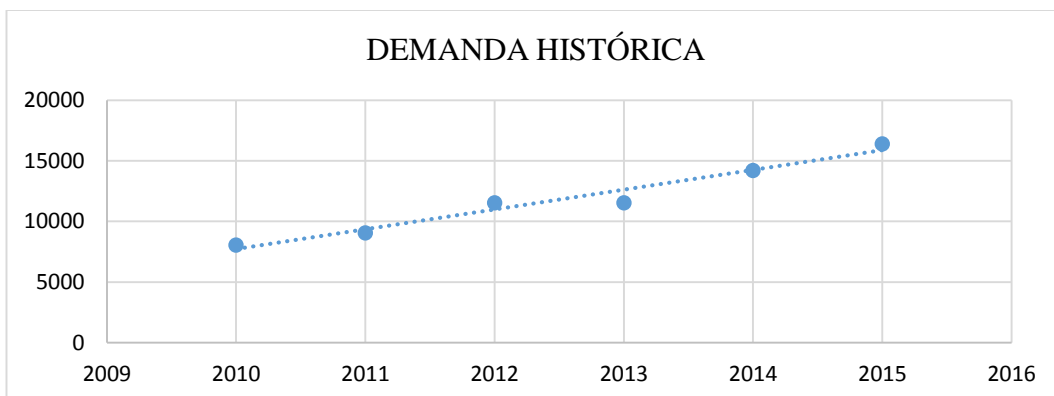
CUADRO N°12 DEMANDA HISTÓRICA

AÑOS	DEMANDA HISTÓRICA EN UNIDADES
2010	8054
2011	9054
2012	11547
2013	11541
2014	14202
2015	16410

Fuente: INEC, PDOTM

Elaborado por: Tesista

GRÁFICO N° 15 DEMANDA HISTÓRICA



Elaborado por: Tesista

CUADRO N° 13 MÍNIMOS CUADRADOS

AÑOS	Y (POLLOS kg)	X	X*Y	X ²
2010	14577,74	1	14577,74	1
2011	16387,74	2	32775,48	4
2012	20900,07	3	62700,21	9
2013	20889,21	4	83556,84	16
2014	25705,62	5	128528,1	25
TOTAL	98460,38	15	322138,37	55

Fuente: Cuadro N°12

Elaborado por: Tesista

Cálculo con mínimos cuadrados

N=5

Prom X = 3

Prom Y=19692,08

$\Sigma XY - n = 64427.67$

Prom X²=9

$b = \frac{\Sigma XY - n * PromX * PromY}{\Sigma X^2 - n * PromX^2}$

$$b=26757,23/10$$

$$b= 2675,72$$

$$a= \text{Prom Y}-b* \text{Prom X}$$

$$a= -11664,91$$

Para calcular la demanda proyectada tenemos la siguiente fórmula:

$$Y= a+bx$$

2.13.3 Demanda Proyectada

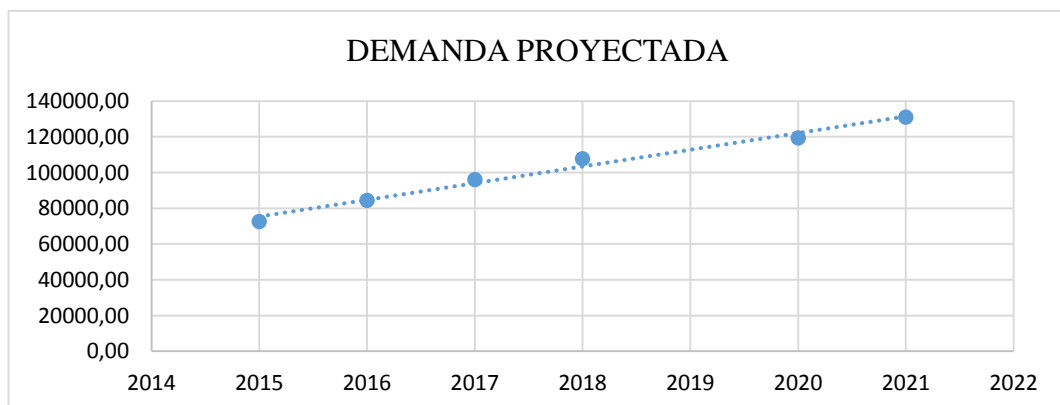
CUADRO N°14 DEMANDA PROYECTADA

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA
2015	72665,17
2016	84330,07
2017	95994,98
2018	107659,89
2020	119324,79
2021	130989,70

Fuente: Cuadro N°13

Elaborado por: Tesista

GRÁFICO N° 16 DEMANDA PROYECTADA



Elaborado por: Tesista

2.14 Análisis de la Oferta

2.14.1 Oferta Actual

Para el cálculo de la oferta hacemos mención las plantas avícolas del sector, cuanto ofertan al mercado y determinarlo en kg.

CUADRO N°15: OFERTA ACTUAL DEL CONSUMO DE CARNE DE POLLO

OFERTA ACTUAL			
EMPRESAS AVICULTORAS	PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO	PROMEDIO EN KG	UNIDADES DE POLLOS MENSUALES
GALPÓN MI CHANCE	15%	35	520
AVELCAN PIEDADCITA	60%	35	1500
FAMILIA ZARZOSA	15%	35	1000
GALPÓN SANTAFÉS	10%	35	512
TOTAL	100%		3532
ANUAL			42384

Fuente: PDOTM

Elaborado por: Tesista

La oferta actual del consumo de carne de pollo se lo calcula con los datos de pequeñas y grandes empresas avicultoras en el sector, conjuntamente con el porcentaje de participación en el mercado y promedio en kg de la consumo de carne de pollo. Varía el porcentaje de participación ya que las empresas avicultoras son unas granjas de casa y otros son galpones instalados.

2.14.2 Oferta Histórica

CUADRO N°16 OFERTA HISTÓRICA

AÑOS	OFERTA HISTÓRICA DE POLLOS EN UNIDADES
2010	1010
2011	1022
2012	1231
2013	1487
2014	1560

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Tesista

CUADRO N°17 MINIMOS CUADRADOS

AÑOS	Y POLLOS kg	X	X*Y	X²
2010	1828,10	1	1828,1	1
2011	1849,82	2	3699,64	4
2012	1330,71	3	3992,13	9
2013	2691,47	4	10765,88	16
2014	2823,60	5	14118	25
TOTAL	10523,70	15	34403,75	55

Elaborado por: Tesista

Cálculo de mínimos cuadrados

$$Y = a + bx$$

$$Y = b_1x + b_2$$

$$b_0 = Y - b_1 * X$$

$$b_1 = \frac{\sum XY - n * \text{Prom}X * \text{Prom}Y}{\sum X^2 - n * \text{Prom}X^2}$$

$$b_1 = 283,26$$

$$b_0 = Y - b_1X$$

$$b_0 = 978,31$$

$$Y = b_1X + b_0$$

2.14.3 Oferta Projectada

CUADRO N° 18 OFERTA PROYECTADA

AÑOS	OFERTA PROYECTADA
2015	2677,90
2016	2961,16
2017	3244,43
2018	3527,69
2019	3810,96

Fuente: Cuadro N° 18

Elaborado por: Tesista

2.15 DEMANDA INSATISFECHA

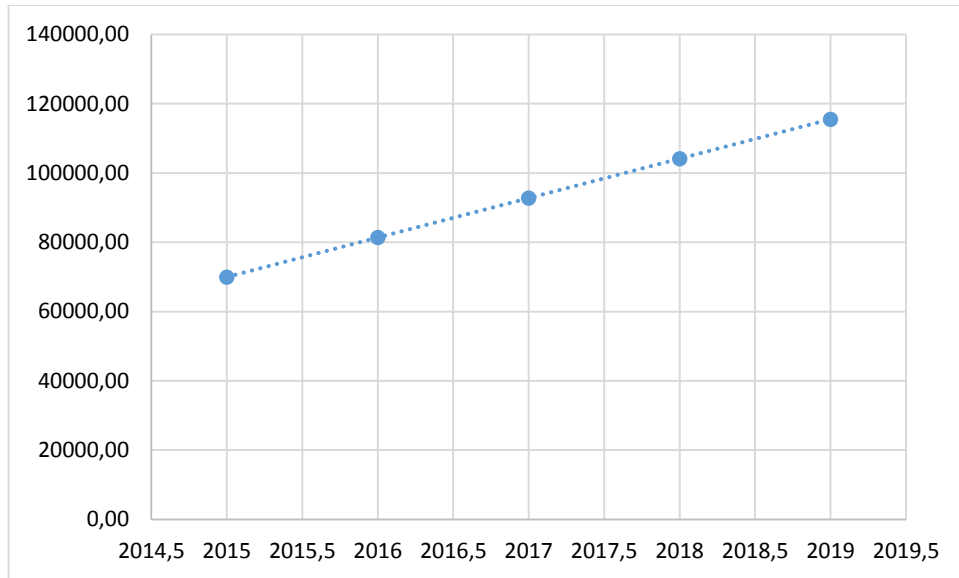
CUADRO N° 19 DEMANDA INSATISFECHA

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2015	72665,17	2677,895	69987,27
2016	84330,07	2961,16	81368,91
2017	95994,98	3244,425	92750,55
2018	107659,89	3527,69	104132,20
2019	119324,79	3810,955	115513,84

Fuente: Cuadro N°14, Cuadro N°18

Elaborado por: Tesista

GRÁFICO N° 17 DEMANDA INSATISFECHA



Elaborado por: Tesista

Frente a esta demanda insatisfecha la empresa debe plantear estrategias para cubrir por completo la necesidad de la población o lo que es lo mismo satisfacer los gustos y preferencias del consumo de carne de pollo; mismo que se lo hace para lanzar un nuevo producto o mejorar uno ya existente frente a la oferta y demanda proyectada.

CAPÍTULO III

ESTUDIO TÉCNICO

PROPUESTA

3.1 Objetivo

3.1.1 Objetivo General

- Elaborar un plan de negocios para la creación de una planta avícola comunitario en la Provincia de Cotopaxi, Cantón Latacunga y parroquia Mulaló, para ejecutar en el año 2019.

3.1.2 Objetivos Específicos

- Diseñar la capacidad de la planta avícola con la finalidad de que las aves cumplan con su periodo de crecimiento.
- Establecer de manera correcta la distribución de la planta así como también las funciones del personal que forman parte de la empresa.
- Realizar el estudio técnico para que se establezca la localización de la planta, capacidad instalada y los requerimientos a utilizarse.
- Establecer el estudio económico con la finalidad de destacar la rentabilidad y factibilidad del proyecto.

3.2 Tamaño del Proyecto

3.2.1 Factores condicionantes del tamaño del proyecto.

Para determinar el tamaño del proyecto se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

3.2.1.1 Demanda del producto

La demanda del producto para el año 2010 es de 2182 habitantes con un consumo de carne de pollo de 22.387,32 kg ya que según el PDOT de Mulaló la tasa de crecimiento es de 1.063% anual.

3.2.1.2 Disponibilidad de materia prima e insumos

Existe la materia prima indispensable para realizar dicho proyecto así como también los materiales, insumos de fácil accesibilidad en nuestro entorno, para cumplir con la producción y cubrir la necesidad de los demandantes, destacando que el tamaño del proyecto no está limitado.

3.2.1.3 Capacidad financiera

Este factor se lo considera de vital importancia puesto que la inversión es limitada, pues la empresa productora y comercializadora de pollos de carne tiene previsto arrancar con una inversión de \$ 86.040,76 que será del 100% por el aporte de los socios.

TABLA N°07: CAPACIDAD FINANCIERA

DETALLE	TOTAL
100% socios	\$ 86.040,76
TOTAL	\$ 86.040,76

Elaborado por: Tesista

3.2.1.4 Tecnología

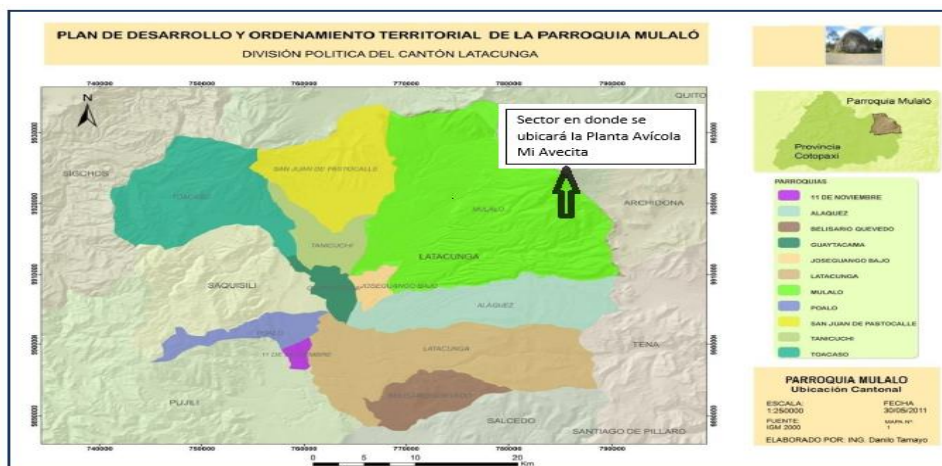
La tecnología hace que día a día las empresas y los negocios crezcan, ya que con la innovación se cumple con las expectativas del consumidor y a la vez ser partícipes de ofertar un producto de calidad.

3.2.1.5 Localización

Para la localización del proyecto de investigación es la Parroquia Mulaló

3.2.2 Microlocalización

GRÁFICO N°15: LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA AVÍCOLA “MI AVECITA”



Fuente: PDOT MULALÓ

Elaborado por: Tesista

La planta avícola MI AVECITA está ubicada en la zona rural del Cantón Latacunga, Parroquia Mulaló, será construida bajo los condicionamientos que lo establece el Reglamento de Control de la Instalación y Funcionamiento de las Granjas Avícolas.

3.2.3 Ingeniería del Proyecto

Para la ingeniería del proyecto se destacan dos procesos importantes:

3.2.3.1 Proceso de crianza

Comprende la crianza del pollito bebé, etapa de crecimiento y su etapa final o comercialización de la carne de pollo, tomando en cuenta que dentro del proceso de crecimiento involucra lo siguiente:

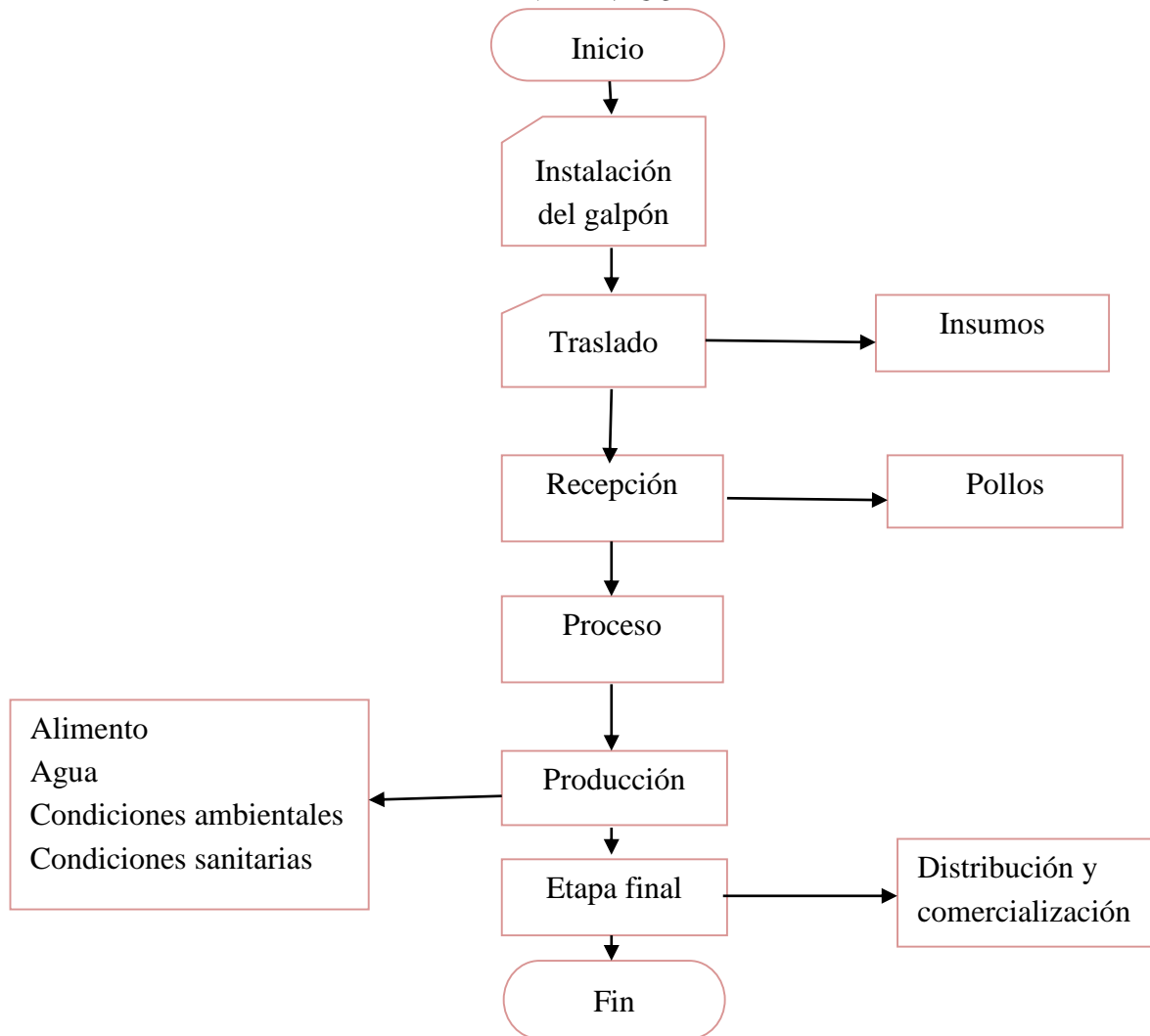
- Medicamentos
- Agua
- Balanceados
- Calefacción
- Temperatura

3.2.3.2 Proceso de Faenamiento

Para trabajar en dicho proceso hay que cumplir con normas de seguridad e higiene para evitar consecuencias graves, las mismas que detallamos a continuación:

- El pollo ingresa en un proceso de preparación animal (dos horas antes de la matanza evitar alimentarlo)
- Cuidado al momento de matar al pollo
- Preparar materiales e insumos
- Desplumaje (maquina escaldadora doble paso agitada por el aire)
- Evisceración
- Empacamiento

*DIAGRAMA DE PROCESOS PARA EMPRENDER
PLANTA AVÍCOLA*



Elaborado por: Tesista

Para destacar el ciclo de producción o proceso productivo es muy importante destacar como se lo va a llevar a cabo el proceso de cuidado de los pollos para ello tomamos en cuenta el diagrama de procesos, en el cual se describe todo el seguimiento para concluir con un producto final y posteriormente para la buena comercialización; teniendo en cuenta los insumos mano de obra, materiales y materia prima.

3.2.3.3 Insumos Principales de Producción



Los principales insumos para llevar a cabo el proceso productivo en cuanto a la creación de un plantel avícola y la comercialización de pollos de carne son los siguientes.

Bebederos	
Comederos	
Calentadora	
Balanceado	

<p>Vacunas</p>	
<p>Cilindro de gas</p>	

Elaborado por: Tesista

Otros Insumos

<p>Cofias desechables</p>	
<p>Mascarillas</p>	

<p>Guantes Quirúrgicos</p>	
<p>Overoles</p>	
<p>Botas de caucho</p>	

Elaborado por: Tesista

Para cumplir con el programa de producción y comercialización de la carne de pollo es muy importante disponer de todo el equipo necesario para el proceso de crianza de las aves así como el equipo de trabajo necesario para el trabajador.

3.2.4 Distribución de la Planta

GRÁFICO N°16: DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN



Elaborado por: Tesista

En cuanto al diseño y distribución de la planta avícola es muy importante tomar en cuenta lo siguiente para un correcto manejo y cuidado de los pollos.

Aire.- Para el análisis climático de la zona del proyecto, se toma en consideración los datos de la Estación Climatológica de la Parroquia Mulaló, se analizará lo siguiente: temperatura, precipitaciones, humedad relativa y velocidad del viento.

Calidad de aire.- Es muy importante ya que permite trabajar en un ambiente adecuado para ello se estipula tomar medidas en lo referente a las principales fuentes de emisión para saber cómo actuar ante la NO QUEMA DE BASURA, por otro lado las fuentes emisoras de olores desagradables y el ruido un factor muy importante a considerar.

Para la distribución y comercialización del producto se manejará el siguiente canal de distribución.

GRÁFICO N°17: DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO AL CLIENTE



Elaborado por: Tesista

3.2.5 Requerimiento

TABLA N°08: REQUERIMIENTO

DETALLE	UNIDAD	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Infraestructura	m ²	1	\$ 43.732,96	\$ 43.732,96
Computadora	unid	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Impresora HP	unid	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Vehículo	unid	1	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
Máquina desplumadora	unid/220 voltios	4	\$ 300,00	\$ 1.200,00
Máquina escaldadora	unid/127voltios	4	\$ 380,00	\$ 1.520,00
Máquina empacadora	unid	2	\$ 400,00	\$ 800,00
Mesa metálica	unid	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Balanza	unid	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Gavetas	unid	10	\$ 5,00	\$ 50,00
Ventilador	unid	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Cuchillos	unid	10	\$ 25,00	\$ 250,00
Escritorio	unid	4	\$ 50,00	\$ 200,00
Silla giratoria	unid	4	\$ 90,00	\$ 360,00
Archivadores de mesa	unid	8	\$ 65,00	\$ 520,00
Silla madera	unid	8	\$ 40,00	\$ 320,00
Sumadora	unid	2	\$ 60,00	\$ 120,00
Teléfono	unid	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Papelera	unid	3	\$ 25,00	\$ 75,00
Archivadores de oficina	unid	2	\$ 120,00	\$ 240,00
Grapadora	unid	4	\$ 8,00	\$ 32,00
Papel bond	caja	3	\$ 12,00	\$ 36,00
Saca grapas	unid	4	\$ 1,00	\$ 4,00
Perforadora	unid	4	\$ 4,50	\$ 18,00
Basureros	cajas	4	\$ 1,25	\$ 5,00
Grapas	cajas	5	\$ 10,00	\$ 50,00
Recibera	unid	1	\$ 8,00	\$ 8,00
Facturero	unid	1	\$ 12,00	\$ 12,00
Esferos	unid	10	\$ 2,50	\$ 25,00
Escoba	unid	2	\$ 1,50	\$ 3,00
Pala	unid	10	\$ 3,00	\$ 30,00

Detergente	paquetes	25	\$ 4,00	\$ 100,00
Desinfectante	frascos	10	\$ 6,50	\$ 65,00
Fundas de basura	paquetes	10	\$ 1,25	\$ 12,50
Fundas de empaque	paquetes	1000	\$ 3,60	\$ 3.600,00
Agua m ³	m ³	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Luz kwh	kw	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Teléfono	mensual	1	\$ 18,00	\$ 18,00

Elaborado por: Tesista

PROPUESTA ADMINISTRATIVA

3.3 Razón Social

Se establece la Asociación Avícola “Mi AVECITA” con el fin de determinar una asociación sin ánimo de lucro conformado por un grupo de personas para realizar una actividad colectiva, con personalidad jurídica capaz de contraer derechos y obligaciones.

Para llegar al consumidor se ha planteado la siguiente frase *“Para un buen paladar.....consume algo natural”*.

3.3.1 Logotipo

El logotipo representa la misión de crear la ASOCIACIÓN AVÍCOLA “MI AVECITA” la cual reflejará la actividad comercial en el mercado. Para crear un logotipo se recomienda tomar en cuenta ciertos aspectos:

- Legible - hasta el tamaño más pequeño.
- Escalable - a cualquier tamaño requerido.
- Reproducible - sin restricciones materiales.
- Distinguible - tanto en positivo como en negativo.
- Memorable - que impacte y no se olvide.

IMAGEN N°01: LOGOTIPO DEL PLANTEL AVÍCOLA



Elaborado por: Tesista

3.3.2 Slogan

El slogan refleja la visión de la asociación avícola, ayuda a promocionar la empresa y su producto el mismo que debe ser corto, claro y conciso el mismo que logre atraer a los clientes.

IMAGEN N°02: SLÓGAN



Elaborado por: Tesista

3.3.3 Marco Legal

Para poner en funcionamiento La planta avícola comunitaria Mi Vecita y la comercialización de pollos de carne se requiere del permiso de varias entidades públicas como son:

- Permiso municipal para la construcción de galpones y uso de suelo
- Permiso de Funcionamiento como tal
- Permiso de los bomberos
- Permiso del Ministerio de Salud Pública
- Permiso Medio Ambiental

Una vez que se obtenga todos los permisos se procede a la Constitución de la empresa y determinación del nivel jerárquico y establecimiento del organigrama estructural.

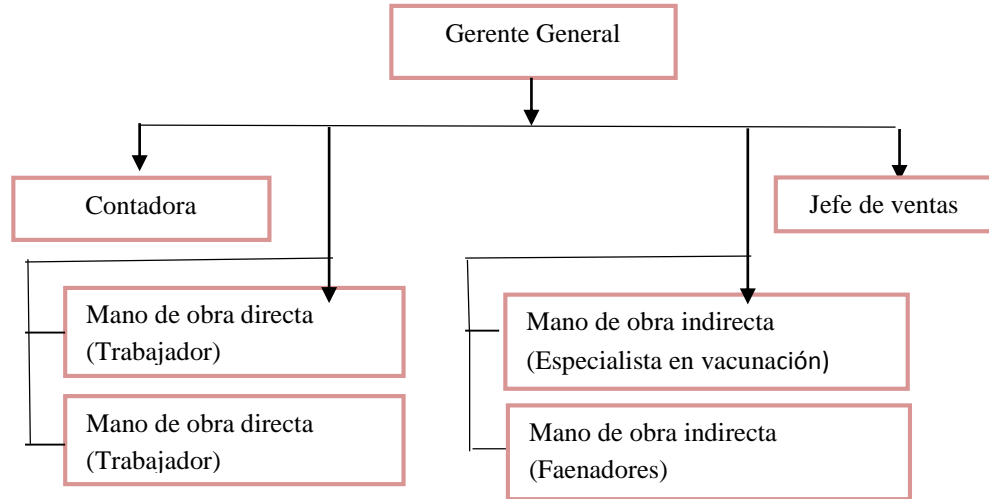
3.3.4 Constitución de Compañía

Para constituir la empresa mediante el Ministerio de Economía Popular y Solidaria se debe cumplir los siguientes parámetros y posteriormente vincularse al organismo pertinente para el respectivo proceso. Para ello se detalla el procedimiento a seguir.

- Mediante reunión solicitada por los socios se determinará el tipo de compañía, posteriormente se realizará una solicitud de creación de una empresa o asociación dirigida al Superintendente de Economía Popular y Solidaria en el cual conste la actividad neta del negocio.
- RUC
- Nombramiento del Representante Legal
- Patente Municipal
- Registro Mercantil

3.3.5 Organigrama Estructural

GRÁFICO N°18: ASOCIACIÓN AVÍCOLA “MI AVECITA”



Elaborado por: Tesista

Funciones de Gerente General

- Velar por la seguridad e integridad de cada uno de sus colaboradores y mantener buenas relaciones laborales.
- Mantener el diálogo con sus colaboradores.
- Trabajan conjuntamente por alcanzar las metas y objetivos.
- Fomenta el trabajo en equipo.

Funciones de la Secretaria

- Atención al cliente.
- Solicitar pedido de materia prima a los proveedores.
- Controlar la asistencia de los colaboradores.
- Llevar toda la documentación en orden.

Funciones del Contador

- Llevar el inventario de todo lo existente en bodega.
- Controlar el pago de impuestos SRI, IESS, etc.
- Realiza el pago de remuneraciones.
- Realiza los movimientos económicos de la empresa.

Funciones del Jefe de Ventas

- Conocer con exactitud los puntos de entrega del producto.
- Llevar un registro de todas las ventas realizadas.
- Supervisar la producción.
- Entregar el producto en el tiempo indicado.

Para que el plantel avícola de buenos resultados es muy importante contar con un buen equipo profesional de trabajadores los mismos que se encargaran del proceso productivo hasta culminar en la etapa final que es la comercialización de pollos.

La comercialización de pollos implica varias cualidades en el vendedor el ser amable, cortés, y tener espíritu de venta ya que con ello obtendremos un cliente satisfecho.

3.4 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

3.4.1 Misión

Ser una microempresa local produciendo bajo los mejores estándares de calidad, cumpliendo con los requerimientos del mercado logrando alcanzar una sostenibilidad asociativa en beneficio de todas las personas del sector.

3.4.2 Visión

Llegar a ser líder en el mercado con un alto grado de reconocimiento en la producción y comercialización de pollos, mejorando la calidad de vida de los habitantes de la parroquia Mulaló, al consumir un producto sano y nutritivo.

3.4.3 Valores Corporativos

Para hablar de los valores corporativos es muy importante tomar en cuenta su clasificación para ello tenemos los valores como empresa y como empleados y/o trabajadores.

Como empresa

- **Transparencia.-** Se destaca por ser un plantel avícola comunitario legalmente constituido bajo los parámetros que lo establece el Reglamento de control de la instalación y funcionamiento de las granjas avícolas.
- **Liquidez.-** Tener solvencia económica para el giro total del negocio.
- **Estructura corporativa.-** Es importante contar con el personal adecuado para que desarrolle cada una de sus funciones de una manera correcta.

Como empleados

- **Integridad.-** Este valor es muy importante ya que nos lleva actuar con honestidad, rectitud y firmeza ante nuestros clientes y proveedores.
- **Compromiso.-** Va de la mano con la responsabilidad; el ser responsable y organizado refleja la actitud de la persona y del negocio.
- **Innovación.-** Es el ser mejores día a día para que nuestros clientes se sientan satisfechos con el producto que ofrecemos y a la vez poder ser distribuidores a grandes supermercados en cuanto a una nueva presentación del producto como por ejemplo cecinas de pollo y cuartos de pollos higiénicamente empacados.

- **Servicio.-** Mantener una buena atención hacia el cliente, siendo amables y cordiales.

Cada uno de estos valores son importantes ya que de ellos depende el ser una microempresa reconocida y a la vez destacar la calidad de las personas que prestan sus servicios inculcándoles a demostrar su personalidad y una buena atención hacia el cliente o consumidor.

3.5 Análisis FODA

F	O
-Disponibilidad de Infraestructura. -Carne sana y saludable -Mayor contenido de proteínas	-Destacar los gustos y preferencias de los consumidores. -Expandir el producto en todos los mercados. -Innovación de producto, creando una nueva marca.
D	A
-Desconfianza por parte de los clientes. -Falta de publicidad -Proveedores incumplidos	-Marcas ya posicionadas en el mercado -Cambios climáticos que afecten la producción avícola. - Incremento del consumo de carne de res..

Elaborado por: Tesista

3.6 Estrategias

3.6.1 Producto

Destacar la calidad de la materia prima para al final de la producción obtener un producto de buena calidad con peso y precio exacto, cumpliendo con las normas de higiene, seguridad y diferenciarlo de la competencia.

3.6.2 Precio

La estrategia en cuanto al precio está en analizar al consumidor y a la competencia se puede reducir con respecto al precio de la competencia sin descuidar el margen de utilidad.

3.6.3 Plaza

Debido a la gran competencia en cuanto a la producción de carne de pollo y destacando que la población de consumo es muy competente se ve la necesidad de crecimiento de la planta procesadora misma que tendrá el equipo de seguridad que se requiera.

3.6.4 Promoción

Diseñar un plan de medios para llegar con un nivel alto de difusión ante toda la población interna como externa del producto para que sea reconocido y día tras día crezca la demanda en cuanto al consumo de carne de pollo.

3.7 Plan de Manejo Ambiental

3.7.1 Introducción

La guía tiene un rol de orientador y enfoca los procedimientos generales para elaborar un PMA, sin embargo, dada la amplia variedad de industrias y las características específicas de los establecimientos y ubicación geográfica o entorno ambiental, serán los interesados quienes definirán su enfoque. El Plan de Manejo Ambiental tiene como objetivo mitigar, compensar o eliminar los impactos ambientales negativos que generan dentro de cualquier actividad o proyecto de estudio; el o los responsables del estudio deben sistematizar toda la documentación técnica, económica y de cualquier otra índole para poder cumplir con el Plan de Manejo de Ambiental (PMA).

3.7.2 Estructura del Plan de Manejo Ambiental

3.7.2.1. Resumen Ejecutivo

El crear un plantel avícola conlleva varios aspectos muy importantes; desde la construcción de los galpones hasta la comercialización de pollos y limpieza y desinfección de los mismos; ya que a esta actividad compete la realización de un plan ambiental y a la vez determinar qué aspectos ambientales importantes incluyen en esta actividad como negocio.

3.7.2.2 Marco Legal

Para un estudio de impacto ambiental existen entidades de gobierno y Leyes y Reglamentos que regulan la parte ambiental en el Ecuador para Industrias Ganaderas, Porcinas, Avícolas.

A continuación se establecen las leyes, reglamentos y disposiciones para análisis de impacto ambiental:

- La Ley Medio Ambiente
- Texto Unificado de Legislación Secundaria

- Ley de Prevención y Control de Contaminación Ambiental
- Reglamento de Control de la Instalación y Funcionamiento de las Granjas Avícolas
- Sistema Único de Manejo Ambiental SUMA

3.7.2.3 Datos Generales de la Organización

- **Razón Social:** “MI AVECITA”
- **Representante Legal:** Jenny Patricia Moreno Castro
- **Persona Responsable del Plan:** Ing. Wilson Fabián Trávez Moreno
- **Ubicación:** Parroquia Mulaló
- **Croquis de Localización**



- **Personal:** La planta cuenta con 3 personas en la parte administrativa, 2 personas encargadas del cuidado y mantenimiento del galpón, 1 medico-veterinario y 2 personas encargadas en el proceso de faenamamiento.
- **Actividad de la empresa:** Es una empresa que se dedica a la crianza y venta de pollos faenados con el fin de brindar a la población un producto y servicio de buna calidad.

3.7.3 Política Ambiental

La política ambiental es la que impulsa la implementación y la mejora del sistema de gestión ambiental de una organización, de manera que puede mantener y mejorar su desempeño ambiental.

“Contribuimos en el desarrollo de la construcción aportando con materiales de hormigón, un servicio eficaz para satisfacer los requerimientos de nuestros clientes y el crecimiento de la empresa. Trabajamos con personal competente comprometidos en la mejora continua de los procesos de construcción, previniendo la contaminación y concientizando, sobre el uso adecuado de los recursos naturales; siempre enmarcados en la normativa ambiental vigente”.

3.7.4 Planificación

Aspectos ambientales

La planta avícola debe establecer, implementar y mantener uno o varios procedimientos para identificar los aspectos ambientales de cada una de sus actividades, motivo por el cual se ha elaborado la siguiente matriz de evaluación para crear una planta avícola y con ello identificar los impactos ambientales.

Método de evaluación

La matriz de evaluación, permite ejecutar un análisis y evaluación de todos los aspectos ambientales que pueden generar impactos ambientales significativos, como consecuencia de las actividades que se realiza.

- Inicia indicando en la matriz el nombre de la empresa, la actividad que realiza y el área específica en la que se va a efectuar el análisis de los aspectos ambientales generados.
- Se efectúa un listado de las tareas más importantes que se realicen en el área designada para la evaluación, que generen un impacto.
- Trabajamos con la fórmula para determinar el riesgo.

$$\text{Riesgo} = F * S$$

Frecuencia (F), Severidad (S)

$$S = I + CL + NS$$

Impacto		
Puntual	Impacto se puede controlar dentro del área de operaciones o el aspecto ambiental se refiere a uso de recursos.	1
Local	El impacto no sobrepasa los límites del área de influencia de las operaciones en el sitio.	2
Regional	El impacto ambiental se extiende fuera del área de influencia del sitio de operaciones.	3
Extensivo	El impacto ambiental se puede extender hacia todo el contexto global.	4

Cantidad Liberada (CL)		
Baja	La sustancia se libera o se usa de manera baja en un evento único ó permanente ó periódicamente ó impredeciblemente.	1
Media	La sustancia se libera o se usa de manera moderada en un evento único ó permanente ó periódicamente ó impredeciblemente como ocurre con las actividades de mantenimiento.	2
Alta	Grandes cantidades liberadas o usadas en un evento único ó permanente ó periódicamente ó impredeciblemente.	3

Naturaleza de la Sustancia (NS) NS=A+B+C+D+E+F+G)		
A. Explosiva	Materiales que pueden detonar o explotar de forma violenta a temperaturas y presión normales	4
B. Reactivo	Materiales que por sí mismos son inestables y puede sufrir cambios químicos violentos pero no detonan o que reaccionan violentamente con agua o mezclas	4
C. Inflamable	Materiales que se vaporizan a presión atmosférica y temperatura ambiente y que se dispersan fácilmente en el aire y se queman fácilmente	3

D. Corrosivo	Cualquier sustancia que corroe metales por acción química y que puede destruir tejidos vivos y moviliza metales pesados	3
E. Patógeno	Sustancias que contienen microorganismos o toxinas que promueven enfermedades	2
F. Tóxico	Materiales que bajo su exposición pueden resultar en intoxicación aguda y crónica, carcinogénesis, mutación genética o defectos de nacimiento.	2
G. Sustancias que influyen en el cambio climático	Cualquier sustancia que podría cambiar las condiciones de ecosistema y se reflejan en el calentamiento global, efecto invernadero, lluvia ácida, reducción de la capa de ozono	1
H. Sustancias no peligrosas	No tienen efecto adverso pero pueden estar relacionadas con aspectos ambientales de usos de recursos, emisión de ruido u otros.	1

Frecuencia		
Ocasional o Fortuito	Alguna vez en más de un año	1
Poco Frecuente	Una, dos o tres veces al año	2
Frecuente	Quincenal o mensual	3
Muy Frecuente	Diario o semanal	4

• La obtención de la media aritmética de todos los valores considerados en la evaluación de los aspectos ambientales, permite determinar el valor mínimo sobre el cual se tomará en cuenta a los aspectos ambientales más significativos y se los deberán tomar las medidas necesarias para corrección.

3.7.5 Finalmente se realiza una identificación de los requisitos legales que intervienen y son parte del control de estas actividades, como también se establece y se considera a las partes interesadas.

3.7.6 Matriz de Impactos Ambientales

3.7.5.1 Listado de requisitos legales

Con la finalidad de tener la base legal sobre la calidad ambiental, en la cual se enmarca la organización, se hace referencia a los aspectos jurídicos relacionados con el manejo ambiental de este tipo de actividades.

- Constitución Política de la República del Ecuador artículo # 86, sección segunda referente al medio ambiente.
- Ley de Prevención y Control de Contaminación Ambiental, Decreto Supremo No. 374. RO/ 97 de 31 de Mayo de 1976. Ley 37 art. 12. Disposición General Segunda publicada en Registro Oficial 245 del 30 de Julio de 1999.
- Texto Unificado Legislación Secundaria, Medio Ambiente, Decreto Ejecutivo 3516, R.O. Sup. 2 de 31 marzo del 2003. TULAS Libro VI Anexo 5.
- TULAS RECURSO SUELO LIBRO VI ANEXO 2, 4.1.1.1, 4.2.12.
- TULAS RECURSO AGUA LIBRO VI ANEXO 1, 4.2.3.7.

3.7.5.2 Objetivos y Metas

Objetivos.-

El Plantel Avícola “Mi AVECITA” como empresa dentro del mercado local busca establecerse un campo de acción propio dando cabida al cuidado del medio que nos rodea.

- Prevenir y controlar acciones que atenten contra el medio ambiente, mediante la utilización adecuada de los recursos naturales, a través de medidas de orden técnico, social y administrativo.
- Minimizar la generación de desechos, optimizando productos que afecten al medio ambiente así como la verificación de las mejoras en el ambiente laboral suministrando productos de calidad.

Metas.-

El Plantel Avícola “Mi AVECITA”, como empresa dedicada a la producción y comercialización de pollos de engorde como meta tiene la satisfacción de sus clientes en el tiempo posible así como también postularse como la primera planta avícola reconocida en el Cantón.

Establecerse un ambiente laboral necesario para que nuestros colaboradores disminuyan los impactos ambientales dentro de la planta de producción y su

entorno, aplicando Programas para el Sistema de Gestión Ambiental, Controles Operacionales, así como procedimientos para el almacenamiento de desechos, enmarcados en la normativa ambiental vigente.

3.7.5.3 Control Operacional.

La planta avícola debe identificar y planificar las operaciones que estén asociadas con los aspectos ambientales significativos identificados, de acuerdo con su política ambiental, objetivos y metas, con el objeto de que se efectúen bajo las condiciones especificadas.

Los aspectos ambientales significativos que se han podido detectar en el manejo del plantel avícola tiene que ver básicamente con el cumplimiento del Plan de Manejo Ambiental, que responde a la problemática de impactos ambientales en las operaciones de la planta, el mismo que busca prevenir, controlar y mitigar acciones negativas al ambiente, mediante la conservación y uso sostenible de los recursos naturales, y manejo de los desechos.

Plan de manejo para la emisión de gases.-

Se ve la emisión de gases al momento de construir el galpón y la colocación de la viruta o cascarilla de arroz.

Caracterización de emisiones:

- Emisiones producidas por el polvo.
- Emisiones de residuos.
- Otros tipos de riesgos son los debidos a contaminantes físicos originados por las Radiaciones **UV**.

Equipos de protección personal para contrarrestar el impacto de emisiones de polvo:

Gafas, Protege los ojos del polvo y residuos para evitar molestias e irritabilidad en los mismos.

Mascara de Filtros. Protege la inhalación de polvos y gases tóxicos.

Guantes: Protege las manos ante cualquier contacto con desechos inorgánicos.

Overol: Protege la imagen del trabajador.

Programa de manejo de desechos sólidos y líquidos.-Tipos de Desechos:

De acuerdo a su tipo, los desechos han sido clasificados como:

- Sólidos
- Líquidos
- Sólidos-Líquidos (bifásicos)

Categorías de Desecho

Se ha definido un código de colores, correspondientes a las diferentes categorías de desechos, el cual se indica en el cuadro a continuación.

CATEGORÍAS DE DESECHOS Y CÓDIGO DE COLORES	
Comunes	Subcategorías: Reciclables y No Reciclables Incluyen: Vidrio, papel, cartón, plástico, madera y desechos sanitarios En caso de estar contaminados con hidrocarburos u otros químicos, estos desechos pierden su categoría de comunes.
Orgánicos	Residuos de comida
Contaminados con hidrocarburos	Subcategorías: Incinerables: Guaipes, EPP, filtros usados No Incinerables: Suelo Contaminado
Metales Ferrosos - Chatarra	Cables, despuntes, zunchos, colillas de electrodos, etc.
Metales No ferrosos	Aluminio, bronce, cobre, zinc, y otros metales no ferrosos
Especiales	Pilas, toners, lámparas, fluorescentes, baterías, etc.

CATEGORÍA	SUBCATEGORÍAS	COLOR	DISPOSICIÓN
SUELO	No definido	No definido	Relleno de predios con las debidas autorizaciones
COMUNES	Cartón y Papel para reciclaje	Negro	Reciclaje
COMUNES	Plástico para reciclaje	Negro	Reciclaje
CONTAMINADOS CON HIDROCARBUROS	Incinerables: Guaipés, ropa, cartones contaminados, etc.	Amarillo	Gestor Ambiental
CONTAMINADOS CON HIDROCARBUROS	No Incinerables Filtros, recipientes de lubricantes usados, etc.	Amarillo	Gestor Ambiental
CONTAMINADOS CON HIDROCARBUROS	Suelos contaminados	Amarillo	Gestor Ambiental
HIDROCARBUROS	Residuos líquidos	Amarillo	Gestor Ambiental
ESPECIALES O PELIGROSOS	Pilas, toners, lámparas fluorescentes, baterías, etc.	Blanco	Gestor Ambiental

Prevención y control de derrame de líquidos y métodos de limpieza.-

La mejor manera de evitar derrames es prevenirlos. Se aconseja utilizar recipientes de goteo bajo tambores, envases herméticos para transportar pequeñas cantidades de material y buen mantenimiento del equipo, para evitar que ocurran.

En el caso de derrames líquidos como (gasolina, tiñer, residuos de pintura, engrasantes y desengrasantes) que afectan el medio ambiente así como a las instalaciones de la empresa, deben ser neutralizados con paños absorbentes.

Se deberá impartir la capacitación y la información necesaria para la correcta utilización de los absorbentes. La mayoría de los derrames pequeños pueden limpiarse utilizando materiales absorbentes los cuales pueden ser:

- Sintéticos: polímeros, paños absorbentes biodegradables.

Todos los materiales utilizados para la limpieza de derrames pequeños deben ser dispuestos de forma apropiada en sitios de fácil acceso y siempre visibles. Luego de ser utilizados se dispondrán de acuerdo al procedimiento de Manejo de Desechos Sólidos.

Área de almacenamiento de desechos.-

En el área física de cada unidad de generación debe disponerse de un área de almacenamiento temporal de desechos.

En esta área deben disponerse los contenedores para colección clasificada de desechos, de conformidad con las categorías generadas en cada unidad de generación.

Esta área estará bajo responsabilidad de cada unidad de generación y bajo supervisión de la Jefatura de construcción.

Procedimiento para el Almacenamiento de Desechos.

PLANTEL AVICOLA “MI AVECITA”	
Almacenamiento de Desechos	Fecha de Revisión:
	Responsable:
<p>Procedimiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Definición de un espacio físico delineado y con la señalización adecuada. ✓ Determinar áreas separadas para desechos peligrosos y no peligrosos ✓ Presencia de los contenedores para las categorías que se generan en el sitio ✓ Orden y limpieza del área. ✓ Clasificación correcta en el sitio. ✓ Almacenamiento seguro de desechos peligrosos por su potencial tóxico, corrosivo, reactivo, inflamable, patógeno, etc. ✓ Aislamiento adecuado de desechos mediante impermeabilización y tapas de contenedores en los casos en que sea necesario. ✓ Protecciones o precauciones especiales de conformidad con el tipo de desecho ✓ En el caso de desechos de químicos o desechos peligrosos, estos deben ser manejados de conformidad con sus respectivas normas de seguridad. 	

3.7.6 Respuesta de Emergencia.

Contempla las diferentes acciones a tomarse en varios tipos de situaciones fuera de lo normal que atenten contra la integridad de los trabajadores como de la infraestructura de la empresa dando lugar a planes de contingencia para evitar incidentes o en el mayor de los casos accidentes laborales entre los que podemos destacar:

Derrame de líquidos.-

Cuando exista una emergencia de derrame se formara inmediatamente un grupo de personas para concentrar sus esfuerzos en limitar el derrame en la menor superficie, usando adecuadamente las herramientas y equipos con que cuente el Kit de emergencia. El uso de combustible, lubricantes, desengrasantes, disolventes, son los elementos que más probabilidades tienen de ser derramados, en caso de que alguno de estos productos se derrame sobre el piso de trabajo dentro de la planta, se deberá cumplir la secuencia del procedimiento indicado.

Procedimiento:

- Señalizar el área afectada.
- Colocarse el EPP adecuado a la contingencia.
- Colocar materiales absorbentes (polvo o paño) alrededor del área afectada para confinarlo y contenerlo.
- Barrer el área contaminada y recogerlo con pala plástica.
- De no disponer de polvo absorbente utilizar paños absorbentes y extenderlos sobre la superficie afectada.
- Retirar el material contaminado y colocarlos en una funda plástica resistente y transparente, etiquetarla y sellarla con una cinta de color rojo e identificarlos con marcador indeleble.
- Aplicar el desengrasante biodegradable y dejar actuar por 15 a 30 minutos de acuerdo a la magnitud del derrame.
- Luego de este tiempo, pasar cepillo de cerda gruesa o escoba y regar con abundante agua.

3.7.7 Seguimiento y Medición.

La organización debe: establecer, implementar y mantener procedimientos para realizar el seguimiento y medir de forma regular las características fundamentales de las operaciones que puedan tener un impacto en el medio ambiente significativo. Los indicadores formulados, los objetivos, metas y su control permanente

permitirán que la organización tenga un registro y seguimiento de la trayectoria de su desempeño en el tiempo. Los procedimientos documentados exigidos en la cláusula 4.5.1 de la ISO 14000 incluyen:

- a) Registrar las informaciones que midan el desempeño, los controles operacionales y la conformidad con los objetivos y metas;
- b) Calibrar y mantener equipos de monitoreo, instrumentos, software y muestreos de hardware para asegurar confiabilidad;
- c) Mantener registros de calibración y mantenimiento; y,
- d) Evaluar periódicamente la conformidad con leyes y normativas ambientales relevantes.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

4.1 Plan de Inversiones

Para constituir el plan de inversiones de la Planta Avícola “Mi Vecita” en la parroquia Mulaló se basará en la cantidad de bienes, materia prima y material que se necesita para llevar a cabo el proyecto planteado.

Infraestructura

Abarca todo el equipo de infraestructura en el cual se va llevar a cabo todo el proceso de producción de pollos hasta la fase final que es el proceso de faenamiento y comercialización de los mismos, a continuación en la Tabla N°09 referente al costo de infraestructura.

TABLA N°9: COSTO DE INFRAESTRUCTURA

INFRAESTRUCTURA				
DETALLE	UNIDAD	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Galpón	m ²	320	\$ 60,00	\$19.200,00
Área de Faenamiento	m ²	34.07	\$ 360,00	\$12.265,20
Áreas administrativas	m ²	30.21	\$ 156,00	\$4.715,76
Baños	m ²	14.56	\$ 220,00	\$3.203,2
Bodega	m ²	36.24	\$ 120,00	\$4.348,8
TOTAL				\$ 43.732,96

Elaborado por: Tesista

Para el proceso de producción de pollos de la Planta Avícola “Mi Vecita” se considera el costo de inversión de \$ **43.732,96** en la Infraestructura tomando en cuenta el área del galpón en sí, áreas administrativas, servicios higiénicos y bodega.

Equipo de Cómputo

Toda empresa necesita establecer costos en cuanto al equipo de cómputo a emplearse para empezar el giro del negocio en la producción y comercialización de carne de pollo, se presenta la siguiente tabla, misma que se considera un total de \$ **4.720,00**; siendo el requerimiento vital en la empresa.

TABLA N°10: COSTO DE EQUIPO DE CÓMPUTO

EQUIPO DE CÓMPUTO				
DETALLE	UNIDAD	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora	Unid	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Impresora HP	Unid	1	\$ 500,00	\$ 500,00
TOTAL				\$ 1000,00

Elaborado por: Tesista

Terreno

Para la construcción del plantel avícola es muy importante considerar el costo del terreno en el cual va a operar la producción y comercialización de carne de pollo, para ello se lo describe en la Tabla N°11 el valor total del costo a invertir \$**25.000,00**

TABLA N°11: COSTO DE TERRENO

TERRENO				
CANTIDAD	UNIDAD	VALOR	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1152	m2	1	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
TOTAL				\$ 25.000,00

Elaborado por: Tesista

Maquinaria y Equipo

Es muy importante dar a conocer con que implementos se va a trabajar para ello se plantea el siguiente listado de maquinaria y equipos para llevar a cabo el proceso

de producción de pollos con un costo de \$ **4.670,00** como lo explicamos a continuación en la Tabla N°12. Referente a las maquinarias y equipos.

TABLA N°12: COSTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO

MAQUINARIA Y EQUIPO				
DETALLE	UNIDAD	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Máquina desplumadora	unid/220 voltios	4	\$ 300,00	\$ 1.200,00
Máquina escaldadora	unid/127voltios	4	\$ 380,00	\$ 1.520,00
Máquina empacadora	Unid	2	\$ 400,00	\$ 800,00
Mesa metálica	Unid	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Balanza	Unid	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Gavetas	Unid	10	\$ 5,00	\$ 50,00
Ventilador	Unid	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Cuchillos	Unid	10	\$ 25,00	\$ 250,00
TOTAL				\$ 4.670,00

Elaborado por: Tesista

Muebles y Enseres

Constituye todo el complemento del galpón así como para el proceso de faenamiento de los pollos y posteriormente para la comercialización, con un costo de \$ **1.400,00**. Los mismos que los detallamos en la Tabla N°13 de Muebles y Enseres.

TABLA N°13: COSTOS MUEBLES Y ENSERES

MUEBLES Y ENSERES				
DETALLE	UNIDAD	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio	unid	4	\$ 50,00	\$ 200,00
Silla giratoria	unid	4	\$ 90,00	\$ 360,00
Archivadores de mesa	unid	8	\$ 65,00	\$ 520,00
Silla madera	unid	8	\$ 40,00	\$ 320,00
TOTAL				\$ 1.400,00

Elaborado por: Tesista

Equipos de Oficina

Los equipos de oficina constituye un factor de vital importancia para llevar a cabo un adecuado manejo de oficina contando con todo el equipo necesario el mismo que posee un costo de **\$ 180,00**, así como lo podemos visualizar a continuación en la Tabla N° 14 correspondiente a los costos de equipo de cómputo.

TABLA N°14: COSTOS DE EQUIPOS DE OFICINA

EQUIPOS DE OFICINA				
DETALLE	UNIDAD	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Sumadora	unid	2	\$ 60,00	\$ 120,00
Teléfono	unid	2	\$ 30,00	\$ 60,00
TOTAL				\$ 180,00

Elaborado por: Tesista

Suministros de Oficina

Para determinar el Costo de los suministros de oficina se determina todo el requerimiento indirecto para cumplir con todo el proceso de producción y comercialización de la carne de pollos y lograr maximizar las ventas futuras, para ello se obtiene un costo de **\$ 505,00** en cuanto a los suministros como se detalla a continuación en la Tabla N° 15 de los costos de suministros de oficina

TABLA N°15: COSTOS DE SUMINISTROS DE OFICINA

SUMINISTRO DE OFICINA				
DETALLE	UNIDAD	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Papelera	Unid	3	\$ 25,00	\$ 75,00
Archivadores de oficina	Unid	2	\$ 120,00	\$ 240,00
Grapadora	Unid	4	\$ 8,00	\$ 32,00
Papel bond	caja	3	\$ 12,00	\$ 36,00
Saca grapas	Unid	4	\$ 1,00	\$ 4,00
Perforadora	Unid	4	\$ 4,50	\$ 18,00
Basureros	Cajas	4	\$ 1,25	\$ 5,00
Grapas	Cajas	5	\$ 10,00	\$ 50,00
Recibera	Unid	1	\$ 8,00	\$ 8,00
Facturero	Unid	1	\$ 12,00	\$ 12,00
Esferos	Unid	10	\$ 2,50	\$ 25,00
TOTAL				\$ 505,00

Elaborado por: Tesista

Suministros de Aseo

Los suministros de aseo para cumplir su funcionalidad dentro de esta planta avícola tiene un costo de **\$ 3.810,50** mismos que ayudan al progreso de la idea del negocio, a continuación se menciona la Tabla N°16 referente a los costos de suministros de aseo.

TABLA N°16: COSTOS DE SUMINISTROS DE ASEO

SUMINISTRO DE ASEO				
DETALLE	UNIDAD	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escoba	Unid	1	\$ 1,50	\$ 1,50
Pala	Unid	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Detergente	Paquetes	2	\$ 4,00	\$ 8,00
Desinfectante	Frascos	2	\$ 6,50	\$ 13,00
Fundas de basura	Paquetes	10	\$ 1,25	\$ 12,50
Fundas de empaque	Paquetes	100	\$ 3,60	\$ 360,00
TOTAL				\$ 398,00
				\$ 4.776,00

Elaborado por: Tesista

Servicios Básicos

Los servicios básicos, luz, agua y teléfono constituyen los elementos primordiales para el funcionamiento de la planta avícola es por ello que se establece un costo mensual de **\$88.00** y un costo anual de **\$1.056,00**.

TABLA N°17: COSTO SERVICIOS BÁSICOS

PAGO SERVICIOS BÁSICOS				
DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD /MES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Luz	m3	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Agua	Kw	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Teléfono	Mensual	1	\$ 18,00	\$ 18,00
TOTAL				\$ 88,00
				\$ 1.056,00

Elaborado por: Tesista

Vehículo

El vehículo constituye un activo importante dentro del funcionamiento de la planta avícola, es por ello que se establece un costo de **\$ 15.000,00**.

TABLA N°18: COSTO VEHÍCULO

VEHÍCULO				
DETALLE	UNIDAD	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Camioneta	Unid	1	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
TOTAL				\$ 15.000,00

Elaborado por: Tesista

Rol de pagos

El establecimiento del rol de pagos tiene como finalidad estipular sueldos y salarios para el personal de la planta, tal cual lo podemos visualizar a continuación en la Tabla N°19 referente a la nómina del personal.

TABLA N°19: NÓMINA

NÓMINA										
ORD	APELLIDOS Y NOMBRES	CARGO	CÓDIGO	INGRESOS			DESCUENTOS			VALOR A PAGAR
				SBU	OTROS	TOTAL	VARIOS	9,45%	TOTAL	
1	María del Carmen Lescano Almache	Contadora		\$ 500,00		\$ 500,00		\$ 47,25	\$ 47,25	\$ 452,75
2	Angel Roberto Toapanta	Trabajador		\$ 366,00		\$ 366,00		\$ 34,59	\$ 34,59	\$ 331,41
3	Hiler Gustavo Moreno Castro	Trabajador		\$ 366,00		\$ 366,00		\$ 34,59	\$ 34,59	\$ 331,41
4	Zoila Margarita Castro Niza	Faenador		\$ 26,88		\$ 26,88		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 26,88
5	Mayra Alexandra Cevallos	Faenador		\$ 26,88		\$ 26,88		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 26,88
6	Victor Niza	Vacunador		\$ 168,00		\$ 168,00		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 168,00
7	Franklin Geovanny Alangasí	Jefe de ventas		\$ 400,00		\$ 400,00		\$ 37,80	\$ 37,80	\$ 362,20
	TOTALES									\$ 1.699,54

Elaborado por: Tesista

AL VACUNADOR COMO A LOS FAENADORES POR SER PERSONAL DE SERVICIOS OCASIONALES SE LES CANCELARÁN POR MEDIO DE FACTURA; EL CASO DEL VACUNADOR A 0.15CTVS POR POLLO Y A LOS FAENADORES A \$12,00 MÁS IVA.

TABLA N°20: PROVISIONES

PROVISIONES										
DETALLE		PATRONAL			XIII	XIV	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL PROVISIONES	COSTO M.O.
		11,15%	SECAP 0,5%	IECE 0,5%						
1	María del Carmen Lescano Almache	\$ 55,75	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 41,67	\$ 30,50	\$ 41,67		\$ 174,58	\$ 674,58
2	Angel Roberto Toapanta	\$ 40,81	\$ 1,83	\$ 1,83	\$ 30,50	\$ 30,50	\$ 30,50		\$ 135,97	\$ 501,97
3	Hiler Gustavo Moreno Castro	\$ 40,81	\$ 1,83	\$ 1,83	\$ 30,50	\$ 30,50	\$ 30,50		\$ 135,97	\$ 501,97
4	Zoila Margarita Castro Niza	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
5	Mayra Alexandra Cevallos	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
6	Victor Niza	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
7	Franklin Geovanny Alangasí	\$ 44,60	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 33,33	\$ 29,33	\$ 30,50		\$ 141,77	\$ 541,77
									COSTO MENSUAL MANO DE OBRA =	
									\$ 2.220,29	

Elaborado por: Tesista

Materia Prima

La materia prima constituye todo el material directo necesario para cumplir con la producción y comercialización de la carne de pollo. Para ello podemos mencionar la materia prima importante como son pollos bebés, vacunas, vitaminas, alimento balanceado en todas sus etapas para el desarrollo correcto del pollo. Para ello contamos con un costo de \$ 58.308,00 anual como lo vemos a continuación en la Tabla N°21 referente a los costos de materia prima.

TABLA N°21: COSTO DE MATERIA PRIMA

COSTOS DIRECTOS MENSUALES				
DETALLE	UNIDAD	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Pollitos bebés	pollitos	1000	\$ 0,65	\$ 650,00
<i>Medicamento</i>				
Vitamina	sus/dosis	3	\$ 6,00	\$ 18,00
Newcastle	sus/dosis	3	\$ 5,30	\$ 15,90
Gumboro	sus/dosis	3	\$ 5,20	\$ 15,60
Desparasitante	sus/dosis	6	\$ 7,00	\$ 42,00
<i>Alimento balanceado</i>				
Inicial 1	Libras	5000	0,45	\$ 2.260,00
Inicial 2	Libras	3000	0,46	\$ 1.380,00
Guaine	Libras	500	0,35	\$ 175,00
Morochillo Molido	Libras	1000	0,30	\$ 302,50
TOTAL				\$ 4.859,00
			COSTO ANUAL	\$ 58.308,00

Elaborado por: Tesista

Mano de Obra Directa

El personal juega un papel muy importante para dar continuidad al proceso productivo de pollos es por ello que se emplea trabajadores en calidad de galponeros, vacunador y personal de Faenamiento. Se estipula un costo de \$ 14.708,38 anual en cuanto a la mano de obra directa como lo vemos a continuación en la Tabla N° 22 referente a los costos de mano de obra directa

TABLA N°22: COSTOS MANO DE OBRA DIRECTA

COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL				
DETALLE	UNIDAD	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Vacunador	unidad	1	168,00	\$ 2.016,00
Trabajador 1	unidad	1	\$ 501,97	\$ 6.023,63
Trabajador 2	unidad	1	\$ 501,97	\$ 6.023,63
Personal para faenamamiento	unidad	2	\$ 26,88	\$ 645,12
TOTAL				\$ 14.708,38

Elaborado por: Tesista

Personal Administrativo y de Ventas

TABLA N°23: COSTO DE PERSONAL ADMINISTRATIVO Y DE VENTAS

PERSONAL ADMINISTRATIVO Y VENTAS ANUAL				
DETALLE	UNIDAD	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Contadora	Unidad	1	\$ 674,58	\$ 8.095,00
Jefe de Ventas	Unidad	1	\$ 541,77	\$ 6.501,20
TOTAL				\$ 14.596,20

Elaborado por: Tesista

El personal administrativo es importante en un negocio ya que de ellos depende la rentabilidad de la empresa, conociendo que para la planta avícola se requiere de una contadora y un jefe de ventas, tenemos un costo de \$ **14.596,20** anual en cuanto al personal administrativo y de ventas.

Insumos Varios

La empresa debe contar siempre con el equipo de seguridad, para ello dentro del proceso de producción de pollos los insumos a emplearse son mascarillas, guantes, cofias, overoles, delantales y botas, en el cual se estipula un costo de \$ **1.072,80** anual según la Tabla N°24 referente a los costos de insumos varios.

TABLA N°24: COSTOS VARIOS

INSUMOS VARIOS				
DETALLE	UNIDAD	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Mascarillas	Unidad	2	\$ 0,40	\$ 0,80
Guantes	Pares	2	\$ 0,60	\$ 1,20
Cofias	Unidad	2	\$ 1,20	\$ 2,40
Delantades	Unidad	2	\$ 10,00	\$ 20,00
Botas	Pares	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Overoles	Unidad	1	\$ 40,00	\$ 40,00
TOTAL				\$ 89,40
				\$ 1.072,80

Elaborado por: Tesista

4.1 Plan de Financiamiento

Para cumplir con el plan de financiamiento propuesto y con ello determinar el rendimiento del proyecto es muy importante destacar el financiamiento para la inversión, misma que puede ser basada en el capital propio o el aporte de cada uno de los socios vinculados a la planta avícola Mi AVECITA. Para lo cual empezamos con la inversión inicial.

Inversión Inicial

Una vez analizado todo el requerimiento para llevar a cabo el proceso de producción de la Planta Avícola Mi AVECITA es muy importante destacar la inversión inicial que se necesita para la ejecución de la misma. Como lo podemos visualizar a continuación en la Tabla N° 25 tenemos una inversión de **\$ 79.462,51**.

TABLA N°25: INVERSIÓN INICIAL

INVERSIÓN INICIAL	
DETALLE	INVERSION
INVERSIÓN	\$ 62.439,26
Inversión Fija	\$ 59.465,96
Muebles y enseres	\$ 1.400,00
Equipo de Computo	\$ 1.000,00
Maquinaria y equipo	\$ 4.670,00
Infraestructura	\$ 43.732,96
Suministros de oficina	\$ 4.545,00
suministros de aseo	\$ 398,00
Inversión diferida	\$ 2.973,30
5% imprevistos	\$ 2.973,30
Capital de trabajo	\$ 23.601,50
Gastos Sueldo MOD	\$ 10.789,36
Suministros de oficina	\$ 2.000,00
Sueldo administrativo	\$ 10.947,15
Servicios Básicos	\$ 1.056,00
Materia Prima	\$ 58.308,00
TOTAL	\$ 79.462,51

Elaborado por: Tesista

Capital de Trabajo

Para conocer el capital, se toma en consideración los siguientes costos mismos que suman las siguientes cuentas, Gastos sueldos MOD, suministros de oficina, sueldo administrativo, servicios básicos y la materia prima con un total de **\$ 23.601,50** de capital de trabajo.

TABLA N°26: CAPITAL DE TRABAJO

CAPITAL DE TRABAJO	
DETALLE	VALOR TOTAL
Gastos Sueldo MOD	\$ 1.198,82
Suministros de oficina	\$ 505,00
Sueldo administrativo	\$ 1.216,35
Servicios Básicos	\$ 88,00
Materia Prima	\$ 4.859,00
TOTAL	\$ 7.867,17
3 meses	\$ 23.601,50

Elaborado por: Tesista

Cálculo de Costos Gastos

Detalle de costos

El detalle de los costos se lo realiza con la finalidad de determinar el costo total por cada pollo, tomando en consideración lo que es la materia prima como tal, medicamento y alimento balanceado. Una vez realizado todo el proceso se conoce que el costo por cada pollo es de \$ **7,30** como se lo puede ver a continuación en la Tabla N°27.

TABLA N°27: COSTOS DIRECTOS POR POLLO

COSTOS POR POLLO				
DETALLE	UNIDAD	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Pollitos bebés	pollito	1	\$ 0,65	\$ 0,65
				\$ 0,65
<i>Medicamento</i>				
Vitamina	gota	0,003	\$ 0,01	\$ 0,0002
Newcastle	gota	0,003	\$ 0,01	\$ 0,00002
Gumboro	gota	0,003	\$ 0,01	\$ 0,00002
Desparasitante	gota	0,006	\$ 0,01	\$ 0,00004
				\$ 0,0003
<i>Alimento balanceado</i>				
Inicial 1	libras	5,00	\$ 0,45	\$ 2,26
Inicial 2	libras	3,00	\$ 0,46	\$ 1,38
Guaine	libras	0,50	\$ 0,35	\$ 0,18
Morochillo	libras	1,00	\$ 0,30	\$ 0,30
				\$ 4,12
Mano de obra directa				\$ 1,32
Mano de obra indirecta				\$ 1,22
COSTO POR POLLO				\$ 7,30

Elaborado por: Tesista

El costo total por cada pollito para el consumo es de **\$ 7.30**

Presupuesto De Costos

Para determinar el presupuesto de los costos se trabaja con las siguientes cuentas y los siguientes costos, mismos que son: costos fijos y costos variables, cada una con sus cuentas respectivas. Llegando a obtener un total para cada uno de los años proyectados como se muestra a continuación en la Tabla N°28.

TABLA N°28: PROYECCIÓN DE LOS COSTOS

PRESUPUESTO DE COSTOS					
DETALLE DE LOS COSTOS	2016	2017	2018	2019	2020
1, Costos fijos	\$ 34.958,80	\$ 58.561,93	\$ 130.005,66	\$ 349.230,83	\$ 1.025.053,14
Gasto sueldo MOD	\$ 10.789,36	\$ 11122,75	\$ 11466,45	\$ 11820,76	\$ 12186,02
Costos generales de fabricación	\$ 13.222,29	\$ 13.612,48	\$ 14.014,73	\$ 14.429,41	\$ 14.856,91
Servicios básicos	\$ 1.056,00	\$ 1.088,63	\$ 1.122,27	\$ 1.156,95	\$ 1.192,70
Depreciaciones	\$ 11.571,63	\$ 11.929,19	\$ 12.297,80	\$ 12.677,81	\$ 13.069,55
Amortizaciones	\$ 594,66	\$ 594,66	\$ 594,66	\$ 594,66	\$ 594,66
Gastos administrativos y de ventas	\$ 10.947,15	\$ 33.826,69	\$ 104.524,48	\$ 322.980,65	\$ 998.010,22
Sueldo Administrativos	\$ 10.947,15	\$ 11.285,42	\$ 11.634,14	\$ 11.993,63	\$ 12.364,23
2. Costos Variables	\$ 58.308,00	\$ 60.109,72	\$ 61.967,11	\$ 63.881,89	\$ 65.855,84
Materia prima directa	\$ 58.308,00	\$ 60.109,72	\$ 61.967,11	\$ 63.881,89	\$ 65.855,84
TOTAL	\$ 93.266,80	\$ 118.671,65	\$ 191.972,77	\$ 413.112,72	\$ 1.090.908,99

Elaborado por: Tesista

Para la realización de la proyección de los costos, se toma en cuenta la totalidad de todos los costos que influyen para llevar a cabo el proceso productivo de la carne de pollo más la tasa de inflación que es el 3.09% emitida por el banco central del Ecuador.

Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado de resultados tiene como fin calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, el cual se obtiene restando a los ingresos de todos los gastos.

TABLA N°29: ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADAS					
AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
	\$	\$	\$	\$	\$
INGRESOS	96.000,00	98.966,40	102.024,46	105.177,02	108.426,99
Ventas	\$ 96.000,00	\$ 98.966,40	\$ 102.024,46	\$ 105.177,02	\$ 108.426,99
	\$	\$	\$	\$	\$
EGRESOS	82.319,65	84.844,95	87.448,29	90.132,06	92.898,77
Materia prima directa	\$ 58.308,00	\$ 60.109,72	\$ 61.967,11	\$ 63.881,89	\$ 65.855,84
Gastos sueldos	\$ 10.789,36	\$ 11.122,75	\$ 11.466,45	\$ 11.820,76	\$ 12.186,02
Costos generales de fabricación	\$ 13.222,29	\$ 13.612,48	\$ 14.014,73	\$ 14.429,41	\$ 14.856,91
	\$	\$	\$	\$	\$
UTILIDAD OPERACIONAL	13.680,35	14.121,45	14.576,17	15.044,95	15.528,22
Gastos administrativos y ventas	\$ 10.947,15	\$ 11.285,42	\$ 11.634,14	\$ 11.993,63	\$ 12.364,23
	\$	\$	\$	\$	\$
UTILIDAD BRUTA	24.627,50	\$ 2.836,03	\$ 2.942,04	\$ 3.051,32	\$ 3.163,98
Participación trabajadores 15%	\$ 3.694,12	\$ 425,40	\$ 441,31	\$ 457,70	\$ 474,60
	\$	\$	\$	\$	\$
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION	20.933,37	\$ 2.410,63	\$ 2.500,73	\$ 2.593,62	\$ 2.689,39
Impuesto a la renta 22%	\$ 4.605,34	\$ 530,34	\$ 550,16	\$ 570,60	\$ 591,66
	\$	\$	\$	\$	\$
UTILIDAD ANTES DE RESERVA	16.328,03	\$ 1.880,29	\$ 1.950,57	\$ 2.023,03	\$ 2.097,72
5% RESERVA LEGAL	\$ 816,40	\$ 94,01	\$ 97,53	\$ 101,15	\$ 104,89
	\$	\$	\$	\$	\$
UTILIDAD DEL EJERCICIO	15.511,63	\$ 1.786,27	\$ 1.853,04	\$ 1.921,88	\$ 1.992,83

Elaborado por: Tesista

Flujo De Caja

El flujo de caja se lo realiza con el fin de determinar cuánto va a ser nuestro valor neto generado durante el año proyectado. El flujo de caja cuenta con los ingresos operacionales, utilidad antes del impuesto, utilidad neta y por ultimo tenemos en flujo neto generado. Con la información de los flujos de caja generada para cada año se determinará la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor actual neto (VAN) del proyecto.

TABLA N°30: FLUJO DE CAJA

FLUJO DE CAJA PROYECTADO PARA LOS 5 PRIMEROS AÑOS						
DETALLE	Año 0	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
SALDO INICIAL						
A. INGRESOS OPERACIONALES		\$ 96.000,00	\$ 98.966,40	\$ 102.024,46	\$ 105.177,02	\$ 108.426,99
Ventas		\$ 96.000,00	\$ 98.966,40	\$ 102.024,46	\$ 105.177,02	\$ 108.426,99
B. EGRESOS OPERACIONALES		\$ 93.266,80	\$ 96.130,37	\$ 99.082,42	\$ 102.125,70	\$ 105.263,00
Materia prima directa		\$ 58.308,00	\$ 60.109,72	\$ 61.967,11	\$ 63.881,89	\$ 65.855,84
Gastos sueldos		\$ 10.789,36	\$ 11.122,75	\$ 11.466,45	\$ 11.820,76	\$ 12.186,02
Gastos Administrativos		\$ 10.947,15	\$ 11.285,42	\$ 11.634,14	\$ 11.993,63	\$ 12.364,23
Costos generales de fabricación		\$ 13.222,29	\$ 13.612,48	\$ 14.014,73	\$ 14.429,41	\$ 14.856,91
C. FLUJO OPERACIONAL		\$ 2.733,20	\$ 2.836,03	\$ 2.942,04	\$ 3.051,32	\$ 3.163,98
D. INGRESOS NO OPERACIONALES		\$ 12.166,29	\$ 12.542,23	\$ 12.929,78	\$ 13.329,31	\$ 13.741,19
Depreciaciones		\$ 11.571,63	\$ 11.929,19	\$ 12.297,80	\$ 12.677,81	\$ 13.069,55
Amortizaciones		\$ 594,66	\$ 613,03	\$ 631,98	\$ 651,51	\$ 671,64
E. EGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 79.462,51	\$ 35.520,00	\$ 36.617,57	\$ 37.749,05	\$ 38.915,50	\$ 40.117,99
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO		\$ 35.520,00	\$ 36.617,57	\$ 37.749,05	\$ 38.915,50	\$ 40.117,99
15% Participación de trabajadores		\$ 14.400,00	\$ 14.844,96	\$ 15.303,67	\$ 15.776,55	\$ 16.264,05
22% Impuesto a la Renta		\$ 21.120,00	\$ 21.772,61	\$ 22.445,38	\$ 23.138,94	\$ 23.853,94
Inversión Inicial	\$ 55.861,01					
Capital de trabajo	\$ 23.601,50					
F. FLUJO NO OPERACIONAL	-\$ 79.462,51	-\$ 23.353,71	-\$ 24.075,34	-\$ 24.819,27	-\$ 25.586,18	-\$ 26.376,80
G. FLUJO NETO GENERADO	-\$ 72.462,51	\$ 26.086,91	\$ 26.911,37	\$ 27.761,31	\$ 28.637,51	\$ 29.540,78

Elaborado por: Tesista

TMAR

TABLA N°31: CÁLCULO DE LA TMAR

TMAR			
FINANCIADO POR	APORTACIÓN	TMAR	PONDERACIÓN
CAPITAL PROPIO	100%	21,07%	21,07%
TMAR GLOBAL			21,07%

Elaborado por: Tesista

Para determinar la TMAR se trabaja con la Inversión Inicial que es 79.462,51 dividido para el número de socios siendo el caso 3 socios dando como resultado 26.487,50 aporte por socio, conjuntamente con datos que nos proporciona el Banco Central del Ecuador, como es la inflación 2.60%, riesgo país 12.52% y la tasa pasiva 5.95%; porcentajes hasta abril del 2016. La suma de estos porcentajes es de 21.07% siendo la TMAR para dicho proyecto.

VAN

TABLA N°32: CÁLCULO DEL VAN

TMAR	21,07%					
AÑOS	0	1	2	3	4	5
Flujo Neto de Fondos en Dólares	- 79.462,51	26.086,91	26.911,37	27.761,31	28.637,51	29.540,78
Valor Actual Neto	=VNA(B1;(C3:G3))+B3					
Valor Actual Neto	\$ 772,50					

Elaborado por: Tesista

El valor actual neto (VAN) o valor presente neto es el procedimiento para conocer el valor presente que resulta de los flujos de efectivo o caja descontados que fueron proyectados como resultado de la ejecución del proyecto.

TIR

TABLA N°33: CÁLCULO DE LA TIR

TMAR	21,07%					
AÑOS	0	1	2	3	4	5
Flujo netos de fondos en dólares	-79.462,51	26.086,91	26.911,37	27.761,31	28.637,51	29.540,78
TIR	=TIR(B3:G3)					
TIR	21,51%					

Elaborado por: Tesista

Como se puede observar en la tabla anterior la TIR del proyecto corresponde a 21,51% y el VAN es de \$ **770.50** el período de recuperación del capital corresponde a 5 años. Considerando los resultados anteriores se debería llevar a cabo el proyecto, considerando no sólo la rentabilidad del proyecto sino el beneficio que este tiene para los estudiantes.

Relación Costo Beneficio

Para determinar la relación Costo/beneficio hay que trabajar traer al presente los Flujo de Efectivo Neto, para ello se cumple con la siguiente fórmula:

$$C/B \frac{FE_1}{(1+TMAR)^1} + \frac{FE_2}{(1+TMAR)^2} + \frac{FE_3}{(1+TMAR)^3} + \frac{FE_4}{(1+TMAR)^4} + \frac{FE_5}{(1+TMAR)^5} / INVERSIÓN$$

VALORES PRESENTES		
INVERSION	COSTOS	INGRESOS(Flujo de Efectivo)
79462,512	75959,49	22622,91
	96911,44	23337,14
	157423,23	24073,43
	340044,21	24832,48
	899847,87	25614,98
	1570186,24	120480,94

$$C/B \frac{27.389,56}{(1 + 0.1207)^1} + \frac{28.254,27}{(1 + 0.1207)^2} + \frac{29.145,70}{(1 + 0.1207)^3} + \frac{30.064,68}{(1 + 0.1207)^4} + \frac{31.021,06}{(1 + 0.1207)^5} / 79.462,51$$

C/B= \$1,06

Por cada dólar que invierto gano 0,06 centavos de dólar en la inversión.

CONCLUSIONES

- Mediante el estudio técnico se determinó la localización de la planta analizando siempre el micro y el macro entorno para la distribución del producto.
- Para la determinación de la Capacidad Instalada se realizó el análisis de cuantos pollos se va a producir al año y con los resultados obtenidos se tiene una capacidad de 435,08m² con una producción de 12000 pollos anualmente.
- Para la que el producto llegue a su destino final se utilizó el canal de distribución desde el productor al minorista y por ultimo al consumidor final.
- Dentro del análisis de financiamiento tenemos el VAN mismo que nos refleja un Valor Actual Neto de 772,50 lo que se interpreta que el proyecto es rentable.
- De acuerdo al estudio financiero con relación al análisis de relación costo/beneficio establezco que por cada dólar invertido voy a ganar 0,06 ctvs. de dólar en mi inversión.
- Una vez estudiado el estudio de mercado, técnico, financiero se determinó que el proyecto es factible, al tener una buena capacidad instalada para cubrir la demanda del producto y obtener ganancia en la inversión.

RECOMENDACIONES

- Al momento de determinar la localización de la planta se debe estudiar el suelo y todos los elementos que está a su alrededor, flora, fauna para evitar riesgos y consecuencias que puede causar esta planta avícola.
- Con la capacidad instalada se establece un buen manejo de las aves así disminuye el peligro de asfixia y muerte de las mismas, lo que con lleva a una pérdida financiera.
- Utilizando un buen canal de distribución hay que estudiar al productor, minorista, mayorista y por ultimo al consumidor final para determinar el mejor canal para la distribución del producto.
- En los proyectos es importante el análisis del VAN ya que es de gran importancia para ver si el proyecto es factible siendo este mayor que la inversión.
- Hay que hacer siempre la relación costo/ beneficio traerlos al presente conjuntamente con la TMAR y ver cuánto voy a ganar por cada dólar invertido.

BIBLIOGRAFÍA

Referencias Bibliográficas

- STONER James.; y GILBERT Daniel. Administración, sexta edición, pag.9-13
- UNIVERSIDAD CENTRAL A DISTANCIA; Instituto de educacion a adistancia; Administracion I, Quito - Ecuador, pag. 16
- AMÁNDOLA, J.L. Estrategias y tácticas en la dirección y gestión de proyectos. Universidad Politécnica de Valencia 2004.
- Heman, Mario. Candamil, S.(2004).Los proyectos sociales.(1ªed).Manizales,Colombia.
- Nassir sapag chain; reinaldo sapag chain; "Preparación y evaluación de proyectos"; cuarta edición.
- MIRANDA, Juan Josè, Gestion de Proyectos. Quinta Edicion; 2005; Bogotà pàg. (4-6).
- ABELLAN, Manuela Andrès, La evaluación del impacto ambiental de proyectos y actividades agroforestales, Cuenca 2006, pág.227-228

Referencias Electrónicas

- http://ucvvirtual.edu.pe/campus/HDVirtual/700426364/Teor%C3%ADa_Pdf/7000001834/Proyectos_03.pdf pag 45
- <http://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>
- <http://www.wisis.ufg.edu.sv/www.wisis/documentos/TE/352.0072-C277d/352.0072-C277d-Capitulo%20I.pdf> Pág. (2-3)
- <http://mulalo.gob.ec/cotopaxi/?p=94>

ANEXOS

ANEXO 1

UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADEMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANISTICAS

OBJETIVO:

Conocer las preferencias de las personas que permita la creación de un plantel avícola ubicado en la parroquia Mulaló, Cantón Latacunga.

INSTRUCCIONES:

Lea detenidamente la pregunta y marque con una X la respuesta que usted crea conveniente.

1. Dentro de su dieta alimenticia diaria, usted generalmente con mayor frecuencia ¿Qué carne consume?:

1) Res	<input type="checkbox"/>
2) Cerdo	<input type="checkbox"/>
3) Pollo	<input type="checkbox"/>
4) Pescados y mariscos	<input type="checkbox"/>
5) Otros	<input type="checkbox"/>
Cuál.....	
6) Ninguno	<input type="checkbox"/>
2. Donde usted adquiere la carne de pollo para su consumo:

1) Supermercados	<input type="checkbox"/>
2) Tercenas	<input type="checkbox"/>
3) Plazas y mercados	<input type="checkbox"/>
4) Tiendas	<input type="checkbox"/>
5) Otro	<input type="checkbox"/>
Cuál.....	
3. Por qué razón realiza la compra en ese lugar:

1) Muy accesible	<input type="checkbox"/>
2) Accesible	<input type="checkbox"/>
3) Poco accesible	<input type="checkbox"/>
4) Nada accesible	<input type="checkbox"/>
4. Con que frecuencia consume usted carne de pollo:

1) Diario	<input type="checkbox"/>
2) Semanal	<input type="checkbox"/>
3) Quincenal	<input type="checkbox"/>
4) Mensual	<input type="checkbox"/>

5. En qué cantidad usted compra carnes para su consumo:
- 1) 1 libra
 - 2) 2 libras
 - 3) 2 a 4 libras
 - 4) 4 en adelante
6. Cuál es su criterio al momento de elegir la calidad de la carne:
- 1) Desarrollo natural
 - 2) Desarrollo alterado
 - 3) Ninguna
7. Las condiciones en que encuentra las carnes que usted adquiere son:
- 1) Óptimas
 - 2) Insalubres
 - 3) Se puede mejorar
8. Que medio considera factible para comercializar la venta de carnes:
- 1) Radio/televisión
 - 2) Gigantografías
 - 3) Internet
 - 4) Hojas volantes
9. Qué cualidades considera importante al adquirir las carnes:
- 1) Empaque
 - 2) Higiene
 - 3) Promoción
 - 4) Marca
 - 5) Otros
- Cuál.....
- 6) Ninguno
10. Cuando ha adquirido un pollo, usted ha pagado:
- 1) Menos de 7 USD
 - 2) 7 a 9 USD
 - 3) 9 a 11 USD
 - 4) Más de 11 USD

ANEXO 2

SOLICITUD DE CONSTITUCIÓN DE ASOCIACIONES

Lugar y
fecha.....

Señor:

.....

Superintendente de Economía Popular y Solidaria

Presente:

De mi consideración:

Yo.....portador de cedula de identidad N°-.....

En mi calidad de Presidente Provisional comparezco ante usted y solicito
iniciar el trámite de constitución de la

ASOCIACION.....

.....qu

e operará en la Parroquia.....del

Cantón.....de la Provincia

de.....

Según consta en el acta de constitución y demás documentos que se
adjuntan.

Para futuras notificaciones registro como domicilio la siguiente dirección

.....

Atentamente,

Firma

Nombres y apellidos completos

C.I

MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE ASPECTOS AMBIENTALES (A.A)		
PROYECTO: CREACION DE UN PLANTEL AVÍCOLA		
AREA:	RESPONSABLE: Ing. Wilson Trávez	
ACTIVIDAD: Crianza de pollos	FECHA: 09/06/2016	REVISADO POR:

ACTIVIDAD	TIPO N,A N,E	INFLUENCIA (D,I)	ASPECTO AMBIENTAL	IMPACTO AMBIENTAL	EVALUACION																S		
					Reversibilidad		Impacto					Cant. Liberada		Naturaleza de la Sustancia									
					I	R	P	L	R	E	B	M	A	A	B	C	D	E	F	G		H	
CONSTRUCCIÓN	N	D	Generación de ruido	Contaminación por ruido	1		1					1										1	4
			Generación de residuos	Contaminación del suelo	1		1						1										
TRANSPORTE	N	D	Generación de movimientos repetitivos	No hay contaminación	1		1					2										1	5
VACUNACIÓN	N	D	Generación de aire	Contaminación del aire	1		1					3										1	6
FAENAMIENTO	N	D	Generación de ruido	Contaminación por ruido	1		1				1											1	4
			Generación de residuos	Contaminación del suelo	1		1					1											
LAVADO	N	D	Generación de olores	Contaminación del aire	1		1					3										1	6
			Generación de residuos sólidos	Contaminación del suelo	1		1						3										1
MAQUINAS	N	D	Generación de residuos	Contaminación del suelo	1		1				1											1	4
MANTENIMIENTO	N	D	Generación de residuos grasas y aceites	Contaminación del agua	1		1					2										1	5
LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN	N	D	Generación de olores	Contaminación del aire	1		1					2										1	5
			Generación de residuos	Contaminación del suelo	1		1					2											1

FRECUENCIA				A.A	REQ. LEGAL	PARTE INTERESADA	CONTROL
O	PF	F	MF				
			4	16	TULAS Libro VI Anexo 5	Trabajadores de la empresa	Utilizacion de equipos de proteccion
			4	16	TULAS RECURSO SUELO LIBRO VI ANEXO 2, 4.1.1.1, 4.2.12	Trabajadores de la empresa	Reciclaje de materiales
		3		15	Ley de Prevención y Control de Contaminación Ambiental Ley 37 art. 12	Trabajadores de la empresa	Utilizacion de equipos de proteccion
			4	24	Ley de Prevención y Control de Contaminación Ambiental Ley 37 art. 12	Trabajadores de la empresa	Utilizacion de equipos de proteccion (Control Operacional y Plan de Emergencia contra Incendio)
			4	16	TULAS Libro VI Anexo 5	Trabajadores de la empresa	Utilizacion de equipos de proteccion
			4	16	TULAS RECURSO SUELO LIBRO VI ANEXO 2, 4.1.1.1, 4.2.12	Trabajadores de la empresa	Reciclaje de materiales
		3		18	Ley de Prevención y Control de Contaminación Ambiental Ley 37 art. 12	Trabajadores de la empresa	Utilizacion de equipos de proteccion (Control Operacional)
		3		18	TULAS RECURSO SUELO LIBRO VI ANEXO 2, 4.1.1.1, 4.2.12;	Trabajadores de la empresa	Reciclaje de materiales (Control Operacional y Plan de Emergencia Derrame de Líquidos)
		3		12	Ley de Prevención y Control de Contaminación Ambiental Ley 37 art. 12	Trabajadores de la empresa	Utilización de equipos de protección
		3		15	TULAS RECURSO AGUA LIBRO VI ANEXO 1, 4.2.3.7,	Trabajadores de la empresa	Uso de tanques de captación
		3		15	TULAS Libro VI Anexo 5	Trabajadores de la empresa	Utilización de equipos de protección
		3		15	TULAS RECURSO SUELO LIBRO VI ANEXO 2, 4.1.1.1, 4.2.12	Trabajadores de la empresa	Reciclaje de materiales

En la columna de Aspectos Ambientales (AA) se realiza la media aritmética, para determinar los aspectos de mayor impacto siendo consideradas tres actividades que

se encuentran marcadas, para esto la organización deberá llevar un programa de prevención, control operacional y plan de emergencia.