



UNIVERSIDAD DE OTAVALO

Administración de Empresas

**“Emprendimiento y desarrollo micro empresarial comunitario
de un criadero avícola en la comunidad de Chaupiloma del
Cantón Pedro Moncayo”**

Catucuago Zurita, Viviana Ximena

AUTOR

Novoa Godoy, Enrique Alberto, Dr.

TUTOR

Proyecto de grado presentada como requisito

Para la obtención del título de Ingeniera en Administración de empresas mención
contabilidad, auditoria y tributación

Otavaló, mayo 2015

**UNIVERSIDAD DE OTAVALO
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
APROBACIÓN DE TRABAJO FINAL DE GRADO**

Otavalo, 15 de mayo de 2015

Se aprueba el empastado de los tres ejemplares más el Cd correspondiente al trabajo de grado con el tema:

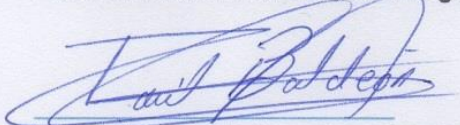
Emprendimiento y desarrollo micro empresarial comunitario de un criadero avícola en la comunidad de Chaupiloma del Cantón Pedro Moncayo.

Correspondiente al estudiante:

Nombre: Viviana Ximena Catucuago Zurita

C.I: 1720943198

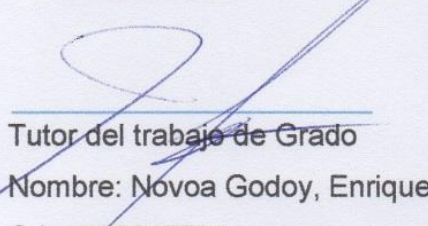
Para constancia firman los integrantes del tribunal evaluador:



Presidente de Tribunal de Grado

Nombre: Baldeón Egas, Paul Francisco, Ing.

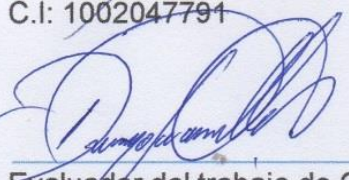
C.I: 1002807814



Tutor del trabajo de Grado

Nombre: Novoa Godoy, Enrique Alberto, Dr.

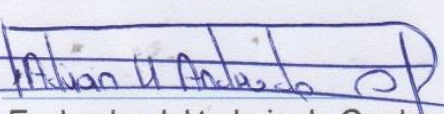
C.I: 1002047791



Evaluador del trabajo de Grado

Nombre: Jaramillo Acosta, Diego Fernando, Msc.

C.I: 1002249249



Evaluador del trabajo de Grado

Nombre: Andrade Orbe, Adrián Manuel, MBA.

C.I: 1002841672

DEDICATORIA

Principalmente dedico el proyecto a DIOS y la Virgencita del Quinche por haberme permitido llegar hasta este momento de mi vida, guiándome y fortaleciéndome para lograr terminar con satisfacción y existir en mi Profesión.

A mis Padres Alfonso Catucuago y Viviana Zurita en especial a mi madre que con esfuerzo y sacrificio me dieron su apoyo y dedicación para estudiar.

A mi hermano y hermana quienes siempre me dieron su apoyo moral en todo momento.

A mis queridos amigos de trabajo, Henry, Margarita, Santiago, Soraya, Jhony y familiares quienes siempre me brindaron su apoyo moral para la culminación del proyecto.

AGRADECIMIENTO

Primero a DIOS y a MIS PADRES por guiarme y darme la oportunidad de estudiar y culminar con éxito mis ESTUDIOS.

A la Universidad de Otavalo por haber permitido que sea parte de sus instalaciones como estudiante de la Facultad de Ciencia Administrativa y Económicas.

A mis Maestros que en los 5 años de estudio me supieron comprender como persona y estudiante compartiendo sus conocimientos y experiencia.

Fundamentalmente agradezco a mi tutor Dr. Enrique Novoa por guiarme con sus conocimientos intelectuales y profesionales para la elaboración y conclusión del proyecto de grado.

Finalmente estoy agradecida a las personas que estuvieron aportando con sus ideas en la realización del proyecto en especial a la Administración 2009-2014 del GAD de Pedro Moncayo que me dio la oportunidad de seguir creciendo profesionalmente como una funcionaria en la Dirección Financiera

© DERECHOS DE AUTOR

Yo, Viviana Ximena Catucuago Zurita, portadora de la cédula de ciudadanía N° 1720943198, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentada para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Por medio del presente documento certifico que he leído lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual por el Reglamento y por la normativa Institucional vigente de la Universidad de Otavalo y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en los mismos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Otavalo para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma:



Nombre: Viviana Ximena Catucuago Zurita

Correo electrónico: vivi_09.87@hotmail.com

C. I.: 1720943198

Fecha: Otavalo, mayo 2015

ÍNDICE GENERAL

Contenidos	Pág.
PORTADA	
DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTOS.....	III
RESUMEN EJECUTIVO.....	III
ÍNDICE	
Índice general.....	V
Índice de tablas.....	IX
Índice de gráficos.....	X
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: FUNDAMENTOS TEÓRICOS	
1 MARCO TEÓRICO	
1.1 Emprendimiento.....	2
1.1.1 Importancia del emprendimiento.....	3
1.1.2 Tipos de emprendimiento.....	4
1.1.3 Emprendedor.....	6
1.1.4 Clasificación de emprendimiento.....	8
1.2 DESARROLLO MICRO EMPRESARIAL.....	11
1.2.1 Antecedentes.....	11
1.3 MICROEMPRESA.....	11
1.3.1 Clasificación de la microempresa.....	12
1.3.2 Microempresa en el Ecuador.....	13
1.4 COMUNIDAD.....	14
1.5 DESARROLLO.....	14
1.6 DESARROLLO COMUNITARIO.....	15
1.7 AVICULTURA.....	18
1.7.1 Criadero avícola.....	19

1.7.2 Ave.....	19
1.7.3 Tipos de ave.....	19
1.7.4 Importancia de la carne de ave.....	20
1.8 INFRAESTRUCTURA.....	21
1.8.1 Galpón.....	23
1.8.2 Equipos.....	23
1.9 ALIMENTACIÓN PARA LA CRIANZA DE AVE.....	25
1.10 CANTÓN PEDRO MONCAYO.....	25

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO

2. DIAGNÓSTICO.....	29
2.1 ANTECEDENTES.....	29
2.2 OBJETIVO DIAGNÓSTICO.....	30
2.2.1 Objetivo General.....	30
2.2.2 Objetivo específico.....	30
2.3 VARIABLES DIAGNÓSTICO.....	31
2.4 INDICADORES DIAGNÓSTICO.....	31
2.5 MATRIZ DE RELACIÓN.....	33
2.6 MECÁNICA OPERATIVA.....	34
2.6.1 Identificación de la población universo.....	34
2.6.2 Identificación de la muestra.....	34
2.6.3 Información primaria o técnicas e instrumento de recolección..	36
2.6.4 Tabulación y análisis de la información (encuestas).....	36
2.6.5 Entrevista.....	49
2.6.6 Observación.....	51
2.7 MATRIZ FODA.....	52
2.8 COMBINACIÓN DE VARIABLES DE MATRIZ FODA PARA DISEÑO DE ESTRATEGIAS.....	53
2.9 DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO.....	55

CAPÍTULO III: INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.- Nombre del Proyecto.....	56
3.1.- Macro localización.....	56
3.2.- Micro localización.....	57
3.3.- Imagen Corporativa.....	58
3.3.1.- Nombre de la Microempresa.....	58
3.3.2.- Eslogan.....	58
3.3.3.- Logo tipo.....	59
3.4.- Propuesta Administrativa.....	59
3.4.1.- Misión.....	59
3.4.2.- Visión.....	59
3.4.3.-Valores.....	60
3.4.4.- Política.....	60
3.4.5.- Organigrama de la Microempresa.....	61
3.4.6.- Manual de Funciones.....	61
3.4.6.1 Asamblea General.....	61
3.4.6.2.- Funciones y Perfiles Básicos de las unidades Administrativas	62
3.5 Propuesta Operativa.....	66
3.5.1.- Diagrama general del Proceso.....	67
3.5.1.1.- Diagrama del Proceso Productivo.....	67
3.7.- Diagrama Proceso de Faenamiento.....	74
3.8.- Proceso de Faenamiento.....	74
3.8.1.- Cuidado antes de la Matanza.....	75
3.9.- Propuesta de Comercialización	76
3.9.1.- Estrategia del Producto.....	76
3.9.1.1.- Características Cualitativas.....	76
3.9.1.2.- Características Cuantitativas.....	77
3.10.- Estrategia de Precio.....	77
3.11.- Estrategia de Plaza.....	77
3.12.-Estrategia de Distribución.....	79
3.13.-Estrategia de Promoción Y Publicidad	79
3.14.- Infraestructura y Equipamiento.....	82
3.15.- Planos de la Infraestructura.....	84

3.16.- Propuesta Legal.....	85
-----------------------------	----

CAPÍTULO IV: FINANCIAMIENTO E INVERSIÓN

4.1- Financiamiento e inversión (inversión inicial).....	86
4.2.- Depreciación y mantenimiento.....	88
4.3.-Costos de Producción.....	89
4.4.- Gastos Administrativos.....	91
4.5.- Estado de Resultados Proyectado.....	93
4.6.- Flujo de caja Proyectado.....	94
4.7.-Punto de Equilibrio.....	94
4.8. Periodo de recuperación de la Inversión.....	96
4.9.-Tasa de descuento.....	96
4.10.-Valor Actual Neto.....	97
4.11.-Tasa Interna de Retorno.....	97
4.12.- Relación Costo beneficio.....	98

CAPÍTULO V: ANÁLISIS DE IMPACTOS

5.- Análisis de impactos.....	99
5.2.- Impacto económico.....	100
5.3.- Impacto ambiental.....	101
5.4.- Impacto social.....	102
5.5.- Impacto general del proyecto.....	103
Conclusiones	105
Recomendaciones	107
Bibliografía	108
Anexos	109

ÍNDICE DE TABLAS

Nº TABLA	TITULO	Pag.
Tabla 1	Resultado encuesta pregunta 1.....	36
Tabla 2	Resultado encuesta pregunta 2.....	37
Tabla 3	Resultado encuesta pregunta 3.....	38
Tabla 4	Resultado encuesta pregunta 4.....	39
Tabla 5	Resultado encuesta pregunta 5.....	40
Tabla 6	Resultado encuesta pregunta 6.....	42
Tabla 7	Resultado encuesta pregunta 7.....	42
Tabla 8	Resultado encuesta pregunta 8.....	43
Tabla 9	Resultado encuesta pregunta 9.....	44
Tabla 10	Resultado encuesta pregunta 10.....	45
Tabla 11	Inversión Inicial.....	85
Tabla 12	Financiamiento.....	86
Tabla 13	Amortización de crédito.....	86
Tabla 14	Depreciación.....	87
Tabla 15	Materia prima directa.....	88
Tabla 16	Mano de obra directa.....	88
Tabla 17	Materia prima indirecta.....	89
Tabla 18	Servicios Básicos.....	89
Tabla 19	Depreciación.....	89
Tabla 20	Total costo de producción.....	89
Tabla 21	Precio unitario.....	90
Tabla 22	Sueldos.....	90
Tabla 23	Gastos administrativos y ventas.....	91
Tabla 24	Volumen ventas proyectadas.....	91
Tabla 25	Ventas proyectadas.....	91
Tabla 26	Volumen de ventas y precios unitarios.....	92
Tabla 27	Proyección de costos.....	92
Tabla 28	Flujo de caja proyectados.....	93
Tabla 29	Punto de equilibrio.....	93
Tabla 30	Periodo de recuperación.....	95
Tabla 31	Tasa de descuento.....	95
Tabla 32	Van.....	95
Tabla 33	Tir.....	97

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Nº de Gráfico	Título	Pág.
Gráfico 1	Bebedores manuales.....	22
Gráfico 2	Comederos.....	23
Gráfico 3	Mapa Cantón Pedro Moncayo.....	24
Gráfico 4	Análisis Datos generales.....	36
Gráfico 5	Datos edad.....	37
Gráfico 6	Resultado encuesta pregunta 1.....	38
Gráfico 7	Resultado encuesta pregunta 2.....	39
Gráfico 8	Resultado encuesta pregunta 3.....	40
Gráfico 9	Resultado encuesta pregunta 4.....	41
Gráfico 10	Resultado encuesta pregunta 5.....	42
Gráfico 11	Resultado encuesta pregunta 6.....	43
Gráfico 12	Resultado encuesta pregunta 7.....	44
Gráfico 13	Resultado encuesta pregunta 8.....	45
Gráfico 14	Resultado encuesta pregunta 9.....	46
Gráfico 15	Resultado encuesta pregunta 10.....	47
Gráfico 16	Mapa provincia de Pichincha.....	48
Gráfico 17	Mapa Ecuador.....	55
Gráfico 18	Mapa Comunidad de Chaupiloma.....	56
Gráfico 19	Logo criadero avícola.....	57
Gráfico 20	Flujograma proceso productivo.....	66
Gráfico 21	Flujograma proceso de faenamiento.....	73
Gráfico 22	Fotografía Criadero de Pollos.....	76
Gráfico 23	Empaque del ave	76
Gráfico 24	Tarjeta de presentación.....	79
Gráfico 25	Tríptico.....	80
Gráfico 26	Fotografía realización de un taller	125
Gráfico 27	Fotografía asamblea general.....	125
Gráfico 28	Fotografía asamblea general.....	126
Gráfico 29	Fotografía asamblea general.....	126

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto esta direccionado a satisfacer una necesidad muy imprescindible en la comunidad de Chaupiloma- Cantón Pedro Moncayo como es el emprendimiento y desarrollo micro empresarial comunitario de un criadero avícola ofreciendo calidad en el producto.

Para la realización de este proyecto se desarrollo cinco capítulos: marco teórico, diagnóstico, ingeniería del proyecto, análisis financiero y análisis de Impactos; de los cuales se concluye su viabilidad.

En el primer capítulo (marco teórico), se realiza un estudio bibliográfico, recopilación y análisis de información teórica en base a la revisión documentada de varios autores de temas como: el emprendimiento, desarrollo micro empresarial, avicultura, clasificación, importancia.

En el segundo capítulo (diagnóstico). Se ha desarrollo una investigación mediante la aplicación de los instrumentos de recolección de información, como la encuesta, entrevista. Se presenta una matriz de diagnostico, posteriormente la elaboración de la matriz FODA y sus estrategias.

En el tercer capítulo (ingeniería del proyecto), en este capítulo podemos encontrar una descripción detalla, como la localización del proyecto, la propuesta administrativa, propuesta operativa, propuesta comercial, la infraestructura, la infraestructura e implementos necesarios para la inicialización del proyecto y finalmente la parte legal de la microempresa.

En el cuarto capítulo (análisis financiero), se hace la presentación amplia de los elementos que participan en la estructura financiera del proyecto, a saber: las inversiones necesarias para ponerlo en funcionamiento, los costos de producción, los costos administrativos, volumen de ventas, los estados

proyectados y los ingresos derivados de los mismos, toda esta información proyectada a cada uno de los periodos que comprometen en horizonte del proyecto.

Finalmente el quinto capítulo (análisis de impactos) se ha realizado un análisis de los impactos generados por la microempresa a través de la variación de indicadores la afectación que tiene el proyecto en el ámbito, económico, ambiental y social.

Palabras claves: MICRO EMPRESA; EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL; AVICULTURA; CHAUPILOMA; PEDRO MONCAYO; TABACUNDO

ABSTRAC

This project is directed to meet a vital need in the community of Pedro Moncayo Canton Chaupiloma- as entrepreneurship and micro-enterprise development community poultry farm offering a quality product.

For the realization of this project is developing five chapters: theoretical framework, diagnosis, project engineering, financial analysis and impact analysis; which concluded its viability.

Entrepreneurship, microenterprise development, poultry, classification, importance: In the first chapter (framework), a bibliographic study, collection and analysis of theoretical information based on the documented review of several authors as embodied subjects.

In the second chapter (diagnosis). Development has been an investigation by applying the data collection instruments, as the survey interview. An array of diagnostic occurs, then the development of the SWOT matrix and strategies.

In the third chapter (engineering project), in this chapter we can find a detailed description, and location of the project, the administrative proposal, operative proposal, business proposal, infrastructure, infrastructure and tools needed for the initialization of the project and finally the legal part of the microenterprise.

In the fourth chapter (financial analysis), the comprehensive presentation of the elements involved in the financial structure of the project, namely becomes: investments necessary for its operation, production costs, administrative costs, turnover, the states

projected income and derivatives thereof, all this information projected to each of the periods to engage in the project horizon.

Finally the fifth chapter (impact analysis) was performed an analysis of the impacts generated by microenterprises through the variation of indicators the effects that the project is in the field, economic, environmental and social.

Key words:

ENTREPRENEURSHIP; MICRO COMPANY; ENTREPRENEURSHIP;
POULTRY; CHAUPILOMA; PEDRO MONCAYO; TABACUNDO

INTRODUCCIÓN

Sin duda, la avicultura en el Ecuador se constituye como una de las actividades más relevantes en el contexto alimentario, en virtud de su gran aporte a lo largo de toda la cadena agroalimentaria, desde la producción de materias primas como maíz amarillo duro y soya para la elaboración de alimentos balanceados hasta la generación de productos terminados como carne de pollo y huevos.

Según estadísticas de la Corporación Nacional de Avicultores (CONAVE), el valor de la producción nacional de carne de pollo representa el 5.6% del PIB agropecuario y la de huevos el 2.5%. Si se incluye la producción de pavos, embutidos y otros renglones menores, el sector avícola en conjunto aporta con el 9% al PIB del sector.

El objetivo de este estudio es ver la factibilidad de poner en marcha una microempresa comunitaria de un criadero avícola en los terrenos de la comunidad de Chaupiloma, para de esta manera evitar que los comuneros de salga a migrar en fuera y estar bajo el maltrato de otras personas. Además se buscará que las campañas de marketing y publicidad resalten el origen social y comunitario, lo que permitirá dar un valor agregado con respecto a los productos tradicionales y abrirá las puertas de mercados de consumidores finales y negocios.

Al constituirse en una microempresa sin fines de lucro, se podrá a más de contribuir con el desarrollo económico de los socios y mejoras de la comunidad, a capitalizar las utilidades generadas, lo cual logrará permitir un crecimiento de la misma, aspecto fundamental para la disminución de costos fijos.

CAPÍTULO I

1 MARCO TEÓRICO

1.1 EMPRENDIMIENTO

El emprendimiento es un término últimamente muy utilizado en todo el mundo. Aunque el emprendimiento siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, pues es inherente a ésta, en las últimas décadas, éste concepto se ha vuelto de suma importancia, ante la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos.

La palabra emprendimiento proviene del francés entrepreneur (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente

En conclusión, emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros (Amaru Maximiliano, 2010, pág. 241)

1.1.1 IMPORTANCIA DEL EMPRENDIMIENTO.

El emprendimiento hoy en día, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. Los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleador

En muchos países (Casi todos los países Latinoamericanos), para muchos profesionales, la única opción de obtener un ingreso decente, es mediante el desarrollo de un proyecto propio. Los niveles de desempleo, en gran parte de nuestras economías, rondan por el 20%, por lo que resulta de suma urgencia buscar alternativas de generación de empleo, que permitan mejorar la calidad de vida de la población.

Los gobiernos han entendido muy bien la importancia del emprendimiento, tanto así, que han iniciado programas de apoyo a emprendedores, para ayudarles en su propósito de crear su propia unidad productiva.

Casi todos los países, tienen entidades dedicadas exclusivamente a promoverla creación de empresas entre profesionales, y entre quienes tengan conocimiento específico suficiente para poder ofertar un producto o un servicio.

La oferta de mano de obra, por lo general crece a un ritmo más acelerado de lo que crece la economía, por lo que resulta imposible poder ofrecer empleo a toda la población. Teniendo en cuenta que nuestros estados, no tienen la capacidad de subsidiar el desempleo como sí lo pueden hacer algunos países europeos, la única alternativa para garantizar a la población el acceso a los recursos necesarios para su sustento, es tratar de convertir al asalariado en empresario.

Ante estas circunstancias económicas, el emprendimiento es el salvador de muchas familias, en la medida en que les permite emprender proyectos productivos, con los que puedan generar sus propios recursos, y les permita mejorar su calidad de Vida.

Sólo mediante el emprendimiento se podrá salir triunfador en situaciones de crisis. No siempre se puede contar con un gobierno protector que este presto a ofrecer ayuda durante una crisis. El emprendimiento es el mejor camino para crecer económicamente, para ser independientes, y para tener una calidad de vida acorde a nuestras expectativas lo cual implica desarrollar una cultura del emprendimiento encaminada a vencer la resistencia de algunas personas a dejar de ser dependientes. (Vairub, 2009, pág. 366).

1.1.2 TIPOS DE EMPRENDIMIENTO

1.1.2.1 Emprendedor Empresarial Tradicional: Aquel que entra en un mercado de producción de bienes, que ya existen y se comercializan actualmente, sin embargo, cree que por características intrínsecas puede superar a sus competidores, bien, por haber agregado ciertas mejoras o cambios a los objetos producidos, o por ciertas ventajas inherentes a su empresa, pueda dar una mejor distribución o atención a clientes, que sus competidores no han podido realizar. Este emprendedor, requiere de un capital de alto a moderado para iniciar. (Vairub, 2009, pág. 368)

1.1.2.2 Emprendedor innovador: Este normalmente se da en las Universidades o Centros de Investigación, y son ayudados por los denominados Parques Tecnológicos. Consisten en tener un producto innovador, que permite crear un mercado nuevo o sustituir otro ya existente. Versa igualmente sobre bienes tangibles, pero protegidos por los bienes intangibles (inventos, diseños, modelos de utilidad, etc), y va desde medicinas hasta equipos simplificados para plomería. Un ejemplo típico, son aquellos cambios pequeños que se ofrecen a los productos que se vende en la publicidad de televisión por cable. (Vairub, 2009, pág. 368)

1.1.2.3 Emprendedor Comercial: Es quien vende los productos que terceros le coloquen. Agrega poco o nulo valor al objeto vendido, sin embargo, si lo hace con la atención y servicios. En este caso, podemos contar desde los supermercados, abastos, tiendas de ropa, ferreterías, librerías, farmacias, etc. Se requiere un capital de medio a alto como inicial. Igualmente, la diferenciación con la competencia puede ser va enfocada de tres formas diferentes: precios (no recomendable, porque normalmente se empieza una guerra de precios, en la cual, recuperar la inversión se hace muy difícil, sin embargo, si puede basarse en acuerdos con colectivos, para dar un descuento y obtener un mercado mayor, ejemplo, descuentos a los pertenecientes al gremio de ingenieros y arquitectos, en casos de ferreterías o un descuento para enfermos crónicos si se registra en la farmacia, o a estudiantes, en caso de librerías), productos especializados (además de los genéricos o comunes,

se puede inclinar a un nicho particular, ejemplo, una librería general, con especial referencia a las revistas o a la sección de libros médicos, o una tienda de ropa para personas obesas, o un supermercado de productos naturales) y servicios adicionales (desde el servicio de catering o envió a la casa u oficina, hasta cursos gratuitos de como reparar algo – caso ferreterías -, servicios médicos de control – caso farmacias –, autores invitados –casos librerías-, desfiles y galerías con los clientes –caso tiendas de ropa- y un largo etc.). (Vairub, 2009, pág. 369)

1.1.2.4 Emprendedor de servicios: A diferencia del anterior, se basa principalmente en los aportes que su personal pueda dar (aunque también venden artículos de terceros), su negocio está en la venta de aquellas habilidades que puedan poner a disposición de su clientela. Los ejemplos clásicos son las ventas de comida, panaderías, centros estéticos, floristerías, peluquerías, gimnasios, servicios técnicos (computación, plomería, electricidad, decoración, etc).

En términos generales, es el más común de los emprendimientos, por ser bajo el capital inicial requerido y existir pocas barreras de entrada. (Vairub, 2009, pág. 369)

1.1.2.5 Emprendedor Tecnológico: Es aquella actividad que se basa en las nuevas tecnologías, y va desde crear (o adicionales) para móviles (Blackberry, Apple o Android, principalmente) o para servicios (como facebook, twitter, etc.). También, está dentro de esta categoría toda iniciativa que pretenda obtener una remuneración por la creación de contenidos, redes sociales o servicios en el internet, bien de forma directa (comercio electrónico) o indirecta (publicidad). (Vairub, 2009, pág. 370)

1.1.2.6 Emprendedor Profesional: Es parecido al emprendedor de servicios, pero su público es mucho menor, ya que es especializado. Se comercializan conocimientos específicos, y normalmente lo representan los asesores empresariales, los centros de apoyo para pymes, los coach, los centros de

Capacitación y los outsourcing profesionales (soportes web, diseños, medicina preventiva empresarial), etc

Se excluye intencionalmente al emprendedor por necesidad, ya que cuando uno pierde la posibilidad de escoger la función económica, ya no se puede hablar de emprendedor, sino de sobreviviente. Sobre los emprendedores por necesidad, hablaremos más adelante. Mientras, me cortaré el cabello a que mi vecino, le compraré el almuerzo a la profesora de mi hija, tomaré un taxi y le compraré el periódico al vendedor del semáforo. (Vairub, 2009, pág. 370)

1.1.3 EMPRENDEDOR

Un emprendedor es una persona que enfrenta, con resolución, acciones difíciles.¹ Específicamente en el campo de la economía, negocios o finanzas, es aquel individuo que está dispuesto a asumir un riesgo económico o de otra índole. Desde este punto de vista, el término se refiere a quien identifica una oportunidad de negocio y organiza los recursos necesarios para ponerla en marcha si es necesario.

Es habitual emplear este término para designar a una «persona que crea una empresa» o a alguien quien empieza un proyecto por su propia iniciativa. Se ha sugerido que el “ser emprendedor” es una de las cualidades esenciales de un empresario, junto con la innovación y la capacidad de organización y gestión.

Para comprender que es un emprendedor tenemos que dar respuesta a varias interrogantes. Iniciaremos con la siguiente:

¿El espíritu emprendedor es algo innato o es algo que se puede aprender o fomentar? Hay personas que nacen siendo empresario, es decir, son quienes tienen un cierto don para los negocios. Sin embargo, la mayoría se puede formar en el camino, estas personas, tienen que prepararse o entrenar para desarrollar las habilidades que requieren. Naturalmente no es sencillo dejar de ser empleado para convertirse en empresario o emprendedor; más adelante se describen las ventajas y desventajas de ser emprendedor. (Vairub, 2009, pág. 371)

1.1.3.1 ESPÍRITU EMPRENDEDOR

El espíritu emprendedor juega un papel clave para las economías actuales, y que si bien puede ser innato, el hecho de que surja depende de múltiples factores.

Un emprendedor tiene la capacidad de ver las oportunidades y analizar los recursos para llevar a cabo el proyecto; la clave radica en encontrar una vinculación adecuada entre diversos factores.

De acuerdo al diccionario emprender es “comenzar una obra o empresa”, lo cual implica explorar, tomar riesgos, creatividad y aprovechar las oportunidades; Jorge Olmos Arráyaes señala que “el espíritu emprendedor es un proceso orientado a la creación”.

La educación (la familia, la escuela, el grupo de amigos, etc.) es otro factor que influye en la formación de una mente emprendedora. Así como las circunstancias y el medio ambiente en el que nos desarrollamos hace aflorar nuestro espíritu emprendedor. Otro factor que favorecerá el surgimiento del espíritu emprendedor, es el marco institucional que regula las actividades económicas y sociales. Es necesario contar con un escenario que nos permita proyectar a futuro, con claras reglas de juego, y estabilidad económica. Debemos de incluir también el fácil acceso a información relevante como un factor central para allanar las condiciones para emprender, ya que contar con información oportuna es crucial para la toma de decisiones. (Vairub, 2009, pág. 372).

1.1.3.2 CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR

Rafael Alcaraz en su obra “El emprendedor de éxito” resume una serie de características que distinguen a los emprendedores del resto de las personas, las cuales han sido mencionadas por diferentes autores.

- Compromiso total, determinación y perseverancia.
- Capacidad para alcanzar metas.
- Orientación a las metas y oportunidades.
- Iniciativa y responsabilidad.
- Persistencia en la solución de problemas.
- Realismo.
- Autoconfianza.
- Altos niveles de energía.
- Busca retroalimentación.
- Control interno alto.
- Toma de riesgos calculados.
- Baja necesidad de estatus y poder.
- Integridad y confiabilidad.
- Tolerancia al cambio. (Vairub, 2009, pág. 373)

1.1.4 CLASIFICACIÓN DE EMPRENDIMIENTO

1.1.4.1 EMPRENDEDOR INTUITIVO

Su gran dosis de intuición les hace ir más allá de los que aparece ante nuestra visión. Poseen una gran personalidad y su impulsividad les hace seguir su primer arrebato contra viento y marea. Son apasionados y tienen una gran capacidad para asumir riesgos. Por el contrario, el exceso de pasión les hace recorrer caminos erróneos y tomar decisiones precipitadas. (Vairub, 2009, pág. 375).

1.1.4.2 EMPRENDEDOR POR NECESIDAD

Hay emprendedores que se ven obligados por las circunstancias a identificar oportunidades en el entorno. Normalmente emprenden por necesidad o por huida de las circunstancias actuales. No están satisfechos con su situación profesional o económica y deciden indagar nuevos rumbos. La cautela sería la

principal característica de estos. La necesidad les obliga a agudizar los sentidos y el ingenio por lo que acaban desarrollando un gran olfato para detectar oportunidades. Son constantes y tenaces. Tiene muy en cuenta el valor del esfuerzo individual y el papel del trabajo en el desarrollo humano y económico. No les falta creatividad puesto que son capaces de aprovechar las oportunidades. El punto débil viene de la circunstancia de que “la actividad emprendedora les elige a ellos y no al revés”, por lo que necesitan desarrollar la personalidad empresarial. Suelen desalentarse fácilmente ante el primer bache. (Vairub, 2009, pág. 376).

1.1.4.3 EMPRENDEDOR VISIONARIO

Estaríamos ante el emprendedor inventor. Siempre está buscando donde hacer negocio. Son muy versátiles y se atreven con cualquier campo. Son vocacionales y pasionales, lo que les vuelve más comunicativos y persuasivos. Se caracterizan por su poca aversión al riesgo. Por el contrario padecen el síndrome de “la puerta abierta”, es decir, no acaban de cerrar una estructura manteniendo continuamente “puertas abiertas”, lo que les hace inconstantes. (Vairub, 2009, pág. 376).

1.1.4.4 EMPRENDEDOR INVERSOR

Sería el que tiene un capital y decide crear una compañía. Busca la rentabilidad por encima de todo. Busca las oportunidades ante cualquier circunstancia, lo que le agudiza su aversión al riesgo. Siempre metidos en grandes proyectos. Su punto débil está en que el hacer dinero sin más hace que su estimulación y su implicación en el día a día decaigan. (Vairub, 2009, pág. 377)

1.1.4.6 EMPRENDEDOR ESPECIALISTA

Tiene un perfil marcadamente técnico y un punto de agudeza para detectar donde se están cometiendo errores a mejorar (desde el punto de vista técnico, claro). Buscan la forma de hacer algo diferente. Normalmente son

individualistas y rara vez se ocupan de coordinar: si son especialistas en un área (producción, ventas, etc.) dejan de lado el resto.

1.1.4.7 EL EMPRENDEDOR POR AZAR

Las circunstancias y/o las experiencias hacen que se les “ilumine la bombilla”. Normalmente surgen en mercados en crecimiento y con altas deficiencias donde se atreven y se lanzan a emprender. Suelen tener una visión clara de lo que necesita el mercado. Tienen una gran capacidad de adaptación y saben aprovechar los contratiempos. A menudo son el resultado del emprendedor por necesidad. Por el contrario, al tener una baja decisión en el proceso, le puede faltar implicación en el proyecto. (Vairub, 2009, pág. 377).

1.1.4.8 EMPRENDEDOR RASTREADOR

Excelente analista del entorno y del mercado, busca las necesidades en estos. Tiene una mente muy racional y analítica que le permite detectar errores o situaciones donde se hacen las cosas de manera poco práctica, para transformarlas en oportunidades de negocio. Percibe los detalles más mínimos y sacan conclusiones insospechadas. Suelen ser muy versátiles lo que les permite entrar en diversos sectores. El principal punto débil es que, por lo general, el exceso de análisis puede conducir a la parálisis. (Vairub, 2009, pág. 377).

1.1.4.9 EMPRENDEDOR PERSUASIVO

Su gran baza es la capacidad de influencia ya que es capaz de convencer a sus colaboradores (socios, inversores, financieras, etc.) y empujarles hacia su objetivo. Se han ganado el prestigio, esto les avala. Tiene una fe inquebrantable en ellos mismos y en sus proyectos. Son inquebrantables en su propósito. A veces sus actos se interpretan como una “negación de la realidad” y pueden derivar en abuso de poder y la manipulación del grupo. (Vairub, 2009, pág. 378)

1.2 DESARROLLO MICRO EMPRESARIAL

1.2.1 ANTECEDENTES

La actividad micro empresarial es un fenómeno que ha causado revuelo en las tres últimas décadas. Tanto la mediana como la pequeña empresa están en su mayor auge debido a la importancia que han cobrado las unidades económicas familiares, así como la necesidad de especializar el trabajo y reducir los procesos. Este fenómeno ha cobrado particular importancia dentro de las economías de los países de América Latina, al ser uno de los sectores más dinámicos y diversos, comprendidos como “la economía informal”. A mediados de los 90’, el sector de la microempresa otorgaba trabajo a más de la mitad de la mano de obra en la mayor parte de los países de América Latina. Tanto así que dentro de las políticas de los organismos internacionales uno de los principales rubros corresponde al fomento, desarrollo y capacitación de estas unidades de tipo familiar, principalmente. Como un claro ejemplo del interés que causa la influencia de las microempresas dentro del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) se creó la División de Micro, Pequeña y Mediana Empresa, la cual presentó en Febrero del 2001 una publicación del apoyo del grupo BID al sector de la microempresa durante los años 1990 - 2000. En este informe se presenta una visión general de las contribuciones del mencionado grupo para el desarrollo del sector de la microempresa. (Osmin Días, s/a)

1.3 MICROEMPRESA

La microempresa es la expresión más pequeña de las iniciativas empresariales o de negocios. Cuenta con un personal que oscila entre una o dos personas de forma más generalizada, hasta diez personas, lo cual ya la convierte en pequeña empresa. Las microempresas en muchos casos, son empresas de tipo familiar, las cuales funcionan, inclusive, en locales acondicionados en la

misma casa de habitación. Tal es el caso de oficios como la costura, la repostería, la piñatería, transcripción de documentos, entre otros oficios. (Ibarra Parra, s/a, pág. 290)

1.3.1 CLASIFICACIÓN DE LAS MICROEMPRESA

1.3.1.1 Microempresa Productivas: se dedica a la transformación de la materia prima, convirtiéndola en productos terminados. (Rodrigues Valencia, s/a, pág. 280)

1.3.1.2 Microempresa Comerciales: se dedican a la venta de bienes y servicios. (Rodrigues Valencia, s/a, pág. 280)

1.3.1.3 Microempresa Familiares: es cuando el propietario del capital pertenece a un grupo familiar. (Rodrigues Valencia, s/a, pág. 280)

1.3.1.4 Microempresa Societarios: surge de un cuerpo entre dos o mas personas. (Rodrigues Valencia, s/a, pág. 280)

1.3.1.5 Microempresa Unipersonal: es cuando el propietario del capital es una sola persona. (Rodrigues Valencia, s/a, pág. 280)

1.3.1.6 Según el tipo de población involucrada.

1.3.1.6.1 Microempresa de Subsistencia: sus características más destacadas es que poseen un bajo nivel de productividad, (Rodrigues Valencia, s/a, pág. 281)

1.3.1.6.2 Microempresa Acumulación Simple: las ventas q generan solo permiten superar los costos de producción. (Rodrigues Valencia, s/a, pág. 281)

1.3.1.6.3 Microempresa Acumulación Amplia: su característica principal es la capacidad de elevar su productividad. (Rodrigues Valencia, s/a, pág. 281)

1.3.1.6.4 Según la novedad de su producción.

1.3.1.6.5 Microempresa de producción por copia: produce bienes y servicios q ya están en el mercado tratando de marcar el marketing. (Rodrigues Valencia, s/a, págs. 281, 282)

1.3.1.6.7 Microempresa de producción innovadora: producen bienes y servicios e introduce algunas modificaciones. (Rodrigues Valencia, s/a, pág. 82)

1.3.2 MICROEMPRESA EN ECUADOR

Las PYME en América son importantes en dos sentidos. Primero cuantitativamente son dominantes, si se toma el número de empresas, alrededor de un ochenta o noventa por ciento de los puestos de trabajo se localizan en la PYME, más o menos una tercera parte del PIB de América Central proviene de la pequeña y mediana empresa.

Ecuador, al igual que el resto de los países de América Latina, ha demostrado el potencial de las microempresas para generar empleos y mejorar las condiciones de vida de amplios grupos de población en los países en desarrollo. Especialmente en las últimas décadas, donde debido a una constante inestabilidad así como los problemas socioecómicos, las tasas de subempleo, desocupación y pobreza se han incrementado ostensiblemente. Como respuesta a eso se comprueba una acelerada expansión de las actividades económicas informales en las que ha encontrado cabida un importante contingente de la población activa del país. (Arinolo Rojas, 2002, pág. 180)

1.4 COMUNIDAD

Una comunidad es un grupo o conjunto de individuos, de otros grupos o comunidades (generalmente por signos o acciones), que es compartida y elaborada entre sus integrantes y socializada. Generalmente, una comunidad se une bajo la necesidad o meta de un objetivo en común, como puede ser el bien común; si bien esto no es algo necesario, basta una identidad común para conformar una comunidad sin la necesidad de un objetivo específico.

En términos de administración o de división territorial, una comunidad puede considerarse una entidad singular de población, una mancomunidad, un suburbio, etc.

En términos de trabajo, una comunidad es una empresa. La participación y cooperación de sus miembros posibilitan la elección consciente de proyectos de transformación dirigidos a la solución gradual y progresiva de las contradicciones potenciadoras de su autodesarrollo. (Martidale, 1963, pág. 422)

1.5 DESARROLLO

Se entiende como desarrollo, la condición de vida de una sociedad en la cual las necesidades auténticas de los grupos y/o individuos se satisfacen mediante la utilización racional, es decir sostenida, de los recursos y los sistemas naturales. Para ello se utilizarían tecnologías que no se encuentran en contradicción con los elementos culturales de los grupos involucrados. Este concepto integra elementos económicos, tecnológicos, de conservación y utilización ecológica, así como lo social y político. La esfera de poder, dentro del contexto social se hace necesaria como forma organizativa y de cohesión legítima, legal y funcional dentro de grupos sociales y como instancia de toma de decisiones entre individuos.

Un sentido con mayor aplicabilidad y concreción en la definición de desarrollo establecería que el mismo está caracterizado por condiciones en las cuales los

bienes y servicios se encuentran crecientemente al alcance de los grupos sociales que conforman la sociedad.

Esta característica implicaría una mayor integración social y económica dentro de las sociedades, y por ello se disminuiría la existencia de grupos viviendo en condiciones de marginalidad.

Por otra parte el desarrollo establecería una condición de acceso a los servicios sociales y a la participación social activa. En el primero de los casos se hace referencia a los sistemas de educación, y a la satisfacción de las necesidades de sobrevivencia en términos de alimento, vivienda, vestido, salud y seguridad. En el caso de la participación social activa se refiere a la capacidad del individuo y de las instituciones sociales a garantizar que las agrupaciones de poder sean instancias de intermediación entre los sujetos y actores en la toma de decisiones. (Ander-Egg, 2002, pág. 142)

1.6 DESARROLLO COMUNITARIO

El desarrollo comunitario es eminentemente una acción educativa porque con ésta se procura modificar las actitudes y prácticas que se oponen al mejoramiento social y económico, fomentando actitudes que favorecen dicho mejoramiento los objetivos inmediatos del desarrollo comunitario consisten en aumentar el número de personas alfabetos, con primaria y secundaria terminadas, mejorar la producción agrícola, la salud pública, la nutrición, etc.

El desarrollo local y comunitario consistiría en el proceso de recomponer las relaciones comunitarias, articular el contacto entre el movimiento asociativo y generar participativamente la definición compartida de las necesidades, problemáticas y posibles soluciones dentro de un territorio concreto entre el mayor número posible de agentes sociales (instituciones, movimiento social y asociativo y bases sociales afectadas). El diagnóstico elaborado colectivamente debe de ser la herramienta principal que posibilite la intervención de la ciudadanía en un proceso participativo de transformación de sus condiciones de vida. El desarrollo comunitario también puede definirse

como la agregación de valor económico que proviene de pequeños núcleos culturales. Sean estos la familia, pequeñas asociaciones o grupos comunes. Nuestras limitaciones económicas no permiten desarrollo local y rural proveniente de los gobiernos centrales, básicamente el subempleo y el empleo poco formal es la realidad existente y palpable en toda América y en este sentido, la opción del desarrollo proveniente del gasto central e inversión prácticamente ha desaparecido y es muy poca la inversión con relación al producto interno de nuestras naciones la que se destina a desarrollo real

En este marco, la opción de apoyo entre asociaciones y la conformación de pequeños grupos de acción puede resultar un arma de alto impacto social y que resulta viable para quienes no tienen la capacidad de enfrentar a un banco o simplemente son incapaces de hacer crecer sus ideas debido a falta de apoyo.

Unir esfuerzos en muchas ocasiones es la única manera de sacar adelante iniciativas de producción, esto se hace papable especialmente en regiones marginadas o aisladas y en comunidades que no tienen acceso a los mercados financieros o a apoyos en la consecución de recursos destinados a la producción. La suma de personas que comparten intereses comunes resulta entonces fundamental para sacar iniciativas productivas de alto impacto social adelante.

Cabe recordar que no se está hablando del desarrollo de grandes proyectos, sino de formas para la obtención de recursos para subsistencia y apoyo social. Aunque las asociaciones comunitarias pueden tener estilos de dirección diferentes, en general los siguientes factores serán fundamentales para obtener beneficios de una asociación

Unidad en la dirección y de políticas: Básicamente es saber de dónde se viene y cuáles son los objetivos que persigue la asociación común con claridad. Un ejemplo: una asociación dedicada al cultivo de algún producto en un municipio,

no deberá encargarse de funciones diferentes al apoyo a productores en cuestiones relacionadas estrictamente con sus cultivos.

Manejo abierto y transparente de recursos: Debido a que cualquier asociación requiere de una inversión inicial ya sea en trabajo o dinero, será fundamental siempre mantener estricto control y seguimiento sobre los recursos compartidos.

Buscar equipos que complementen funciones: Un ejemplo: si se unen dos panaderos para comercializar pan, muy seguramente encontrarán problemas al vender y ofrecer sus productos. En muchas ocasiones buscar ayuda de un experto en mercadeo (un ejemplo), o una persona que se encargue de la distribución será fundamental.

La idea es crear grupos que complementen la habilidad principal, con las demás condiciones técnicas necesarias para desarrollar las actividades.

Elegir adecuadamente la figura legal más adecuada teniendo en cuenta los objetivos: Ya entrando en la parte formal, será necesario tener claro el tipo de asociación que se busca; Con ánimo de lucro o no, pública, privada o mixta. Independiente o no del aparato estatal más cercano etc...

Buscar apoyo técnico y asesoría en factores claves de producción: Buscar gente con capacidades técnicas para afrontar los dilemas y el montaje de ideas de negocios es clave para el éxito de una asociación comunitaria. La idea es escalar negocios productivos con el fin de crecer cada día más con base en el apoyo entre personas o comunidades a costos relativos bajos.

Compromiso a mediano y largo plazo: Se espera que cualquier asociación tenga una duración y horizonte de alto impacto y sobre todo "sostenibilidad" a largo plazo, con el fin de recoger experiencias y mantener asociaciones de apoyo a largo plazo. Un caso exitoso de asociaciones son las cooperativas de

caficultores de café en Colombia, en donde a pesar de la crisis que vive dicho sector, el apoyo de las cooperativas resulta un gran apoyo al pequeño productor, brindando asistencia técnica en el desarrollo de cosechas y cultivos en general.

Por último: "ESPÍRITU EMPRENDEDOR": Es necesario mirar hacia adelante y cambiar nuestros pensamientos individuales para generar fuerza comunitaria. Pensar diferente es la clave. (Biblioteca Virtual, 2007)

1.7 AVICULTURA

La avicultura es el arte de criar aves de corral, aprovechando al máximo los productos que ellas proporcionan, conservando y mejorando las diferentes variedades y razas. El objetivo de la producción avícola es obtener una cantidad máxima de carne y huevos al menor costo posible. Estos productos poseen un alto valor nutritivo. La producción avícola se divide en: Gallinicultura, Pollicultura, Meleagricultura, Anadecultura, Ansericultura, Coturnicultura y Estruthiocultura

La avicultura se remonta a la época prehistórica (25 siglos A.C), en el Lejano Oriente. Donde se dan los primeros reportes es en China y Egipto, explotándose de forma rudimentaria

Gracias al crecimiento de la población y a las necesidades de alimento, empieza a tomar importancia, adaptándose sus hábitos de vida a las formas de refugio y alimentación que el hombre les proporciona. Los primeros animales domesticados eran pequeños y poco productores. A medida que el hombre los fue cruzando y seleccionando mejoraron el tamaño y la producción. (Mendizabal Aizpuro, 2007).

1.7.1 CRIADERO AVÍCOLA

La producción de pollo de engorde constituye una actividad, que experimenta constantemente avances en los campos que se relacionan con aspectos genéticos y nutricionales. El pollo de engorde encabeza la producción de carne en su primera labor de convertir eficientemente ingredientes de origen animal y vegetal en alimentos con proteínas de alta calidad. Por medio de la actividad avícola el hombre domestica, cría y aprovecha las distintas clases de aves con el propósito de obtener productos y subproductos que se destinan a la satisfacción de sus necesidades básicas siendo una de ellas la crianza y engorde de pollo (Mendizabal Aizpuro, 2007)

1.7.2 AVE

El pollo es el ave gallinácea de cría. Tras su nacimiento su peso alcanza los 34 gramos y el color de su plumón es generalmente amarillento. Al ser criado para consumo, se sacrifica con una edad mínima de 20 semanas, oscilando su peso entre 1 y 3 kg. Actualmente existen granjas de cría intensiva en la Región de Murcia que la colocan como la 6ª comunidad más importante de España. (Navarros Sánchez, 2002, pág. 80)

1.7.3 TIPOS DE AVE

Entre los pollos se diferencian tipologías dependiendo del sexo o edad del individuo en el momento de su sacrificio. Estos condicionantes harán variar las características de su carne y su uso alimenticio: (Navarros Sánchez, 2002, pág. 80).

1.7.3.1 Gallina. Es la hembra adulta que se sacrifica después de haber agotado su capacidad de puesta de huevos. Su carne, más dura y fibrosa, es utilizada para caldos y sopas por su intenso sabor (Navarros Sánchez, 2002, pág. 80)

1.7.3.2 Pollo picantón. Sacrificado con un mes de edad, su peso se eleva hasta los 500 gramos. Carne adecuada para preparar a la parrilla o al grill ya que es tierna pero de sabor suave. (Navarros Sánchez, 2002, pág. 81)

1.7.3.3 Pollo tomatero o coquelet. Peso de 500-1.000 gramos. Su carne es suave pero firme y delicada. (Navarros Sánchez, 2002, pág. 81)

1.7.3.4 Pularda. Hembra castrada y sobrealimentada que puede alcanzar un peso de 2,5-3 kg y que es sacrificada a los 6-8 meses de edad. Su carne es tierna y sabrosa, de tonos blanquecinos. (Navarros Sánchez, 2002, pág. 81)

1.7.3.5 Capón. Macho castrado y sobrealimentado que alcanza los 3-3,5 kg de peso antes de ser sacrificado. Destaca en la composición de su carne una gran cantidad de grasa entreverada, resultando un bocado tierno y aromático adecuado para rellenar.

En el mercado actual también existe una clara diferenciación entre pollos industriales o de granja (prácticamente el total de los que se consumen en España) y pollos rurales, de caserío, de grano o camperos. Estos últimos son más escasos y caros, pero en contraposición se crían en espacios libres o semi-libres, son alimentados a base de grano y no reciben medicación para acelerar su engorde. (Navarros Sánchez, 2002, pág. 81)

1.7.4 IMPORTANCIA DE LA CARNE DE POLLO

La carne de pollo no sólo nos brinda sus proteínas de alto valor biológico, necesarias para que los niños crezcan sanos y fuertes, y para que nosotros los adultos, disfrutemos de una porte proteico de gran calidad sin mayor aporte de grasa, sino que en este alimento podemos encontrar muchos más beneficios al consumirlo.

La carne de pollo, a diferencia de la carne de vaca, no contiene gran cantidad de purinas, las cuales son responsables del mayor trabajo digestivo. Por lo tanto, su menor contenido de grasa y su inferior aporte de purinas, convierten al pollo en un alimento de fácil digestión que puede ser utilizado en afecciones gástricas, así como en personas con niveles altos de ácido úrico en sangre.

Por otro lado, su contenido en hierro y ácido fólico protegen al organismo de la anemia; su aporte de vitaminas del complejo B favorecen el funcionamiento del sistema nervioso; los minerales que posee (potasio, magnesio y fósforo) contribuyen a un buen estado neuromuscular que facilitan el trabajo de contracción de los músculos, así como la transmisión del impulso nervioso. o podemos olvidar que, dentro de su aporte graso, predominan los ácidos grasos monoinsaturados y poliinsaturados, los cuales protegen al corazón y fortalecen al mismo.(Navarros Sánchez, 2002, pág. 82)

1.8 INFRAESTRUCTURA

1.8.1 El galpón en clima cálido y medio el galpón debe ser orientado de oriente a occidente, así el sol no llega al interior del alojamiento, lo cual conllevaría a una alta elevación de la temperatura, además los pollos se corren hacia la sombra, produciendo mortalidades por amontonamiento. Sin embargo, si las corrientes de aire predominantes en la región son muy fuertes y fueran a cruzar directamente por el galpón se deben establecer barreras naturales para cortarlas (sembrar árboles) y al mismo tiempo proporcionan sombra.

1.8.1.2 El piso: es aconsejable que sea en cemento y no en tierra, para garantizar buenas condiciones de higiene, fácil limpieza y desinfección.

1.8.1.3 Las paredes: a lo largo del galpón deben estar formadas por una o dos hiladas de bloque en climas cálidos y templados (40 centímetros de alto) y malla para gallinero hasta el techo para permitir una adecuada ventilación. La altura ideal para la pared es de 2.50 metros en climas medios y de 2.80 para climas cálidos.

1.8.1.4 Los techos: de dos aguas y con aleros de 70 a 80 cm. para evitar la humedad por lluvias y proporcionar sombra. Se recomienda la teja de barro como aislante, para reducir la temperatura del galpón.

El sobre techo: se debe construir para la eliminación del aire caliente. Se recomienda pintar de blanco interna y externamente todo el galpón, paredes, culatas y techos, es una buena práctica para disminuir la temperatura interna.

La distancia entre galpones: debe ser por lo menos el doble del ancho de la construcción para evitar contagios de enfermedades y buena ventilación.

La Faceta de desinfección: a la entrada de cada galpón, para desinfectar el calzado. Se utiliza un producto yodado, 20 cm. / litro de agua. (Navarros Sánchez, 2002, págs. 83, 84)

1.8.2 EQUIPOS

GRÁFICO Nº 1 BEBEDEROS MANUALES



FUENTE: GRANJA GUAYLLBAMBA

1.8.2.1 Bebederos manuales: son bebederos plásticos de 4 litros, los cuales se utilizan durante los primeros cuatro días. Presentan algunas dificultades como regueros de agua cuando no se colocan bien, y hay que estar pendientes en llenarlos para que el pollito no aguante sed. Se coloca un bebedero por cada 50 pollitos. (Navarros Sánchez, 2002, pág. 83)

1.8.2.2 Bebederos automáticos: los hay de válvula y de pistola y facilitan el manejo puesto que el pollo siempre contara con agua fresca y no se hace necesario que el galponero o cuidador este llenando bebederos manuales. A estos bebederos automáticos tendrán acceso lo pollitos hacia el quinto día. No aconsejo colocarlos desde el primer día porque el pollito tiende a agruparse debajo de éstos, se amontonan y mueren por asfixia. Se coloca un bebedero por cada 50 pollos. Si son explotaciones grandes uno por cada 80/100 aves. (Navarros Sánchez, 2002, pág. 84)

1.8.2.3 Bandeja de recibimiento: son comederos de fácil acceso para los pollitos, se llenan de alimento hasta la altura de las divisiones para evitar el desperdicio, salen del galpón al quinto día, cambiándolas por los platones de los comederos tubulares. se utiliza una por cada 50 pollitos. (Navarros Sánchez, 2002, pág. 84)

GRÁFICO Nº 2 COMEDEROS



FUENTE: Internet

1.8.2.4 Comederos Tubulares: comederos en plástico o aluminio de 10 kilogramos. (Navarros Sánchez, 2002, pág. 84)

1.8.2.5 La Criadora: es la fuente de calor artificial, los pollitos son susceptibles a las bajas temperaturas, especialmente en los primeros días de vida, por lo tanto, es necesario utilizar criadoras que le aseguren un ambiente tibio, las criadoras pueden ser a gas o eléctricas. Las eléctricas abastecen a 250 pollitos y las criadoras a gas abastecen a 1000 pollitos. la criador se coloca más o menos a 1 metro de altura de la cama (el piso), varía de acuerdo al calor que está proporcione. (Navarros Sánchez, 2002, pág. 85)

1.8.2.6 La guarda criadora: evita que los pollitos se aparten de la criadora durante los primeros días, es un círculo que se hace alrededor de la criadora, se utiliza lamina de zinc liso, de unos 50 cm. de altura, el círculo para 700 pollos es de 4 metros de diámetro, ¿porqué no cuadrado? porque los pollitos tienden a situarse en las esquinas, se amontonan y mueren por asfixia. (Navarros Sánchez, 2002, pág. 85)

1.8.2.7 La báscula: es imprescindible en una explotación avícola, se deben hacer dos pesajes por semana para saber la evolución del engorde y compararlo con tablas preestablecidas y con otros buenos lotes de los que se tenga experiencia. (Navarros Sánchez, 2002, pág. 85)

1.8.2.8 Las cortinas: pueden ser plásticas o de costales de fibra (se pueden utilizar costales donde viene el alimento). Estas regulan la temperatura dentro del galpón, se debe hacer un adecuado manejo de cortinas, si es necesario bajarlas y subirlas 10 veces en el día, pues hay que hacerlo. Más adelante se explica el manejo de cortinas por semana. (Navarros Sánchez, 2002, pág. 85)

1.8.2.9 El termómetro: Para controlar la temperatura. (Navarros Sánchez, 2002, pág. 86)

1.8.2.10 El equipo de espalda: (fumigadora, motobomba) para las respectivas desinfecciones (Navarros Sánchez, 2002, pág. 86).

1.8.2.11 El flameador: útil para desinfección física, se trata de un dispositivo que trabaja a gas con el cual se quema (por decirlo así) los pisos y paredes del galpón.

1.8.2.12 La cama: debe ser de 10 cm. de altura, se puede utilizar viruta de madera, cascarilla de arroz o café, la cama nunca podrá estar húmeda. (Navarros Sánchez, 2002, pág. 86)

1.9 ALIMENTACIÓN PARA LA CRIANZA DE POLLOS

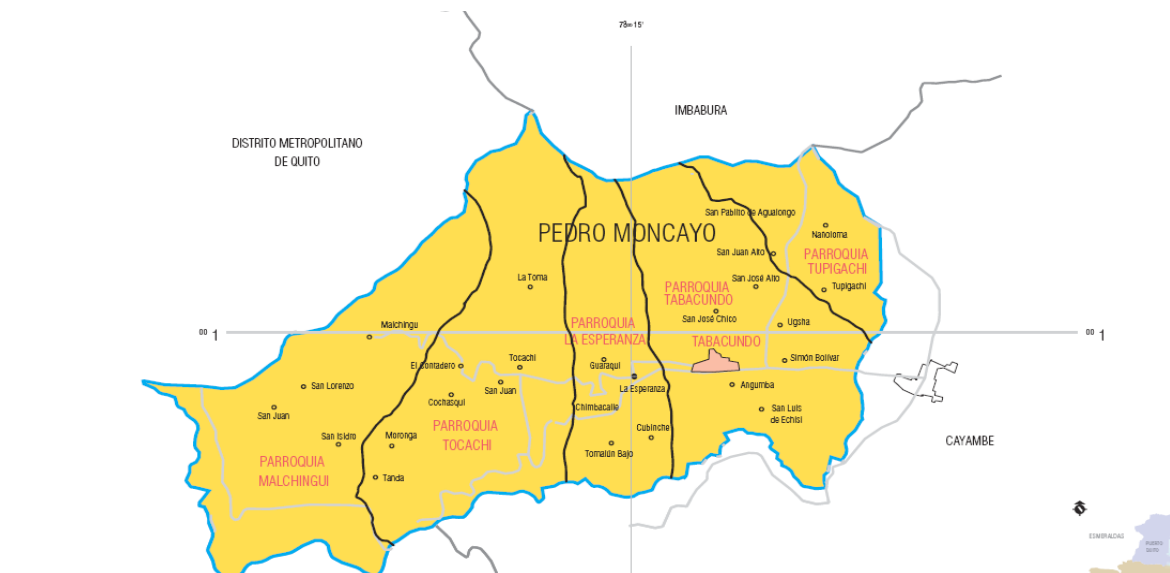
1.9.1 Balanceado.- El requerimiento del alimento se lo hará por medio de proveedores selectos, quienes entregarán el producto semanalmente a razón de \$ 24,80 cada quintal de balanceado; debiendo suministrarse 100 quintales cada trimestre. $(24.80*4)(100)= \$9.920$ (Navarros Sánchez, 2002, pág. 86)

1.9.2 Vacunas, vitaminas.- Es importante un buen programa de vacunación, además de la higiene y alimentación. (Navarros Sánchez, 2002, pág. 86)

1.9.3 Cuidado veterinario.- El veterinario hará las visitas semanales es decir cuatro veces al mes (Navarros Sánchez, 2002, pág. 87)

1.10 CANTÓN PEDRO MONCAYO

GRÁFICO Nº 3 MAPA CANTÓN PEDRO MONCAYO



Pedro Moncayo es uno de los ocho cantones que conforman la provincia de Pichincha, ubicado al nororiente de la misma. Se encuentra 51 km hacia el norte de la ciudad de Quito, y está atravesado por el by-pass Guayllabamba-Tabacundo-Ibarra, derivación de la carretera panamericana.

Limita al norte con la provincia de Imbabura, al este con el cantón Cayambe, al sur y al oeste con el Distrito Metropolitano de Quito. Tiene una superficie de 339,10 Km², que corresponden al 2,04% del total de la provincia.

El cantón se encuentra dentro de la hoya de Guayllabamba, asentado en la vertiente sur del nudo de Mojanda-Cajas. Los ríos que lo atraviesan forman parte de la cuenca hidrográfica del río Esmeraldas, que desemboca en el Océano Pacífico.

La altitud del cantón varía entre los 1.730 hasta los 2.952 msnm. La mayoría de asentamientos urbanos de este cantón se encuentran alrededor de los 2.8000 msnm. Existe una diversidad de climas asociados a los distintos pisos ecológicos, encontrando temperaturas que oscilan entre los 18 °C en los valles de Jerusalén y Tanda, hasta los °C en las cumbres del Fuya-Fuya. Los centros poblados gozan de una temperatura promedio de 13 °C.³

1.10.1 DEMOGRAFÍA

Según el censo de población y vivienda del año 2001, el cantón Pedro Moncayo tenía 25.684 habitantes, que corresponde al 1,1% de la población de la provincia de Pichincha y el 0,02% de la población nacional. Tabacundo, la cabecera cantonal y ciudad más grande, concentra cerca del 45% de esa población

1.10.2 DISTRIBUCIÓN POBLACIONAL POR PARROQUIAS

En orden descendente, las parroquias de Pedro Moncayomas pobladas, y sus respectivos porcentajes dentro de la población total del cantón, son

- Tabacundo - 11.699 (46%)
- Tupigachi - 5.210 (20%)
- Malchinguí - 3.912 (15%)
- La Esperanza - 3276 (13%)
- Tocachi - 1.587 (6%)

1.10.3 CULTURA

La festividad de San Pedro abarca una temporada de seis semanas desde el 21 de junio, en la época del solsticio de verano, hasta la última octava de los aruchicos. El día grande de San Pedro (29 de junio) todas las comunidades se toman la plaza de Tabacundo, representando la resistencia cultural y popular. En la fiesta participan comparsas de diablo-humas, mujeres con la vestimenta típica de los indígenas de la zona, aruchicos (personajes que adornan su vestimenta festiva con pañuelos, sombreros, caretas de malla y gafas oscuras). El plato festivo y ritual del cantón es la colada de cuy, preparada con harina de haba o maíz, presas de cuy y papas.

1.10.4 ECONOMÍA

La mayoría de habitantes del cantón son agricultores, cultivan trigo, cebada, papas, lenteja y maíz. El 100% de esta producción está destinada al mercado nacional y el 40% de este se consume dentro de los límites cantonales.

A partir de la década de 1980 la producción agropecuaria de la comunidad aumenta con el desarrollo de la industria florícola, con casi 433 hectáreas destinadas a este tipo de cultivo, de las cuales el 90% son para rosas. La producción florícola de Pedro Moncayo representa el 25% del total nacional; además de ocupar el primer lugar en las estadísticas nacionales de exportación de productos no tradicionales y perecibles (238 millones de dólares en el año 2001). La producción exportable del cantón es de unas 25.000 cajas semanales, que significan 7 millones y medio de tallos.⁶ Los principales mercados que se han abierto para la flor pedromoncayense son Estados Unidos, Rusia y Europa occidental.

1.10.5 COMUNIDAD DE CHAUILOMA

La Comunidad de Chaupiloma está ubicada en La Parroquia de Tupigachi Cantón Pedro Moncayo. A su alrededor están las comunidades de San Juan Loma, Comunidad Santa Mónica y la Comunidad de Ñaño Loma, Comunidad

de Loma Gorda y Comunidad de Bella Vista La Comunidad de Chaupiloma integra 200 familias, de los cuales el 54.6% son mujeres y el 46.4% son hombres, Limita al Norte de Pichincha. Tiene una extensión de 200 hectáreas con promedio de 1 A ½ hectárea por comunero.

Una de las actividades económicas de esta población es la ganadería siendo el único ingreso dentro de las familias de la comunidad, y en menor proporción cultivan productos tradicionales de la zona como: trigo, cebada, maíz, papas, fréjol, ocas, mellocos, quinua, arveja, hortalizas entre otros, y adicionalmente la crianza de animales menores.

Además la comunidad se caracteriza por la preservación y rescate de valores culturales evidenciados en las celebraciones que se realizan durante los meses de mayo, junio, julio y septiembre.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO

2.1 ANTECEDENTES

La Comunidad de Chaupiloma está ubicada en La Parroquia de Tupigachi Cantón Pedro Moncayo. A su alrededor están las comunidades de San Juan Loma, Comunidad Santa Mónica y la Comunidad de Ñaño Loma, Comunidad de Loma Gorda y Comunidad de Bella Vista La Comunidad de Chaupiloma integra 200 familias, de los cuales el 54.6% son mujeres y el 46.4% son hombres, Limita al Norte de Pichincha. Tiene una extensión de 200 hectáreas con promedio de 1 A ½ hectárea por comunero.

Una de las actividades económicas de esta población es la ganadería siendo el único ingreso dentro de las familias de la comunidad, y en menor proporción cultivan productos tradicionales de la zona como: trigo, cebada, maíz, papas, fréjol, ocas, mellocos, quinua, arveja, hortalizas entre otros, y adicionalmente la crianza de animales menores.

Además la comunidad se caracteriza por la preservación y rescate de valores culturales evidenciados en las celebraciones que se realizan durante los meses de mayo, junio, julio y septiembre.

Es de amplio conocimiento a nivel comercial que la cría y expendio de pollo tiene un gran mercado a nivel local, nacional, y regional y porque no así decirlo mundial, como uno de los productos de alimentación mas apetecidos por todos los extractos sociales, por ser sabroso, de muy bajo costo y fácil de adquirirlo.

Su gran demanda y bajo costo hace que tenga mucha salida lo que garantiza un trabajo de gran rentabilidad que con el tiempo y una buena administración se puede ir incrementando cada vez más

Aves de corral, término que antaño denominaba a cualquier tipo de ave y que después se aplicó sobre todo a especies comestibles y en particular a los

pollos. En España, los gallos y gallinas jóvenes reciben el nombre de pollos tomateros. En las granjas avícolas, a los machos se les da el nombre de gallo y a las hembras, en especial las mayores de un año, el de gallina. Los machos castrados se llaman capones. El concepto ave de corral implica la cría de especies domésticas como pollos, gallinas, gallos, patos, gansos, guajolotes o pavos e, incluso palomas, de una forma rústica y familiar, en contraposición a la avicultura, en la que interviene una serie de técnicas orientadas a la producción industrial.

2.2 OBJETIVO DIAGNÓSTICO

2.2.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar los puntos estratégicos para el establecimiento de un proyecto de emprendimiento y desarrollo de una microempresa comunitaria de un criadero avícola en la Comunidad de Chaupiloma- Cantón Pedro Moncayo

2.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer el marco legal y normativo aplicable para la formación de microempresas avícolas y demás requisitos sanitarios establecidos.
- Determinar el mercado, para brindar un producto de buena calidad, que logre satisfacer las necesidades del consumidor y posicionarse en el mercado.
- Identificar las exigencias de nuestros consumidores para la comercialización del producto
- Investigar los niveles y técnicas adecuadas para el procesamiento del ave (pollo)

2.3.- VARIABLES DIAGNÓSTICO

VARIABLE 1 Marco Legal

VARIABLE 2 Oferta

VARIABLE 3 Demanda

VARIABLE 4 Procesamiento

2.4.- INDICADORES DIAGNÓSTICO

VARIABLE 1 MARCO LEGAL

❖ INDICADOR

- Ley de comercio
- Ley de salud pública
- Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno
- Ordenanzas Municipales

VARIABLE 2 OFERTA

❖ INDICADOR

- Calidad
- Cantidad o volumen de producción
- Competencia
- Productos similares o sustitutos

VARIABLE 3 DEMANDA

❖ INDICADOR

- Precio
- Preferencias.
- Exigencias del consumidor

VARIABLES 4 PROCESAMIENTO

❖ INDICADOR

- Volumen
- Métodos
- Control de calidad

2.5 MATRIZ DE RELACIÓN

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADOR	TECNICA	FUENTE DE INFORMACION
Conocer el marco legal y normativo aplicable para la formación de Microempresas avícolas y demás requisitos sanitarios establecidos.	Marco Legal	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ley de comercio ➤ Ley de salud pública ➤ Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno ➤ Ordenanzas Municipales 	<ul style="list-style-type: none"> • Documental • Documental • Documental — 	<ul style="list-style-type: none"> • Libros (Códigos y leyes) • Libros • Internet • SRI
Determinar el mercado, para así brindar un producto de buena calidad, que logre satisfacer las necesidades del consumidor y así lograr posicionarse en el mercado	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Calidad ➤ Cantidad o volumen de producción ➤ Competencia ➤ Productos similares o sustitutos 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Entrevista • Entrevista • Encuestas • Observación 	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes potenciales • Productores • Técnicos • Comerciantes
Identificar las exigencias de nuestros consumidores para la comercialización del productor	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Precio ➤ Preferencias. ➤ Exigencias del consumidor 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Observación • Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes potenciales
Investigar los niveles y técnicas adecuadas para el procesamiento del ave	Procesamiento	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Volumen ➤ Métodos 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Documental 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Productores-técnico especializado

2.6 MECÁNICA OPERATIVA

2.6.1 Identificación de la población universo

El universo seleccionado para la investigación es la Población Económicamente Activa del Cantón Pedro Moncayo mayor a 15 años, pertenecientes al sector urbano y rural es de acuerdo al último censo realizado por el INEC es 10.917 que corresponde el 60.76% de la población total.

2.6.2 Identificación de la muestra

En este aspecto se tomará en respecto el número de personas que están comprendidas en edades mayores a 15 años, tomando en consideración que son personas de distintos niveles sociales, las cuales nos servirán como base para determinar la muestra, es decir, el número de personas específicas a las cuales se dirigirá nuestro estudio de mercado.

Para determinar la muestra a la cual se aplicará la investigación basada en encuestas se utilizará la siguiente fórmula:

$$\frac{N d^2 Z^2}{(N-1) E^2 + d^2 Z^2}$$

n = Tamaño de la muestra, número de unidades a determinarse.

N = Universo o población a estudiarse.

d² = Varianza de la población respecto a las principales características que se van a representar. Es un valor constante que equivale a 0,25, ya que la desviación típica tomada como referencia es = 0,5.

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

E = Límite aceptado de error de muestra que varía entre el 0,01% y 0,09%.

Z = nivel de confianza con el que se va a realizar es una constante que se lo toma en relación al 95% que equivale al 1,96%.

REEMPLAZANDO

$$n = \frac{N d Z^2}{(N - 1) E^2 + d^2 Z^2}$$

$$n = \frac{(10.917) (0,25)(1,96)^2}{(10.917- 1) (0,07)^2 + (0,25)^2 (1,96)^2}$$

$$n = \frac{(10.917) (0,25)(3,84)}{(10.917-1) (0,0049)+ (0,0625)(3,84)}$$

$$n = \frac{(10480,32)}{(53,49)+ (0,24)}$$

$$n = \frac{(10.480,32)}{(53,73)}$$

Muestra = 195

2.6.3 MÉTODOS, INFORMACIÓN PRIMARIA O TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Se utilizó los siguientes métodos: deductivo, cualitativo y cuantitativo. Para obtener la información primaria se necesitó de las siguientes herramientas que a continuación se detallan:

La encuesta.- Se aplicó encuestas a personas económicamente activas del Cantón Pedro Moncayo en especial la comunidad de Chaupiloma y comunidades vecinas, de igual manera a los consumidores, restaurantes, para así llegar a un verdadero conocimiento de la demanda, oferta y competencia que tiene este producto en el mercado al cual va a ser dirigido. La misma que permitió recopilar datos de una parte representativa de la población.

La observación.- Se utilizó fundamentalmente este método para obtener información primaria, información referencial acerca de los posibles productos competidores que se encuentran en el mercado.

La observación se realizó en lugares donde se vende y hay producción de la carne de ave como: supermercados, tiendas y criaderos avícola con el fin de conocer la demanda del producto por parte de los consumidores, que marca es la más solicitada, así como también identificar cuáles son las presentaciones más requeridas por los compradores.

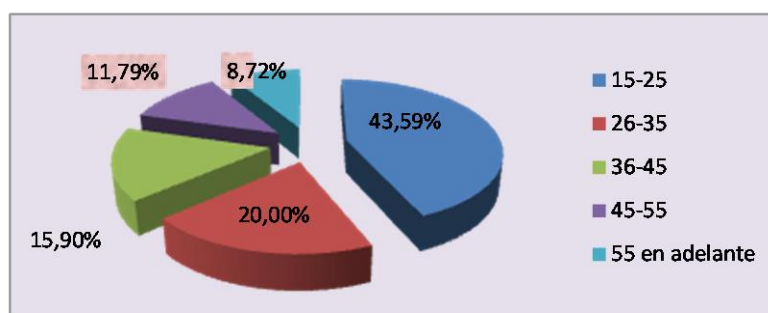
Entrevistas.- Se aplicó entrevistas a personas representativas en el área de producción y comunitario como fue a la Ing. Fanny Cachipundo Directora de Desarrollo Comunitario del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón del Municipio de Pedro Moncayo, Sr. Antoño Imba – comercializador en el Cantón Pedro Moncayo y Sr. José Catucuago Dirigente de la Comunidad Chaupiloma

2.6.4 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Resultado de las encuestas aplicadas a la población económicamente activa del cantón de Pedro Moncayo.

DATOS GENERALES**A) EDAD****TABLA N° 1**

OPCIÓN	Nº	%
15-25	85	43,59%
26-35	39	20,00%
36-45	31	15,90%
46-55	23	11,79%
55 en adelante	17	8,72%
TOTAL	195	100%

GRÁFICO N° 4

Fuente: Encuesta

Autora: Ximena Catucuago

Análisis

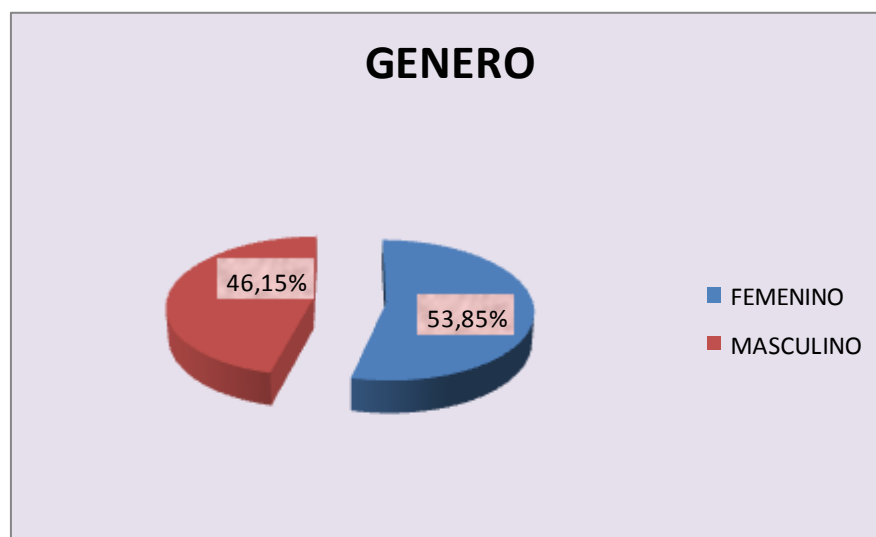
Del total de encuestas realizada en el Cantón Pedro Moncayo dentro de las Comunidad de Chaupiloma y comunidades vecinas la mayor cantidad se encuentra en el rango de edad de 15 a 25 años con el 43,59%; seguido por el rango de 26-35 con el 20%, luego el rango de 36-45 años con el 15.90%, siguiente rango de 45-55 con el 11.79% y finalmente con una participación del 8.72% el grupo de más de 55 años. El grupo de edad predominante entre los encuestados es el de 15-25 años, identificándose como el segmento de mayor consumo.

B) SEXO

TABLA N° 2

OPCIÓN	Nº	%
FEMENINO	105	53,85%
MASCULINO	90	46,15%
TOTAL	195	100%

GRÁFICO N° 5



Fuente: Encuesta

Autora: Ximena Catucuguo

ANÁLISIS

El 53,85 % corresponde a personas encuestadas de género femenino, mientras que el 46.15% de encuestas restantes fueron contestadas por el género masculino.

ANÁLISIS DE ACUERDO A LAS PREGUNTAS ESTABLECIDAS

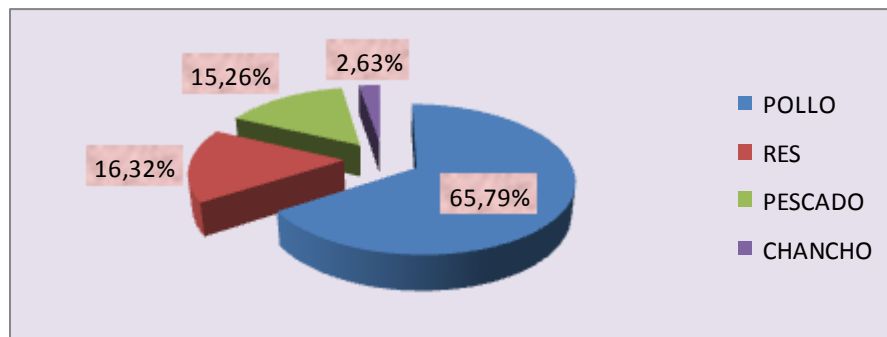
Encuesta (productores, consumidores)

1.- ¿Qué tipo de carne usted consume con más frecuencia?

TABLA N° 3

OPCIÓN	Nº	%
POLLO	125	65.79%
RES	31	16.32%
PESCADO	29	15,26%
CHANCHO	5	2,63%
TOTAL	195	100%

GRÁFICO N° 6



Fuente: Encuesta

Autora: Ximena Catucuago

ANÁLISIS

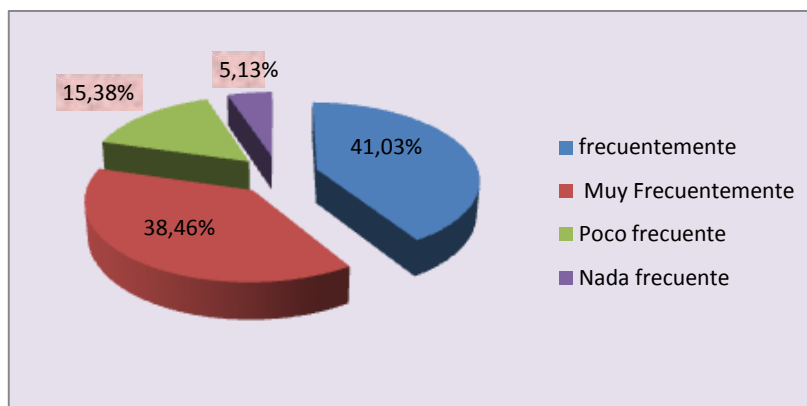
EL 65.79% nos indica que la tendencia de consumo de la carne de pollo es más relevante de acuerdo a los encuestados la misma que nos permite conocer que el proyecto será rentable, seguidamente el 16.32% por el consumo de carne de res, 15,26% pescado y el 2,63% chanco, estos porcentajes nos permite conocer que hay un potencial alto en consumo de carne de pollo como prioridad y el consumo secundario es por las demás carnes

2.-¿ Con qué frecuencia normalmente usted consume carne de pollo?

TABLA Nº 4

OPCIÓN	Nº	%
Frecuentemente	80	41.03%
Muy frecuentemente	75	38.46%
Poco frecuente	30	15.38%
Nada frecuente	10	5.13%
TOTAL	195	100%

GRÁFICO Nº 7



Fuente: Encuesta

Autora: Ximena Catcuago

ANÁLISIS

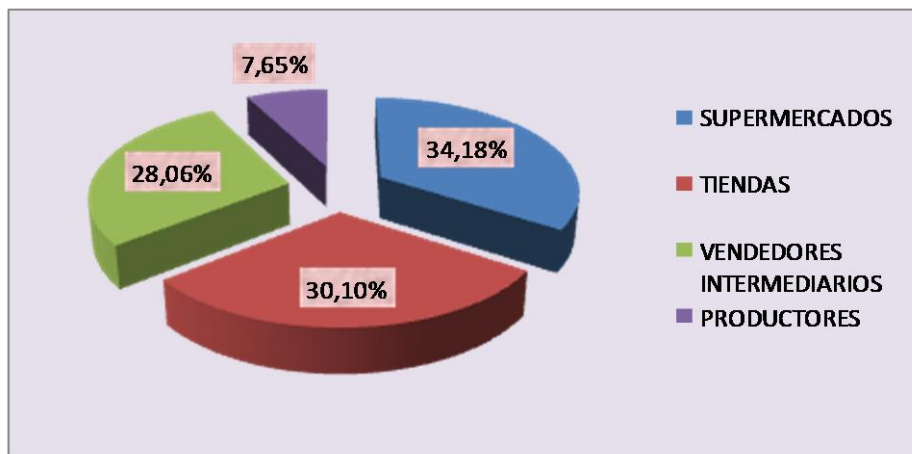
El resultado de esta pregunta nos refleja que las personas en su mayoría consumen el 41% frecuentemente la carne de pollo, indicándonos que es un producto ya relevantemente seguidamente tenemos el 38.46% que la consume muy frecuentemente dándonos la suma de los dos un porcentaje favorable para el proyecto a desarrollar, y nos indica que el 5,2% no consume la misma que es un porcentaje no relevante para un estudio a profundidad.

3.-¿Dónde frecuentemente usted adquiere este producto?

TABLA N° 5

OPCIÓN	Nº	%
SUPERMERCADOS	69	40.51%
TIENDAS	59	31.28%
VENDEDORES INTER.	55	17.95%
PRODUCTORES	15	10.26%
TOTAL	195	100%

GRÁFICO N° 8



Fuente: Encuesta

Autora: Ximena Catucugao

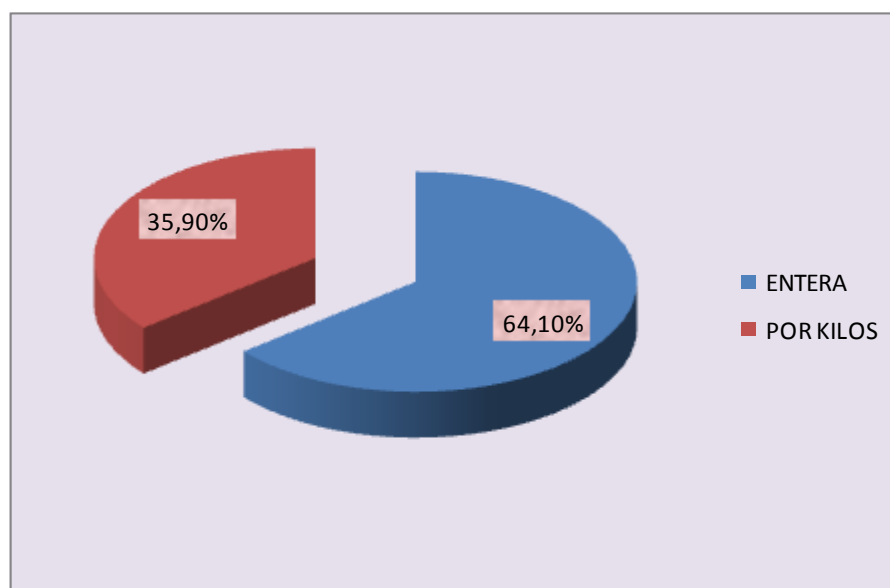
ANÁLISIS

El 34.18% nos indica que el producto lo adquiere en los supermercados, mientras que el 30.10% lo adquieren a las tiendas, y el 28.06 a los intermediario se puede observar que hay un promedio similar al momento de la compra del ave esto nos permite conocer cuál será nuestro cliente principal y en el que tendremos que trabajar y establecer el canal de distribución mas adecuados para los mismos

4.- ¿En qué presentación usted adquiere este producto?

TABLA 6

OPCIÓN	Nº	%
ENTERO	125	64.10%
POR KILOS	70	35.90%
TOTAL	195	100%

GRÁFICO Nº 9

Fuente: Encuesta

Autora: Ximena Catucuago

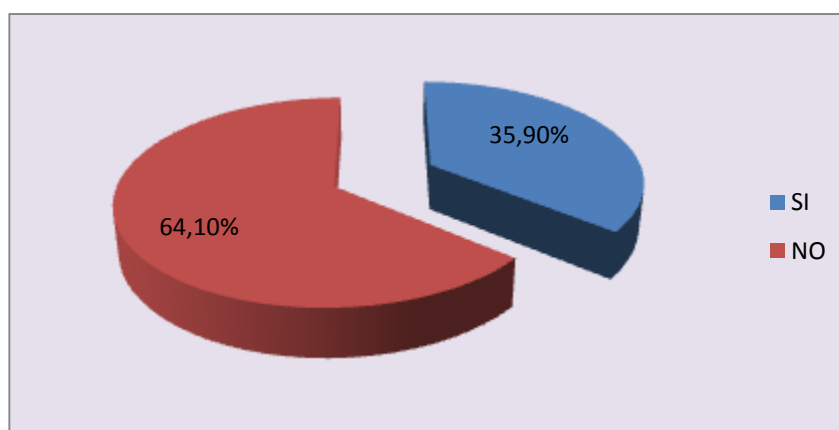
ANÁLISIS

La mayoría de los encuestados es decir el 64,10 adquieren el producto de manera entera en la que nos permite conocer nuestra manera más adecuada de presentación hacia nuestros clientes, y dar un servicio a satisfacción para futuros compradores.

5.-¿Conoce acerca de los beneficios alimenticios que implica comer Carne de pollo?

TABLA Nº 7

OPCIÓN	Nº	%
SI	70	35.90%
NO	125	64.10%
TOTAL	195	100%

GRÁFICO Nº 10

Fuente: Encuesta

Autora: Ximena Catucuago

ANÁLISIS

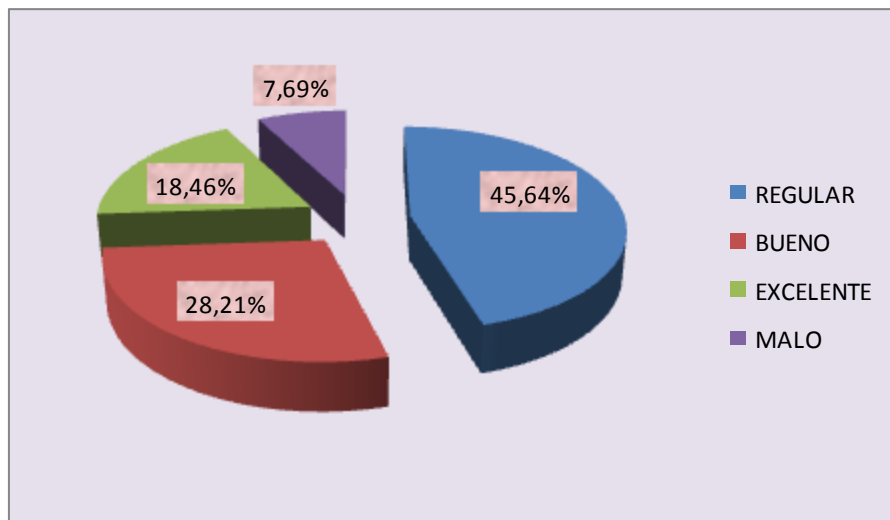
A pesar de que la carne de pollo es la de más consumo por la población más de la mitad es decir el 64.10% no conoce los beneficios y el 39.90% si conoce su valor nutricional permitiéndonos conocer que estrategias y maneras se debe trabajar en el ámbito informativo nutricional la cual se deberá informar los valor nutricionales y beneficios del producto.

6.-¿Cómo usted considera la presentación del producto que le ofrece actualmente el mercado?

TABLA Nº 8

OPCIÓN	Nº	%
REGULAR	89	45.64%
BUENO	55	28.21%
EXCELENTE	36	18.46%
MALO	15	7.69%
TOTAL	195	100%

GRÁFICO Nº 11



Fuente: Encuesta

Autora: Ximena Catucuago

ANÁLISIS

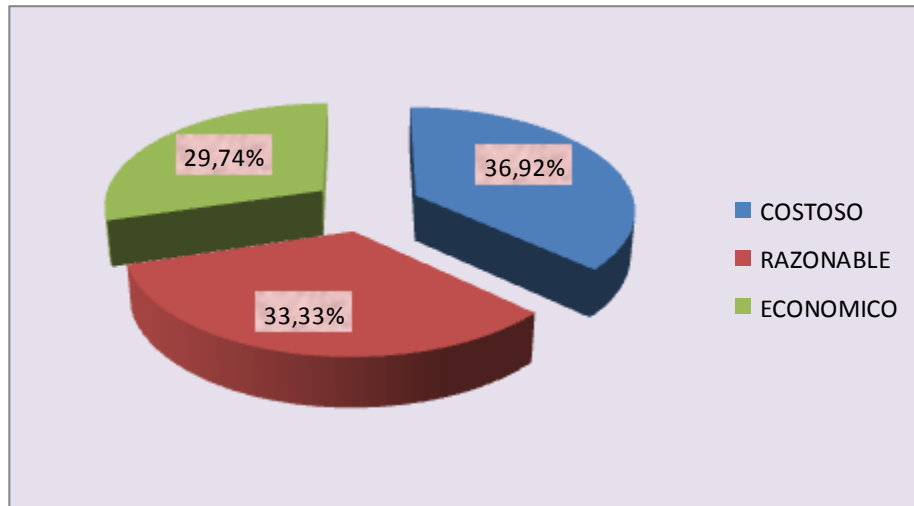
De acuerdo a los resultados nos indican que el 45.64% de la población considera regular, seguido por el 28.21% que menciona es bueno la calidad y el 7.69% malo la presentación de calidad del producto, Permittiéndonos conocer sus exigencias y en donde se deberá trabajar para mejorar la calidad de presentación de nuestro producto hacia los consumidores.

7. ¿Cómo califica el precio de la carne de pollo en el mercado?

TABLA N° 9

OPCIÓN	Nº	%
COSTOSO	72	36.29%
RAZONABLE	65	33.33%
ECONÓMICO	58	29.74%
TOTAL	195	100%

GRÁFICO N° 12



Fuente: Encuesta

Autora: Ximena Catucuago

ANÁLISIS

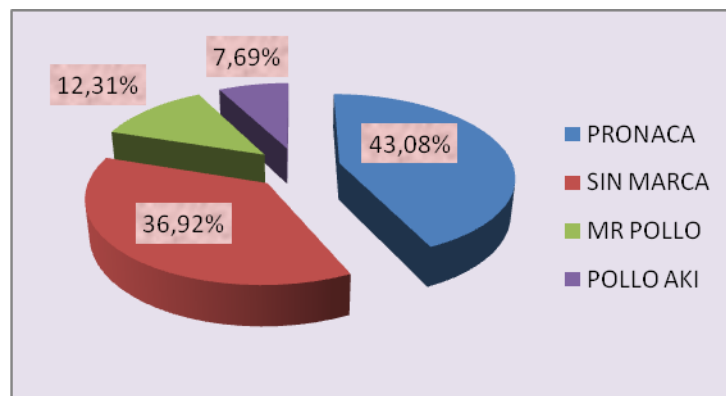
Se puede observar que las encuestas realizadas en el Cantón especialmente en las comunidades manifiestan que el precio de la Carne de pollo es costoso, es decir el 36.92% de la población esto podría ser a que la compra la hacen más en las ciudades fuera de la comunidad que directamente al productor, dando lugar a mejorar la competencia en cuanto a precios por la distancia en la que adquieren del producto, y el 33.33% es de manera razonable. Seguido por el 29.74% menciona que es el precio es de manera económica.

8.- ¿Generalmente que marca de carne de pollo compra usted para su consumo?

TABLA N° 10

OPCIÓN	Nº	%
PRONACA	84	44.10%
SIN MARCA	72	35,9%
MR POLLO	24	12-31%
POLLO AKI	15	7.69%
TOTAL	195	100%

GRÁFICO N° 13



Fuente: Encuesta

Autora: Ximena Catcuago

ANÁLISIS

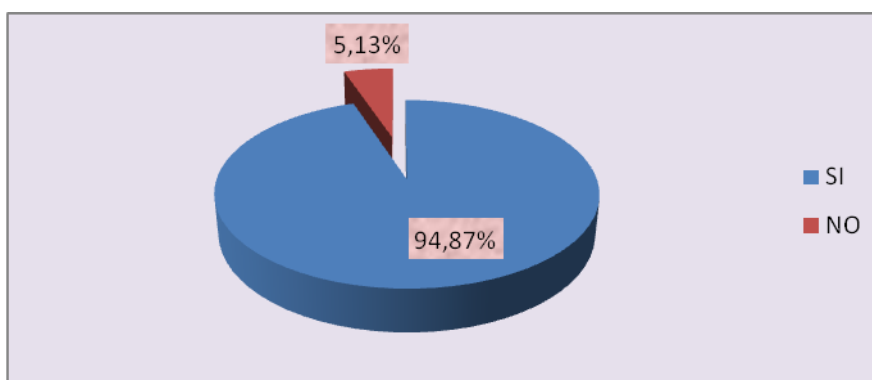
En la encuesta realizada podemos observar que el 44.10% de la población consume pollo de marca Pronaca seguido del 36.92% que consume del producto sin marca permitiéndonos conocer que tipos de estrategias utilizar para la oferta de nuestro producto y como aplicar nuestra estrategias de publicidad. Después esta el 12.31% de la población consume de marca Mr Pollo y el 7.69 del supermercado Aki

9.- ¿Ha consumido usted carne de pollo de un criadero campesino?

TABLA N° 11

OPCIÓN	N°	%
SI	185	94.87%
NO	10	5.13%
TOTAL	195	100%

GRÁFICO N°14



Fuente: Encuesta

Autora: Ximena Catucuago

ANÁLISIS

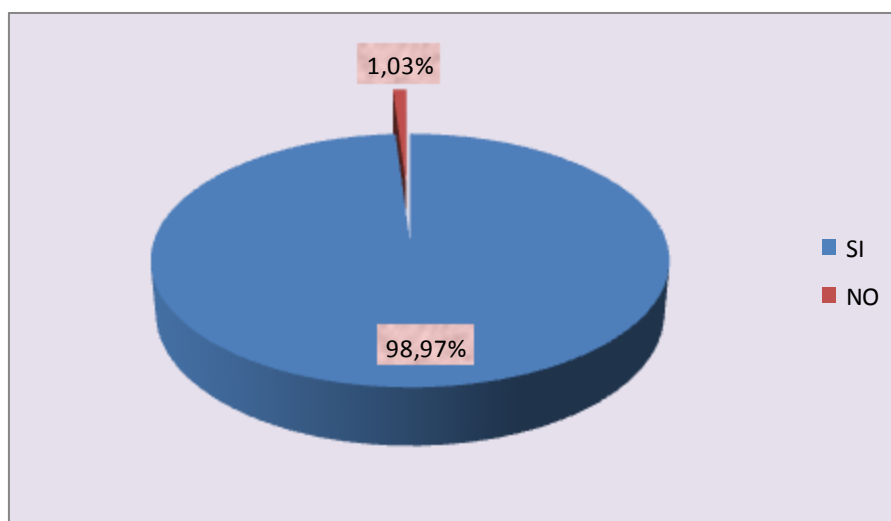
Se puede observar que el consumo de pollo de un criadero campesino es bien elevado es de un 94.87% es debido a que el proceso de crianza del pollo no contiene muchos químicos y el sabor es más delicioso por ser alimentados con más granos que balanceados. Permittiéndonos conocer que el producto es aceptable en el mercado.

10.- ¿Le gustaría adquirir la carne de pollo de un criadero campesino?

TABLA N° 11

OPCIÓN	N°	%
SI	193	98.97%
NO	2	1.03%
TOTAL	195	100%

GRÁFICO N° 15



Fuente: Encuesta

Autora: Ximena Catucugao

ANÁLISIS

En esta pregunta demuestra que el 98.97 de la población es decir la mayor parte si le gustaría adquirir carne de pollo de un criadero campesino, por su sabor, y en muchas circunstancias la facilidad de poder adquirirlas, esto nos permite conocer que el proyecto tenga beneficios.

2.6.5 ENTREVISTA

Ing. Fanny Cachipuedo Directora de Desarrollo Comunitario del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón del Municipio de Pedro Moncayo

1.- ¿Cuántos criaderos avícolas existen en el cantón?

Justamente y de acuerdo a la realización del censo agro productivo que se a realizado tanto a finales del 2011 y parte de enero del 2012 contamos con esa información y revisando los datos consideramos que los centros avícolas que existen en el Cantón son alrededor de unos 5 criaderos avícolas.

2.-¿En qué fecha se realizo el levantamiento de información a nivel cantonal de Pedro Moncayo?

Como manifesté todo termino en el mes de diciembre del 2011 todo lo que corresponde al levantamiento de fichas para las encuestas y arrancamos en el mes de enero, febrero y algo del mes de marzo donde concluimos ya este censo agro productivo

3.- ¿Dónde está ubicado el criadero avícola en el cantón?

Justamente nosotros y obviamente las mismas persona que se han dedicados a esta actividad se ve que están concentrados sobre todo en las partes donde existe un clima más cálido es así que la tendencia ha sido en el sector de tanda ubicado al sur del Cantón Pedro Moncayo

4. ¿Cree usted que sea factible un criadero avícola en el Norte del Cantón Pedro Moncayo.?

Justamente y desde la misma Dirección de Desarrollo Comunitario nosotros hemos venido trabajando y obviamente impulsando el trabajo en el sector agropecuario del Cantón y Justamente a través del centro desarrollo empresarial con el convenio con el Ministerio de industrias y productividad nosotros hemos estado apoyando a los emprendedores quienes tiene su idea de negocio, y obviamente en el cantón al ver que contamos con pocos centros avícolas realimente la población ya debe dejar en este caso de ver solo una

actividad económica es decir un nivel de vida bajo en el trabajo de las florícolas y que vean su oportunidad de crecer y desarrollo sería muy importante considerar esa idea en otra de las parroquias y sobre todo en la parroquia de Tupigachi que es una parroquia totalmente tiene sus campos sus tierras para desarrollar toda una actividad agropecuaria es fundamental que se de este tipo de actividad no estaría demás que se inicie esa idea de negocio.

5.- ¿Qué cantidad o volumen se está produciendo actualmente en el cantón En estos 5 criaderos de pollos que se tiene levantado la información se tiene una estimación de unos 1000 pollos hasta alrededor de unos 3000 casi esto sumado entre los cinco llega a una producción de unos 9000 pollos al mes y obviamente se levanto la información que un promedio de 2.8 que las personas tienden a tener sus aves en viviendas y es un consumo más familiar que económica.

Sr. Antonio Imba – comercializador de carne de pollo en el Cantón Pedro Moncayo

1.-¿ Cuantos proveedores existente en el Cantón Pedro Moncayo?

Aproximadamente somos 10 proveedores que existen aquí en el Cantón Pedro Moncayo.

2.-¿ Qué cantidad de aves vende en el Cantón Pedro Moncayo?

Entre todos los proveedores estamos entre atendiendo aproximadamente unos setecientos aves de las cuales aproximadamente se quedan trescientas en Pedro Moncayo y cuatrocientas en Cayambe al mercado

3.-¿ De dónde usted adquiere el producto el ave?

Yo compro a micro o pequeños productores de aquí del cantón Pedro Mocayo pero lamentablemente no tenemos suficientes aves como para adquirir a ellos yo en lo personal y en la mayor parte de los compañeros estamos proveyéndonos de Granjas avícola grandes fuera del Cantón.

4.- ¿ A qué precio adquiere la carne de pollo y a como la comercializa?

En lo que corresponde a cuestión de precios no es estable se maneja a la oferta y la demanda cuando hay sobre producción de aves lógicamente el precio baja considerablemente actualmente a la fecha se esta consiguiendo a \$0.95 ctvs la libra y se lo comercializa a tiendas a \$1.20

Sr. José Catucuago Dirigente de la Comunidad Chaupiloma

1.-¿Estaría usted de acuerdo que en la Comunidad de Chaupiloma exista una microempresa comunitaria de un criadero avícola?

Es muy importante que este proyecto se realice en esta comunidad porque nos hace falta, primero sería importante el ingreso económico y también el empleo ingresaría aquí porque realmente en la comunidad no existe este tipo de empleos ya que la gente han migrado han ido a la ciudad a las empresas florícolas y nos a hecho falta para que la gente de la comunidad se que por otro lado también usted sabe que el abono orgánico que sale de las pollos nos sirve para la comunidad para los terrenos ya que los químicos no es muy durable

2.-¿Como se beneficiaría la comunidad?

Beneficiaríamos consumiendo el ave a un costo más razonable porque aquí en la comunidad no existen proveedores de aves, y si existieran la empresa nosotros entregaríamos a otros lados

2.6.6 LA OBSERVACIÓN

Oferta.- mediante la observación de pudo apreciar que en los diferentes mercados (tiendas, Gran AKI, Santa María, mercados locales) el producto más adquirido por las personas es la compra de ave, sea para consumo familiar o para restaurants, asaderos, etc, es un producto prácticamente de consumo primarios para las personas.

Demanda dentro de esta se puedo identificar que las personas de la parte urbana de la ciudad adquieren el ave de los supermercado y las personas de la parte rural adquieren el ave sin marca es de decir de los intermediarios en los mercados

Procesamiento se pudo observar en uno de los criaderos del Cantón Pedro Moncayo en la comunidad de Tanda las siguientes puntos, la alimentación del ave no contiene el exceso de balanceados, solamente lo necesario es decir para su crecimiento y desarrollo del ave la alimentación la combinan entre maíz, cebada, morochillo, la salida del ave depende del cliente en pie o pelado variando el precio del ave.

2.7.- MATRIZ FODA

Fortalezas

- ❖ Contar con disponibilidad suficiente de terrenos y una infraestructura vial adecuada.
- ❖ Contar con una comunidad organizada y funcional, para el desarrollo de actividades sociales, económicas y culturales
- ❖ Existencia de sedes sociales para las reuniones, talleres o capacitaciones de los grupos organizados.
- ❖ Se puede utilizar insumos alimenticios para las aves cultivados en la misma comunidad
- ❖ Ofrecer un producto saludable, es decir la aves serán alimentadas sin la aplicación de hormonas y aditivos,

Oportunidades

- ❖ Tendencia progresivo en el consumo de la carne de ave
- ❖ La ubicación geográfica de la microempresa es adecuada, es decir se encuentra cerca de nuestros clientes.
- ❖ Existen fuentes de financiamiento y asesoramiento para la pequeña empresa que promueve el Municipio de Pedro Moncayo el Departamento de Desarrollo Comunitario en convenio con el MIPRO.

- ❖ No existe otras granjas cercanas a la comunidad

Debilidades

- ❖ El mercado local no conoce las bondades alimenticias y nutritivas de la carne de Pollo.
- ❖ Ser una microempresa nueva que todavía no se ha posicionado en el mercado y la desconfianza que esto genera.
- ❖ No contar con estrategias publicitarias.
- ❖ Menos experiencia que la de los competidores principales.

Amenazas

- ❖ Competidores de marcas reconocidas en el mercado nacional e internacional.
- ❖ Enfermedades avícolas
- ❖ Aumento en la oferta de productos sustitutos en el mercado
- ❖ Cambios climático

2.8 COMBINACIÓN DE VARIABLES DE MATRIZ FODA PARA DISEÑO DE ESTRATEGIAS

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
OPORTUNIDAD	FO	DO
AMENAZA	FA	DA

FORTALEZAS-OPORTUNIDADES (FO)

- Fomentar la colaboración y participación de las Identidades Gubernamentales que nos ofrecen
- Dar importancia al desarrollo organizacional para el fortalecimiento de la microempresa.
- Crear grupos de trabajo y capacitarlos en cuanto a producción, alimentación para la crianza de aves
- Aprovechar los eventos sociales comunitarios.

FORTALEZAS - AMENAZAS (FA)

- Realizar mingas comunitarias para el mantenimiento adecuado de la infraestructura vial así evitar molestias a nuestro consumidores.
- Crear un plan de prevención de plagas y enfermedades avícolas
- Fortalecer a la comunidad en el ámbito organizacional así poder hacer frente a nuestros competidores.

DEBILIDADES-OPORTUNIDADES (DO)

- Aprovechar la disposición y entrega de los beneficiarios con la finalidad de liderar la microempresa
- Realizar estrategias de publicidad, a través de promociones, tiempos de entrega y ofreciendo un producto saludable.
- Dar a conocer los beneficios de la carne de ave de un criadero campesino,
- Ofrecer un servicio rápido y seguro a las comunidades vecinas

DEBILIDADES-AMENAZAS (DA)

- Programar capacitaciones integrales, en técnicas de preparación, atención al cliente y estrategias de negocios para hacer frente a cualquier situación
- Elaboración de un logo y slogan llamativos para reconocimiento de la microempresa
- Realizar constantes medidas adecuadas para el aseo de los galpones.
- Observar cautelosamente el comportamiento de nuestros competidores.

2.9 DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO

Una vez que se ha realizado la investigación de campo sobre la base de variables e indicadores relevantes y trascendentes al tema del presente proyecto, se cuenta con suficientes elementos y argumentos técnicos que permiten evidenciar la problemática existente.

Se ha de determinado que la comunidad de Chaupiloma y comunidades vecinas pertenecientes al cantón Pedro Moncayo, al no contar con los recursos económicos necesarios los comuneros tienden a la migración hacia empresas florícolas bajo maltratos y discriminaciones con remuneraciones y salarios muy bajos, a su vez dejando en abandono a los hijos en sus hogares permitiendo que se genere un nivel socioeconómico bajo.

Por tal motivo se ha visto la necesidad de analizar el desarrollar de un proyecto “Emprendimiento y Desarrollo Microempresarial Comunitario de un Criadero Avícola en la Comunidad de Chaupiloma del Cantón Pedro Moncayo”

Que permitiría promover un centro socio económico para los comuneros, otorgándoles la posibilidad de trabajar en conjunto para obtener ganancias, basado en la cría de pollos, donde el producto principal son la producción y comercialización de las mismas. También facilita tener acceso inmediato ya que es un componente de la canasta básica

CAPÍTULO III

INGENIERÍA DEL PROYECTO

3 NOMBRE DEL PROYECTO

EMPRENDIMIENTO Y DESARROLLO MICRO EMPRESARIAL COMUNITARIO DE UN CRIADERO AVÍCOLA EN LA COMUNIDAD DE CHAUPILOMA DEL CANTÓN PEDRO MONCAYO.

3.1 MACRO LOCALIZACIÓN

El proyecto está ubicado en la República del Ecuador, Provincia de Pichincha, Cantón Pedro Moncayo.

GRÁFICO Nº 16 MAPA PROVINCIA DE PICHINCHA

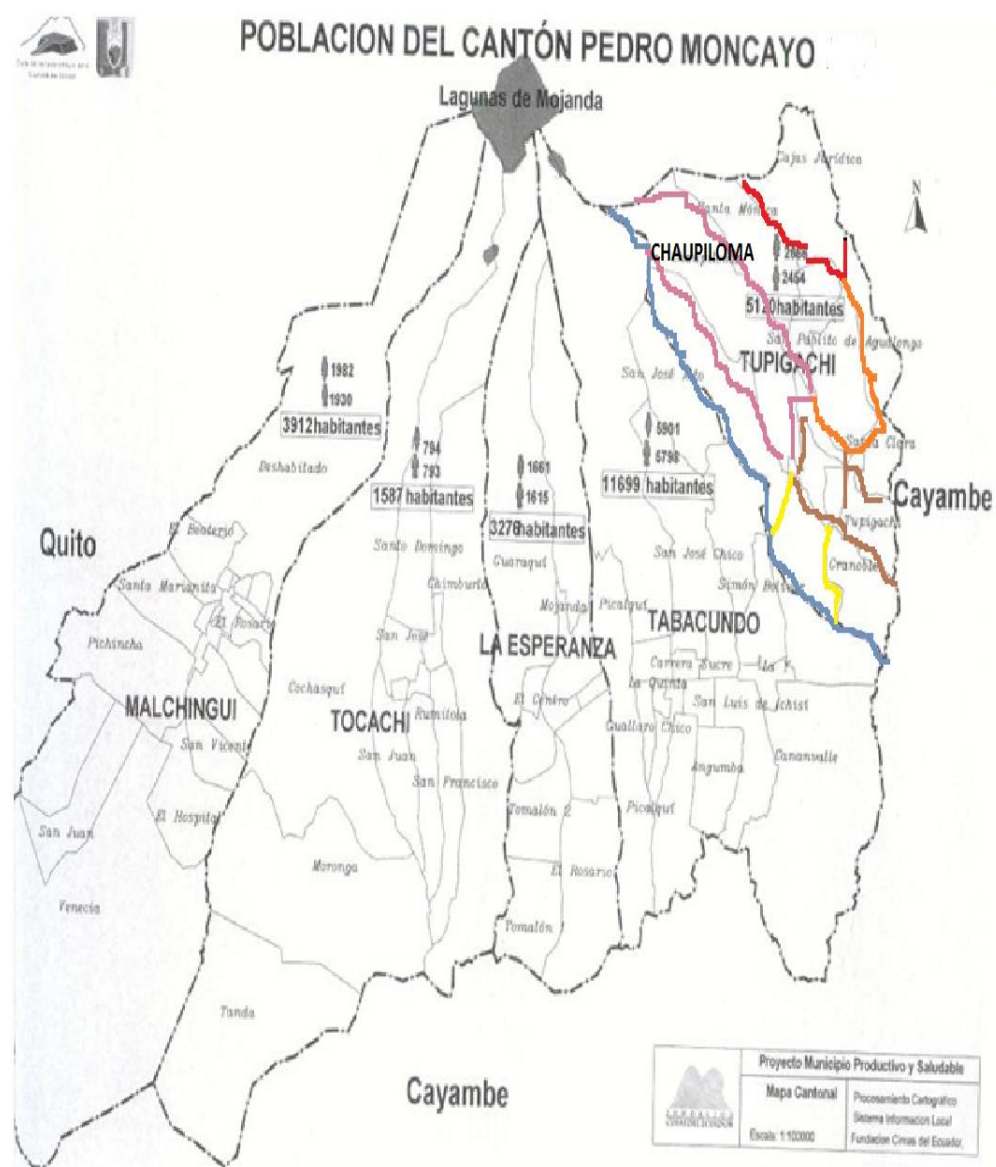


FUENTE: INTERNET -MAPAS

3.2 MICRO LOCALIZACIÓN

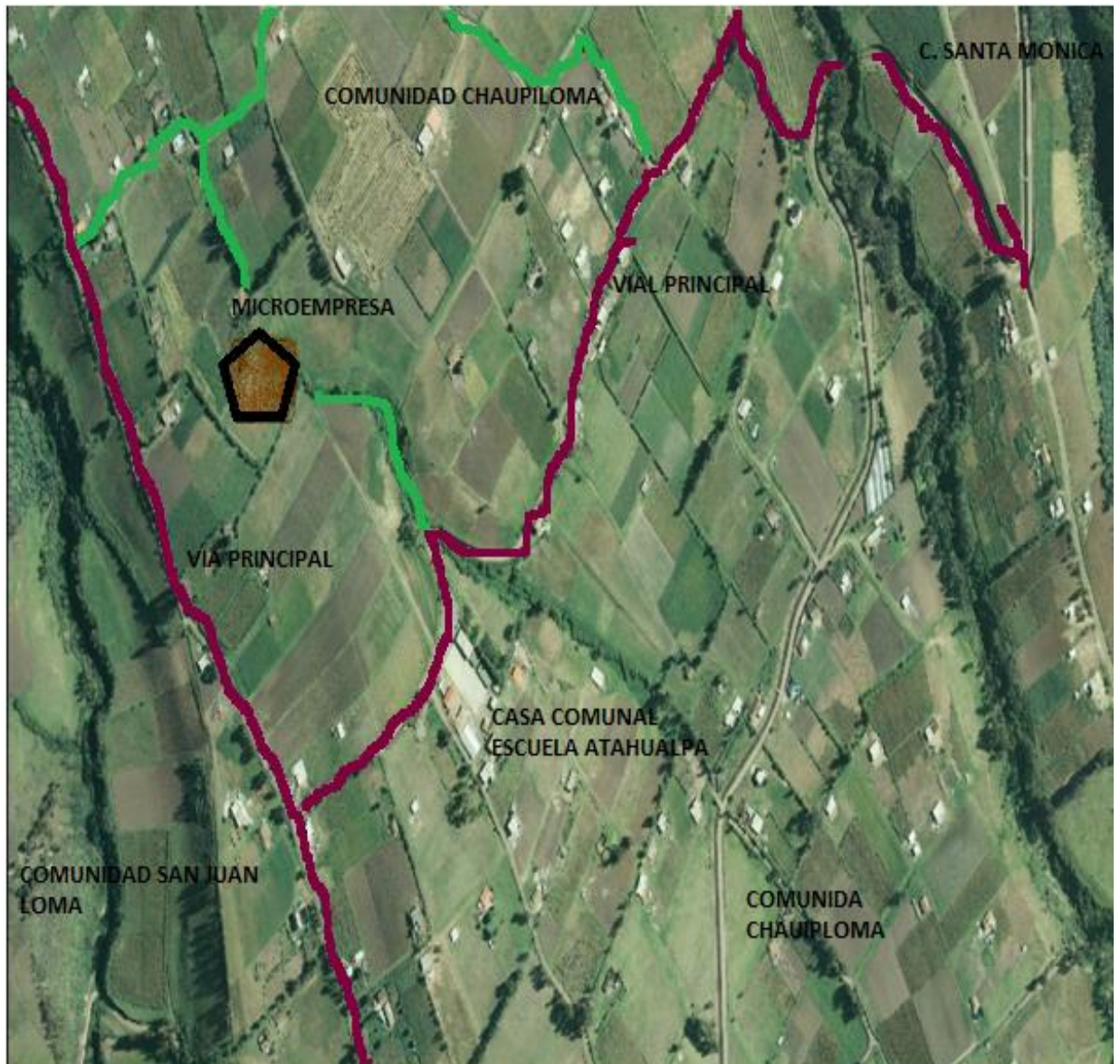
La localización de la microempresa comunitaria avícola estará en la comunidad de Chaupiloma de la Parroquia Tupigachi del Cantón Pedro Moncayo de la Provincia de Pichincha.

GRÁFICO Nº 17 MAPA ECUADOR



FUENTE: INTERNET- MAPAS

GRÁFICO N° 18 COMUNIDAD DE CHAUILOMA



3.3. IMAGEN CORPORATIVA

3.3.1. NOMBRE DE LA EMPRESA

- CAMPOLLO

3.3.2. ESLOGAN

“CAMPOLLO LA SENSACIÓN NUTRICIONAL DEL BUEN COMER”

3.3.3. LOGOTIPO

GRÁFICO N°19 LOGO CRIADERO AVÍCOLA



3.4 PROPUESTA ADMINISTRATIVA

3.4.1 MISIÓN

Emprender una microempresa dedicada a la crianza, producción, y comercialización de carne de ave, Promoviendo el desarrollo y el emprendimiento micro empresarial comunitario, generando empleo y crecimiento integral a la comunidad de Chaupiloma ofreciendo un producto de excelente calidad y valor nutricional, a precios competitivos y preservando el medio ambiente satisfaciendo las necesidades alimentarias de nuestros clientes

3.4.2 VISIÓN

Ser en el 2019 una microempresa avícola líder en el mercado local y regional, presentándose como una excelente alternativa alimentaria saludable, con ética y profesionalismo en calidad nutricional y servicio para todos los consumidores

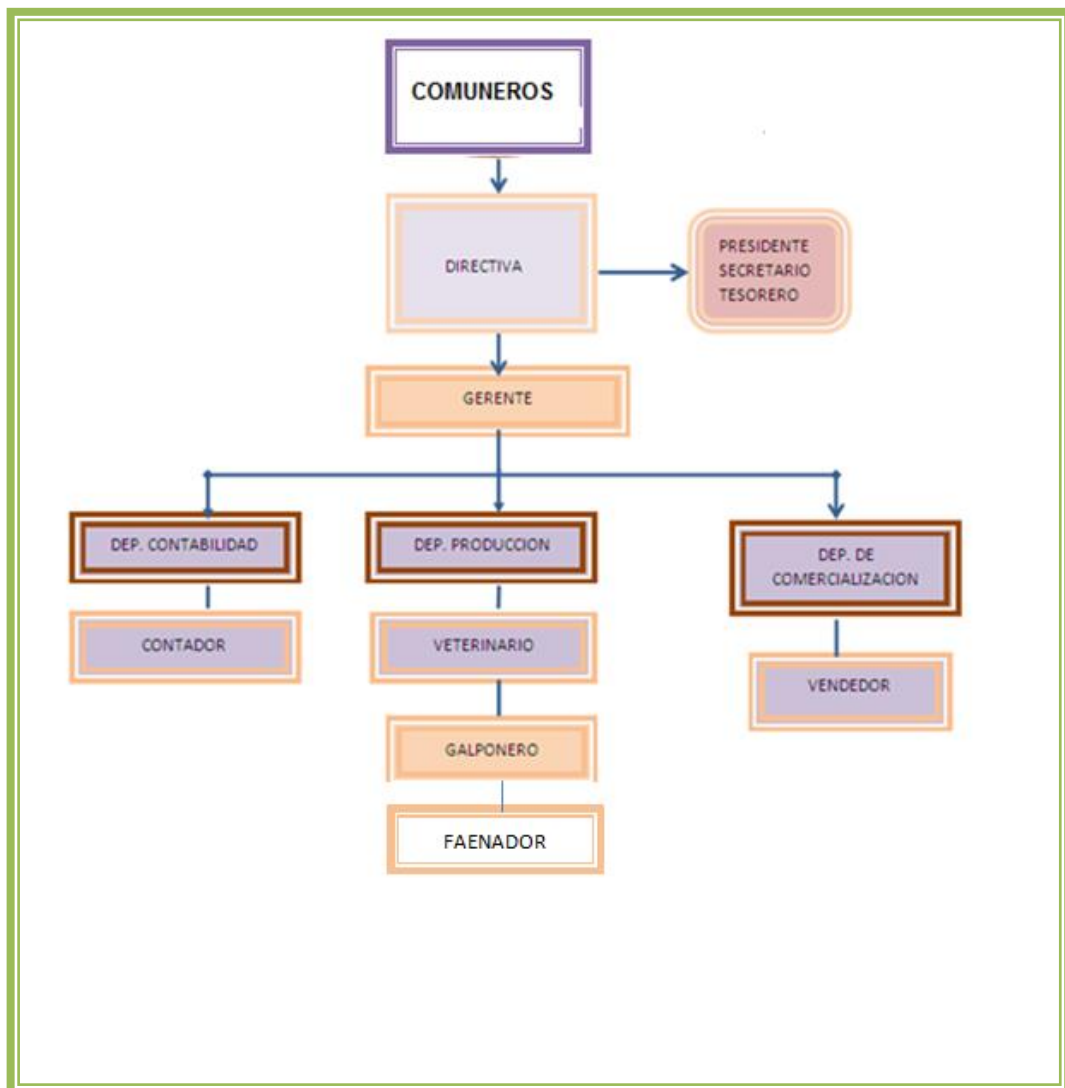
3.4.3 VALORES

- Compromiso
- Respeto
- Confiabilidad.
- Honradez.
- Trabajo en equipo: unir esfuerzos para trabajar dinámicamente en satisfacer a nuestros clientes internos y externos.

3.4.4 POLÍTICAS

- Garantizar la calidad de nuestro producto, brindando confianza y satisfacción al cliente.
- Contribuir en el cuidado ambiental a través de una permanente capacitación a involucrados.
- Utilizar medios publicitarios adecuados para llegar a nuestros clientes de una manera efectiva.
- Informar y educar al cliente acerca del correcto manejo del producto de la microempresa, para garantizar su seguridad alimentaria.
- Mejorar continuamente todos los procesos de la organización.

3.4.5 ORGANIGRAMA DE LA MICROEMPRESA



3.4.6 MANUAL DE FUNCIONES

3.4.6.1 FUNCIONES DE LOS DIRIGENTES DE LA COMUNIDAD JURÍDICA CHAUPILOMA

COMUNEROS (ASAMBLEA GENERAL)

Es la máxima autoridad, está compuesta por los miembros de la comunidad. Esta tiene bajo su responsabilidad la aprobación de los estatutos, normas internas, reglamentos y políticas. Además de revocar decisiones tomadas por sus demás órganos y la distribución de excedentes si los hubiera.

CARGO

PRESIDENTE

- ❖ Citar a asamblea ordinaria o extraordinaria
- ❖ Ejecutar los acuerdos de la asamblea
- ❖ Representar a la Organización legalmente
- ❖ Rendir cuenta trimestrales a la asamblea del manejo de los recursos y del funcionamiento.

CARGO

SECRETARIO

- ❖ Custodia de la documentación de la comunidad:
 - ✓ Libro de actas de las juntas de comuneros
 - ✓ Convocatorias, comunicaciones y apoderamientos.
 - ✓ Demás documentos relevantes de las reuniones.
- ❖ Exender certificados de residencia y mantener el registro de los comuneros.
- ❖ Informar cada seis meses las asistencias de las reuniones mantenidas y de las mingas.

CARGO

TESORERO

- ❖ Recaudar todos los recursos que reciba.
- ❖ Detallar informes de los ingresos y egresos.
- ❖ Gestionar recursos y/o apoyo de varias entidades públicas y privadas.
- ❖ Coordinar con el contador general en cuanto a los informes.
- ❖ Emitir informes de las actividades realizadas

3.4.6.2 FUNCIONES Y PERFILES BÁSICAS DE LAS UNIDADES ADMINISTRATIVAS

Las funciones se ejecutaran de acuerdo a las etapas del proceso administrativo tales como la planificación, organización, departamentalización, integración y dirección. A continuación se describen algunas características generales de cada unidad administrativa

DEPARTAMENTO DE GERENCIA

Constará con un equipo de trabajo compuesto por personas con experiencia en distintos campos, quienes serán responsables de sus respectivas áreas.

Las decisiones se toman entre el Administrador y el Presidente, sin embargo los temas muy delicados se deciden a través de la Asamblea General. Los resultados de la gestión A fin de fortalecer, se brindará a los beneficiarios capacitaciones.

CARGO:

GERENTE

PERFIL:

- Título de tercer nivel ingeniería en administración de empresas y afines
- Dos años de experiencia en puestos similares
- Tener capacitaciones en el área de talento humano.

FUNCIONES:

- Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades realizadas por la microempresa comunitaria avícola.
- Conocer y analizar mensualmente, las actividades de inversiones, producción y otras operaciones.
- Supervisar y coordinar las actividades que desarrollan las diferentes unidades administrativas bajo su dirección.

- Planificación de capacitaciones para el personal
- Solucionar conflictos e inconvenientes que se presenten con el personal.
- Dar cumplimiento a la programación anual para alcanzar los objetivos.

DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD

Se encargará del manejo financiero, analizar las situaciones internas, manteniendo el registro contable, de los movimientos de la cooperativa en los libros auxiliares legalizados para el efecto.

CARGO:

CONTADOR

PERFIL:

- Título de tercer nivel Licenciatura o Ingeniería en Contabilidad tener CPA

FUNCIONES:

- Llevar las cuentas de la empresa en forma clara y transparente
- Realizar los trámites tributarios de la empresa
- Es la persona que se encarga de la afiliación al seguro del personal y los pagos al Seguro Social.
- Coordinar con la gerencia para realizar los respectivos pagos a proveedores.
- Organizar y establecer las cuentas para cubrir costos y gastos.
- Presentar reportes presupuestarios, contables y financieros
- Pagos cuentas pendientes, nómina empleados
- Elaboración de balances anuales.

DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN

Se encargará de vigilar que la producción del pollo de engorde, sea lo más ordenada posible, que la alimentación sea la indicada, observar el peso de las aves, controlar la aplicación de las medicinas, el aseo de galeras, la limpieza de bebederos y comederos y la distribución de agua limpia.

CARGO:

MÉDICO VETERINARIO

PERFIL:

- Título de tercer nivel Médico Veterinario

FUNCIONES:

- Aplica tratamientos a las aves
- Brinda apoyo técnico en el área de su competencia
- Inspecciona y supervisa las actividades de mantenimiento
- Realiza inventario de insumos y requisición de los mismos.

CARGO:

GALPONERO

PERFIL:

- Bachillerato en Agronomía o similares

FUNCIONES:

- Llevará registros de ingreso y egreso de pollos, de mortalidad, de consumo diario de alimento, agua, de sanidad, manejo y de todo lo concerniente al proceso productivo.
- Planifica, organiza, integra, y ejecuta las labores del proceso productivo de pollos, conjuntamente con el administrador y jefe de producción.
- Colocar los pollos en los distintos galpones.
- Reportar cualquier inconveniente a su jefe.

CARGO:

FAENADOR

PERFIL:

- Bachillerato en Agronomía o similares

FUNCIONES:

- Realizar el proceso de faenamiento

DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN

CARGO:

VENDEDOR

PERFIL:

- Estudiante universitario en marketing.

FUNCIONES:

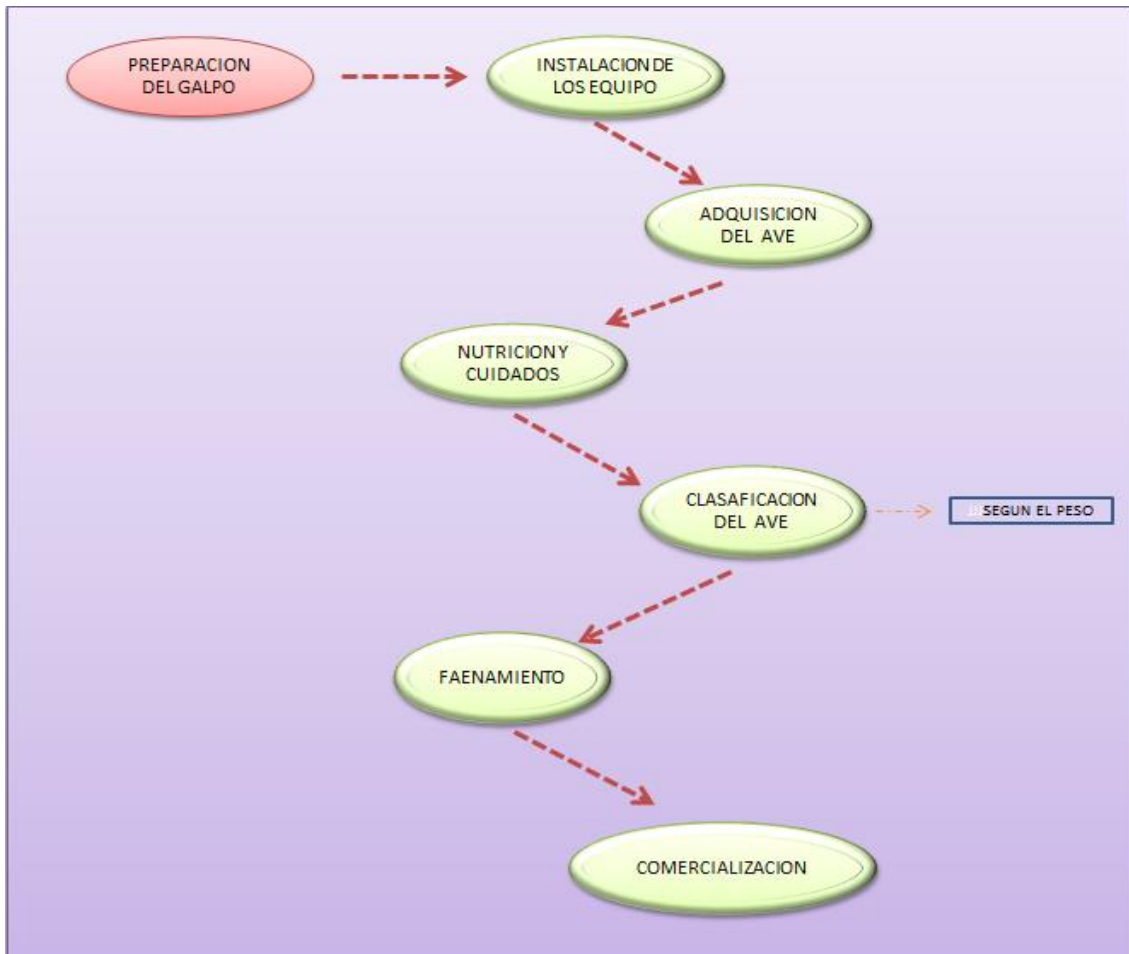
- Elaboración de estrategias de ventas y compras de materiales y productos terminados Brinda apoyo técnico en el área de su competencia.
- Búsqueda y vista a posibles clientes.
- Elaboración de estrategias de ventas y compras de materiales y productos.
- Distribución y entrega oportuna
- Diseñador de estrategia de comercialización, promociones y publicidad

3.5 PROPUESTA OPERATIVA

El Área del terreno seleccionada para el proyecto, está ubicado en la comunidad de Chaupiloma, sus características satisfacen las necesidades estrictamente sanitarias y legales establecidas en el Reglamento de granja agrícolas que indican su localización en lugares protegidos de inundaciones y lo más alejado posible de plantas de faena miento y basureros.

3.5.1 DIAGRAMA GENERAL DE PROCESO

3.5.1.1 DIAGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO

GRÁFICO N° 20 PROCESO PRODUCTIVO AVÍCOLA**3.5.1.1.1 Las Instalaciones**

Las instalaciones estarán ubicadas en el sector de la comunidad Chaupiloma perteneciente al Cantón Pedro Moncayo, se contará con 1 galpón tendrá una superficie de 120 m² el cual irá de norte a sur con el objetivo de aprovechar el calor solar que se tiene en el sector, estos galpones tendrán una cubierta de eternit con doble caída, las paredes serán de ladrillo con una altura de 1.60 mts, se cubrirá con una malla metálica para evitar el ingreso de otros animales además para poder oxigenar el ambiente, en el interior y exterior se colocará 2 cortinas laterales independientemente esto con el fin de proteger el ingreso de polvo, moscos, considerados como agentes contaminantes.

3.5.1.1.2 El piso

Debe ser de cemento de un espesor de 8 a 10 cm, con un desnivel del 3% de los extremos al centro para cuando se desocupe el aseo y desinfección de este sea más fácil contará con 6 canales de ventilación al exterior.

3.5.1.1.3 Criadora

El pollo de engorde en sus primeros días es incapaz de regular su temperatura corporal, debido a su inmadurez cerebral, por esto es importante la utilización de fuente de calor externa. Las criadoras pueden ser de gas, petróleo o eléctricas asegurando un ambiente favorable para que el pollo coma, y que todo el alimento se transforme en carne y no se pierda en la producción de calor corporal. Existen criadoras para 500 pollitos, y para 1000, se debe regular bien la temperatura ya que si el ambiente está muy caliente el pollito se amontonará en los extremos del galpón, y si sucediera lo contrario, se amontonaría debajo de la criadora o el centro del galpón. En cualquiera de las dos circunstancias en las cuales el pollo se amontona, podría haber aumento de la mortalidad por asfixia o semanas después problemas de edemas.

3.5.1.1.4 Bebederos automáticos

Se utiliza 1 bebedero automático por cada 100 pollos existen 2 variedades (válvula y de pistola), los cuales facilitan el manejo para que el operario encargado no tenga que entrar tanto al galpón, ya que esto produce estrés en los pollos. Además que los animales contarán siempre con agua fresca y disponible, se utilizan a partir de la segunda semana de vida del pollo para esto los galpones contarán con un tanque de almacenamiento de agua, también contará con canales adicionales los cuales se irán activando de acuerdo a la necesidad.

3.5.1.1.5 Bandejas de recibimiento

Son comederos que se pueden realizar con las cajas en las que vienen los pollitos de la incubadora o existen unas comerciales que venden para dicha etapa “comedero bebe” utilizamos 1 por cada 100 pollitos

3.5.1.1.7 El termómetro

Es importante en las primeras semanas para controlar la temperatura, debe colocarse en el centro del galpón a unos 60 cm. del suelo, llevar registros escritos de estos datos.

3.5.1.1.8 La báscula

Es importante tener una báscula en el galpón para realizar pesajes semanales, llevando un control del comportamiento productivo.

3.5.1.1.9 Bomba de aspersión

Se utiliza para desinfectar los galpones luego de cada producción para disminuir carga bacteriana.

3.6 PREPARACIÓN DEL GALPÓN PARA LA RECEPCIÓN DE POLLOS

3.6.1 Cama

Esta se puede realizar con viruta, cascarilla de arroz, café o aserrín de preferencia poner la viruta ya que los otros materiales son muy pequeños pudiendo haber consumo por parte de los pollos produciendo una disminución en el consumo de alimento, debe tener una dimensión de 8 a 10 cm esta ayuda a limitar la pérdida de calor de las aves y evita las lesiones su espesor dependerá de su capacidad de absorber las deyecciones durante el período de cría.

3.6.2 Iluminación

Las lámparas de luz se distribuirán 4 en cada lado es decir 8 en cada galpón. Una vez instalado e implementado los galpones se esperan la llegada de los pollitos.

3.6.3 El día del recibimiento

Con anterioridad al día del recibimiento consultar con el distribuidor el día y la hora de llegada del pollito, esto con el fin de colocar al agua en los bebederos una hora antes de la llegada y controlar la temperatura adecuada en las guarda criadoras.

Los bebederos se lavan y desinfectan todos los días, con un producto yodado, no se desinfecta con yodo cuando se va a administrar algún antibiótico, pues el yodo puede inactivar el medicamento, tan solo se lava el bebedero. En lo posible colocar una base para que estos no se llenen de viruta no tan altos pues lo pollitos no alcanzarían a beber.

El agua para el primer día debe contener vitaminas, siguiendo las recomendaciones del técnico de la planta.

La temperatura debe estar entre 30° y 32 °C, si la temperatura está muy alta se hace manejo de cortinas, y si la temperatura está muy baja se enciende la criadora.

Por lo general cada caja contiene 100 pollitos y 2 de sobrante, y en la caja también dice si son machos o hembras si se dispone de dos galpones o más las hembras irán aparte de los machos.

El pollito al primer día de nacido todavía se alimenta del saco vitelino (la yema del huevo), por lo tanto es preciso que éste se absorba pues de lo contrario se infecta, y muere el pollito es por eso que se debe esperar una o dos horas de la llegada para suministrar el alimento, éste será de tipo iniciación. Se observa

con detenimiento el lote de pollitos, aquellos que no estén activos, con defectos, ombligos sin cicatrizar, etc. se sacrifican inmediatamente.

3.6.4 Primera semana

- Revisar la temperatura constantemente, esta debe estar entre 30° y 32 °C. de lo contrario realizar manejo de cortinas si es necesario bajar y subir cortinas 10 veces al día.
- Realizar manejo de camas, sobre todo debajo y al lado de los bebederos, esta operación se realiza muy temprano en la mañana, el manejo de camas consiste en remover la cama.
- Lavar y desinfectar todos los días los bebederos.
- El primer día suministrar en el agua de bebida vitaminas.
- El segundo y tercer día se suministra en el agua de bebida un antibiótico para prevenir enfermedades respiratorias.
- Limpiar las bandejas que suministran el alimento.
- Del tercer al séptimo día se pueden vacunar contra, Bronquitis Infecciosa y otras enfermedades.
- Verificar el consumo de alimento e inventarios.
- Verificar la pureza del agua de bebida.
- Realizar manejo de limpieza dentro y fuera del galpón.
- En las noches encender la criadora y acostar al pollito (que todos se encuentren debajo de la criadora).

3.6.5 Segunda semana

- La temperatura debe estar entre 26° y 28 °C la primera labor del día es apagar las criadoras y bajar las cortinas totalmente, claro que si la temperatura está muy por debajo de 26°C esperar a que la temperatura se regule. Es un error encerrar el galpón completamente después de la segunda semana las cortinas se utilizan principalmente en las noches.
- Lavar y desinfectar todos los días los bebederos.
- Salen los bebederos manuales y entran los bebederos automáticos.
- Verificar el consumo de alimento e inventarios.

3.6.6 Tercera semana

- La temperatura debe estar entre 24° y 26 °C.
- Al día 21 en lugares cálidos se debe quitar las cortinas con el fin de dar un ambiente más moderado,
- Una vez quitadas la cortina definitivamente se lavan, desinfectan y se guardan.
- El cambio de alimento se realiza en esta semana, se pasa de iniciación a finalización más o menos en el día 23, 24, 25 cuando el pollo ya haya consumido el 40% de iniciación.
- Salen las criadoras.
- Se arman los comederos tubulares, y se gradúan a la altura de la espalda del pollo.
- Lavar y desinfectar todos los días los bebederos.
- Realizar pesajes 2 veces por semana y anotar en el registro.
- Anotar en el registro las mortalidades.
- Verificar el consumo de alimento e inventarios.
- Verificar la pureza del agua de bebida.
- Realizar manejo de limpieza dentro, fuera del galpón y de la bodega.

3.6.7 Cuarta semana

A partir de esta semana hay menos actividades de manejo, pues el pollo ya está ampliado por todo el galpón, no hay criadoras, ya están los bebederos automáticos y comederos de tolva.

- Desinfectar los bebederos automáticos todos los días.
- Verificar la mortalidad y anotar en los registros.
- Nivelar comederos y bebederos.
- Verificar el consumo de alimento e inventarios.
- Verificar la pureza del agua de bebida.

- Realizar manejo de limpieza dentro, fuera del galpón y de la bodega.
- Revisar que ya estén lavados y desinfectados, bebederos, bandejas de recibimiento, guarda criadora, cortinas y demás

3.6.8 Quinta semana

- Desinfectar los bebederos automáticos todos los días.
- Realizar pesajes 2 veces por semana y anotar en los registros. Verificar la mortalidad y anotar en los registros.
- Realizar manejo de camas.
- Nivelar comederos y bebederos.
- Verificar el consumo de alimento e inventarios.
- Verificar la pureza del agua de bebida.
- Realizar manejo de limpieza dentro, fuera del galpón y de la bodega.

3.6.9 Sexta semana

- Desinfectar los bebederos automáticos todos los días.
- Realizar pesajes 2 veces por semana y anotar en los registros.
- Verificar la mortalidad y anotar en los registros.
- Realizar manejo de camas.
- Nivelar comederos y bebederos.
- Verificar el consumo de alimento e inventarios.
- Verificar la pureza del agua de bebida.
- Realizar manejo de limpieza dentro, fuera del galpón y de la bodega.

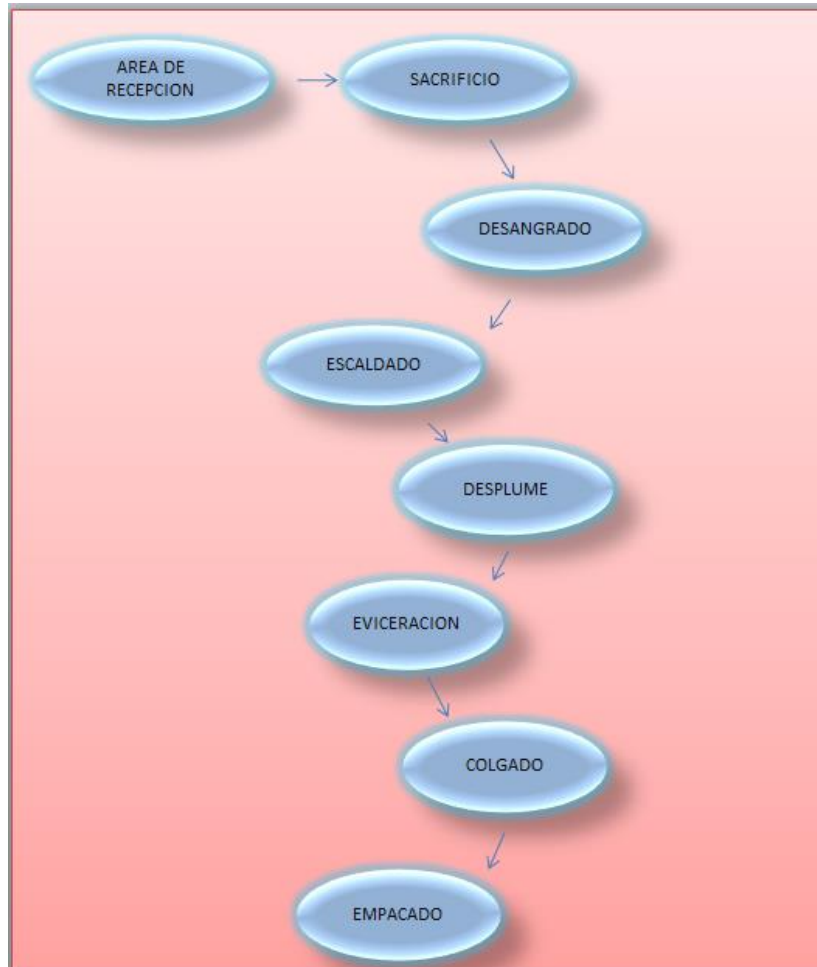
3.6.10 Séptima semana

- Desinfectar los bebederos automáticos todos los días.
- Realizar pesajes 2 veces por semana y anotar en los registros.
- Verificar la mortalidad y anotar en los registros.
- Realizar manejo de camas.
- Nivelar comederos y bebederos.
- Verificar el consumo de alimento e inventarios.
- Verificar la pureza del agua de bebida.
- Realizar manejo de limpieza dentro, fuera del galpón y de la bodega.

- 12 horas antes del sacrificio retirar los comederos.
- Como pueden ver el manejo durante las últimas semanas es casi el mismo, salvo que se llegaran a presentar enfermedades.

3.7 PROCESO DE FAENAMIENTO

GRÁFICO N° 21 PROCESO DE FAENAMIENTO



3.8 PROCESO DE FAENAMIENTO

El proceso de faenamiento del pollo es una tarea que debe efectuarse de la mejor manera, se poseerá una sala para la matanza del ave, la cual tendrá que ser lavada constantemente, y de ahí proceder al evisceramiento y empacado de las aves. Este procedimiento es recomendable por cuanto hará mucho más sanitaria la totalidad de la operación.

3.8.1 Cuidado antes de la matanza

Antes de la matanza, las aves deberán dejarse sin comer aproximadamente doce horas, esto dará suficiente tiempo para que se vacíe el buche y los intestinos, el dejar sin comer a las aves permitirá mayor facilidad y limpieza en la evisceración, los pollos deberán ser retirados del galpón y ser puestos en un lugar adecuado en donde no tengan acceso al alimento.

Se deberá tener cuidado al capturar las aves, para evitar que estas se lastimen, se las sostiene por las patas y no permitirles que batan las alas contra superficies duras, evitando lesiones.

3.8.2 Matanza

La matanza de las aves se las realiza en tempranas horas de la madrugada, colocados en un lugar adecuado como son las gavetas, el sobrecalentamiento o la falta de oxígeno puede producir sangrado deficiente lo que producirá carnes azuladas y descoloridas.

3.8.3 Banco de desangrado

Se colocan las aves boca abajo en el banco desangrado, luego la cabeza se sostiene con una mano y se ala hacia abajo con ligera tensión para que el ave no se mueva, se corta la vena yugular con un cuchillo.

Una vez efectuado dicha acción, se debe tener cuidado en el proceso de sangrado, los pollos deberán ser sujetados de la cabeza utilizando el peso suspendido en el pico inferior de igual forma se debe evitar el batir de las alas hasta que dure el sangrado.

3.8.4 Pelado de pollos

Una vez desangrados se traslada los pollos a la tina circular que tendrá 120 litros de agua a una temperatura de 37°C, aquí se sumergen las aves por un

lapso de un minuto evitando que se cocine la carne y solo se afloje el plumaje. Se lo realizara de manera manual.

3.8.5 Evisceración

Luego que las aves han sido desplumadas, deberán ser sometidas a un exhaustivo lavado con este procedimiento están listas para el evisceramiento, siguiendo con la línea de procesos se lleva a cabo sobre un canal provisto con duchas de agua abundante para lavar la parte interna del pollo. Una vez que el ave ha sido eviscerada se traslada los pollos para llevar a cabo la selección del tamaño de acuerdo al peso.

3.8.6 Empacado

En este proceso se realiza el empacado en las siguientes características:
Pollo entero con menudencia, en una presentación empacada al vacío con un peso que oscila entre 2.3 y 3 Kg.

3.9 PROPUESTA DE COMERCIALIZACIÓN

3.9.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO

- Manejar el proceso productivo del ave de manera adecuada para obtener una producción de calidad.
- Ofrecer un producto con características diferentes al servicio de los consumidores.
- Entregar pollos con su peso completo
- Abastecer de producto para cumplir con los pedidos de los clientes

3.9.1.1 Características cualitativas

El producto que la microempresa va a producir será un pollo sano de criadero campesino

GRÁFICO N°22 CRIADERO DE POLLOS



FUENTE: CRIADERO PEDRO MONCAYO

3.9.1.2 Características cuantitativas

Características del producto para su comercialización

- Pollo entero con menudencia, en una presentación empacada al vacío con un peso que oscila entre 2.5 y 4 Kg

GRÁFICO N° 23 POLLO ENTERO



3.9.1.3 Marca

El nombre comercial del producto es Campollo



3.9.1.4 Empaque

El empaque contiene la siguiente información:

- Marca
- Contenido
- Descripción de tamaño
- Información nutricional

3.10 ESTRATEGIA DE PRECIO

- Tener precios accesibles
- Dar descuento por volumen de compra
- Dar facilidades y beneficios de pagos
- Asignar precios basados en el respectivo análisis de la competencia
- Delinear un cronograma de ventas con precios para temporadas altas y bajas.

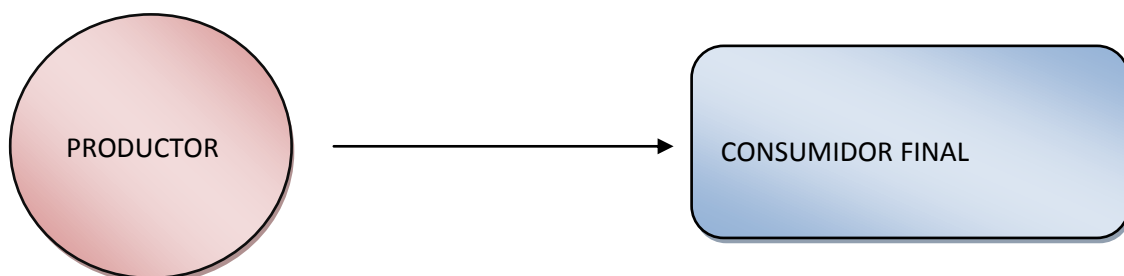
3.11 ESTRATEGIA DE PLAZA

CANAL DE DISTRIBUCIÓN

CANAL 1

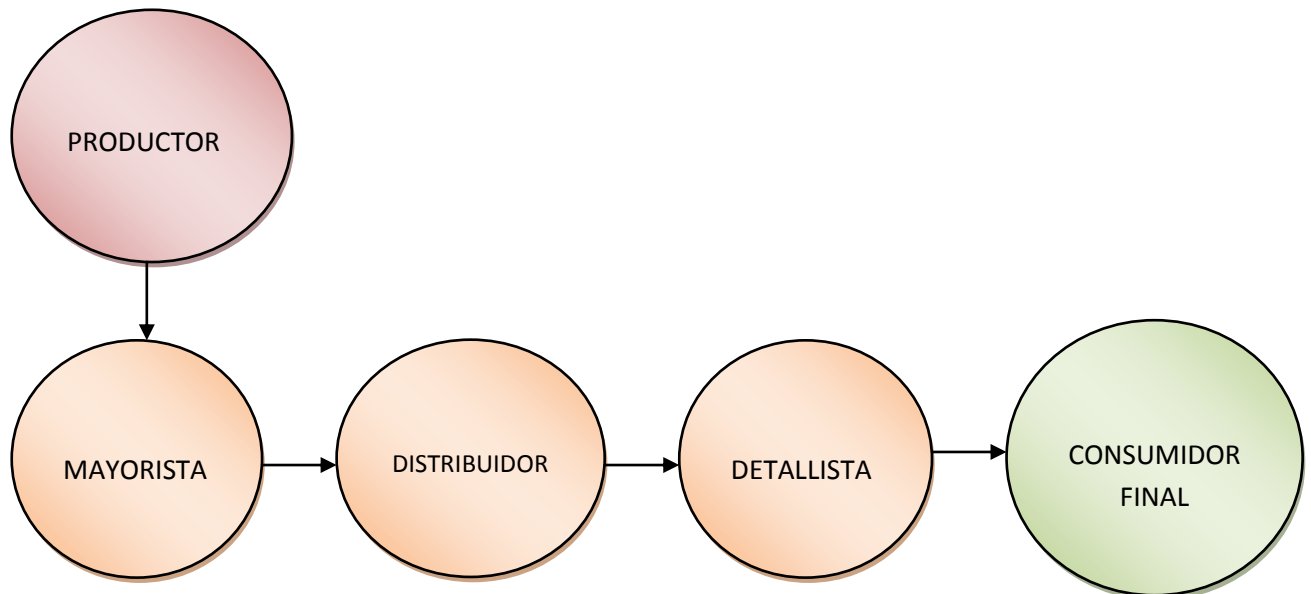
DIRECTO

Cuando el fabricante vende directamente sus productos al consumidor final sin utilizar ningún intermediario. Con este tipo de canal la empresa realiza sus ventas: por correo, por Internet, por vía telefónica, a través de un punto de venta propio.



CANAL 2 INDIRECTO

Cuando el fabricante utiliza una estructura de intermediarios para hacer llegar sus productos al consumidor final.



3.12 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

- Elaborar un cronograma para cumplir a cabalidad los pedidos del cliente
- Abastecer a nuestros clientes cuando ellos necesiten el producto en sus locales.
- Entregar a tiempo el producto al usuario
- Ser responsable con los pedidos de nuestros posibles clientes
- Distribuir adecuadamente el producto en los diferentes mercados

3.13 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Para mantener la comercialización del ave la microempresa optara por incentivar a los clientes con descuentos, créditos y diferentes promociones con el fin de satisfacer a los clientes y así mantener una buena relación con estos. Además se hará a promociones publicitarias por los diferentes medios de comunicación (prensa y radio), folletos y lanzamientos en diferentes eventos agropecuarios (ferias, exposiciones, entre otros).

3.13.1 PLAN DE PUBLICIDAD

Objetivos: Darlos a conocer como microempresa de un criadero avícola comunitario

Estrategias: Ofrecer nuestro producto de calidad al mercado con precios módicos

- 1.- Publicar nuestra marca en los medios locales
- 2.- Repartir hoja volante acerca de nuestro producto
- 3.- Colocar afiches en tiendas, mercados y asaderos
- 4.- Dar muestra de nuestro producto a nuevos clientes

GRAFICO Nº 24 TARJETA DE PRESENTACIÓN

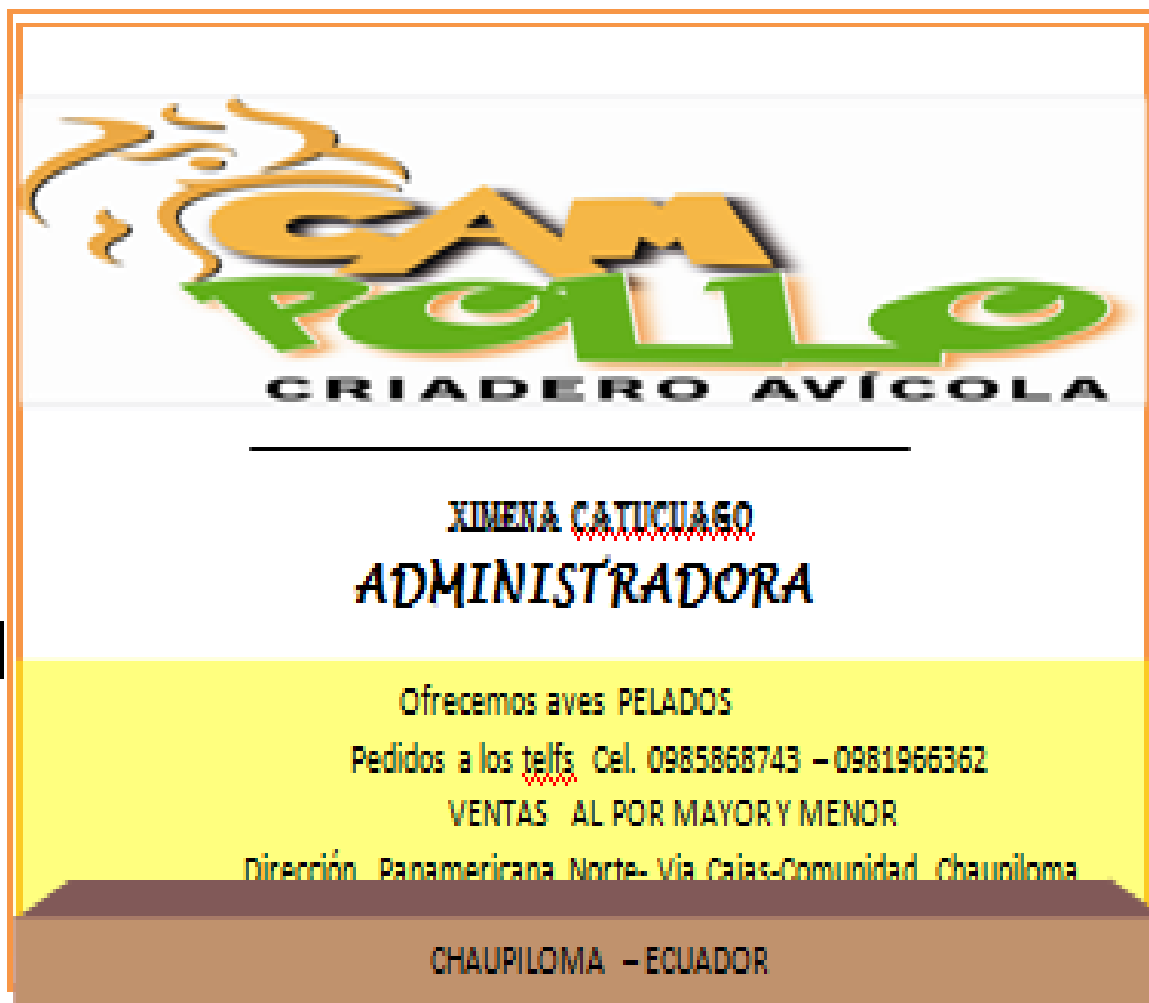


GRAFICO N° 25 TRÍPTICO

BENEFICIOS DE LA CARNE DE AVE



El pollo es un alimento muy consumido en la actualidad debido a que posee un delicioso sabor, a que puedes adquirirlo con mucha facilidad, a que te aportará una gran cantidad de nutrientes y a que produce una gran cantidad de beneficios en el organismo de los individuos que lo consumen en forma frecuente.

Es importante mencionar que la ingesta de pollo en forma frecuente te ayudara a mantener estable tus niveles de colesterol y a reducir o

COMUNIDAD JURIDICA
CHAUPILOMA

DIRECCION

PANAMERICANA NORTE- VIA CAJAS-
COMUNIDAD CHAUPILOMA

CONTACTOS

0985868743- 0981966362



OFRECEMOS

AVES PELADOS

PARA TODO COMPROMISO SOCIAL,
RESTAURANT, COCTELES, ETC

FOR LA COMPRA DE 3
POLLOS LLEVA GRATIS
OTRO.



3.14 INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO

Con el objeto de desarrollar las actividades de cada área de la micro empresa se requiere el uso de un espacio físico. Debe estar alejada de otras granjas de producción, ya sea de aves o de otras especies. Se trata de evitar de esta manera la entrada de enfermedades al establecimiento. El terreno debe ser alto para favorecer el escurrimiento del agua de lluvia y evitar la inundación del galpón, debido a que el ambiente húmedo para las aves, favorece el estrés de las mismas y el desarrollo de patógenos.

Debe tener suministro de energía eléctrica, agua potable y en caso de ser posible, gas natural.

Es deseable que esté alejada de rutas muy transitadas para evitar el estrés que los ruidos provocan en las aves, lo que se traduce en una baja de la producción.

Es importante que los caminos que llevan al establecimiento no sean anegadizos, se debe tener en cuenta que serán transitados en forma frecuente por camiones, y que siempre deben estar disponibles para la llegada del alimento y la retirada de las aves.

El piso: Es aconsejable que sea en cemento y no en tierra, para garantizar buenas condiciones de higiene, fácil limpieza y desinfección.

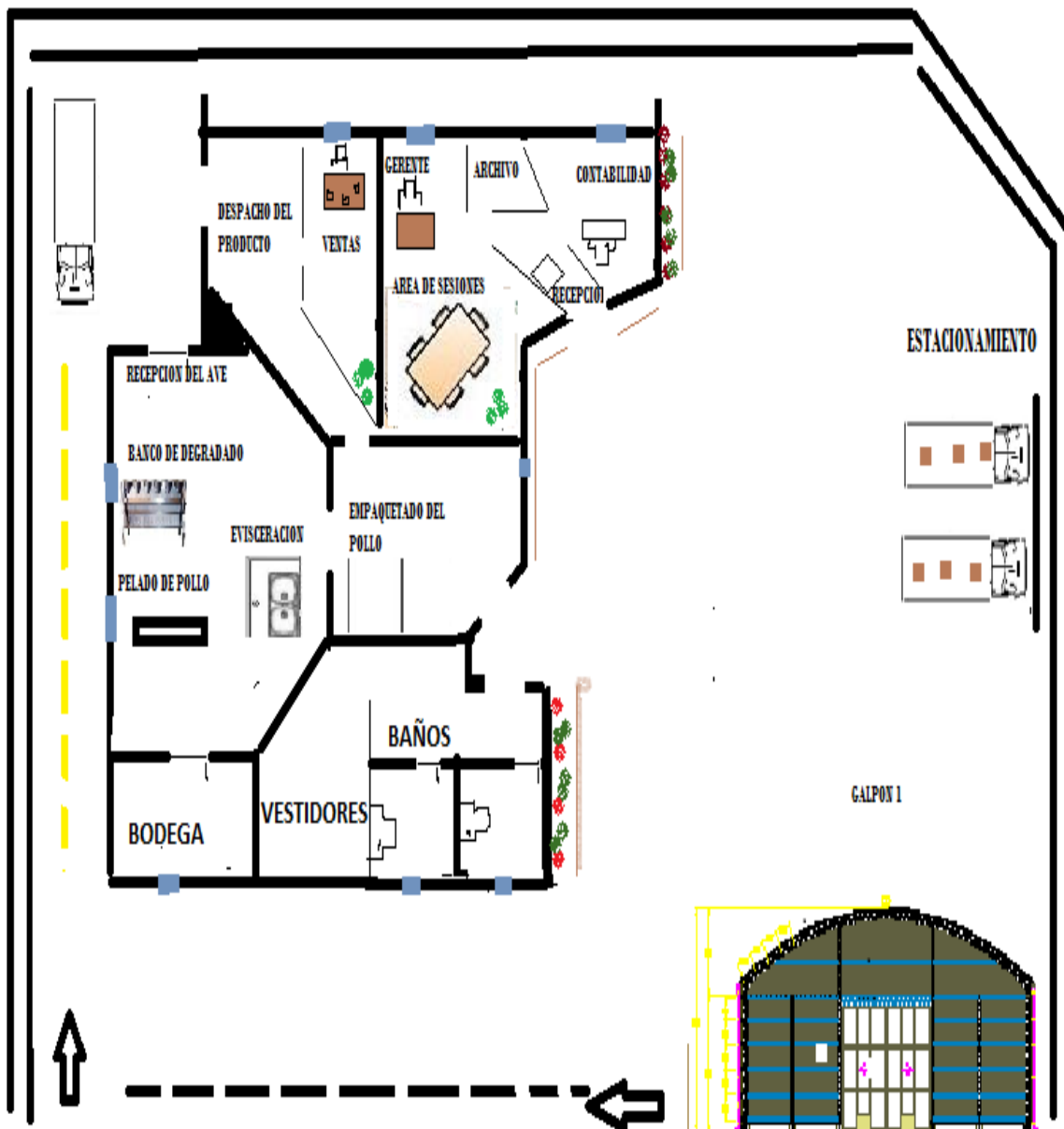
Las paredes: A lo largo del galpón deben estar formadas por una o dos hiladas de bloque (40 centímetros de alto) y malla para gallinero hasta el techo para permitir una adecuada ventilación. La altura ideal para la pared es de 1.60 metros en clima frío, 2.50 metros en climas medios y de 2.80 para climas cálidos.

Los techos: De 100 a 130 cm. En clima frío para favorecer la temperatura, evitar la humedad por lluvias y proporcionar calor. Se recomienda la teja de barro como aislante, para reducir la temperatura del galpón.

El sobre techo: Se debe construir para la eliminación del aire caliente. Se recomienda pintar de blanco interna y externamente todo el galpón, paredes, culatas y techos, es una buena práctica para disminuir la temperatura interna.

La poceta de desinfección: a la entrada de cada galpón, para desinfectar el calzado. Se utiliza un producto yodado, 20 cm. / litro de agua.

3.15 PLANOS DE INFRAESTRUCTURA



3.16 INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

DESCRIPCION	%	APORTACION
Aporte Comuneros	75%	41.111,27
Credito	25%	7.335,17
TOTAL		48.446,44

DESCRIPCION	VALOR	VALOR TOTAL
ACTIVOS FIJOS		
INFRESTRUCTURA		17.700,00
Terreno	2.700,00	
Edificios	15.000,00	
MAQUINARIA Y EQUIPO		3.289,00
Maquinaria	3.289,00	
VEHICULOS		15.000,00
Vehiculos	15.000,00	
MUEBLES Y ENSERES		1.170,00
Mobiliario	1.170,00	
EQUIPOS DE COMPUTACION		1.200,00
Equipos Informaticos	1.200,00	
OTROS EQUIPOS		402,00
Equipos	402,00	
TOTAL INVERSION FIJA		38.761,00
CAPITAL DE TRABAJO		9.685,44
TOTAL INVERSION		48.446,44

3.16 PROPUESTA LEGAL

La Comunidad de Chaupiloma para su desarrollo se constituye según el Acuerdo Ministerial No. 052 de 24 de enero de 1992, el Ministro de Agricultura y Ganadería otorga personalidad jurídica a la Comunidad de Chaupiloma

Los estatutos que fueron aprobados en la comunidad antes indicada, señalan y establecen que la comunidad puede realizar actividades productivas siempre y cuando sean de beneficio común, como lo es el presente proyecto.

CAPÍTULO IV

4. FINANCIAMIENTO E INVERSIÓN

En este capítulo se calculará los costos los cuales permitan conocer el valor total del presente proyecto de inversión, en los que estarán inmiscuidos:

TABLA Nº 11 INVERSIÓN INICIAL

DESCRIPCION	VALOR	VALOR TOTAL
ACTIVOS FIJOS		
INFRESTRUCTURA		17.700,00
Terreno	2.700,00	
Edificios	15.000,00	
MAQUINARIA Y EQUIPO		3.289,00
Maquinaria	3.289,00	
VEHICULOS		15.000,00
Vehiculos	15.000,00	
MUEBLES Y ENSERES		1.170,00
Mobiliario	1.170,00	
EQUIPOS DE COMPUTACION		1.200,00
Equipos Informaticos	1.200,00	
OTROS EQUIPOS		402,00
Equipos	402,00	
TOTAL INVERSION FIJA		38.761,00
CAPITAL DE TRABAJO		9.685,44
TOTAL INVERSION		48.446,44

TABLA Nº 12 FINANCIAMIENTO

DESCRIPCIÓN	%	APORTACIÓN
Aporte Comuneros	75%	41.111,27
Crédito	25%	7.655,07
TOTAL		48.766,34

El financiamiento del proyecto se lo realizará: 75% con aporte de los miembros de la Comunidad Jurídica de Chaupiloma y el otro 25% vía crédito bancario con el Cooperativa de ahorro y Crédito Chaupiloma; con una tasa de interés del 10% y un plazo máximo de 24 meses, cuyo cálculo de cuotas de pago e intereses constan en la siguiente figura.

TABLA Nº 13 DE AMORTIZACIÓN CRÉDITO

Monto	Principal	Interés	Balance
1	277.35	61.13	7057.82
2	279.67	58.82	6778.15
3	282.00	56.48	6496.15
4	284.35	54.13	6211.81
5	286.72	51.77	5925.09
6	289.11	49.38	5635.99
7	291.51	46.97	5344.47
8	293.94	44.54	5050.53
9	296.39	42.09	4754.14
10	298.86	39.62	4455.27
11	301.35	37.13	4153.92
12	303.86	34.62	3850.05
13	306.40	32.08	3543.66
14	308.95	29.53	3234.71
15	311.52	26.96	2923.18
16	314.12	24.36	2609.06
17	316.74	21.74	2292.32
18	319.38	19.10	1972.94
19	322.04	16.44	1650.90
20	324.72	13.76	1326.18
21	327.43	11.05	998.75
22	330.16	8.32	668.59
23	332.91	5.57	335.68
24	335.68	2.80	-0.00

4.2 DEPRECIACIÓN Y MANTENIMIENTO

La depreciación es el desgaste de los activos fijos en la vida útil. Se entiende por vida útil el lapso durante el cual se espera que estos activos contribuyan a la generación de ingresos de la empresa. Para determinarla es necesario conocer ciertos factores como las especificaciones de la fábrica, el deterioro que sufren por el uso, la obsolescencia por avances tecnológicos, la acción de algunos factores naturales y los cambios en la demanda de bienes y servicios a cuya producción o servicio contribuyen.

TABLA N° 14 DEPRECIACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR INICIAL	% DEPRECIACIÓN	AÑOS VIDA ÚTIL	VALOR DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR MANTENIMIENTO 10%
INFRAESTRUCTURA	22.700,00			1.000,00	2.000,00
Terreno	2.700,00				
Edificios	20.000,00	5%	20	1.000,00	2.000,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	3.289,00			328,90	328,90
Maquinaria	3.289,00	10%	10	328,90	328,90
MUEBLES Y ENSERES	1.170,00			117,00	117,00
Mobiliario	1.170,00	10%	10	117,00	117,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	1.200,00			399,96	120,00
Equipos Informáticos	1.200,00	33,33%	3	399,96	120,00
OTROS EQUIPOS	402,00			40,20	40,20
Equipos	402,00	10%	10	40,20	40,20
TOTAL INVERSIÓN FIJA	28.761,00			1.886,06	2.606,10

RESUMEN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSIÓN	28.761,00	28.761,00	28.761,00	28.761,00	28.761,00
DEPRECIACIÓN	1.886,06	1.886,06	1.886,06	1.886,06	1.886,06
AMORTIZACIÓN		-	-	-	-
MANTENIMIENTO	2.606,10	2.713,21	2.824,72	2.940,82	3.061,69

4.3 COSTOS DE PRODUCCIÓN

Valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien. Incluye el costo de los materiales, mano de obra y los gastos indirectos de fabricación cargados a los trabajos en su proceso. Se define como el valor de los insumos que requieren las unidades económicas para realizar su producción de bienes y servicios; se consideran aquí los pagos a los factores de la producción: al capital, constituido por los pagos al empresario (intereses, utilidades, etc.), al trabajo, pagos de sueldos, salarios y prestaciones a obreros y empleados así como también los bienes y servicios consumidos en el proceso productivo (materias primas, combustibles, energía eléctrica, servicios, etc.).

COSTOS DIRECTOS DE FABRICACIÓN

TABLA Nº 15 MATERIA PRIMA DIRECTA

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	PRE. ANUAL
Pollos bebes	Pollitos	2000	0,95	1.900,00	22.800,00
ALIMENTO					-
Balanceado inicial	sacos	25	35,00	875,00	10.500,00
Balanceado Final	sacos	30	45,00	1.350,00	16.200,00
Maíz	sacos	30	28,00	840,00	10.080,00
COSTO TOTAL MATERIA PRIMA				4.965,00	59.580,00

TABLA Nº 16 MANO DE OBRA DIRECTA

DESCRIPCIÓN	SALARIO BÁSICO	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	APORTE IESS	NDOS DE RESER	IECE SECAP	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
GALPONERO	351,56	29,30	28,33	39,20	29,25	3,52	451,90	5.422,85
FAENADOR	340,00	28,33	28,33	37,91	28,33	3,40	437,98	5.255,72
VETERINARIO	390,00	32,50	28,33	43,49	29,17	3,90	498,22	5.978,62
TOTAL	1.081,56	90,13	85,00	120,59	86,75	10,82	1.388,10	16.657,19

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN
TABLA Nº 17 MATERIA PRIMA INDIRECTA
INSUMOS

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Vitaminas	unidad	30	15,00	450,00
Desparasitantes	unidad	15	5,00	75,00
viruta	sacos	45	0,50	22,50
IMPLEMENTOS DE SEGURIDAD				
Guantes	par	10	2,00	20,00
Gorras para cabello	unidad	5	5,00	25,00
botas	par	5	12,00	60,00
VARIOS				
Empaque Primario	Unidad	2000	0,10	200,00
TOTAL				852,50
TOTAL ANUAL				10.230,00

TABLA Nº 18 SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	MENSUAL
Electricidad	40,00
agua	60,00
gas	25,00
material de aseo	100,00
TOTAL	225,00
TOTAL ANUAL	2.700,00

TABLA Nº 19 DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO

DETALLE	DEPRECIACION 10%
MAQUINARIA Y EQUIPO	328,90

TABLA Nº 20 TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN

MATERIA PRIMA	DIRE.	CIF	TOTAL
4.965,00	1.388,10	1.101,90	7.455,00
UNIDADES A PRODUCIR AL MES			2000
COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO			3,73

TABLA Nº 21 PRECIO UNITARIO

COSTO DE PRODUCCION		3,73
GASTOS		1,1
TOTAL COSTO UNITARIO		4,84
TAZA DE RENTABILIDAD	24%	1,16
PRECIO DE VENTA		6,00

4.4 GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS

Gastos asociados a las ventas (descuentos, remuneraciones y comisiones pagadas al personal de ventas, propaganda, promoción, etc.). Comprende también todos los gastos de administración (remuneraciones del personal administrativo, impuestos, suscripciones, etc.).

TABLA Nº 22 SUELDOS

CARGO	Nº	BASE	AP. PATRONAL	DECIMO TERCER	DECIMO CUARTO	ECE-SECAP	FONDOS	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL	TOTAL
	PERSONAS	SUELDO	12,15%	SUELDO	SUELDO	1%	RESERVA		MENSUAL	ANUAL
ADMISNITRATIVO										
GERENTE	1	500,00	60,75	41,67	28,33	5,00	41,67	177,41	635,75	7.628,96
CONTADOR	1	400,00	48,60	33,33	28,33	4,00	33,33	143,60	514,26	6.171,16
VENDEDOR	1	349,25	42,43	29,10	28,33	3,49	29,10	128,97	452,61	5.431,33
CHOFER	1	370,00	44,96	30,83	28,33	3,70	30,83	134,95	477,82	5.733,78
TOTAL	4	1.619,25	196,74	134,93	113,32	16,19	134,93	584,93	2.080,44	24.965,23

INCREMENTO DE SALARIOS = INFLACION

4,11%	4,11%	4,11%	4,11%
1026,07	1092,28	1137,18	1183,91

TOTAL POR PERIODOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
SUELDOS	24.965,23	26.576,22	27.668,51	28.805,68	29.989,60	138.005,24
TOTAL						138.005,24

TABLA Nº 23 GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS

INFLACION			4,11%	4,11%	4,11%	4,11%	
DETALLE	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
ADMINISTRACION							
Suministros de oficina	35,00	420,00	450,60	482,76	516,56	552,08	2.422,00
Suministros de Aseo	25,00	300,00	342,84	387,86	435,18	484,91	1.950,79
Otros imprevistos	15,00	180,00	222,84	267,86	315,18	364,91	1.350,79
TOTAL	75,00	900,00	1.016,28	1.138,48	1.266,92	1.401,90	5.723,58
VENTAS							
Publicidad	40,00	480,00	571,80	662,28	763,38	869,63	2.011,91
Combustible	25,00	300,00	312,24	325,10	338,62	352,83	977,93
Viaticos	10,00	120,00	138,36	157,66	177,94	199,25	476,91
TOTAL	75,00	900,00	1.022,40	1.145,04	1.279,94	1.421,71	5.844,09
TOTAL GASTOS ADM Y VENTAS	150,00	1.800,00	2.038,68	2.283,52	2.546,86	2.823,61	11.567,67

TABLA Nº 24 VOLUMEN DE VENTAS PROYECTADAS

PRECIO UNITARIO

COSTO DE PRODUCCION		3,73
GASTOS		1,1
TOTAL COSTO UNITARIO		4,84
TAZA DE RENTABILIDAD	24%	1,16
PRECIO DE VENTA		6,00

PROYECCIÓN DE VENTAS

TABLA 25

DETALLE	VALOR	U. MEDIDA	CANTIDAD PRODUCTO MENSUAL	VALOR MENSUAL \$	CANTIDAD PRODUCTO ANUAL	VALOR ANUAL \$
PRECIO VENTA	6,00	u	2.000	12.009,94	24.000	144.119,27
pollo (5 lb)						
COSTO DE PRODUCCION	3,73	u	2.000	7.455,00	24.000	89.459,99
pollo (5 Lb)						
TOTAL				19.464,94		233.579,27

TABLA Nº 26 VOLUMEN VENTAS Y PRECIOS UNITARIOS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INCREMENTO VOLUMEN EN VENTAS		10% 2.400,00	10% 2.640,00	10% 2904,00	10% 3194,40	
VOLUMEN UNIDADES	24.000,00	26.400,00	29.040,00	31.944,00	35.138,40	146.522,40
INFLACION		4,11% 0,25	4,11% 0,26	4,11% 0,27	4,11% 0,28	
PRECIOS UNITARIOS	6,00	6,25	6,51	6,78	7,05	6,52
TOTAL VENTAS	144.119,27	165.046,83	189.013,28	216.459,90	247.892,05	955.221,42

TABLA Nº 27 PROYECCIÓN DE COSTOS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INCREMENTO VOLUMEN EN VENTAS		10% 2.400,00	10% 2.640,00	10% 2904,00	10% 3194,40	
VOLUMEN UNIDADES	24.000,00	26.400,00	29.040,00	31.944,00	35.138,40	146.522,40
INFLACION		4,11% 0,15	4,11% 0,16	4,11% 0,17	4,11% 0,17	
COSTO UNITARIO	3,73	3,88	4,04	4,21	4,38	4,05
TOTAL COSTO DE VENTAS	89.459,99	102.450,48	117.327,31	134.364,41	153.875,47	592.940,14

4.5 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS NETAS	144.119,27	165.046,83	189.013,28	216.459,90	247.892,05	962.531,34
Volumen en ventas	24.000,00	26.400,00	29.040,00	31.944,00	35.138,40	146.522,40
Costo Unitario	3,73	3,88	4,04	4,21	4,38	4,05
(-) Costo de Ventas	89.459,99	102.450,48	117.327,31	134.364,41	153.875,47	592.940,14
(=) UTILIDAD BRUTA	54.659,28	62.596,35	71.685,97	82.095,49	94.016,58	365.053,67
GASTOS OPERATIVOS						
(-) Gastos Administrativos y ventas	26.765,23	28.376,22	29.952,03	31.352,54	32.813,21	149.259,23
(-) Gastos de depreciación	1.886,06	1.886,06	1.886,06	1.886,06	1.886,06	9.430,30
(-) Gastos de mantenimiento	2.606,10	2.713,21	2.824,72	2.940,82	3.061,69	14.146,54
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	31.257,39	32.975,50	34.662,81	36.179,42	37.760,95	172.836,07
GASTOS FINANCIEROS						
FINANCIERO	994,88	431,55				
(=) UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS Y PART TRAB	22.407,01	29.189,31	37.023,16	45.916,07	56.255,62	190.791,17
(-) 15% Trabajadores	-	-	-	-	-	-
(-) 22% Impuesto a la renta	-	-	-	-	-	-
(=) UTILIDAD NETA	22.407,01	29.189,31	37.023,16	45.916,07	56.255,62	190.791,17

4.6 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

El Flujo de Caja es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un período dado y nos permite conocer en forma rápida la liquidez de la empresa.

TABLA Nº 28 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FUENTE DE INGRESOS					
VENTAS NETAS	144.119,27	165.046,83	189.013,28	216.459,90	247.892,05
FLUJO NETO OPERACIONAL	<u>144.119,27</u>	<u>165.046,83</u>	<u>189.013,28</u>	<u>216.459,90</u>	<u>247.892,05</u>
TOTAL EGRESOS OPERACIONALES	<u>119.862,30</u>	<u>121.214,17</u>	<u>122.814,56</u>	<u>124.675,79</u>	<u>126.601,94</u>
Gastos de mantenimiento	2.606,10	2.713,21	2.824,72	2.940,82	3.061,69
Gasto administrativo y ventas	26.765,23	28.376,22	29.952,03	31.352,54	32.813,21
Costo de producción	89.496,09	89.693,18	90.037,80	90.382,42	90.727,04
Gasto Financiero	994,88	431,55			
UTILIDAD EN OPERACIONES	<u>24.256,97</u>	<u>43.832,66</u>	<u>66.198,73</u>	<u>91.784,12</u>	<u>121.290,11</u>
15% Trabajadores	-	-	-	-	-
UTILIDAD (PER) ANTES DE IMPUESTOS	<u>24.256,97</u>	<u>43.832,66</u>	<u>66.198,73</u>	<u>91.784,12</u>	<u>121.290,11</u>
22% impuesto a la renta	-	-	-	-	-
UTILIDAD (PER) NETA	<u>24.256,97</u>	<u>43.832,66</u>	<u>66.198,73</u>	<u>91.784,12</u>	<u>121.290,11</u>
(+) Depreciación	1.886,06	1.886,06	1.886,06	1.886,06	1.886,06
FLUJO DE CAJA	26.143,03	45.718,72	68.084,79	93.670,18	123.176,17

4.7 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio, en términos de contabilidad de costos, es aquel punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir es un punto de actividad donde no existe utilidad ni pérdida.

TABLA Nº 29 PUNTO DE EQUILIBRIO

DESCRIPCIÓN	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
COSTOS DE PRODUCCION		
Costo Directo		
Materia Prima Directa		22.800,00
Mano de Obra directa		16.657,19
Costos Indirectos de Fabricación		
Materiales indirectos		10.230,00
Depreciaciones	328,90	
mantenimiento	328,90	
Servicios Básicos	2.700,00	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Suministros de oficina	420,00	
Suministros de Aseo	300,00	
remuneraciones	24.965,23	
otros imprevisto	180,00	
GASTO DE VENTAS		
Publicidad	480,00	
combustible	300,00	
viaticos	120,00	
GASTOS FINANCIERO		
Intereses préstamo	994,88	
COSTO TOTAL	31.117,91	49.687,19

EN FUNCION DE INGRESOS

COSTOS FIJOS	31.117,91
COSTOS VARIABLES	49.687,19
VENTAS	144.119,27
NÚMERO DE PROD	24.000,00

EN DOLARES

$$Pe = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costo Variable total}}{\text{Ingresos}}}$$

INGRESOS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	TOTAL P. E.
144.119,27	31.117,91	49.687,19	47.491,17

EN UNIDADES

$$PEqU: \frac{\text{Costos Fijos} * \text{Unidades}}{\text{Ingresos} - \text{Costos Variables}}$$

UNIDADES	COSTO FIJO	INGRESOS	COSTO VARIABLE	TOTAL P.E.
24000	31.117,91	144.119,27	49.687,19	7.908,64

4.8 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

TABLA N° 30 PERIODO DE RECUPERACIÓN

AÑOS	INVERSION	FLUJO NETO	RECUPERACION
	(48.446,44)		(48.446,44)
1		26.143,03	22.303,40
2		45.718,72	22.333,12
3		68.084,79	45.751,67
4		93.670,18	139.421,85
5		123.176,17	262.598,01
TOTAL		356.792,89	

Como se puede observar en la figura la Microempresa Avícola en la Comunidad de Chaupiloma recupera su inversión en su operación del negocio en dos años tres meses.

4.9 TASA DE DESCUENTO

La tasa de descuento (TD) con la que se descuenta el flujo neto proyectado, es el la tasa de oportunidad, rendimiento o rentabilidad mínima, que se espera ganar

TABLA N° 31 TASA DE DESCUENTO

DETALLE	VALOR
TP (TASA PASIVA)	5,1%
INFLACIÓN ANUAL	4,1%
TASA DE DESCUENTO	9,3%

4.10 VALOR ACTUAL NETO

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.

TABLA Nº 32 VAN

VALOR ACTUAL NETO						
$VAN = -I_0 + \frac{FC_1}{(1+i)^1} + \frac{FC_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FC_n}{(1+i)^n}$						
		1	2	3	4	5
VAN=	-48.446,44	26.143,03	45.718,72	68.084,79	93.670,18	123.176,17
		(1+0,093) ¹	(1+0,093) ²	(1+0,093) ³	(1+0,093) ⁴	(1+0,093) ⁵
VAN=	-48.446,44	26.143,03	45.718,72	68.084,79	93.670,18	123.176,17
		1,093	1,20	1,32	1,44	1,58
VAN=	-48.446,44	23.918,60	38.060,37	51.715,23	64.917,10	77.888,60
VAN=	-48.446,44	256.499,90				
VAN=	208.053,47					

Se puede observar el valor actual neto es de 208.053,47 dólares lo que se considera rentable y viable el proyecto por tener una VAN mayor a 0, la microempresa obtendrá ganancias por encima de la rentabilidad exigida con la tasa de descuento.

4.11 TASA INTERNA DE RETORNO

La TIR es la tasa de descuento (TD) de un proyecto de inversión que permite que el BNA sea igual a la inversión (VAN igual a 0). La TIR es la máxima TD que puede tener un proyecto para que sea rentable, pues una mayor tasa ocasionaría que el BNA sea menor que la inversión (VAN menor que 0).

Entonces para hallar la TIR se necesitan:

- tamaño de inversión.
- flujo de caja neto proyectado.

TABLA N° 33 TIR

AÑOS	FLUJO DE FONDOS
0	- 48.446,44
2014	26.143,03
2015	45.718,72
2016	68.084,79
2017	93.670,18
2018	123.176,17
TIR	90%

Como se ve en la figura el TIR de acuerdo a las proyecciones realizadas es de 90 % lo que indica que el rendimiento sobre la inversión es superior a la tasa de descuento calculada, indicando que si es factible la creación de la microempresa.

4.12 RELACIÓN COSTO BENEFICIO

El costo – beneficio (CB) permite establecer la eficiencia existente entre los ingresos y egresos del proyecto,

$$CB = \frac{\sum FND}{Inversión}$$

FLUJOS DESCONTADOS	262.598,01
INVERSIÓN INICIAL	48.446,44
RAZÓN COSTO. BENEFICIO	5,42

La relación costo – beneficio para este proyecto es \$ 5.42 siendo mayor a 1, lo cual significa que por cada dólar invertido en la microempresa, confirmando su rentabilidad.

CAPÍTULO V

5 ANÁLISIS DE IMPACTOS

El desarrollo de este capítulo es de gran importancia, ya que es necesario realizar un análisis minucioso de los principales impactos que la ejecución del proyecto tendrá sobre el entorno que lo rodea. Estos impactos son los siguientes:

5.1 OPERATIVIDAD DEL ANÁLISIS DE IMPACTOS

A continuación se presenta un análisis prospectivo de los impactos que el presente proyecto generará en diferentes áreas o ámbitos para que este análisis sea válido, técnico y científico se ha utilizado una metodología que básicamente consta de:

1. Selección de las áreas o ámbitos donde se realizará el análisis de impactos, para el caso se han determinado las áreas: económico, social y ambiental.
2. Selección de los niveles positivos y negativos de impactos
3. Para cada área o ámbito se construye una matriz de impactos en la que se determinan indicadores de impacto.
4. Previo un análisis de cada indicador se asigna un nivel o ponderación de impacto positivo o negativo dependiendo del caso.
5. En cada matriz se realiza la sumatoria de los niveles de impacto, valor que se divide para el número de indicadores obteniéndose de esta manera el nivel de impacto de área.
6. Bajo cada matriz se redactara un análisis o argumento.

TABLA N° 33 NIVELES DE IMPACTOS

VALOR	NIVELES DE IMPACTO
-3	IMPACTO ALTO NEGATIVO
-2	IMPACTO MEDIO NEGATIVO
-1	IMPACTO BAJO NEGATIVO
0	NO HAY IMPACTO (NEUTRAL)
1	IMPACTO BAJO POSITIVO
2	IMPACTO MEDIO POSITIVO
3	IMPACTO ALTO POSITIVO

5.2 TABLA N° 34 IMPACTO ECONÓMICO

INDICADORES	NIVELES	-3	-2	-1	0	1	2	3	
1.- Generacion de nuevas fuentes de empleo							x		
2.- Mejoramiento de los ingresos							x		
3.- Estabilidad economica Familiar							x		
4.- Emprendimiento empresarial								x	
5.- Fomento de inversion en el sercto agropecuario								x	
							8	6	
TOTAL									14

NIVEL DE IMPACTO ECONÓMICO = $\frac{\sum}{\text{NUMERO DE INDICADORES}}$

0

14

NI = $\frac{\sum}{5} = 2,8$ IMPACTO MEDIO POSITIVO

5

ANÁLISIS

Como resultado de esta valoración de se puede reflejar que el impacto económico se encuentra en el nivel medio positivo, tendiente a alto positivo dándonos a conocer que el proyecto será contribuyente al desarrollo económico de los comuneros.

Generación de fuentes de empleo.- El proyecto mediante el proceso de creación generara fuentes de empleo para los comuneros permitiendo obtener un ingreso económico más en cada familia.

Emprendimiento empresarial.- Será un impulso para la comunidad y de esta manera se genere más proyectos productivos comunitarios.

Ayudara que los habitantes de la comunidad aprendan a ser empresarios comunitarios y generen una actividad económica productiva agropecuaria familiar.

5.3 TABLA Nº 35 IMPACTO AMBIENTAL

INDICADORES	NIVELES	-3	-2	-1	0	1	2	3	
1.- Generacion de malos olores							X		
2.- Contaminacion del agua							X		
3.- Generacion de ruido								X	
5.-Uso de quimicos que afecten a la salud							X		
							6	3	
TOTAL									9

NIVEL DE IMPACTO AMBIENTAL = $\frac{\sum}{\text{NUMERO DE INDICADORES}}$

NI= $\frac{9}{4} = 2,25$ IMPACTO MEDIO POSITIVO

ANÁLISIS

Dentro de este análisis ambiental podemos observar que no se afectara ambientalmente, a los habitantes de la comunidad ni comunidades vecinas.

En esta clase de proyecto si se genera la emisión de olores por eso la granja estará en un lugar amplio sin afectar a personas ni animales cercanas, además la constante limpieza y mantenimiento evitara la generación de malos olores. También se utilizara el estiércol como un abono para los terrenos.

No hay contaminación a fuentes de agua cercanas ya que habrá lugar específico y circulado para las aves de corral.

No habrá contaminación de ruido porque no se utilizara maquinaria pesada o industrial que provoque ruidos fuertes que molesten a las comunidades aledañas.

5.4 TABLA N° 36 IMPACTO SOCIAL

INDICADORES	NIVELES	-3	-2	-1	0	1	2	3
1.- Mejoramiento de la calidad de vida							x	
2.- Desarrollo Comunitario								x
3.- Estabilidad economica Familiar								x
4.-Fortalecimiento comunitario							x	
							4	6
	TOTAL							10

$$\text{NIVEL DE IMPACTO SOCIAL} = \frac{\sum}{\text{NUMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{NI} = \frac{\sum}{4} = \frac{10}{4} = 2,5 \text{ IMPACTO MEDIO POSITIVO}$$

ANÁLISIS

En este Impacto nos indica que el proyecto será beneficioso para la comunidad y comunidades vecinas ya que fomenta la unión, crecimiento y desarrollo comunitario, mediante fuentes de empleo, estabilidad alimentaria y emprendimiento a la generación de microempresas comunitarias

Mejoramiento de la calidad de vida.- Sera positivo por que ayudara a tener mejores expectativas de mejoramiento continuo para el bienestar familiar y micro empresarial

Desarrollo Comunitario.- Mediante el proceso de creación de la microempresa se fomentara la unión, aprendizaje del buen vivir comunitario.

Estabilidad económica familiar.- Al contar con una empresa micro comunitaria las fuentes de trabajo para la creación será de prioridad la contratación de personas habitantes de la comunidad la misma que generara un ingreso económico,

Fortalecimiento Comunitario.- Nos permitirá que la comunidad trabaje en grupo para el bueno manejo y desarrollo de la microempresa. .

5.5 TABLA Nº 37 IMPACTO GENERAL DEL PROYECTO

INDICADORES	NIVELES							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
1.- IMPACTO ECONOMICO								x
2.- IMPACTO AMBIENTAL						x		
3.- IMPACTO SOCIAL								x
								8
TOTAL								8

$$\text{NIVEL DE IMPACTO GENERAL} = \frac{\sum}{\text{NUMERO DE INDICADORES}}$$

$$NI = \frac{\sum}{3} = \frac{8}{3} = 2.66 \text{ IMPACTO MEDIO POSITIVO}$$

ANÁLISIS

Una vez analizados cada uno de los impactos de tipo económico, social y ambiental se tiene como resultado un impacto general nivel medio positivo. Indicándonos que el proyecto para El desarrollo micro empresarial comunitario de un criadero avícola es objetivamente factible. Ya que generará beneficios en todos los ámbitos y a todos los involucrados en la actividad productiva y agropecuaria de la comunidad. De tal manera este proyecto puede aportar, no solo al desarrollo económico, sino que también contribuirá al desarrollo social y sin causar daños ambientales.

CONCLUSIONES

La Comunidad de Chaupiloma presenta un entorno favorable para la puesta en marcha del presente proyecto, debido a que cuenta con factores que a continuación detallo:

- Posee una organización fortalecida, basada en el trabajo en equipo, apoyo comunitario y el bienestar de los comuneros, lo que hace que exista una gran acogida y colaboración para poner en práctica este nuevo proyecto.
- Cuenta con una personería jurídica que le faculta el desarrollo de proyectos productivos sin necesidad de establecerse como una compañía anónima o una compañía limitada, pudiendo de esta manera capitalizar lo generado por la microempresa, así como también sus utilidades encaminar al desarrollo de la comunidad ya sea mediante capacitaciones, adquisiciones de maquinaria y equipos necesarios para mejora de la comunidad
- Actualmente el Cantón Pedro Moncayo no cuenta con suficientes criaderos avícolas, permitiéndonos introducir al mercado con facilidad, presentándonos como una alternativa más de alimentos nutritivos y saludables por ser un criadero comunitario.
- El análisis financiero permitió conocer la viabilidad financiera esperada del proyecto, todos sus análisis demuestran que manejando de una forma adecuada, el proyecto generará beneficios tanto a los comuneros como a todas las personas que se encuentren involucradas directa e indirectamente con la microempresa.
- Como resultado del estudio de mercado y en las encuestas realizadas se puede concluir que la microempresa comunitaria está en la capacidad

de cubrir la demanda obteniendo una buena aceptación por los consumidores

- Con respecto a los impactos que generará este proyecto, el impacto económico es medio positivo debido a que se generara fuentes de empleo, el aumento de ingreso de manera progresiva, lo que será de gran ayuda para los comuneros, el impacto social ayudara a mejorar las condiciones de vida, permitirá tener una mayo unión e integración de los socios y otras comunidades; finalmente el impacto ambiental causado por el proyectos mínimo, debido a que no genera contaminación química ya que su estiércol será utilizado como abono para los terrenos.

RECOMENDACIONES

- La dirigencia de la Comunidad Jurídica de Chaupiloma deberá participar más activamente en las reuniones de elaboración de presupuestos participativos del Gobierno Municipal del Cantón Pedro Moncayo, para de esta manera poder conseguir obras de servicios básicos que se encuentren pendientes, como la vialidad, energía eléctrica en toda la comunidad y con eso poder obtener en un 100% los servicios básicos.
- La comunidad de Chaupiloma al tener la Personería Jurídica deberá solicitar el apoyo de los gobiernos autónomos descentralizados, organizaciones de segundo grado y toda entidad que apoye al desarrollo comunitario mediante los respectivos seguimientos y participaciones activas a reuniones, asambleas convocadas por las mismas,
- Aprovechar al máximo la potencialidad que tienen los comuneros en seguir adelante socioeconómicamente mediante capacitaciones, incentivos que ayuden a un buen desenvolviendo de la microempresa comunitaria.
- Participar en las ferias campesinas comunitarias y turísticas publicitarias que el municipio de Pedro Moncayo facilita para la exposición de productos agropecuarios y obtener con éxito el mercado local.
- Utilizar al máximo las campañas de publicidad, señalando que la microempresa es de carácter comunitario y no industrial; además el fin social que tiene la microempresa al ser creada por un grupo de campesinos.
- Buscar apoyo de organizaciones y gobiernos seccionales para obtener créditos, convenios de financiamiento, para de esa forma poder ampliar los horizontes del proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

- Osmín, D. (1996). Administración de Empresas. (3ra). McGraw Hill
- Amaraw, M. (2010). Administración para emprendedores. México: Pearson
- AndeR, E. (2002) Metodología y práctica del desarrollo de la comunidad, Buenos Aires.
- ARINOLO, S. Administración de pequeñas empresas, (2), México., Me Graw.
- Mendizábal, J. (2007), Avicultores para la historia Publica, Navarra.
- Bernstein, Leopold A. (2004) Análisis de Estados Financieros. España:
- Navarro Sanchez Ana, año 2002, Cría de animales de granja
- Ibarra, América, (2009) El desarrollo legal de la microempresa, Quito fundación ecuatoriana de desarrollo
- Martidale, Don, (1963), Comunidad, Carácter, Civilizacion, Buenos Aires: Pardos.
- Mercedes Bravo, V. (2007) Contabilidad General.
- Perdomo, Abraham. (2000) Análisis de Estados Financiero,. México D. F
- Reyes, Ponce, Agustín, (1972) Administración de empresas, México.
- Rodríguez Valencia, Joaquín, Administración de empresas pequeñas y medianas, México.
- Vainrub, Roberto, (2009), Una Guía para emprendedores, México: Prentice hall.