



**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y ORGANIZACIONES PÚBLICAS**



## **PROYECTO DE GRADO**

### **“GRANJA PRODUCTORA DE HUEVO DE GALLINA CRIOLLA ISA BROWN EN EL MUNICIPIO DE PATACAYA.”**

**POSTULANTES:                   MARITZA FLORES MARCA**  
**LOIDA NOEMI NINA QUISPE**

**TUTOR:                            ING. JUAN FERNANDO DELFIN CONDORI**

**LA PAZ – BOLIVIA**

**2017**



## DEDICATORIA

A Dios por darme la fe y la fuerza para guiarme en el camino que decidí seguir y colocar aquellas personas que me enriquecieron en sabiduría, afecto y otras cualidades sobresalientes de ellas mismas.



## **AGRADECIMIENTO**

Doy gracias a mis padres por darme la oportunidad y el apoyo al momento de escoger mi carrera, y al formarme como una persona íntegra y recta. A mis hermanos por preocuparse por mi futuro y por darme el impulso de querer estudiar y seguir con mi formación profesional.

A mi compañera por ser una gran amiga de estudio quien me explicaba y me colaboraba en los momentos de duda, y un gran compañero de mi proyecto grado.

A nuestro tutor Juan Fernando Delfín Condori por guiarnos en este paso tan anhelado que da por terminado un capítulo tan importante en nuestras vidas

De nuevo reitero mis agradecimientos a mi familia, los amigos los compañeros, los maestros y tanta gente que han hecho de mí, lo que hoy soy.



# INDICE GENERAL

	Pág.
<b>1. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO .....</b>	<b>1</b>
1.1. Naturaleza de la empresa.....	1
1.2. Concepto del negocio.....	2
1.3. Producto y su generación de valor.....	2
1.4. Valor agregado del producto.....	3
1.5. Misión.....	3
1.6. Visión.....	3
1.7. Valores y principios.....	4
1.8. Claves de gestión empresarial.....	4
1.8.1. Gestión de ética:.....	4
1.8.2. Gestión talento humano: .....	4
1.8.3. Gestión de Proceso de Calidad:.....	5
1.9. Estrategia competitiva.....	5
1.9.1. Las 5 fuerzas de Michael Eugene Porter.....	5
1.10. Estrategias empresariales.....	6
1.10.1. Estrategias de diferenciación del producto.....	7
1.10.2. Estrategias de posicionamiento.....	7
1.10.3. Estrategias ecológicas.....	7
1.11. Análisis de la microempresa “super criollin” foda (principales fuerzas y debilidades de la organización).....	7
1.12. Objetivos.....	9
1.12.1. Objetivo General.....	9
1.12.1.1. Objetivos Específicos.....	9
1.13. Planteamiento del Problema.....	10
1.14. Justificación .....	10
<b>2. MERCADO .....</b>	<b>11</b>
2.1. Producto Mercadotécnico.....	11
2.2. Consumidor .....	12



2.2.1. Cliente objetivo .....	12
2.2.2. Barreras de entrada o de salida.....	12
2.3. Descripción de los productos.....	13
2.4. La participación de la empresa en el mercado.- .....	13
2.4.1. Calidad del producto de “Huevos Criollin” .....	14
2.5. Estudio de mercado.....	14
2.6. Segmentación del mercado.....	16
2.6.1. Segmentación geográfica.....	16
2.7. Pronostico venta.- .....	16
2.8. Estrategias de marketing.....	17
2.8.1. Nombre de la empresa.....	17
2.8.2. Producto.....	17
2.8.3. Precio.....	17
2.8.4. Plaza/Distribución.....	18
2.8.5. Promoción/publicidad .....	21
2.8.5.1. Publicidad:.....	21
2.8.5.2. Promoción de ventas: .....	22
<b>3. OPERACIONES.....</b>	<b>22</b>
3.1. Descripción del producto.....	22
3.2. Proceso productivo .....	22
3.3. Elección de la línea de postura.....	23
3.3.1. Producción de huevos.....	23
3.4. Programa de vacunación.....	35
3.4.1. Controles y Registros.....	36
3.5. Descripción del diagrama de flujo.....	37
3.5.1. La recolección del producto.....	37
3.5.2. Clasificación del huevo.....	37
3.5.3. Limpiado.....	38
3.5.4. El empaque del producto.....	38
3.6. Estudio Técnico.....	38
3.7. Estudio de Mercados.....	41



3.7.1. Población .....	42
3.7.2. Tipo de muestreo.....	43
3.7.3. Métodos y técnicas de recolección.....	45
3.7.4. Instrumento de recolección de datos.- .....	45
3.8. Estudio de Demanda.....	45
3.8.1. Demanda potencial.....	46
3.8.2. Análisis de la oferta competencia.....	46
3.8.3. Funciones y cargos.- .....	47
3.9. Proceso técnico de las áreas administrativas.....	47
3.9.1. Gerente General .....	47
3.9.2. Departamento de finanzas .....	48
3.9.3. Departamento de producción .....	48
3.9.4. Departamento de talento humano .....	49
3.9.5. Planilla de Aportes Patronales.....	50
3.10. Estudio administrativo.....	50
3.10.1. Esquema de organización mixta producción de huevos SUPER CRIOLLIN.....	50
3.10.2. Manuales De Funciones.- .....	51
3.10.3. Reglamento Interno.- .....	51
3.11. Análisis del Entorno.....	52
a) Político:.....	52
b) Económico:.....	52
c) Tecnológico:.....	52
d) SOCIAL:.....	53
<b>4. FINANZAS.....</b>	<b>53</b>
4.1. Plan Financiero.- .....	53
4.2. Proyección de ventas.....	54
4.3. Proyección de insumos.- .....	54
4.4. Estructura de inversión y financiamiento.....	54



4.4.1. Activos fijos.....	55
4.4.2. Presupuesto de compra de terreno.....	55
4.5. Otros activos fijos.....	56
4.6. Capital de trabajo.....	57
4.7. Insumos.....	58
4.8. Mano de obra .....	58
4.8.1. Mano de obra directa.....	58
4.8.2. Mano de obra indirecta.....	58
4.9. Gastos generales.....	59
4.9.1. Gastos de venta y comercialización.-.....	59
4.10. Aportes propios.....	60
4.11. Punto de equilibrio.....	63
4.12. Flujo de caja.....	63
4.13. Valor actual neto (VAN).....	63
4.14. Tasa interna de retorno(TIR).....	63
<b>5. CAPITULO V ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL.....</b>	<b>65</b>
<b>5.1. Organización administrativa y legal.....</b>	<b>65</b>
5.1.1. Razón jurídica .....	65
5.1.2. Constitución legalización y formación de la empresa .....	65
5.1.3. Verificación del nombre.....	65
5.1.4. Escritura de constitución.....	65
5.1.5. Protocolo de la escritura de constitución.....	65
5.1.6. Publicación de la escritura de constitución.....	65
5.1.7. Elaboración del balance de apertura.....	66
5.1.8. Registro en Fundempresa.....	66
5.1.9. Impuestos aplicados en la empresa .....	66
5.1.9.1. Impuesto al valor agregado IVA.....	66
5.1.9.2. Impuestos a las transacciones IT.....	66
5.1.9.3. RC-IVAY	



## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente estudio fue realizado en el año 2016, a través del cual se desarrollaron una serie de actividades como entrevistas, encuestas, fotografías, entre otros, con el fin de diagnosticar cantidades de consumo sobre el producto.

En Bolivia, la actividad avícola ha venido desarrollándose de manera favorable en los últimos años, esta actividad es la fuente de generación de empleos directos e indirectos durante su cadena productiva.





Este proyecto se enfoca al estudio de factibilidad para una apertura de la microempresa dedicada a la producción de huevos criollos “SUPER CRIOLLIN” perteneciente al rubro del sector productivo agropecuario.

La microempresa estará ubicada en el municipio de Patacamaya, comunidad Jatuquira, para el beneficio de la población y así también para los mismos productores de la región.

La administración de la Microempresa es de tipo de Sociedad de Responsabilidad Limitada S.R.L. que está regulada por el comercio boliviano en el (Art. 195 al 216), los socios que participan es a través de la aportación del capital de cuota de acciones, y su responsabilidad se limita al valor de sus aportes. El número de socios será de nueve personas, que aportaran el cincuenta por ciento del capital cada uno, que se requiere para su inversión de la Microempresa.

La microempresa SUPER CRIOLLIN S.R.L., se creara para satisfacer las necesidades alimenticias de los consumidores de la población. Y a partir de esto se pretende llegar al mercado que se ha seleccionado, ofreciendo nuestro producto, ya que el huevo tiene propiedades nutricionales.

De ahí nace la idea de producir el producto alimenticio mediante las gallinas de postura de la línea ISA BROWN, que compensen la necesidad de los consumidores. Según los estudios realizados en el municipio se observó que no existen granjas de producción del producto (huevos criollos).

De acuerdo con el último informe de ADA-Cochabamba, la producción de huevos en 2013 alcanzaba a 1.501,03 millones de unidades. Santa Cruz produjo el 65,21% del total. Le sigue Cochabamba con el 30,23% y el resto de los departamentos con el 4,56%. El consumo anual se situó en 150 unidades por persona. Un año antes era de 135. El crecimiento es del 11%.

El pronóstico de venta se tomó en cuenta según datos que se obtuvieron por el incremento de consumo que existieron en Bolivia entre el 2013 al 2015 es de 11 %. ¿por lo tanto el incremento que se tendrá por año es de 5.5 %.



Al año se venderá 5.130.000.- huevos con un precio promedio que se obtuvo es de 0.80 ctv.

Ventas = 5.130.000.- huevos/año \* 0.80ctv= 4.104.000. Bs. \* 0.055=4.329.720 Bs.

Clientes potenciales son todas las personas de toda edad, pero por lo que nos ayudara a llegar al consumo final será mediante las tiendas donde se dejara por mayor. Nuestros clientes serán todo el municipio donde será distribuida.

Es importante también tener en cuenta que el tema de la demanda es debido a las características del producto, en la calidad, precio.

Las proyecciones de las unidades a vender fueron efectuadas de acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio de mercado en el cual se determinó el crecimiento es del 11%. El consumo anual se situó en 150 unidades por persona. Un año antes era de 135. Para efectos de proyección se hizo uso del IPC (índice de crecimiento del consumidor), el cual indico los futuros precios de venta unitaria de acuerdo a las tasas suministradas por una entidad financiera de reconocimiento nacional.

## **GRANJA PRODUCTORA DE HUEVO DE GALLINA CRIOLLA ISA BROWN, EN EL MUNICIPIO DE PATACAMAYA.**

### **1. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO**

#### **1.1. Naturaleza de la empresa**

Este proyecto se enfoca al estudio de factibilidad para una apertura de la microempresa dedicada a la producción de huevos criollos “SUPER CRIOLLIN” perteneciente al rubro del sector productivo agropecuario.

La microempresa estará ubicada en el municipio de Patacamaya comunidad Jatuqira, para el beneficio de la población y así también para los mismos productores de la región. La administración de la Microempresa es de tipo de Sociedad de Responsabilidad Limitada que está regulada por el comercio



boliviano en el (Art. 195 al 216), los socios que participan es a través de la aportación del capital de cuota de acciones, y su responsabilidad se limita al valor de sus aportes. El número de socios será de nueve personas, que aportaran el cincuenta por ciento del capital cada uno, que se requiere para su inversión de la Microempresa.

La administración de los socios, tienen el derecho del control, el cual hace referencia a que los socios pueden tener control en la contabilidad, documentos y en todas las actividades que se realiza en la empresa.

La Microempresa como Sociedad de Responsabilidad Limitada, se destaca que tiene la reserva legal del monto del dinero que tiene como mínimo el 5% y un máximo de 50% de los aportes al capital social. Esta reserva constituye luego del primer año porque antes de esto no hay utilidades efectivas ni liquidas, la finalidad de esta reserva es garantizar el cumplimiento de las obligaciones que contrae la microempresa, sobre todo cuando se encuentre en peligro de quiebra o su permanencia como sociedad comercial.

La denominación surge de la razón de implantar una microempresa innovadora del producto (huevos criollos). Debido a que es una necesidad alimenticia en el mercado consumista, de ahí viene la denominación con su sigla "SUPER CRIOLLIN".

## **1.2. Concepto del negocio**

La microempresa SUPER CRIOLLIN S.R.L., se creara para satisfacer las necesidades alimenticias de los consumidores de la población. Y a partir de esto se pretende llegar al mercado que se ha seleccionado, ofreciendo nuestro producto, ya que el huevo tiene propiedades nutricionales.

De ahí nace la idea de producir el producto alimenticio mediante las gallinas de postura de la línea ISA BROWN, que compensen la necesidad de los consumidores. Según los estudios realizados en el municipio se observó que no existen granjas de producción del producto (huevos criollos).



Por lo cual este producto alimenticio que es el huevo, ofrece propiedades nutricionales, y estará producida en una granja.

El huevo se lo puede conseguir a un precio económico similar a los huevos industriales.

A diferencia de los huevos comunes (industriales), se trata de un producto saludable, gracias a su alto valor nutricional, ya que las mismas aves de postura serán alimentadas con alimentos naturales, ya que los productos que se ofrecen del mismo en la competencia no tienen un alto valor nutricional. Una vez adquirida de punto de venta se consume de diferentes maneras que dispone el consumidor.

### **1.3. Producto y su generación de valor**

El producto ofrecido es el huevo en base a la gallina criolla de la línea ISA BROWN, es un alimento conformado por tres partes principales: cáscara, clara, y yema.

La cáscara: Constituye entre el 9 y el 12 % del peso total del huevo. Posee un gran porcentaje de Carbonato de Calcio (94 %) como componente estructural, con pequeñas cantidades de Carbonato de Magnesio, Fosfato de Calcio y demás materiales orgánicos incluyendo proteínas. Si bien el Calcio está presente en gran cantidad, es poco biodisponible. Pese a ello, en ciertas regiones muy pobres y con escasez de lácteos (además de otros alimentos), la cáscara se suele lavar y triturar hasta lograr un polvillo blanco que se incorpora a preparaciones tales como purés, papillas, polenta, etc.

Los huevos que se producirán serán clasificados según el tamaño, y luego serán vendidas por mayor y menor a los consumidores, como ser a las tiendas supermercados, etc. a aquellos negocios que utilizan el huevo como materia prima a la venta.

Mediante este producto se pretende satisfacer la necesidad alimenticia a los consumidores de este producto, las cuales nos eligen por el valor nutricional y el beneficio que tiene el producto alimenticio al momento de consumo.



## 1.4. Valor agregado del producto

La microempresa SUPER CRIOLLIN, tiene una responsabilidad de no derrochar la cascara de huevo, por lo tanto para dicha responsabilidad, SUPER CRIOLLIN se enfoca en elaborar harina de cascara de huevo, por lo que es considerado la cascara de huevo muy nutritivo.

Una cascara de huevo está compuesto de carbonato de calcio, que también es el principal ingrediente en algunos antiácidos, cada cascara de huevo de tamaño mediano tiene alrededor de 750 – 800 mg de calcio, y una taza de leche contiene 280 mg de calcio, menos que la harina de huevo.

## 1.5. Misión

SUPER CRIOLLIN es una microempresa de granja productora de huevos de gallina criolla, criadas con alimentos naturales, nutritivos para mejorar la calidad de vida de los bolivianos, con el fin de satisfacer a nuestros clientes.

## 1.6. Visión

Ser una empresa reconocida a nivel nacional, como productora de huevos criollos nutritivos y saludables.

## 1.7. Valores y principios

- **Puntualidad.-** estará enfocado a los empleados que serán parte de la empresa, es decir de exigir la llegada y salida del horario de trabajo, pero sobre todo de la misma manera para con los clientes.
- **Trabajo en equipo.-** nos ayudara mejor a realizar un buen trabajo en la empresa y también tener una buena comunicación, confianza con todos los que son parte de la empresa, para obtener buenos resultados esperados.
- **Honestidad.-** es importante porque genera confianza con los miembros de la empresa, como también con los mismos clientes.

## 1.8. Claves de gestión empresarial

### 1.8.1. Gestión de integral de riesgo:



La microempresa pronosticará los riesgos que pueden presentarse en el transcurso de su gestión, para entonces se realizara contrato con los proveedores de una manera legal para evitar la fluctuación de la materia prima, si en algún caso si existiera la carencia de la materia prima se reemplazara con otro tipo de alimento como ser pastizales verdes.

#### 1.8.2. **Gestión de ética:**

La microempresa es una sociedad del ser, conoce la responsabilidad que tiene para el desarrollo del producto con calidad y la búsqueda de valores nutritivos que actualmente requiere el cliente para el consumo, SUPER CRIOLLIN producirá los huevos criollos con las alimentaciones más adecuadas y de calidad.

#### 1.8.3. **Gestión talento humano:**

Se enfoca en la calidad personal y la búsqueda de valores evolutivos y trabajo en equipo el personal se basara en el ser y no el tener. (Visión personal),

Para su desempeño del personal se realiza un manual de funciones para el desarrollo de la microempresa “SUPER CRIOLLIN”, de esa forma el talento humano tendrá la información clara de su entorno de la microempresa.

#### 1.8.4. **Gestión de Proceso de Calidad:**

Lo más importante para SUPER CRIOLLIN es el mejoramiento del producto y mediante la institución de SENASAG e IBNORCA se realizara el control de calidad para respaldar que el producto cumple con estándares de calidad en el proceso de producción.

### 1.9. **Estrategia competitiva**

La estrategia competitiva tiene como propósito definir qué acciones se deben emprender para obtener mejores resultados en cada uno de los negocios en los que interviene la empresa. Lo cual se aplicara en esta empresa de “Super Criollin”.



### 1.9.1. Las 5 fuerzas de Michael Eugene Porter

Las 5 fuerzas de Porter son esencialmente un gran concepto de los negocios por medio del cual se pueden máxima los recursos y superar a la competencia cualquiera que sea el giro de la empresa. Según Porter, si no se cuenta con un plan perfectamente elaborado no se puede sobrevivir en el mundo de los negocios de ninguna forma; lo que hace que el desarrollo de una estrategia competente no solamente sea un mecanismo de supervivencia sino que además también te da acceso a un puesto importante dentro de una empresa y a cercarte a conseguir todo lo que soñaste. Son estrategias que nos ayudara a encontrar las estrategias para ser competentes en el mercado.

[Http:\(Porter, 5fuerzasdeporter.com/\)](http://Porter, 5fuerzasdeporter.com/)

#### a) El poder de negociación de los proveedores.-

La principal de los proveedores será para la alimentación de las aves que se proveerá de la ciudad de Cochabamba (maíz partido, harina de soya y afrechillo) y también adquirida de las comunidades (Taypillanga, Arajllanga, entre otros) como grano, trigo, cebada y avena, se llegó a elegir estos por la vasta producción en la que cuenta no se sufrirá de desabastecimiento.

**b) Poder de negociación de los compradores.-** los clientes exige de acuerdo a las necesidades del mercado y cada vez exigen más calidad para satisfacer a la clientela. los compradores en esta empresa tienen poder de negociación, ya que es la fuente principal de los ingresos y del mercado en una empresa. SUPER CRIOLLIN la empresa dedicada a la producción de huevos criollos por lo tanto es aceptado por los consumidores por brindar huevos con un alto valor nutricional.

**c) Amenaza de nuevos entrantes.-** constituye una amenaza en el mercado porque puede alterar la oferta y la demanda y más aún cuando estos productos se presentan con bajos precios y buena calidad. Los productos sustitutos obligan a las empresas a estar en alerta y bien informados sobre las novedades en el mercado ya que puede alterar la preferencia de los consumidores.



La producción de huevos criollos Súper Criollin llegara a formar parte de la canasta familiar en el municipio de Patacamaya el producto que es el huevo entra al mercado por ser huevos criollos cabe señalar que el producto se venderá a precios similares a de los huevos AG comunes.

**d) Amenaza de los productos sustitutos.-**

Un gran número de sustitutos están disponible en el mercado, tal como la carne, sardinas para el alimento, pero para ingredientes de recetas son imprescindible para su preparación de recetas.

**e) Realidad competitiva dentro de una industria.-**

Si bien existe empresa establecida se buscara un nicho de mercado así para satisfacer con productos con un alto valor nutricional como es el huevo criollo de casi la mayoría que se ofrece en el mercado los huevos comunes.

## **1.10. Estrategias empresariales**

### **1.10.1. Estrategias de diferenciación del producto**

La microempresa de dicada a la producción de huevos criollos “SUPER CRIOLLIN” se diferencia de casi de la mayoría de los demás como un producto con un alto valor nutricional también por la buena calidad del producto que lo hace un producto diferente.

### **1.10.2. Estrategias de posicionamiento**

La estrategia de liderazgo en costos nos permitirá que nuestra empresa alcance el posicionamiento de la marca en el mercado debido a que se observan precios accesibles en la competencia.

### **1.10.3. Estrategias ecológicas**

En la actualidad, en todo el mundo se habla del cuidado y preservación del medio ambiente, lo cual las personas se están involucrando cada vez más en el cuidado





medio ambiental, es un hecho de que debe ser tomado en cuenta a la hora de introducir un producto hacia el mercado.

## 1.11. ANALISIS DE LA MICROEMPRESA “SUPER CRIOLLIN” FODA (Principales fuerzas y debilidades de la organización)

### Matriz FODA

#### FORTALEZAS

- Colocarnos como la primera empresa en la región.
- Contamos con iniciativa y motivación
- La materia prima se consigue en la región

#### OPORTUNIDADES

- Oportunidad de crecimiento
- Crear una página web
- Creación de sucursales

#### DEBILIDADES

- Tecnología
- Productos sustitutos
- Personal insuficiente

#### AMENAZAS

- Competencia
- Enfermedades de las gallinas
- Ser desconocidos en el mercado
- Clima

### Estrategias

F1 + O1=

Crear asociaciones con los diferentes establecimientos del municipio para que comercialicen nuestros productos.

F1 + D1=



Implementar un plan de adquisición de tecnologías para la creación de planta antes de la operación del negocio en este caso sistema de calefacción.

F1 + A1=

Establecer convenios con las diferentes tiendas en la región para comercializar el producto a un precio accesible conveniente para ambas partes antes de llegar al consumidor final.

O1 + F2=

Diseñar en estos momentos un cronograma de actividades desarrolladas durante el proceso de formación de la empresa.

O1 + D1=

Crear vínculos con una empresa que venda sistemas de calefacción para la instalación de las mismas en la granja durante el futuro.

O1 + A1=

Diseñar un sistema de alimentación para las gallinas para que tengan una dieta y así producir huevos criollos que nos diferenciaron de la competencia.

## **1.12. Objetivos**

### **1.12.1. Objetivo General**

Diseñar un plan de negocio para la implementación de una granja avícola productora de huevos criollos, en base a la gallina ISA BROWN, en el municipio de Patacamaya.

#### **1.12.1.1. Objetivos Específicos**



- Implementar raciones de alimentos proteicos en las gallinas criollas ponedoras
- Clasificar y empacar el producto al tamaño, garantizado un precio justo.
- Hacer conocer normas, leyes, políticas en cuanto la producción de huevos.
- Definir la estrategia de la mezcla de mercadeo sobre las 4Ps.
- Determinar el nivel de aceptación del producto “huevo Criollin” en el municipio de Patacamaya.
- Identificar las características del producto que el cliente necesita.
- Motivar y capacitar a los empleados para que se vincule con la empresa, permitiendo integrarse activamente a la empresa.
- Conformar una empresa con tecnología y maquinaria actuales y de calidad.
- Asignar responsabilidades de las diferentes funciones y procesos de manera jerárquica.

### **1.13. Planteamiento del Problema**

Problema que se presenta en los mercados de Patacamaya, es referido a que en casi la mayoría de los huevos que se ofrece a la población no tiene un alto valor nutricional y no tienen la calidad ni la frescura.

Las gallinas que se crían para la producción de huevos en el país, son encerradas en jaulas, que no les permite tener la libertad y espacio suficiente, donde puedan moverse lo necesario, lo que causa que no obtengan el alto porcentaje valor nutricional en los huevos.

El municipio de Patacamaya no se cuenta con formas eficientes para la producción y comercialización del huevo de gallina criolla, el cual es utilizado como producto complementario en algunas comidas rápidas, eventos y reuniones; esto se genera por que sus distribuidores no son constantes, no supe eficientemente sus necesidades de este producto en el municipio.

Por otra parte algunos factores que influyen en el poco interés de realizar otra actividad que genere ingresos económicos es que su principal fuente de ingresos



del municipio es el cultivo agrícola, ganadería, etc. no genera ingresos permanentes.

Los habitantes del municipio por costumbre y tradición consumen el huevo de gallina ya que piensan que este satisface suficientemente las necesidades alimenticias, pero no conocen los beneficios que trae el huevo de gallina criolla.

El huevo de la gallina criolla como producto complementario es difícil algunas veces de encontrarlo en el municipio de Patacamaya;

#### **1.14. Justificación**

Para solucionar los problemas citados anteriormente, generaremos un producto natural de gallinas criollas criadas en una granja con suficiente espacio para las gallinas, con alimentos orgánicos naturales, lo cual indica que su proceso de producción y su desarrollo será efectuado con elementos altamente naturales (alimentos balanceados naturales de engorde y maíz partido, etc.). Esto refleja en los huevos que su yema sea de color naranja oscuro.

El producto se pretende ofrecer con un alto grado de proteínas que tiene el huevo criollo, se trata brindar el producto con calidad y frescura.

Al consumir el huevo criollo se logran beneficios porque tienen los siguientes componentes nutricionales: el sodio, potasio, calcio, magnesio sílice, cloro, sulfato, hierro y vitamina A.

El estudio de factibilidad sobre la producción y comercialización del huevo de gallina criolla, como producto complementario se realiza por que se quiere hacer un análisis a los comercializadores del huevo gallina debido a que no se presenta la satisfacción adecuada del hábito de consumo del huevo de gallina.

El huevo de la gallina criolla como producto complementario sirve para acompañar diferentes comidas ya que este cuenta con varios beneficios alimenticios altamente nutritivos.

## **2. MERCADO**

### **2.1. Producto mercadotécnico**



Producción de huevos criollos “SUPER CRIOLLIN” es una empresa que producirá huevos criollos que tiene como objetivo brindar productos de calidad con un alto valor nutricional.

La comodidad que se ofrece al empleado con una infraestructura y temperatura, permite que nuestros trabajadores puedan obtener buenos resultados en la empresa. También otro punto que tomar en cuenta es manera de criar a las gallinas ponedoras en el campo con la libertad de poder caminar con el espacio libre, por el alimento de alto valor nutricional que se le brinda, hace que la gallina no este estresada por lo tanto produce huevos con un alto valor nutricional, a diferencia de las otras empresas de producción de huevos.

El precio que se le ofrece al mercado es una ventaja adicional pagaría por cada huevo de 0.70 – 0.80 – 0.90 ctv. Por el huevo dependiendo del tamaño del mismo. Es cercano e incluso similar al precio de la competencia que se ofrece el huevo común al mercado.

## **2.2. Consumidor**

### **2.2.1. Cliente objetivo.**

Según el estudio realizado, las investigaciones, observaciones que se tomaron en cuenta, nuestros clientes son las madres de familia, tiendas, etc. quienes compran para su alimentación que llegaran al consumo final gracias a nuestros intermediarios quienes son las tiendas del barrio, y también nuestros clientes objetivos son los Pymes y negocios que utilizan como materia prima para su insumo el huevo.

Se consume más huevos que carne de pollo y del res esto influye gracias a que el huevo se adquiere a un precio accesible y fácil de cocinar.

### **2.2.2. Barreras de entrada o de salida**

#### **a) Barrera de entrada**



En la actualidad el mercado de Bolivia existen muchas empresas de granjas que se dedican a producir huevos sobre todo los departamentos de Santa Cruz y Cochabamba, conocida como los departamentos que producen este producto de alimenticio en cantidades altos.

Actualmente el mercado del departamento de La Paz, tiene un alto estándar del consumo de huevos, lo cual es exportado por las empresas del departamento de Cochabamba y Santa Cruz, donde son reconocidas por los precios que ofrece. Al mismo tiempo existen empresas aunque en pequeña escala empresas que se dedican a la producción de huevos en La Paz, todas esas empresa, Pymes brindan productos accesibles a los clientes.

#### b) **Barreras de salida**

Son los obstáculos que impiden o dificultan a nuestra empresa a la salida del mercado, que nos obliga permanecer en la empresa, son los compromisos y contratos que se tienen con los clientes y proveedores, también las deudas que se adquirieron para la implementación de la empresa “SUPER CRIOLLIN”.

### **2.3. Descripción de los productos**

Los pollos que elegimos son las gallinas de línea Isa Brown son conocidas como ponedoras de huevo de calidad y también se adaptan fácilmente a cualquier clima, tienen proteínas y nutrientes.

El huevo de gallina criolla se considera como producto complementario este presenta diversas características, un huevo de gallina criolla equivale en calorías, vitaminas y proteínas, contiene mayor cantidad de calcio, tiene una elevada riqueza vitamínica y proteica y contiene un mínimo porcentaje de colesterol.

El huevo de gallina criolla es un producto perecedero de consumo humano, importante en la dieta por su contenido proteico.

- **Características de los pollos Isa Brown.-** Se caracterizan por el plumaje rojizo muy resistentes tanto a temperaturas altas como bajas, estas gallinas son ponedoras por excelencia dado que alcanzan una producción



de casi el 95 %, producen más de 320 huevos al año, el peso del huevo es 65 grs. y son de calidad.

Las gallinas ISA BROWN, estas aves son las que ponen sus huevos con calidad en nutrientes, y también se dice que se adapta a cualquier tipo de clima, lo cual le favorece a las granjas que producen huevos para el consumo en algunos lugares.

#### **2.4. La participación de la empresa en el mercado.-**

Nuestra empresa estará en el mercado de la canasta familiar aunque sería como consumidores indirectos porque son las familias quienes consumen pero se venderá a tiendas quienes nos ayudaran a que nuestro producto llegue al consumidor final.

La empresa SUPER CRIOLLIN se enfocara en vender los productos a las tiendas y aquellos negocios que utiliza como materia prima el huevo (pastelería, restaurantes, snack, entre otros, que son los que adquieren huevos diarios para sus negocios, donde la empresa selecciono para su distribución de producto, adquirir una tienda para el almacenamiento y distribuido nuestros productos en la Zona Central, frente de la plaza Abaroa en plena avenida Panamericana.

Se tomó este punto de la tienda de almacenamiento y distribución porque consideramos es un lugar estratégico, que queda en el lugar céntrico de municipio de Patacamaya, donde nos facilita la distribución de los huevos.

##### **2.4.1. Calidad del producto de “Huevos Criollin”**

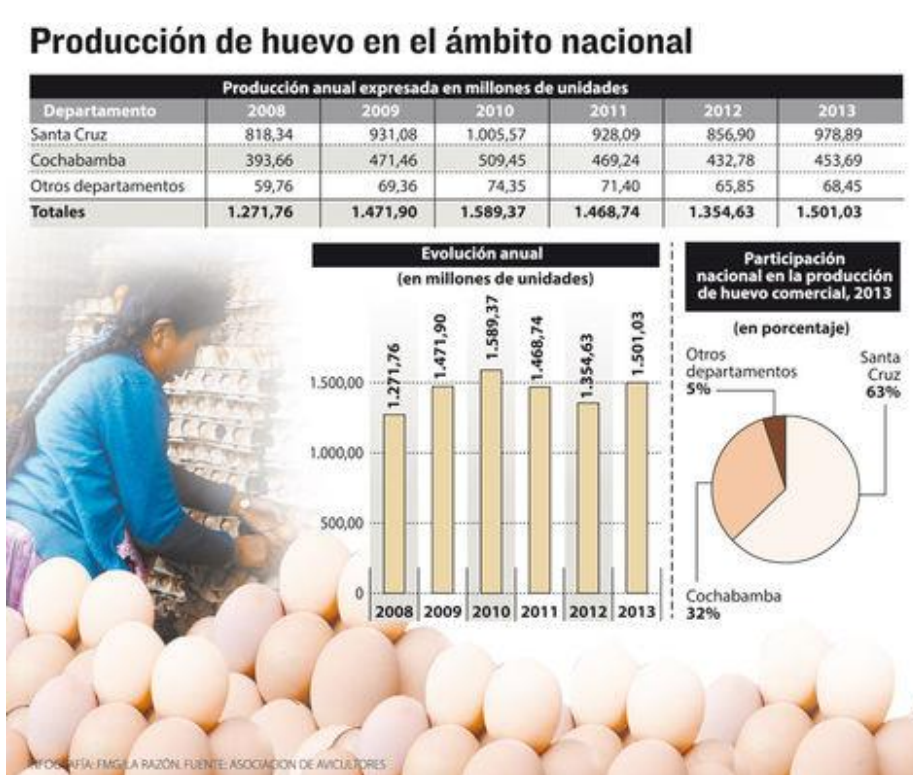
La empresa se ha trazado como prioridad que los huevos criollos sean un producto de óptima calidad. Al efecto todas las labores de producción cumplen con las más altas normas de calidad e higiene estipuladas por el sector de alimentos y normas requeridas por la ISO 2200, como también en el control de la materia prima, supervisión de maquinaria, inspección de condiciones ambientales de la planta, personal debidamente capacitado para operar en actividades de producción, como en los distintos procesos de producción, control y verificación del producto terminado, con el fin de constituir el mejor respaldo de los huevos

criollos garantizados que se puedan ofrecer, satisfaciendo así los requerimiento del mercado meta y de la sociedad.

## 2.5. Estudio de mercado

- Realizar un análisis de la oferta con el fin de identificar los competidores en cuanto al sector del servicio para mejorar e implementar estrategias que permitan que la empresa SUPER CRIOLLIN ingrese al mercado demandante sin ninguna dificultad.

Figura N° 1



La Razón (Edición Impresa) / La Paz - febrero de 2015

De acuerdo con el último informe de ADA-Cochabamba, la producción de huevos en 2013 alcanzaba a 1.501,03 millones de unidades. Santa Cruz produjo el 65,21% del total. Le sigue Cochabamba con el 30,23% y el resto de los departamentos con el 4,56%. El consumo anual se situó en 150 unidades por persona. Un año antes era de 135. El crecimiento es del 11%.





Podemos concluir que las personas que consumen existen un incremento sobre el consumo de huevos, como también que los departamentos que se dedican a la exportación de huevos son los departamentos de Santa Cruz como primer lugar, Seguidamente el departamento de Cochabamba, donde estarían dentro de la competencia indirecta.

Y como competencia directa tenemos en el municipio de Patacamaya la empresa “Avícola El Cóndor S.R.L.” que se dedica a la producción de huevos, la diferencia entre la competencia directa que nosotros como la empresa SUPER CRIOLLIN es el huevo que se produce son criollos. Entre otras ventajas competitivas son que los huevos son unos precios accesibles a la canasta familiar lo que hace que el consumo de huevo incremente.

## **2.6. Segmentación del mercado**

### **2.6.1. Segmentación geográfica.**

La empresa SUPER CRIOLLIN se enfocara en vender los productos a las tiendas y aquellos negocios que utiliza como materia prima el huevo (pastelería, restaurantes, snack, entre otros, que son los que adquieren huevos diarios para sus negocios, donde la empresa selecciono para su distribución de producto, adquirir una tienda para el almacenamiento y distribuido nuestros productos en la Zona Central, frente de la plaza Abaroa en plena avenida Panamericana.

Se tomó este punto de la tienda de almacenamiento y distribución porque consideramos es un lugar estratégico, que queda en el lugar céntrico de municipio de Patacamaya, donde nos facilita la distribución de los huevos.

### **2.7. Pronostico venta.-**

El pronóstico de venta se tomó en cuenta según datos que se obtuvieron por el incremento de consumo que existieron en Bolivia entre el 2013 al 2015 es de 11 %. Ípor lo tanto el incremento que se tendrá por año es de 5.5 %.

Al año se venderá 5.130.000.- huevos con un precio promedio que se obtuvo es de 0.80 ctv



Ventas = 5.130.000.- huevos/año \* 0.80ctv= 4.104.000. Bs. \* 0.055=4.329.720 Bs.

El primer año las ventas se incrementara un 5.5% de nuestro nivel máximo de producción

Ventas = 5.694.300.- huevos/año \* 0.80ctv= 4.555.440.- Bs.

El segundo año las ventas se incrementaran a un 11% de nuestro nivel máximo de producción.

Ventas = 5.976.450.- huevos/año \* 0.80ctv= 4.781.160.- Bs

El tercer año las ventas se incrementaran a un 16.5% de nuestro nivel máximo de producción.

## 2.8. Estrategias de marketing

### 2.8.1. Nombre de la empresa

Para enfrentar el desafío de producir este tipo de producto se ha decidido crear una microempresa productiva que tiene como nombre “SUPER CRIOLLIN”, que se dedicará a la producción y comercialización de huevos criollos de calidad nutritiva.

### 2.8.2. Producto

En cuanto al producto que la empresa va a producir son los huevos criollos, en base a la gallina ISA BROWN, donde esto dará una satisfacción alimenticia a los consumidores.

Los huevos de gallina poseen una alta capacidad nutricional, siendo ricos en caloría, minerales, vitaminas y proteínas, y es uno de los pocos alimentos que contiene vitamina D.

El huevo es un alimento que por su bajo costo, versatilidad y fácil preparación hace parte de la dieta de la mayoría de las personas. Este alimento puede servirse en el desayuno, en el almuerzo o en la cena, como tal o como parte de deliciosas y variadas recetas. Se considera un alimento equilibrado ya que contiene de todos los alimentos que nos brinda la naturaleza la mayor proporción y concentración



equilibrada de hidratos de carbono, proteínas, lípidos, grasas, vitaminas y minerales.

Como los huevos son destinados al consumo humano directo cumplirá con ciertas especificaciones, como la limpieza e integridad de la cascara

### **2.8.3. Precio**

#### **a) Objetivos de precio**

- Mantener un precio competitivo en el mercado.
- Fijar un precio que se relacione con la calidad del producto
- Establecer un precio conveniente con el grupo objetivo

El precio del producto de consumo (huevos criollos) que será vendida a mayoristas en 3 tamaños que también tendrán 3 diferentes precios según el tamaño.

XL de 73 gamos 0.90 ctv.

L 67 gramos 0.80 ctv.

M 60 gramos 0.70 ctv.

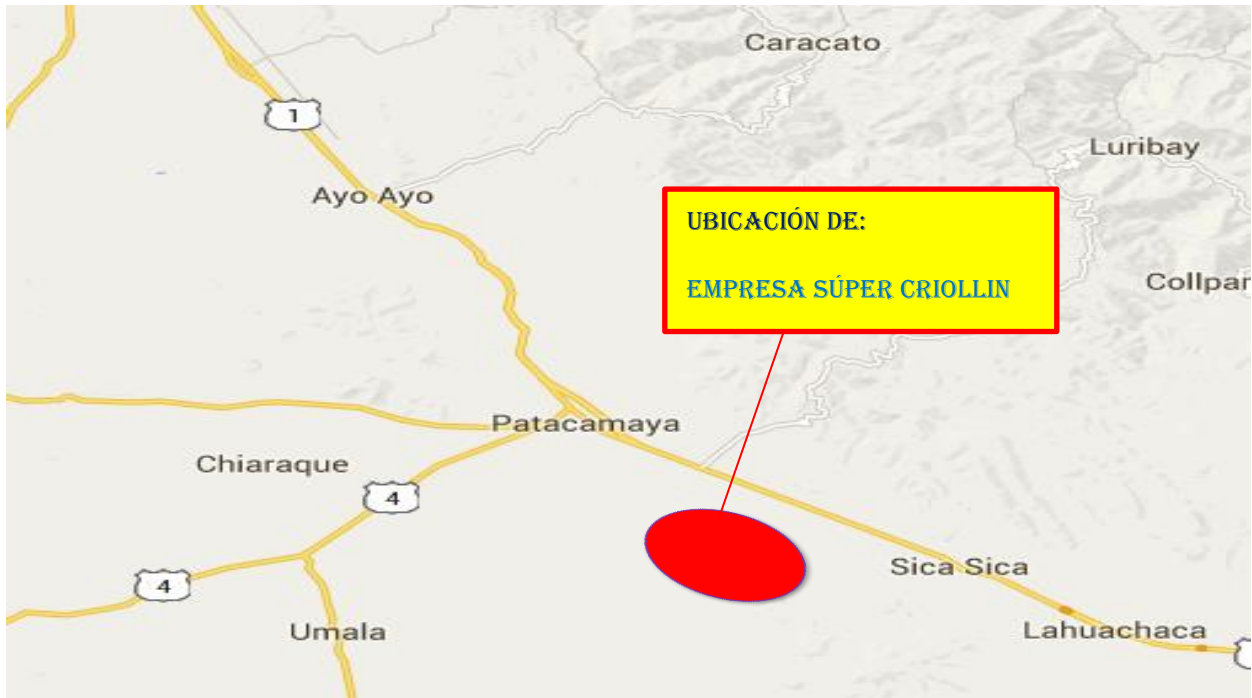
Se venderá por mayor y menor.

### **2.8.4. Plaza/Distribución**

La plaza o punto es el lugar específico donde se ubica el negocio y se realizan las ventas (producción de huevos). Este negocio se encuentra ubicado en la siguiente dirección:

En la comunidad cantón Pusuta Jatuquira, Zona Jatuquira, a una distancia de 4 kilómetros de la localidad de Patacamaya.

Para una mejor ubicación de la granja vea el siguiente mapa para identificar la ubicación de este.



### a) Color

Siendo el color un factor de vital importancia para la presentación de este producto, se han escogido colores que se constituyen en un punto de atracción para los consumidores que ayude a distinguir el producto de la competencia, de este modo se llegó a establecer que los colores característicos para la línea de productos "CRIOLLIN" son el amarillo, blanco y rojo.

### b) Logotipo

El diseño del logo tipo será "CRIOLLIN" al igual que todos los productos producidos por la empresa "SUPER CRIOLLIN", los huevos criollos, de un tipo de letra utilizado de color rojo, la que se encuentra en la parte de un lado de la imagen del huevo, la figura delineada de un huevo de color blanco y las letras de color rojo con un fondo amarillo.



**c) Marca**

Los huevos criollos serán comercializados con la marca “SUPER CRIOLLIN”



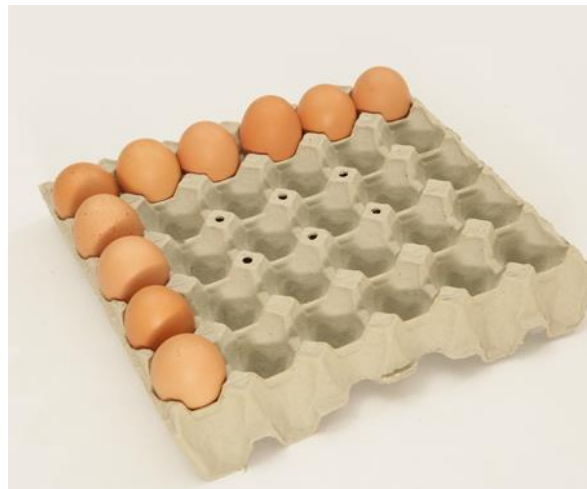
**d) Eslogan**

Para cada segmento se estableció un slogan de acuerdo a la ventaja que buscan de los huevos criollos.

## Consuma lo rico y saludable

### e) Empaque

Los mapes que se utilizarán son de tipos comunes y de color marfil, mapes para 30 huevos, donde en cada producto se pondrá el sello de la fecha de vencimiento y el logotipo de la empresa.



### 2.8.5. Promoción/publicidad

#### 2.8.5.1. Publicidad:

Se dará a conocer el producto por los diferentes medios escritos y radiales locales (folletos, pancartas, emisora alternativa); donde se dará a conocer las especificaciones y ventajas del producto. Estos son medios de comunicación, con amplia difusión, ya que se encuentra con amplia cobertura y gran audiencia.

#### 2.8.5.2. Promoción de ventas:

Se darán incentivos de corto plazo para alentar las compras o ventas del producto.



- **Relaciones públicas:** Se crearan buenas relaciones con los supermercados, panaderías, sitios de comidas rápidas, etc. con el fin de crear una buena “imagen corporativa”.
- **Ventas personales:** Se tendrán personas para realizar visitas a las familias y lugares públicos ofreciendo el producto persona a persona con el fin de enseñarles la importancia del huevo de la gallina criolla.
- **Servicio al cliente:** Se adoptara una actitud eficiente de servicio y atención a las peticiones, sugerencias, recomendaciones, reclamos de clientes, y demás personas; de tal manera que se ofrezca un estado de salubridad y sanidad de los huevos vendidos. Se dará como valor agregado recetas para incorporar en la dieta diaria de los consumidores.

### 3. OPERACIONES

#### 3.1. Descripción del producto.-

Los productos producidos por la empresa “SUPER CRIOLLIN” se traduce de huevos criollos serán comercializados bajo la marca “huevos criollin”, que pretende ser una marca de prestigio reconocido en el mercado.

huevos Criollin es un producto que se diferencia de los demás huevos que se en la mayoría de los mercados, la diferencia es porque el huevo Criollin son huevos con un alto porcentaje de valor nutricional (criollos), la diferencia está en la manera de criar a las aves (jaulas y el campo), y la alimentación que se le da a las aves, lo que causa el valor nutricional de los huevos que el del huevo criollo tenga la yema de color anaranjado, que los huevos comunes color de la yema son de calor amarillo.

Donde también se le pondrá a cada huevo fecha de vencimientos, y gracias a este método ofreceremos huevos frescos y de calidad.

#### 3.2. Proceso productivo

Se dispondrá de un galpón específicamente para la recepción de las pollitas bb hasta que cumplan las 14 semanas de vida, para luego ser trasladadas a un galpón el cual será el galpón definitivo del lote hasta el fin de su



campaña, es decir alrededor de las 72 semanas, dependiendo este tiempo del mercado o sea del precio del huevo y el precio de la carne de gallina.

El galpón tendrá una capacidad máxima de 5000 aves. Una vez desocupado el galpón, éste tendrá un descanso de 5 semanas, tiempo durante el cual se procederá a realizar su desinfección y descanso respectivos con lo cual quedara listo para la recepción del siguiente lote.

El galpón de postura albergará a las gallinas hasta el final de su campaña, al final de ésta, el galpón deberá permanecer vacío durante 5 semanas para su descanso y limpieza. El proceso se reiniciará con la compra de las pollitas BB de la línea Isa Brown antes de que las gallinas sean vendidas.

El proceso productivo contará con 2500 aves por galpón, por los que se construirá 2 galpones, donde en total se albergará 5 mil aves.

### **3.3. Elección de la línea de postura**

La línea escogida es la ISA BROWN. Esta línea de gallina produce huevo de cáscara marrón y se adapta fácilmente a cualquier crianza. Sus características técnicas de la ISA BROWN son:

#### **3.3.1. Producción de huevos**

Las gallinas comienzan a poner huevos a partir de las 17 y 18 semanas y continúan poniendo por 72 semanas (ciclo de producción) pueden poner hasta las 80 semanas. Sin embargo, este método de ampliación de ciclo, no es rentable ya que comen más de lo que producen.

La mayoría de las gallinas serán vendidas para el consumo después que han cumplido las 72 semanas.

Pico de producción 95%. Una gallina con excelentes características de producción en Bolivia es la línea ISA BROWN, puede llegar a producir total 320 huevos durante su ciclo o periodo productivo. De producción peso promedio del huevo 62.3 - 62.5 g.





a) **Fase productiva.**- La fase productiva comienza con la cría y la recría que comprende del 1 a 18 semanas, de 18 semanas es la fase de postura (todas las aves homogenizan la postura). Desde 20 a 30 semanas se conoce como fase de postura pico en esta fase se produce el mayor porcentaje de postura, de la semana 30 a 50 se conoce como la fase de postura uno lo que implica que las aves son jóvenes con todo su potencial productivo por lo que en esta fase se reduce tanto como proteína como energía en la alimentación, de la semana 50 a 72 se conoce como la fase de postura dos en esta fase se adiciona calcio en el alimento porque las gallinas ya no generan calcio a través de los huesos modulares. Después de las semana 72 las gallinas serán vendidas para carne.

- Edad de 1 a 18 semanas (cría y la recría)
- Edad al primer huevo 18 - 20 semanas (pre postura)
- Edad 20 - 30 semanas (postura pico).
- Edad 30 - 50 semanas (postura)
- Edad 50 – 72 semanas (postura dos)

b) **Alimentación de las aves**

Los consumos de alimento están influenciados por:

- Manejo
- Salud del lote y condición física
- Peso promedio del lote y uniformidad
- Tasa de producción de huevos
- Ambiente, temperatura, estación y condiciones del clima
- Calidad del alimento, concentrado, contenido de proteína, nivel calórico

Los factores listados abajo pueden e influyen grandemente los requerimientos de consumo de cada lote. El alimento deberá ser incrementado o disminuido dependiendo de las condiciones variables del lote.

c) **Período de cría (hasta 8 semanas)**

- Proveer un adecuado espacio a las aves, un máximo de 15 pollitas/m<sup>2</sup>



- Reducir la luz de 22 horas/día en el día uno, hasta 10 horas de luz natural el día 21.
- Despigar de precisión a los 7 días de edad
- Teniendo un consistente programa de vacunación
- Si es difícil mantener el consumo de alimento y los niveles de peso de acuerdo a los estándares, se debe el considerar usar una mayor concentración de nutrientes en el inicio y uso de maíz partidos para aumentar el consumo.

**d) Período de crecimiento (8 sem-17 sem).**

- Provenir un espacio adecuado a las aves (15 aves/m<sup>2</sup>)
- Se realizara el pesaje semanalmente a las aves y manteniendo dentro de los pesos recomendados
- Se seguirá las recomendaciones para el crecimiento de las aves.
- Adecuando comederos y bebederos alcanzables para las aves.

**e) Período de postura (>18 semanas)**

- Tener a las gallinas entren en la producción con el peso correcto.
- Se dispondrá el agua y hacer todo lo posible para mantener la temperatura del agua que no tan fría.
- El rango ideal de temperatura para las gallinas es de 13°C a 21°C.

**3.3.2. Requerimiento del Proyecto**

**3.3.2.1. Terreno**

Se comprara 2 hectáreas de terreno cuyo costo será de Bs 10.000.- En la que se construirá 2 galpones para ponedoras y 1 para la crianza de los pollitos bebes, 1 viviendas para seguridad y cuidadores de los pollos, también se construirá almacén, pozo séptico y ducha y vestidor y un lavadero. Localizada en PUSUTA JATUQUIRA PERTENECIENTE AL MUNICIPIO DE PATACAMAYA DEL DEPARTAMENTO DE LA PAZ, el diseño de la planta de la empresa (SUPER CRIOLLIN, ver en anexos).



Estas instalaciones serán hechas dependiendo de las necesidades de la granja. Contaremos con una oficina en alquiler en la localidad de Patacamaya ubicado en zona Central frente a la plaza Avaroa.

#### **a. Galpones (De descanso y los nidales) para gallinas ponedoras**

Para la crianza de gallinas se construirá 2 galpones de con una capacidad de 2500 gallinas en postura donde las gallinas puedan descansar donde tendrán también ahí mismo sus nidales.

El área de galpón será de 250 m<sup>2</sup> (10 metros de ancho por 25 metros de largo). El área destinada a las aves es de 12 aves/m<sup>2</sup>. Además se considerara 20 metros de separación entre galpones y 30 metros de separación entre el galpón para los pollos bebes. El piso será de cemento pulido

Donde se podrán a un lado del galpón hileras de perchas (donde las gallinas dormirán y descansan), son barras de 4.5 metros colocados con los extremos de la pared con una altura de 25 cm. y al otro extremo del galpón se ubicaran los nidales y por el centro del galpón es un pasillo de 1 m. que nos facilita para el recojo de los huevos y la limpieza de sus eses.

Y un galpón de 360 m<sup>2</sup> (30 metros de largo y 12 metros de ancho) para los pollitos bebes hasta los 14 semanas de vida donde se albergará 14 aves/m<sup>2</sup>.

#### **b. Ducha - vestidor**

Los trabajadores como visitantes, antes de ingresar al área de galpones, deberán pasar por estas instalaciones para bañarse y cambiarse de ropa, como medida de bioseguridad. Será de un área de 8 m<sup>2</sup> (4 metros de largo y 2 metros de ancho).

#### **c. Tanque de agua.-**



El tanque propiamente dicho, será soportado por una columna de concreto armado de 0.30 x 0.45 de sección. Se instalara 1 tanque de agua, tendrá con una capacidad 2500 litros donde se almacenara agua para el consumo de los pollos.

#### **d. Almacén de alimentos y preparación de concentrado**

El almacén tendrá un área de 70m<sup>2</sup>. (7 metros de largo y 10 metros de ancho) lo que permitirá almacenar insumos alimenticios y a la vez en el otro extremo se realizara la preparación de los concentrados.

#### **e. Vivienda**

Se construirá 1 viviendas para los trabajadores quienes estarán encargadas de cuidar a las aves donde se ubicara fuera del perímetro de la granja, cerca de la entrada de la granja para facilitar su función del control de las aves.

Estas viviendas tendrán un área de 35 m<sup>2</sup> (de 7 m por 5 m.)

#### **f. Pozo séptico**

Se construirá 1 pozos sépticos con un área de 1 m. por 1 m. Una vez llena una poza se clausurará por 2 a 3 meses, luego se destapa y se quema los restos secos de las gallinas. Una vez vacía la poza, se vuelve a colocar la tapa o techo y se reutiliza nuevamente.

Su finalidad es la eliminación de las aves muertas para evitar la proliferación de roedores, insectos, gallinazos y perros, principalmente para evitar la contaminación del medio ambiente. Si tomamos en cuenta los hábitos migratorios de estos animales, el riesgo sanitario es muy alto.

#### **g. Poza de lavado de equipo**

Esta construcción de poza de lavado es destinada a la limpieza y lavado de equipo de granja, con instalaciones sanitarias, el tamaño de construcción es de 1.5 m. x 1 m.



**h. Oficina.-** la oficina se alquilara que estará ubicado en la Zona central Frente a la Plaza Avaroa, donde se realizara contratos de ventas, hacia los clientes.

**i. Cerco (enmallado).-** el cerco será alambrado las dos hectáreas para esparcimiento de las gallinas.

✓ **Requerimiento de materias primas e insumos para la crianza de las aves**

**a) Pollitas BB**

Se compraran 5500 pollitas BB al año. El costo de las pollitas será de Bs. 5. Cada una con una semana de edad de la empresa “Joaquín Selar”. También se contratara los servicios de “TB CARGOS” la que se encargara de transportar los pollitos desde la empresa hasta la granja.

**b) Insumos de alimento para las aves**

La dieta alimentaria estará constituida por un concentrado proteico, trigo, cebada y avena. El concentrado proteico (maíz partido, harina de soya y afrechillo) se comprara en Cochabamba 158.5 toneladas. y el costo de transporte hasta la granja será de Bs 1.500.- mientras que trigo, cebada y avena se compraran en la zona.

**c) Cama**

Como cama se usara cascarilla de arroz cuyo costo solo involucra llevarlo a la granja. Y se requiere 1.25 quintales de cascarilla de arroz por campaña (cerco/mensual), que será exportado desde santa cruz.

✓ **Manejo**

Para lograr el mejor rendimiento, los pollitos BB deberán ser trasladados lo más antes posible desde la incubadora hasta el galpón, administrándoles inmediatamente agua con azúcar en una relación de 5 a 7 Kg. Por cada 100 Lts.



De agua si es posible vitaminarlos, también el alimento tiene que estar a disposición.

Los pollitos experimentan una serie de transiciones críticas durante los primeros 7 a 10 días de vida, lo cual afecta la forma en que las aves reciban los nutrientes. Por esta razón, el manejo durante este periodo es esencial para el óptimo rendimiento del lote.

#### ✓ **Preparación del alojamiento de las pollitas.**

- Se verificara todo el equipo antes de la llegada de las pollitas y asegurarse que está en buenas condiciones para las aves.
- Se limpiara y desinfectara todo el equipo
- Por último se cubrirá el piso con cama (cascarilla de arroz) varios días antes que lleguen los pollitos. La cama debe estar limpia y libre de moho.

#### ✓ **Crianza**

- El aislamiento es importante para reducir los riesgos de enfermedades se mantendrá a los pollitos BB lo más lejos posible de otras aves. Las aves con síntomas de contraer alguna enfermedad se lo aislara inmediatamente.
- Se realizara un cuidado especial en el galpón de los pollos BB porque es importante ya que son las que tienen de adquirir enfermedades fácilmente. Se mantendrá fuera las visitas. Para pollos BB se realizara el sistema todo dentro todo fuera para minimizar el riesgo de enfermedades y eliminar el estrés de estas.

#### **a) Cría**

- El promedio de pollas BB que las campanas es de 250 pollos.
- Las campanas se prendera 24 h. antes que lleguen los pollitos. Usaremos termómetros para ajustar las campanas y mantener la temperatura entre 32°- 35°C a nivel del suelo.
- La comodidad de las pollitas BB nos indica la temperatura correcta de la criadora. Observaremos el comportamiento de los pollitos, especialmente por las noches, para determinar si la temperatura de la campana es correcta. Los pollos que no tienen ningún problema cuando se sienten



cómodas están en silencio y sin protestas. Conforme crecen los pollitos, se bajara la temperatura a razón de 3°C por semana hasta llegar a los 21°C donde sea posible. Teniendo en cuenta siempre los signos de estrés que siguen a las vacunaciones y corte de picos, en esos momentos un aumento temporal en la temperatura puede ser requerido.

#### ✓ **Comida y Comederos**

- Iniciando el día para su alimentación se lo dará primero agua para las bb en campanas, una vez de que los pollitos han bebido por 2-3 horas, luego se lo pondrá el alimento en los comederos
- Se tendrá un comedero de tipo cilindro por cada 100 pollitas.
- Se lo pondrá en pequeñas cantidades de alimento pero agregando su alimento frecuentemente durante los primeros 2-3 días hasta los primeras 8 semanas de edad.
- El alimento debe ser un concentrado de crecimiento adecuadamente balanceado,

#### ✓ **Cuidado de las pollitas**

- Se lo hará visitas al galpón frecuentemente durante los primeros 10 días. asegurándonos de que todos los pollitos están comiendo y bebiendo normalmente. Verificando si las pollas estén distribuidas uniformemente debajo de la campana y viendo si hay corrientes de aire.
- Manteniendo la luz de atracción con una temperatura de 32°- 35°C para mantener a los pollitos cerca al calor de la criadora en los primeros 2-3 días. Usando una luz roja o blanca por cada campana

#### ✓ **Cercos**

- Se usara cercas hechas de cartón con 2 metros de diámetro con una altura de 50 cm para una capacidad de 250 pollitas durante las primera 2 semana usaremos cercos para mantener a las pollitas cerca de la fuente de calor.
- Desinfectando los cercos permanentes entre uso y uso.
- A medida que las pollitas crezcan, expandiremos el cerco, moviendo comederos y bebederos lejos de la campana para que poco a poco las pollitas vayan regulando la temperatura al medio ambiente.



### ✓ **Agua y bebederos**

- Llenaremos los bebederos varias horas antes del arribo de las pollitas, de tal manera que alcance una temperatura de 21°C.
- Permitiendo a las pollitas tomar agua durante 2-3 horas antes de que coman
- Se debe proveer de 2 bebederos (4 L) por cada 100 pollitas por las primeras 2 semanas.
- Las aves deben tener 1.5 cm de espacio de bebedero por ave durante el período de cría.
- Distribuya el equipo equitativamente dentro del área de cría.
- Lave los bebederos diariamente y use un buen desinfectante para el agua, para controlar organismos que producen enfermedades, algas y hongos en el agua de bebida.

### ✓ **El período de crecimiento**

Para el crecimiento de las aves tomaremos muy en cuenta el alimento controlado y en la iluminación de la luz durante el período de crecimiento, porque es importante el desarrollo adecuado de la ponedora antes que entre a la etapa de postura, para alcanzar el peso corporal y la madurez sexual deseada.

### ✓ **Alimentación y temperatura del galpón.-**

La temperatura ambiente del galpón tiene un gran efecto en el consumo del alimento y como resultado en el peso de la pollona en crecimiento.

Bajo 20°C las aves van a comer más para alcanzar sus necesidades nutricionales causando altas conversiones alimenticias.

Se tendrá en cuenta si es que las aves serán despichadas nuevamente, entonces se requerirá un alimento pulverizado por 2 semanas después para mantener el consumo de alimento en los niveles recomendados.

### **a) Condiciones ambientales**





- temperatura óptima del galpón para aves de postura es entre 16-24°C. Dentro de este rango, se mantendrá la temperatura del galpón uniforme, dentro de lo posible.
- Reduciendo la temperatura siempre gradualmente, evitando cambios bruscos.
- Provieniendo siempre un aire fresco para las aves
  - ✓ **Periodo de crecimiento (luz de iluminación)** Comenzado con las pollitas con 22 horas de luz para la primera semana de edad. Se reducirá la luz y la intensidad de la luz en la 2da semana a 18 horas y a 16 horas en la 3era semana. La intensidad de la luz durante el período de crecimiento será de 5-10 lux (0.5 -1 pie/vela) a nivel de ave.
  - ✓ **Crianza de las gallinas ponedoras**
    - Entre el comedero y bebedero la distancia no sobrepasara de 3 m. de tal manera que las aves no tengan que ir más de 3 m.
    - No se restringirá el alimento si las aves están en producción.
      - ✓ **Control de insectos y larvas**
        - Se realizara precauciones contra parásitos internos y externos. Periódicamente se requiere dosificar el lote contra lombrices (Levamisol)
        - Para control de ratas y ratones se utilizara raticidas. Esto pueda ayudar a prevenir muchas enfermedades de aves porque ellos portan virus y paracitos que transmite enfermedades como Leptospirosis, Teniasis, Triquinosis, Toxoplasmosis (se transmite por la orina y eses), y limitar el desperdicio y daño de los alimento, y insecticidas para controlar moscas.
        - ✓ **Nidos**

El sitio donde las gallinas van a colocar sus huevos será un sitio tranquilo, limpio, cómodo y seguro.
- Los nidos para las aves será de 2 pisos, , que tendrá 30 cm de alto y de ancho 30 cm y 40 cm de profundidad una tablero de 5cm al borde del nido para que no derrame la paja, el nido debe estar 40 cm de alto, sobre el suelo, se provee en cada hueco cada 4 gallinas.



- Los nidos serán llenados con materiales limpios (paja), y será cambiado cuando sea necesario. (cada 4 a 5 semanas).
- Se realizara la cierre de los nidos en la noche para mantenerlos limpios y evitar que la aves se duerman ahí y los ensucie, y se abrirá los nidos temprano por la mañana para evitar que los huevos sean puestos en el piso.

✓ **Bebederos y comederos para las aves adultas**

Para las aves adultas su comedero será en forma cilindro con una capacidad para 25 aves, se realizara los ajustes respectivos de los comederos para mantenerlos limpios y prevenir el desperdicio.

El bebedero será en forma de canal de 7 metros largo con 10 cm de diámetro, que se utiliza a razón de 5 cm de línea con una capacidad para 500 aves.

✓ **Sanidad y medicación**

**a) Limpieza y precaución son esenciales dentro y fuera del galpón**

- Mantener el local limpio
- Mantener los visitantes afuera
- Si se observa una sospecha el problema de salud en las aves, se obtendrá un diagnóstico de un veterinario calificado, con recomendaciones específicas para el tratamiento.
- Se realizara dosificación periódica para controlar parásitos externos e internos.

**b) Condiciones de Bioseguridad**

✓ **Ubicación de los vestuarios**

Se ubicara lo más cerca de la entrada principal, para que los trabajadores como los visitantes, obligatoriamente se cambien de vestimenta antes de entrar a las instalaciones de la granja.

✓ **Material y equipo fácil de lavar**



Un standard sanitario más alto será logrado cuando los materiales y equipos serán fácil de lavar. Los implementos serán de cartón por ser un material desechable se deberán eliminar apenas se usen, los de plástico se podrán lavar y desinfectar, así como los materiales de aluminio. Las bandejas porta huevos se pueden desinfectar y volver a usarse más las de cartón se desecharán después de su uso.

#### ✓ **Prevención contra ratas, ratones y pájaros**

Las ratas, ratones y muy especialmente los pájaros silvestres pueden propagar enfermedades. Por ello se evitara la posible entrada de estos animales en los galpones. Usaremos mallas de alambre y espantapájaros para evitar el ingreso de estos animales, para minimizar su ataque.

#### ✓ **Aplicar cama limpia**

Con el fin de evitar infecciones, emplearemos solamente materiales limpios y libres de moho (cáscara de arroz). La cama será cambiada regularmente además de contar en los galpones con un lugar donde al viruta esté siempre limpia ya que las gallinas criadas en piso gustan retozar y revolcarse.

#### ✓ **Eliminar rápidamente las aves muertas**

Se retirara a las aves muertas de los galpones tan pronto como sea posible, procediendo a su eliminación, será llevado hacia el pozo séptico.

#### ✓ **Manejo del galpón durante la época de descanso**

- Se desinfectara las Instalaciones en base a Agua con clorito (lavandina).
- Desinfección de, equipos, piso y paredes del galpón se realizara con una solución de cal.
- Colocación de viruta y equipo, y se procederá a la segunda desinfección, 2 días antes de la llegada de los pollas BB.
- Se desinfectara el perímetro del galpón para el control de insectos y parásitos pulverizando.



### ✓ **El agua:**

El agua es vital para una absorción adecuada de nutrientes, control de la temperatura corporal y para la producción y tamaño adecuado de los huevos. El consumo diario de agua es un indicador importante de la salud del lote; una baja repentina en el consumo de agua puede ser señal de problema. Lo cual las aves tendrán agua disponible todo el tiempo.

### ✓ **Programa de vacunación**

Se vacunará contra New Castle, Gumboro, viruela aviar, bronquitis infecciosa y hepatitis aviar. Las pollas bebé vienen vacunados contra Marek.

Se realizara dos vacunaciones, una sola no es suficiente. Una vacunas a virus vivo, otras a virus muerto.

En nuestro caso de granjas donde se ha vacunado contra virus de bronquitis infecciosa no se dejara de vacunar sin antes hacer una desinfección exhaustiva de ella y después ponerla en cuarentena.

Ciertas enfermedades están bien propagadas y son difíciles de erradicar y requieren de un programa de vacunación rutinario. En general, todos los lotes de pollas seran vacunados contra New Castle, principalmente.

Para nuestra crianza utilizaremos el siguiente programa de vacunación:

### **3.4. PROGRAMA DE VACUNACIÓN**

#### **Cuadro numero /programa de vacunación**

<b>Edad</b>	<b>Enfermedad</b>	<b>Vía de administración</b>
9 días	Newcastle-bronquitis	Ocular/agua



### Infeciosa

14 días	Ocular en spray	Ocular/agua
21 días	Gumboro	Ocular/agua
25 días	Newcastle	Ocular/agua
6 – 12 semanas	Viruela	Membrana alar
8 semanas	Mycoplasma	Spray
Newcastle		
Bronquitis		
9 semanas	Coriza	SC/IM
16 18 semanas	Infeciosa	Ocular/agua

Se vacunara a la llegada a las Pollitas BB contra viruela aviar y se realizara la vacunación en el ala izquierda y 5 días después se apreciara la reacción post vacuna. Lo que indicara la Efectividad de la vacunación.

#### 3.4.1. Controles y Registros



A las aves se las pesara a partir de la 1ª semana de edad, con un muestreo representativo mínimo de 100 aves por galpón, Esto para verificar la uniformidad del lote, para realizar las correcciones pertinentes.

Los controles y registros del lote tendrán:

- N<sup>o</sup> de lote
- Fecha de Nacimiento
- Peso inicial de la gallina en postura
- Edad al 50% de producción.
- Producción total en # y kg de huevos al final de la postura
- Consumo total de alimento
- Conversión alimenticia
- Peso promedio del huevo
- % total de huevos rotos
- % total de huevos rajados
- % total de huevos sucios
- Calidad del huevo

### **3.5. Descripción del diagrama de flujo**

#### **3.5.1. La recolección del producto**

La recolección del producto (huevo), es el segundo paso del proceso de producción tan importante y esencial en producción ya que, después de que las gallinas han pasado en el proceso de fecundación, el producto se ha formado sin alteración alguna, no obstante puede que tenga algún malformación y esté en condiciones muy pobres de limpieza en necesario pasarlo al siguiente proceso, por ahora la recolección del huevo será manualmente y posterior a ello será más tecnificado, esto quiere decir que será mecanizado y automatizado para remplazar el capital humano y así disminuir un poco los costos, no obstante que la compra del maquinaria sería una inversión.

#### **3.5.2. Clasificación del huevo**



Los huevos pasaran a ser clasificados, para garantizar la calidad y satisfacción del consumidor final, en esta etapa se revisara si un huevo este fracturado o dañado y ser descartado para el empaque, ya que el cliente es difícil que compre un producto defectuoso o de baja calidad, es esencial este paso en el proceso de producción, es donde básicamente interviene el departamento o área de calidad para garantizar a la empresa que los productos avícolas SUPER CRIOLLIN son de alta calidad y por supuesto de nutrición saludable.

### **3.5.3. Limpiado**





Al igual que el paso anterior esta es una tarea del departamento de producción garantizar que el producto esté libre de suciedad y contaminantes, por lo que las políticas de la empresa se basan en certificaciones, las certificaciones que describen los lineamientos de este tipo de productos se describen a continuación:

### **3.5.4. El empaque del producto**

Es el último paso del proceso de producción posterior al proceso de limpiado del producto se realizara el empaque en los mapes, la capacidad de estas es de 30 huevos, debe ser supervisada para garantizar que estén las 30 unidades de huevos.





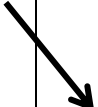



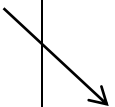



## **3.6. Estudio Técnico**

### **FLUJOGRAMA DE PRODUCCION DE POLLOS CRIOLLOS**

-  - Operación
-  - Inspección
-  - Almacenamiento
-  - Transporte



## FLUJOGRAMA DE PROCESOS

flujo grama de proceso de la empresa de producción de huevos criollos línea Isa Brown							
ACTIVIDAD	TIEMPO	MAQUINARIA/ HERRAMIENTA					CARGO
realizar contacto y contrato con la empresa proveedora de los pollos bb	2 día	Documento legal					Gerente Y ger. De compras
compra y traslado de los pollos bb al galpón	1 día	Camión					
preparación del galpón para el recibimientos de los pollos bb	8 horas	Campanas, viruta de arroz					Obreros
Recibimiento de los pollos bb.	8 horas						Obreros
registrará y realizar vacunación (ocular/agua) y despique	2 días	Maquina de despique, medicamento					Dep. de producción
Alimentación	diario						Obreros





administración de vacunas (ocular/agua)	1 día	medicamento	↓				Veterinario
manejo de las ponedoras	2 días		↙	↘			Depto. de producción
elaboración de registros	8 horas	Registrador	↓				Producción
traslado ubicación de los gallinas ponedoras en el galpón	8 horas		↙	↘			Producción Y obreros
vacunación (ocular/agua)	2 horas	Medicamento	↓				Veterinario
Alimentación	Diario		↓	↘			Obreros
controles y registros	8 horas	Registrador	↓	↙			Producción
recolección del producto	Diario	Canastones	↓	↘			Obreros
clasificación de los huevos	Diario	Máquina de selección	↓		↓		Obreros
limpiado de los huevos	Diario	Limpiadora de huevos	↓	↙			Obreros
sellado y empaque del producto	Diario	Selladora y maples		↘			Obreros
producto final al mercado	diario						



Las actividades críticas en el flujo grama de la empresa de la producción de huevos criollos “Super Criollin” comprende todos los procesos los cuales sino se realizan bien, interrumpirían la cadena de servicio haciendo que el proceso de producción sea ineficiente.

Primero se realizara el contacto y contrato con los proveedores que nos venderá los pollos bb ponedoras que deben cumplir con todas las normas establecidas de la ley.

También se debe preparar el galpón para el recibimiento de los pollos bb poniendo cascarilla de arroz, poner las campanas para recibirlos en un ambiente cómodas para las aves y con un clima adecuada.

Luego realizar la compra y traslado de los pollos bb al galpón para su crecimiento del mismo. Registrar a los pollos, también realizar la vacunación mediante el agua que se pondrá en los bebederos para evitar las enfermedades en los 9,14, 21 y 25 días también en el mes 6 y 12 en la membrana alar como nos indica en el cuadro “programa de vacunación”, también se debe tener presente realizar el despique en los 7 -10 dias de la pollitas y en la semana 10 para evitar que las propias gallinas se coman y desperdicie el alimentos.

La alimentación a las aves se realizara diariamente sin falta por ser importante en su crecimiento y en la producción de los huevos. También realizar las vacunas en los días y semanas respectivas “ver cuadro programa de vacunación”. Cuando se realiza todo requerimiento para el crecimiento de las aves hasta cumplir las 14 semanas de vida para luego ser trasladadas al galpón de las ponedoras, realizando el manejo y realizando los respectivos registros.

También se debe tener en cuenta que una vez trasladadas las aves ya se realizara a empezar a realizar la recolección de los huevos y llevados al almacén donde serán clasificados por tamaño, limpiado, sellado (fecha de vencimiento) y el empaque de los mismos, para luego ser vendidos al mercado.



Para el negocio será rentable si controla todos los puntos críticos de la cadena de producción, logrando así, buena producción y calidad de huevos, llamando la atención tanto de la población local como nacional.

### **3.7. Estudio de Mercados**

Se realizara un análisis de la oferta con el fin de identificar los competidores en cuanto al sector del servicio para mejorar e implementar estrategias que nos permitirán que la empresa SUPER CRIOLLIN ingrese al mercado demandante sin ninguna dificultad.

#### **3.7.1. Población**

El Municipio de Patacamaya es la Quinta Sección de la Provincia Aroma del departamento de La Paz, se sitúa a una distancia de 101 kilómetros de la sede de gobierno, por la carretera interdepartamental La Paz - Oruro al sudeste de la capital del Departamento de La Paz, a una altitud promedio de 3.789 msnm, está situado entre las coordenadas: 17° 05' -17° 20' de latitud sur, 67° 45' - 68° 07' de longitud oeste se encuentra ubicada al centro de la provincia Aroma, de acuerdo a las Cartas del Instituto Geográfico Militar. El Municipio de Patacamaya limita al norte con la tercera sección municipal Ayo Ayo, al sur con la primera y segunda sección municipal Sica Sica y Umala y al oeste con la provincia Pacajes, cuya extensión territorial es de 560 kilómetros cuadrados conformados por las siguientes zonas:

<b>Nro.</b>	<b>ZONAS</b>	<b>Nro. DE HABITANTES</b>
1	ZONA ASUNCION	1900
2	ZONA ESTACION	1056
3	ZONA CENTRAL	2375
4	ZONA CENTRAL NORTE	663
5	ZONA PORVENIR	1638
6	ZONA PORVENIR NORTE	276



7	ZONA NUEVA ESPERANZA	347
8	ZONA VILLA JOCOPAMPA	223
9	ZONA LITORAL	243
10	ZONA MODERNA	629
11	ZONA LLOJLLAPARQUE	136
12	ZONA MACHACAMARCA	187
13	ZONA ALTO PATACAMAYA	455
	<b>TOTAL</b>	<b>10128</b>

### 3.7.2. Tipo de muestreo

#### Muestreo aleatorio simple

- **Población objetiva.-** la población objetiva que tomaremos es la quinta sección de la provincia arima, el cual es el municipio de Patacamaya quien tiene 22.858.- habitantes según datos INE 2012, por ser la población más grande que tiene la provincia arima, además del flujo de comercio existente en el la población.
- **Muestra.-** la muestra es un sub grupo de la población seleccionada para ser estudiada haciendo deducciones acerca de los parámetros de la población.

Para la muestra se tomó en cuenta a la localidad de Patacamaya con sus respectivas zonas, haciendo un número total de 10.128 habitantes.

- **Calculo de la muestra (tamaño y diseño).-** La muestra es el número de personas a quienes se les hará la encuesta correspondiente, es aplicado con la formula finita, el cual valora los siguientes aspectos.



## FORMULA

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

## DATOS

Z= margen de confiabilidad de la encuesta a 95%

P= nivel de variabilidad a 80%

q= nivel de variabilidad a 20%

e= error de estimación a 5%

N= población de estudio 10.128 habitantes

n= tamaño de muestra

## APLICANDO

Z= 95%=1,96

P= 80%=0,80

q= 20%=0,20

e= 5%=0,05

N= 10.128

n= ¿?

$$n = \frac{1,96^2 * 10.128 * 0,80 * 0,20}{1,96^2 * 0,80 * 0,20 + (10.128 - 1)0,05^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 10.128 * 0,80 * 0,20}{1,96^2 * 0,80 * 0,20 + (10.127)0,05^2}$$



$$n = \frac{3,8416 * 10.128 * 0,80 * 0,20}{3,8416 * 0,80 * 0,20 + (10.127)0,0025}$$

$$n = \frac{3,8416 * 10.128 * 0,80 * 0,20}{3,8416 * 0,80 * 0,20 + 25,3175}$$

$$n = \frac{6225,235968}{25,932156}$$

$$n = 240,0585577$$

$$n = 240 \text{ habitantes}$$

### 3.7.3. Métodos y técnicas de recolección.-

Antes de aperturar la investigación de mercados se debe identificar los gustos y deseos del cliente de acuerdo a las características y requisitos que debe cumplir nuestro producto.

Ya una vez observado los requerimientos pasamos a realizar una encuesta que consta de cinco preguntas, en la cual obtendremos información necesaria a cerca de nuestro producto que deseamos introducir en el mercado.

### 3.7.4. Instrumento de recolección de datos.-

El instrumento que utilizaremos para la investigación de mercados es la encuesta. (ver anexo la encuesta)

**Encuesta:** Según la teoría de Stapleton J. 1994, la encuesta es un cuestionario estructurado aplicado a la totalidad o una muestra representativa, es el método más ampliamente utilizado para recabar datos primarios y el enfoque idóneo para obtener información descriptiva. Una compañía que desea enterarse de los conocimientos, actitudes, preferencias o comportamientos de compra de la gente muchas veces puede averiguarlos preguntando directamente a las personas.



### **3.8. Estudio de Demanda**

Según los estudios realizados en encuestas, también información encontrados en periódicos (la razón) en internet y observaciones realizadas al mercado potencial, las personas consumen más huevo que la carne por el precio y por la facilidad de cocinar, nuestra demanda potencial del consumo del huevo son todas la personas de toda edad pero lo que tomamos en cuenta pero en general las tiendas que se venderá al por mayor.

#### **3.8.1. Demanda potencial**

La demanda potencial es la máxima demanda posible que se podría dar para uno o varios productos en un mercado determinado. Determinando la demanda potencial para el producto que se ofrece, determinaremos cual será la demanda o el nivel de venta de “SUPER CRIOLLIN”.

Los clientes potenciales son todas las personas de toda edad, pero por lo que nos ayudara a llegar al consumo final será mediante las tiendas donde se dejara por mayor. Nuestros clientes serán todo el municipio donde será distribuida.

Es importante también tener en cuenta que el tema de la demanda es debido a las características del producto, en la calidad, precio.

#### **3.8.2. Análisis de la oferta competencia**

Como nuestra competencia directa tenemos en la comunidad de Patacamaya los que se dedican en la producción de huevo son 3. Los competidores de la empresa de producción de huevos criollos “SUPER CRIOLLIN” se determinaron a través de la información obtenida en el estudio de mercadeo, donde las empresas que se dedican a la producción de huevos son los que existe aquí uno en Patacamaya “AVÍCOLA EL CONDOR SRL. Y otras dos que no tiene nombre para su producción de huevos por ser empresas familiares”

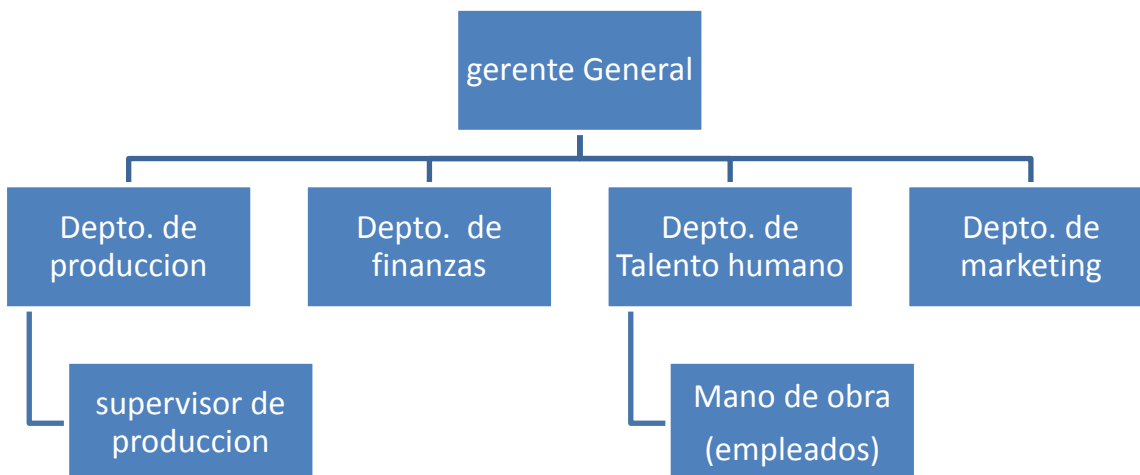
Es así, como se identifican los productores de producción de huevos que son vendidos a la población de interés, los cuales son: “AVICOLA EL CONDOR SRL”,



“AVICOL” cuya localización pertenece a la provincia Aroma y así también nuestra competencia indirecta son los huevos que ingresa del departamento de Cochabamba aquí en Patacamaya para su consumo. Actualmente, estos 3 diferentes productores de huevo representan competidores de la producción de huevos criollos “SUPER CRIOLLIN”, ya que son los lugares que se dedican con un mayor porcentaje a la producción de huevos y que son exportados aquí en el municipio de Patacamaya.

Así como se identificaron lugares locales que dedican a la producción de huevos también se observa que se importa desde el departamento de Cochabamba, ya que están satisfaciendo las necesidades en sus alimentaciones.

### 3.8.3. Funciones y cargos.-



*Se ha considerado un organigrama mixto.*

## 3.9. Proceso técnico de las áreas administrativas

### 3.9.1. Gerente General





El gerente deberá manejar la administración adecuada del capital de la empresa

- **Planear.-** deberá de planear todas las acciones de una manera correcta en el manejo de los recursos de la empresa, como también saber coordinar una sana convivencia y lograr la motivación de los empleados de la empresa.
- **Controlar.-** hacer el control adecuado y registrar de manera correcta los ingresos y egresos de la empresa, así como revisar el libro de asistencia, contabilidad y la producción, así también como analizar la toma de decisiones que se requiera para la efectividad de la microempresa.

### **3.9.2. Departamento de finanzas**

- Es el responsable de manejar la correcta administración del capital de la microempresa, haciendo un buen uso de los recursos económicos.
- Deberá de planear todas las acciones de manera correcta y responsable en manejo de los recursos de la empresa.
- Levara un control adecuado registrando de manera correcta los ingresos y egresos de la empresa, así como revisar los registros de asistencia, contabilidad y producción.
- El departamento de finanzas contempla la solvencia financiera; analiza los ingresos, los egresos, los activos, los costos, los gastos, la utilidad de manera específica y general de la microempresa SUPER CRIOLLIN. S.R.L.

### **3.9.3. Departamento de producción**

En este departamento el integrante es responsable de producir la cantidad deseada del producto de calidad como:

- Producir un producto de calidad oportunamente y al menor costo posible, con una inversión mínima de capital, un máximo de satisfacción de sus empleados.
- Establecer y mantener programas de producción, sin perder de vista las necesidades de los clientes y las condiciones económicas favorables que se obtienen con una programación adecuada.



### ❖ **Supervisor de producción:**

Su principal función será el revisado del producto

- ✓ Descartar productos defectuosos
- ✓ Relacionarse con el área de producción para la revisión del producto.

#### **3.9.4. Departamento de marketing**

Trabajar en unión con otros departamentos dentro de la empresa.

- **Planear:** participar en los procesos de planear, organizar, dirigir y controlar las actividades de ventas.
- Desarrollar la búsqueda del mercado, en el manejo de publicidad y propaganda, así también como establecer precios de acuerdo a la ley de la oferta y demanda del producto.

#### **3.9.5. Departamento de talento humano**

Participara en los procesos de planeación, organización, dirección y control de las actividades del reclutamiento.

- Desarrollará un plan de capacitación para los colaboradores de la microempresa.
- Tendrá siempre en mente los objetivos y metas de ventas.
- Deberá de controlar la asistencia y lista de los colaboradores como las nóminas de pagos.

Es el departamento responsable de reclutamiento, contratación del personal, adiestramiento si así lo requiere la empresa, incorporado a esto también es el responsable del desenvolvimiento del personal dentro de la empresa por ejemplo evalúa el capital humano, de ahí tomar o no algunos programas para el mejoramiento en producción o bien en todas las áreas, se tomaría como modelo a la teoría de calidad total, para poder lograr estas acciones se debe reclutar los mejores en cada ámbito para lograr estos objetivos, posteriormente se capacitara a los empleados para que así puedan operar en sus respectivos áreas de la empresa.



### ❖ Mano de obra

En este proceso participaran todo los trabajadores encargados de cuidar y mantener limpio el área laboral.

- Cuidado y mantenimiento de la ponedora.
- Cuidado de la comedora
- Limpieza total de toda el área o estructura de la organización.

### Planilla de Aportes Patronales

PLANILLA DE APORTES PATRONALES									
Nº	Cargo	Total ganado	C.N.S.	Prima AFPs	Vivienda	Aporte patronal solidario	Provision aguinaldo	Provision beneficios sociales	Total (Bs)
			10%	1,71%	2%	3%	8,33%	8,33%	
1	Gerente general	2700	270	46,17	54	81	224,91	224,91	900,99
2	Jefe de Produccion	2300	230	39,33	46	69	191,59	191,59	767,51
3	Operario	1800	180	30,78	36	54	149,94	149,94	600,66
4	Operario	1800	180	30,78	36	54	149,94	149,94	600,66
5	Operario	1800	180	30,78	36	54	149,94	149,94	600,66
<b>Totales</b>		<b>10400</b>	<b>1040</b>	<b>177,84</b>	<b>208</b>	<b>312</b>	<b>866,32</b>	<b>866,32</b>	<b>3470,48</b>

### 3.10. Estudio administrativo

#### 3.10.1.1. Esquema de organización mixta producción de huevos SUPER CRIOLLIN

El organigrama de empresa de producción de huevos criollos se representa de forma jerárquica, debido al grado de importancia que representan los cargos. Como se observa, los cargos que se encuentran en primer orden, son directivos,



el departamento de logística, operación, comercial, finanza, son encargados de los documentos legales, el funcionamiento de la entidad, estos se encuentran a cargo del gerencia general.

De segundo orden se encuentra los cargos de compras, producción, almacenes e insumos, control de calidad, ventas, estos se encuentran a cargo del primer orden a quien le deben dar información de sus actividades realizadas.

Esto se realiza con el fin de que la entidad se muestre de forma organizada y recta con las normas legales y con el cumplimiento de las leyes estipuladas para la creación y generación de empleado, mejorando la actividad económica de la región.

### **3.10.2. Manuales De Funciones.-**

Toda empresa tiene que tener un manual de funciones, ya que si así se lleva un control sobre las funciones que tiene el personal que conforma la compañía. Este manual consiste en describir las funciones de los puestos, asignando normas, responsabilidades y funciones entre ellos (***vea anexo- manual de funciones y responsabilidad social empresarial (RSE)***).

### **3.10.3. Reglamento Interno.-**

El reglamento interno de trabajo deben presentarlo todas las empresas o entidades donde rige una relación laboral con sus trabajadores, socios y todos que son parte de la empresa.

**(vea anexo – reglamento interno).**



### 3.11. Análisis del Entorno

#### a) POLITICO:

Para la empresa de producción y comercialización Súper Criollin en el ámbito político se planea realizar todo lo necesario para ser una empresa bien constituida para ello es necesario aplicar los tres siguientes puntos.

- Impuestos: se pagara debidamente una vez establecida la empresa.
- aspectos legales: se realizara todo lo que tenga que ver con esto.
- protección social: se le dará prioridad a los trabajadores y al ambiente para ser una empresa socialmente responsable.

#### b) ECONOMICO:

En este aspecto la empresa en relación con los competidores es fuerte ya que se ha analizado detalladamente los precios de ellos y una vez realizada el estado financiero nos percatamos que obtenemos ganancias si le bajamos el precio al producto.

- nivel de precio: los precios de maple de huevo costara a 19-18-17 Bs con 30 huevos y estas son huevos criollos.
- Competencia: en la encuesta realizada se observó que la competencia da su producto a 20-19-18 bs el maple con 30 huevos estas son los huevos comunes.
- crisis económica: se contara con un fondo de imprevistos de Bs.1000 mensuales para no tener problemas pero de acuerdo a al análisis financiero no habrá problemas.
- escasas de capital: al inicio las ganancias de la empresa estará destinado a sueldos y mantenimiento de la misma así que durante los primero 3 años se tendrá escasas de capital por si se quiere realizar alguna inversión después.

#### c) TECNOLOGICO:

La empresa Súper criollin contara con la tecnología adecuada que en este caso es la calefacción a gas, bebederos, comederos y el equipo de cómputo para registro de inventario, para la selección de huevo y realizar el sello de fecha de vencimiento en los respectivos huevos.



- innovación del servicio para el cliente: se buscara siempre brindarle la mejor calidad al cliente iniciando con la apertura de una página web y así nos puedan seguir.

#### **d) SOCIAL:**

Se respetara en este punto el estilo de cada integrante de la empresa así como su integridad y cuidado físico.

- estilo de vida.
- costumbres.
- clientes en general.

## **4. FINANZAS**

El estudio financiero tiene por objeto determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la ejecución del plan de negocios, y los costos totales de operación en cuanto a la producción del producto y el valor de los ingresos que se esperan recibir para cada uno de los periodos de vida útil.

Los datos que son registrados en los componentes del estudio financiero, son el resultado de los estudios previos de mercado, técnico y organizacional, los cuales van a ser utilizados para determinar la viabilidad económica del plan de negocios de la producción de huevos criollos “SÚPER CRIOLLIN”.

### **4.1. Plan Financiero.-**

El plan financiero tiene por objeto determinar cuales el monto de los recursos económicos necesarios para la ejecución del plan de negocios, y los costos totales de operación en cuanto a la prestación del servicio y el valor de los ingresos que se esperan recibir para cada uno de los periodos de vida útil. En este presente punto determinara la viabilidad económica del plan de negocio, que permitirá conocer los costos fijos, costos variables, obteniendo el costo total, asi obteniendo el costo unitario y el punto de equilibrio.

Los datos que son registrados en los componentes del estudio financiero son el resultado de los estudios previos de mercado, técnico y organizacional, los cuales van



a ser utilizados para determinar la viabilidad económica del plan de negocios de los huevos Criollos Super Criollin.

#### 4.2. Proyección de ventas

Las proyecciones de las unidades a vender fueron efectuadas de acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio de mercado en el cual se determinó el crecimiento es del 11%. El consumo anual se situó en 150 unidades por persona. Un año antes era de 135. Para efectos de proyección se hizo uso del IPC (índice de crecimiento del consumidor), el cual indico los futuros precios de venta unitaria de acuerdo a las tasas suministradas por una entidad financiera de reconocimiento nacional.

AÑO	IPC	UNIDADFES	PRECIO
2017	11%	142500	99750
2018	11%	158175	110722.5
2019	11%	173850	121695
2020	11%	189525	132667.5
2021	11%	205200	143640
2022	11%	220875	154612.5

*Fuente propia*

#### 4.3. Proyección de insumos.-

Se puede evidenciar las diferentes proyecciones realizadas desde el primer mes hasta el último mes del primer año de producción, donde se realizan un análisis de costos por unidad a cada uno de los principales insumos para la producción de los huevos criollos: todo esto se hace teniendo en cuenta el IPC proyectado (índice de crecimiento consumidor) debido a que son productos terminados para comercializar.

- **Vea el cuadro (determinación de costos de producción "agropecuario").**

#### 4.4. Estructura de inversión y financiamiento

**4.4.1. Inversión inicial.-** el capital para el inicio y marcha de la empresa "SUPER CRIOLLIN" para el próximo primer mes **Bs. 501373.33 (quinientos un mil trecientos setenta y tres 33/100)** para el inicio de la empresa se tomó en



cuenta costos fijos, costos variables, gastos de organización adquisición de maquinaria.

#### 4.5. Activos fijos

##### MAQUINARIA

DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (USD)	TOTAL (Bs)
Des picadora (LYON)	1	790	5506
Selladora de huevo manual	2	35.86	250
termómetro (minidigital)	24	15.52	2596.18
Fumigadora	1	62.5	435.63
campanas para pollos bb	20	107.60	14999.44
<b>Fuente propia</b>		Total	23787.25

##### 4.5.1. Presupuesto de compra de terreno

Descripción	Cantidad	costo unitario	costo total
terreno carretera La Paz – Oruro	2 hectárea	7000	14000

**Fuente propia**





El terreno para la instalación de los galpones será financiado por la Lic. Loida Noemí Nina Quispe, que pertenece al lugar de Jatuquirá.

<b>Descripción</b>	<b>cantidad</b>	<b>costo unitario</b>	<b>costo total</b>
Galpón	3	41500	124500
Ducha	1	6000	6000
Almacén	1	35193	35193
Vivienda	1	15000	15000
poso séptico	1	1000	1000
Cerco (muralla alambreado)	1	21052	21052
posa de lavado de maquinaria	1	2000	2000
<b>Fuente propia</b>		<b>TOTAL</b>	<b>204745.-</b>

#### 4.6. Otros Activos Fijos

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>costo unitario</b>	<b>costo total</b>
Vehículo	1	115460	115460
tanque de agua	1	1500	1500
equipo de computación	1	3000	3000
Teléfono	2	500	1000
silla giratoria	3	300	900
Escritorio	3	500	1500
material de escritorio		350	350
Canastas	4	40	160
Nidales	78	450	35100



Campana	20	310	6200
bebedero G	12	60	720
comedero B	166	210	34860
	TOTAL		200750

**Fuente propia**

**4.7. Capital de trabajo**

El capital de trabajo previsto para el primer mes será de **Bs. 499.542.6.- (cuatrocientos nueve mil quinientos cuarenta y dos 60/100 bolivianos)**. Este incluye la materia prima, insumos, mano de obra directa, la mano de obra indirecta y gastos de comercialización y ventas.

**Materia prima.**

Descripción	Cantidad	unidad medida	/ costo unitario	costo total (Bs)
pollos BB	5500	Pollos	5	27500
Alimento	19000	Kg	1.5	28500
cascarilla de arroz	20	Quintal	30	600
Gas	20	Garafa	22.5	450
Maples	167	Maples	0.5	83.5
GNV para transporte	93	m3	1.66	154.38
medicamentó (vacunación)		Meses	250	250
otros gastos		Meses		910
paja (nido)	12	Carga	38	456
Azúcar	10	Kilogramo	5	50
<b>Fuente propia</b>			TOTAL	58.953,88



#### 4.8. Insumos

Descripción	Cantidad	unidad / medida	costo unitario	costo total (Bs)
Electricidad	190	Kwh	0.78	148.2
Agua	12	m3	2	24
<b>Fuente propia</b>			TOTAL	172.2

#### 4.9. Mano de obra

La tabla indica las proyecciones de mano de obra tanto directa como indirecta.

##### 4.9.1. Mano de obra directa.-

SUPER CRIOLLIN requiere de 3 trabajadores entre obrero y veterinario para realizar la producción de la empresa. El salario que se les paga son de acuerdo a los sueldos establecidos por el gobierno, no menor a un sueldo mínimo.

CONCEPTO	DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTOS POR MES	COSTOS POR MES EN (Bs)	TOTAL EN BS.
Obrero	alimentación y recolección de los huevos	2	1800	3600	3600
Veterinario	Vacunación	1	850	850	850
<b>TOTAL</b>		<b>3</b>			<b>4450</b>

**Fuente propia**

##### 4.9.2. Mano de obra indirecta.-

La mano de obra indirecta estará conformado por el gerente general, producción y compras/ventas, el salario que se les paga son de acuerdo a los sueldos establecidos, no menor al sueldo mínimo.



CONCEPTO	DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTOS POR MES	COSTOS POR MES EN (Bs)	TOTAL EN BS.
gerente general	Administrador	1	2700	2700	2700
gerente de producción	Administrador	1	2300	2300	2300
gerente de compra/venta	Administrador	1	2300	2300	2300
<b>TOTAL</b>		<b>3</b>			<b>7300</b>

*Fuente propia*

#### 4.10. Gastos generales

##### 4.10.1. Gastos de venta y comercialización.-

Los gastos de comercialización y ventas que realizara la empresa Super Criollin es el que ayudara a cumplir con los objetivos establecidos, donde el primer mes se realizara en la publicidad con más fuerza, los gastos son:

Descripción	Cantidad	unidad medida	costo unitario	costo total (Bs)
Teléfono (crédito)	10	Bs	10	100
Volantes	150	Copias	0.1	15
publicidad (TV-Radio)	20	Días	30	600
alquiler del local			500	500
			<b>TOTAL</b>	<b>1215</b>

*Fuente propia*

**Fuentes de financiamiento.-** una vez obtenidos el costo de producción, los gastos de financiamiento y la compra de maquinarias, se estima para el inicio de la empresa una inversión de **Bs. 501373.33 (quinientos un mil trecientos setenta y tres 33/100)** una vez obtenidos la cantidad necesaria se comienza a buscar el financiamiento.



#### 4.11. Aporte propios

SOCIOS	APORTE (Bs)
MARITZA FLORES MARCA	30.659.-
HERCTOR FLORES MARCA	30.659.-
JUAN FLORES JAURIGUI	30.659.-
LOIDA NOEMI NINA QUISPE	30.659.-
FAUSTINO NINA FLORES	30.659.-
EDGAR QUISPE MATIAS	30.659.-
PEDRO VIVEROS HUANCA	30.659.-
VIDAL MARCA GUARACHI	30.659.-
LUIS QUISPE MAMANI	30.659.-

Cada socio invertirá inicialmente **Bs 30. 659.- (treinta mil seiscientos cincuenta y nueve)**, el valor incurrirá para la iniciación de la empresa de producción de huevos criollos.

**Préstamo bancario.-** el Banco Fie se realiza un préstamo **Bs.25.442,33 (veinte y cinco mil cuatrocientos cuarenta y dos 33/100)**.

#### 4.12. Depreciación de activos fijos

La depreciación generada por el uso de los activos en el tiempo se presenta en siguiente cuadro la cual esta expresada en bolivianos y la cual nos indica el valor de dichos activos en el tiempo, en anual y mensual.

ACTIVO FIJO	VIDA UTIL	% Depreciación	costo original	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
-------------	-----------	----------------	----------------	--------------------	----------------------



Edificaciones	20	5	204745	10237.25	853.10
Muebles y enseres	8	12.5	3400	425	35.42
Equipamiento	10	10	33440	3344	278.67
Maquinaria	8	12.5	23787.25	2973.41	247.78
Vehículo	5	20	115460	23092	1924.33
Computadora	4	25	3000	750	62.50
<b>TOTALES</b>			<b>383832.25</b>	<b>40821.66</b>	<b>3401.80</b>

**Fuente propia**

#### 4.12.1. Determinación del precio para la empresa de “Super Criollin”.

Analizando los costos directos e indirectos de la producción más los gastos de fabricación, gastos de comercialización y gastos financieros se obtiene el precio al cual la empresa colocara al mercado como precio de venta el cual se muestra en el siguiente cuadro:

<b>COSTO TOTAL</b>	72257.88
<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>0.50707284</b> , 40% =0.40 0.20282914
<b>PRECIO DE VENTA</b>	0.70990198
<b>COSTO VARIABLE UNITARIO</b>	0.41371144

**Fuente propia**



**cantidad de producción 142500.- huevos  
 mensual**

**4.13. Costos Fijos**

**COSTOS FIJOS**

<b>DETALLE</b>	<b>Bs.</b>
SUELDOS Y SALARIOS	8515
GASTOS DE VENTA Y COMERCIALIZACION	1215
OTROS ACTIVOS FIJOS (INSUMOS)	172.2
DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS	3401.8
<b>COSTO FIJO TOTAL</b>	<b>13304</b>

*Fuente propia*

**4.14. Costos Variables**

**COSTOS VARIABLES**

<b>DETALLE</b>	<b>Bs.</b>
MATERIA PRIMA	58953.88
<b>COSTO VARIABLE TOTAL</b>	<b>58953.88</b>

**COSTO TOTAL 72257.88**

**COSTO UNITARIO 0.50707284**

40% =0.40
0.20282914
<b>0.70990198</b>

**PRECIO DE VENTA**

**COSTO VARIABLE UNITARIO 0.41371144**

*Fuente propia*

**4.15. Punto de Equilibrio**

$$PE = \frac{CFT}{PV - CVU}$$



**Donde:**

***PE= Punto de equilibrio***

***CFT= Costo fijo total***

***PV= Precio de venta***

***CVU= Costo variable unitario***

$$PE = \frac{13304}{0.70 - 0.41}$$

$$PE = \frac{13304}{0.29}$$

$$PE = 45875.85$$

Para satisfacer los costos y gastos fijos mensuales de la granja, los cuales fueron calculados anteriormente según los criterios indicados, deberá producir 45875.85 huevos al mes.

**4.16. Flujo de Caja**

El flujo de caja es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingreso y egresos de dinero que tiene una empresa en un periodo dado.

INGRESO	99750	
COSTO TOTAL	72257.88	
UTILIDAD		
BRUTA		<b>27492.12</b>
IVA 13%	3573.9756	
IT 3%	824.7636	
IVE 25%	6873.03	<b>11271.7692</b>
UTILIDAD NETA		<b>16220.3508</b>

Para el primer año se estima un ingreso de **BS. 16220.3508 (Diez y seis mil doscientos veinte 35/100)** tenemos un flujo de efectivo positivo lo cual nos favorece cada año en nuestro crecimiento, consecuencia de la subida de la demanda de nuestro producto lo cual nos favorece y nos permite abrirnos a mas mercados.





#### 4.17. Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto o presente es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento anual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es valor actual neto del proyecto.

El método de valor presente es uno de los criterios económicos más ampliamente utilizados en la evaluación de proyecto de inversión.

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{FNE}{(1+i)^n}$$

**Donde:**

***FNE= flujos netos de efectivo***

***I= Tasa mínima aceptable de retorno***

### 5. Fuente: propia

#### 5.19. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para reinvertir.

En términos simples, diversos autores la conceptualizan como tasa de interés (o la tasa de descuento) con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR mayor rentabilidad.

Como bien lo dice la definición se debe partir de la base con el valor presente neto, y dicho monto, al ser una cifra positiva, se iguala a cero y por ende queda como incógnita el valor de la tasa (i), la cual a su vez es la tasa interna de retorno (TIR)



## **5. CAPITULO V ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL**

### **5.1. Organización administrativa y legal**

#### **5.1.1. Razón jurídica**

Se tomó la determinación de conformar una sociedad de responsabilidad limitada dada que es una sociedad de personas y capital formado por dos personas o más que unen sus aportes de capital para aplicados a un fin determinado y beneficiarse y/o soportar los desastrosos.

#### **5.1.2. Constitución legalización y formación de la empresa**

Para que la microempresa SUPER CRIOLLIN este legalmente establecida se debe elaborar y establecer documentos que posteriormente serán formalizados y certificados en las instancias correspondientes.

#### **5.1.3. Verificación del nombre**

Para la constitución de la empresa legalmente, primero se debe verificar la disposición del nombre correspondiente que se utilizará, el nombre escogido para la empresa es SUPER CRIOLLIN, le corresponde a Fundempresa realizar el control de homonimia lo cual le llevará un día realizarlo.

#### **5.1.4. Escritura de constitución**

Una vez determinada la modalidad de SUPER CRIOLLIN S.R.L. se realizará la escritura de constitución de sociedad, esta constitución se estima elaborar en un día. Con un costo aproximado de Bs 7500, realizado por el notario de fe pública.

#### **5.1.5. Protocolo de la escritura de constitución**

Esta escritura debe ser protocolizada, el documento final debe agregarse al registro del notario con un costo de Bs 1500.

#### **5.1.6. Publicación de la escritura de constitución**



Ya elaborada la escritura debe ser publicada en un diario de circulación nacional para que la población en general se informe de la conformación de la empresa.

### **5.1.7. Elaboración del balance de apertura**

La elaboración del balance de apertura toma un día con un costo de Bs 1500. El balance debe ser llenado por el colegio de contadores en señal de aceptación y que fue elaborado por un profesional. (Anexo)

### **5.1.8. Registro en Fundempresa**

Para el registro de la empresa en Fundempresa se necesitan los siguientes requisitos:

- Formulario de declaración jurada No 20 de Fundempresa.
- Testimonio de escritura.
- Testimonio de poder del representante legal (origina o fotocopia legalizada).
- Publicación del resumen del testimonio de constitución.
- Balance de apertura sellado por el colegio de contadores y/o auditores.
- Acta de fundación y estatutos vigentes (2 ejemplares).
- Certificado de depósito (mínimo con el 25% del capital suscrito).
- Acta de nombramiento de un director provisional.

### **5.1.9. Impuestos aplicados en la empresa**

#### **5.1.9.1. Impuesto al valor agregado IVA.**

**Alícuotas.-** La alícuota general única del impuesto será del 13% (trece por ciento).

#### **5.1.9.2. Impuestos a las transacciones IT**

**Alícuota del impuesto.-** Se establece una alícuota general del tres por ciento (3%).

#### **5.1.9.3. RC-IVA**

- **Alícuota del impuesto.-** El impuesto correspondiente se determinará aplicando la alícuota del 13% (trece por ciento) sobre los ingresos.

### **5.2. Licencia de Funcionamiento**



### **5.2.1. Inscripción al padrón nacional de contribuyentes para la obtención del NIT**

El sujeto pasivo o tercero responsable debe apersonarse a las dependencias de la administración tributaria de su jurisdicción y presentar los documentos originales o fotocopia legalizada y fotocopias simples

#### **Requisitos:**

- a) Escritura de constitución de sociedad, ley, decreto, resolución o contrato, según corresponda.
- b) Fuente de mandato del representante legal (poder, acta de directorio, estatuto o contrato) y documento de identidad vigente. Para entidades públicas se deberá presentar d decreto supremo, resolución, memorándum de designación u otro documento.
- c) Facturas o pre facturas de consumo de energía eléctrica que acrediten el número de medidor del domicilio habitual del representante legal, domicilio fiscal y sucursales (si corresponde) donde desarrolla su actividad económica.

### **5.2.2. Gobierno municipal**

Es la autorización otorgada por el GAMP para la apertura de una actividad económica, adjuntando los requisitos establecidos, a efecto de obtener la autorización mediante la licencia de funcionamiento municipal, de conformidad a la declaración jurada F-401 en caso de no contar con PMC; F-402 si contara con PMC. en el marco de lo dispuesto por la Ley N° 2492, ordenanzas municipales y normas conexas que regulan específicamente la apertura y funcionamiento de todas las actividades económicas en general.

### **5.2.3. Afiliación en la Caja Nacional de Salud.**



Las empresas deben inscribirse a sus empleados a la Caja Nacional de Salud para cumplir con las normas sociales vigentes de acuerdo a la norma legal que posean, de la misma manera un trabajador que desee incorporarse a la caja de forma voluntaria también puede hacer sus consultas.

### **Requisitos:**

- Form AVC-01 Aviso de afiliación del empleador (Vacio) Firma y Sallo de la Empresa
- Form. AVC-02 Carnet del empleador (Vado)
- Form. RCI-A (Vacio) firmado y N° de C.I.
- Solicitud dirigida a la Dra. Aydee Vásquez Jiménez JEFE DEPTO.NAL. AFILIACION
- Fotocopia C.I. del Representantes Legal o Propietario de la Empresa (Poder Notariado Empresas S.R.L., S.A., etc.).
- Fotocopia NIT. (Certificación de inscripción)
- Balance de apertura aprobado y sellado por el colegio de contadores, aud. y eco.
- Testimonio de constitución de la empresa (fotocopia) S.R.L.-SA- LTDA.
- Planilla salarial (original y tres copias) sellada y firmada por la empresa y trabajadores
- Nómina del personal (con fecha de nacimiento).
- Croquis de ubicación de la empresa.
- Examen pre-ocupacional de los trabajadores (copia depósito en tesorería bs. 100 x c/u.
- La documentación debe ser presentada en un fólder amarillo en la sección de afiliación
- Resolución de reconocimiento otorgado por el ministerio de trabajo (en caso de tratarse de instituciones sindicales)
- Resolución de la prefectura (clubes deportivos, edificios) personería jurídica en caso de no contar con el balance de apertura, también se admite el balance de gestión.



#### **5.2.4. Afiliación a las AFPs**

Las Administradoras de Fondos de Pensiones son las encargadas de administrar los recursos de los trabajadores para que cuando los mismos cumplan requisitos o a la edad de 58 años puedan acceder a una pensión digna. El principal objetivo es incrementar el nivel de ahorro del país, de acuerdo a las leyes vigentes, todas las empresas están obligadas a registrarse ante las AFP's. Actualmente existen dos AFP's vigentes.

##### **Requisitos:**

- El Formulario de Inscripción del Empleador al SIP tendrá calidad de Declaración Jurada (para la empresa)
- Llenar Formulario de Inscripción del Empleador.
- Fotocopia del Certificado de Inscripción al Padrón Nacional de Contribuyentes (Número de Identificación Tributaria - NIT).
- Fotocopia del Documento de Identidad del Representante Legal
- Fotocopia del Testimonio de Poder que acredite la Representación Legal, cuando corresponda.

#### **5.2.5. Ministerio de Trabajo.**

El trámite en esta instancia es la solicitud de inscripción en el registro de empleadores que permite obtener el certificado de inscripción en el registro de empleadores del ministerio de trabajo que autoriza la utilización del libro de asistencia así como la apertura del libro de accidentes.

El cumplimiento de las normas legales vigentes en el país del empleador y la empresa inscritos en el mencionado registro deberá entregar obligatoriamente el trámite de visado de planillas trimestrales de sueldos y salarios.



## 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 6.1. Conclusiones

- De acuerdo a las investigaciones del mercado realizado se determinó que
- existen un 75 % de interés de los consumidores, por el producto ofrecido de SUPUER CRIOLLIN SRL.
- Según el plan financiero se concluye que el negocio planteado es viable, rentable, por el porcentaje de consumidores que se estimó.
- De acuerdo a la investigación de mercado y el plan marketing realizada se determinó que el producto ofrecido tiene alto grado de interés por los consumidores.

### 6.2. Recomendaciones

Trabajar siempre en equipo ayudo a mejorar el plan de negocio ya que uniendo ideas se logró centrar mejor los procedimientos.

Para realizar operaciones se observa que se tiene que conocer más programas informáticos los cuales ayudan a minimizar el tiempo de elaboración de los procedimientos. Se debe seguir mejorando en procesos de producción día a día debido al avance de la tecnología, que simplifica aún más la labor en la empresa.



## 7. BIBLIOGRAFIA

- La Razón (Edición Impresa) / Gezien Manzilla / La Paz - 00:51 / 03 de febrero de 2015
- 2010 Copyright El HUEVO DE ORO S.A.C. Todos los Derechos Reservados  
<http://www.elhuevooro.com.pe>
- Centro de investigación agrícola tropical (CIAT) 2002 Sta. Cruz Bolivia
- [www.smaallstock.info/.../enferm01.htm](http://www.smaallstock.info/.../enferm01.htm).
- Fuente: pag.ISA BROWN Plan estratégico de una Granja Avícola Eduardo Cortes Rivero Mayo 31, 2015
- Metodología de la investigación científica DICyT(dirección de investigación ciencia y tecnología)
- Huevos Gomez\_Daza\_Elcy\_2012
- Criadero-de-Pollos-de huevo-parrilleros
- Huevo pequeños productores. 2012 MEXICO

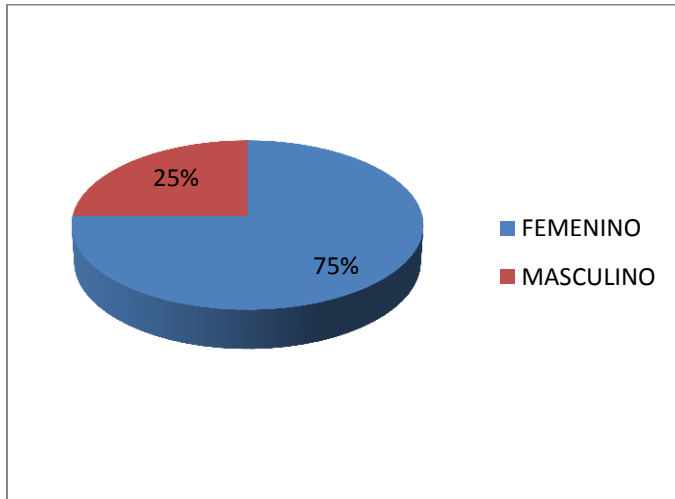




## 8. ANEXOS

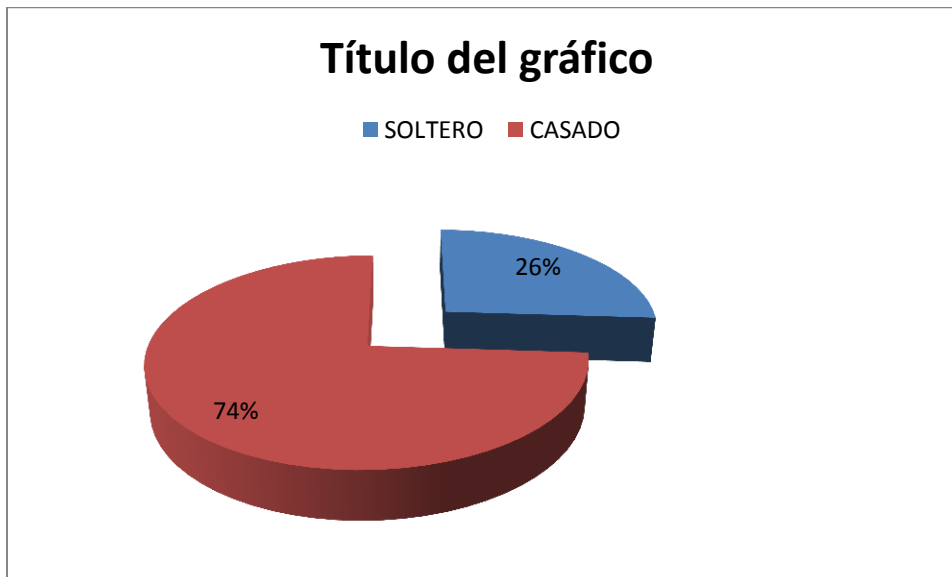
### ENCUESTA

#### GENERO



A las personas que se ha encuestado sobre nuestro producto, se tomaron mas a mujeres que se encuestó un 75% que representa a las amas de casa que compran más el huevo para el consumo, mientras que en los varones compran en su minoría que también se tomo en cuenta para la encuesta un 25%.

#### ESTADO CIVIL





Se tomó en cuenta para la encuesta a soltero (ra) un 26% y de casado (da) es 74 %, se encuesta mas a casado porque ellos compran mas los huevos para el consumo, y no tanto los que aún no están casados.

### 1. ¿Consume usted huevo?



Debido al estudio realizado las personas que consume huevo es un 98 % y un 2% no consumen. Esto favorece a que nuestra empresa será factible con la producción de los huevos.

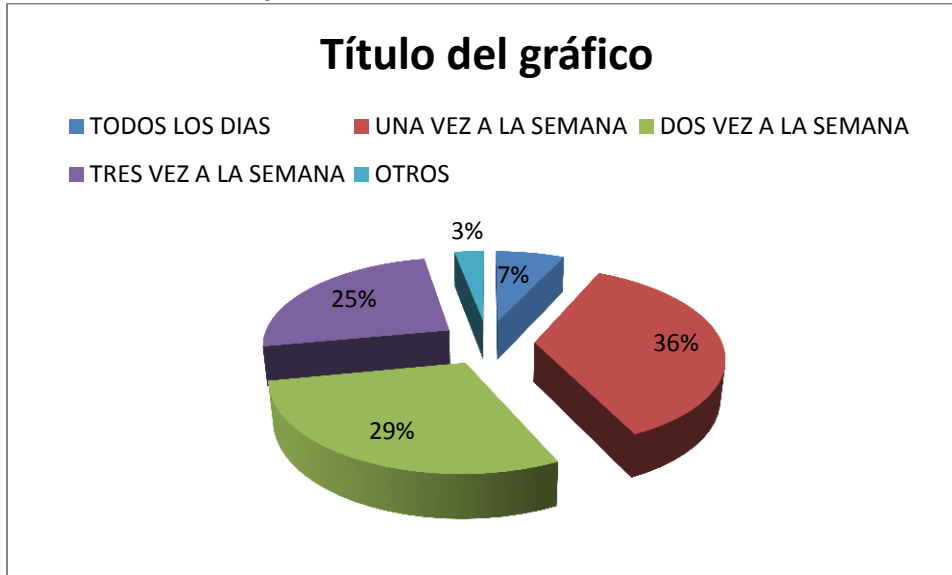
### 2. ¿usted conoce el valor nutricional del huevo?





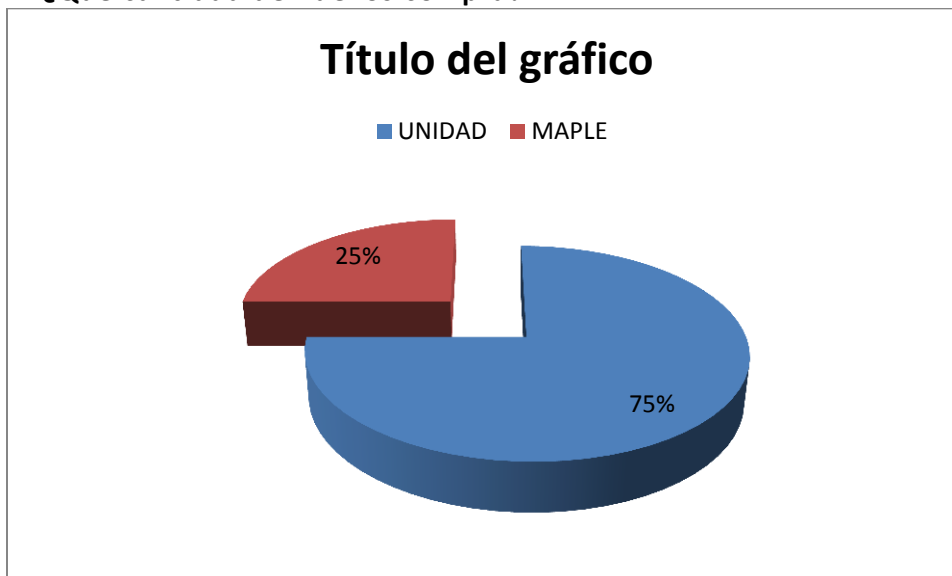
Gracias a la encuesta realizada se evidencio que un 80% de las personas encuestadas tiene conocimiento sobre el valor nutricional del huevo criollo, el 20% no tienen conocimiento sobre el valor nutricional del huevo.

### 3. ¿Cada cuánto tiempo consume huevo?



El grafico nos indica la cantidad de huevos que se consume por semana, que el 36% es una vez a la semana, el 29% consumen dos veces a la semana, el 25% consumen tres veces en la semana, el 7% respondieron que consumen diario y un 3% consumen a veces.

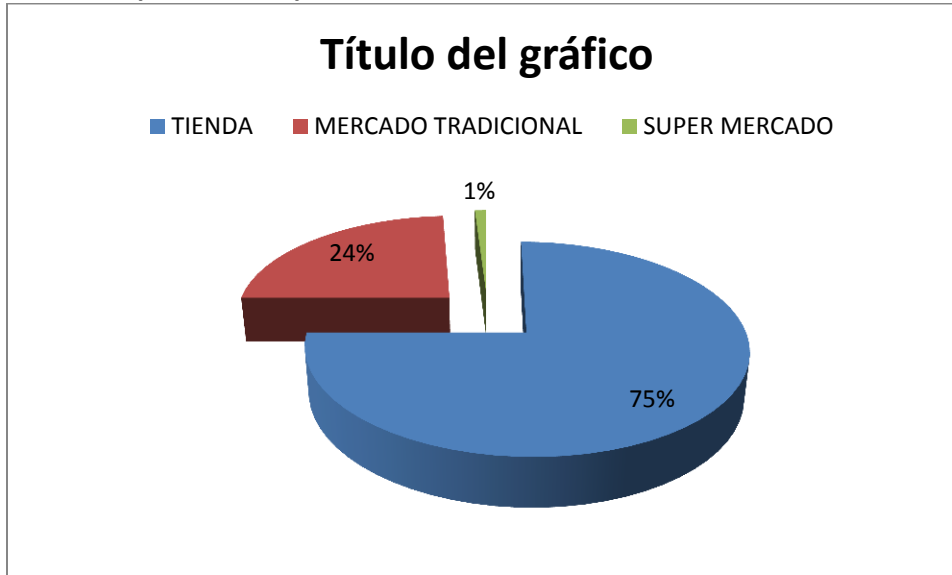
### 4. ¿Qué cantidad de huevos compra?



En este grafico se puede ver que un 75% de las personas compran los huevos por unidad, y un 25% compran en maples ya sea para su consumo propio y en otro casos a tienda para vender.



## 5. ¿Dónde prefiere comprar los huevos?



La preferencia de comprar los huevos según los clientes respondieron es que un 75% lo hacen de la tienda, y el 24% lo compran del mercado tradicional, y el 1% lo compran de supermercados.

## Proceso de la elaboración de harina de cascara de huevo

### MANUAL DE POLITICAS Y NORMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

SUPER CRIOLLIN es una empresa que orienta a la producción alimentaria hacia distintos sectores de la población boliviana. Haciendo énfasis dentro de la microempresa. La microempresa ha definido la Gestión de **Responsabilidad Social Empresarial (RSE)** como un proceso estratégico, junto a la Gestión de Riesgos y de la Gestión de calidad, orientado a la generación de valor para sus clientes de interés. De igual manera, ha establecido como una prioridad organizacional el desarrollar el proceso de transformación planificado hacia una empresa productora, enmarcada en sus principios y valores de la organización, fortaleciendo la imagen de solvencia, calidad, y la función social de la empresa.



## OBJETIVO

Establecer las políticas y normas de la empresa SUPER CRIOLLIN con relación a la gestión RSE.

## RESPONSABLES

### Responsables de cumplimiento

Son responsables de cumplir y hacer cumplir el presente manual:

- Todos el personal de SUPER CRIOLLIN desde su ámbito de competencia

### Responsable periodicidad para la revisión

La gerencia nacional de desempeño y responsabilidad social (GNDRS) es responsable de por lo menos una vez al año, realizar la revisión del presente y en caso de ser necesario, actualizarlo.

## DEFINICIONES

Para efectos del presente documento los términos se entienden de acuerdo con las definiciones en el anexo 1. Definiciones.

Los términos que referencien cargos, Roles o funciones y todas aquellas palabras que en su terminación indiquen genero gramatical (masculino, femenino neutro) se entienden como sinónimos incluyentes del género femenino y masculino, y se considera que el singular incluyente el plural, y viceversa.

## LEGISLACION Y NORMATIVA APLICADA

- Ley N° 045 contra el racismo y toda forma de discriminación.

## COMPONENTES DEL MARCO FORMAL RELACIONADOS



- Código de ética
- Manual de políticas y normas para la gestión ética

## POLITICAS

El presente manual establece el marco para accionar la misión social de SUPER CRIOLLIN S.R.L

## Manual de funciones



**COOPERATIVA SUPER CRIOLLIN**

**Nº 2**

**GERENTE GENERAL**

**DATOS GENERALES**

**GRUPO:** Administrativo

**PUESTO GENÉRICO:**

**CATEGORIA:** Estratégico

**FECHA DE ELABORACION** julio 2016

**REPORTA A:**

**SUPERVISA A:** Dpto. Producción, Logística, Finanzas, Producción, Marketing, Talento Humano.

**RELACIONES INTERNAS:**

- Dpto. Logística
- Dpto. Contabilidad
- Dpto. Finanzas



- Dpto. Operación
- Dpto. Marketing
- Dpto. Talento humano

#### **FUNCIONES DEL PUESTO:**

- Designa todas las posiciones gerenciales para la producción.
- Realiza evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
- Planea y desarrolla metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes corporativos.
- Coordina con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se están ejecutando correctamente.
- Realiza los actos de administración y gestión ordinaria de la sociedad.
- Representa a la sociedad y apersonarse en su nombre y representación ante las autoridades judiciales, administrativas, laborales, municipales, políticas y policiales, en cualquier lugar de la República o en el extranjero.
- Asiste, con voz pero sin voto, a las sesiones del Directorio, salvo que éste acuerde sesionar de manera reservada.
- Somete al Directorio, para su aprobación, los proyectos de la memoria y los estados financieros, los presupuestos de la sociedad para cada año, así como los programas de trabajo y demás actividades.
- Delega total o parcialmente las facultades que se le conceden en el estatuto de la sociedad.
- Celebra y firma los contratos y obligaciones de la sociedad, dentro de los criterios autorizados por el Estatuto y el Directorio de la sociedad.
- Delega su celebración, desconcentrar la realización de las licitaciones o concursos, contratar a personal que desempeñe cargos de nivel directivo, de acuerdo con el reglamento que sobre contratación expida el Directorio.



- Diseña y ejecuta los planes de desarrollo, los planes de acción anual y los programas de inversión, mantenimiento y gastos.
- Dirige las relaciones laborales, con la facultad para delegar funciones en esa materia y ejercer la facultad nominadora dentro de la Sociedad, teniendo en cuenta el número de personas que conforman la planta de personal aprobada por el Directorio.
- Determina la inversión de fondos disponibles que no sean necesarios para las operaciones inmediatas de la Sociedad.
- Dirige la contabilidad velando porque se cumplan las normas legales que la regulan.



**COOPERATIVA SUPER CRIOLLIN**

**Nº 4**

**Dpto. OPERACIÓN**

**DATOS GENERALES**

**GRUPO:** Administrativo

**PUESTO GENÉRICO:**

**CATEGORIA:** táctico

**FECHA DE ELABORACION:** julio 2016

**REPORTA A:** Gerencia General

**SUPERVISA A:** Sanidad avícola, Control de calidad, Producción y Almacenes e insumos

**RELACIONES INTERNAS**

- Gerente General





- Dpto. Marketing
- Dpto. Logística
- Dpto. Finanzas
- Dpto. Talento humano

### OBJETIVOS

- Supervisa la ejecución y monitorización de la prestación de servicios, así como de los eventos relacionados con la organización

### FUNCIONES DEL PUESTO:

1. **Planifica**, organiza, dirige y controla la ejecución del plan de actividades y el presupuesto de la gerencia de operaciones, con el fin de cumplir con los objetivos, funciones y metas asignados
2. Formula, ejecutar y supervisar la ejecución del plan operativo de la gerencia.
3. Supervisa el mantenimiento de los registros de pagos y saldos de los créditos de personas naturales o jurídicas.



**COOPERATIVA SUPER CRIOLLIN**

**Nº 5**

**Dpto. COMERCIAL**

### DATOS GENERALES

**GRUPO:** Administrativo

**PUESTO GENÉRICO:**

**CATEGORIA:** táctico



**FECHA DE ELABORACION:** julio 2016

**REPORTA A:** Gerente general

**SUPERVISA A:** Ventas y Marketing

**RELACIONES INTERNAS:**

- Gerente general
- Operación
- Finanzas

**OBJETIVOS**

- Realizar publicidad agresiva en los medios auditivos, visuales, web del valor nutricional y los beneficios que brinda en comparación de los pollos transgénicos
- Explorar permanentemente nuevos mercados e los pollos criollos y huevos
- Promover el consumo de carne y huevo de gallina criolla dando a conocer las características y beneficios que brinda nuestro producto

**FUNCIONES DEL PUESTO:**

1. Establece previsiones a mediano plazo para la elaboración del Plan Estratégico.
2. Elabora y gestiona el Plan de Marketing de la Obra apostólica.
3. Negociar sus objetivos.
4. Procura los recursos necesarios para alcanzarlos.
5. Cuida del mantenimiento y disponibilidad de sus recursos y procura su óptimo aprovechamiento.
6. Coordina y controla las actuaciones y procesos en su área de gestión.
7. Mantiene la información actualizada sobre materiales, procesos, productos, técnicas, sistemas y proveedores, relacionados con su gestión, para considerar



la conveniencia de su utilización.

8. Detecta oportunidades de mercado. Valorar el potencial de venta de los diferentes productos que se planteen.
9. Asesora a la Dirección / División Comercial en el establecimiento de objetivos de ventas.
10. Fomenta en toda la Organización la sensibilidad hacia los planteamientos de mercado.
11. Mantiene un conocimiento actualizado de la imagen de la Empresa en el mercado, del posicionamiento de sus productos y de las características de sus clientes.
12. Valora la eficacia y resultados de las diferentes acciones de Marketing que se planteen o se hayan realizado.
13. Establece los atributos y características, tanto de la Organización como de sus productos, que sean de mayor interés para la comunicación.
14. Procura el mejor clima laboral en su equipo.
15. Garantiza el cumplimiento de las normativas legales en todas las actuaciones de su área.
16. Elabora los presupuestos del Departamento.
17. Propone el programa de actuación para alcanzar los objetivos establecidos por la Dirección (Plan de Marketing).
18. Lleva a cabo el seguimiento de resultados de venta (volumen y cuotas) y sus desviaciones respecto a los objetivos.
19. Estudia, propone y lleva a cabo actuaciones para corregir desviaciones respecto a los objetivos.
20. Valora el costo de las diferentes acciones de marketing y su efecto sobre las ventas y la imagen.
21. Localiza fuentes de información sobre el mercado.
22. Diseña el plan sistemático de investigación y encargarse de su realización.
23. Detecta las necesidades puntuales de investigación, ante determinadas



acciones de Marketing propias o de la competencia, situaciones coyunturales del mercado o demandas de otras áreas.

24. Planifica, coordina y ejecuta las acciones de Marketing y comunicación en los canales de venta, red comercial, clientes y suscriptores.
25. Elabora el plan de medios publicitarios, negociando y contratando los espacios publicitarios.
26. Define y elabora, en colaboración con diseño gráfico, los anuncios de todos los materiales y elementos publicitarios: catálogos, folletos, carteles, invitaciones, boletines, expositores, material, etc.
27. Ejecuta las campañas de Marketing Directo: campañas piloto y comprobación de parámetros estimados. También define y elabora los elementos que las acompañan, tales como cartas, folletos, cupones respuesta, etc.
28. Por cada acción realizada, elabora un informe sobre ejecución, resultados y sugerencias sobre posibles actuaciones a llevar a cabo.
29. Analiza la documentación disponible y elaborar informes de situaciones y de tendencias.
30. Elabora el análisis sobre aquellos aspectos, cualidades y atributos de la Organización y sus productos, que son más apreciados por el público-objetivo y aquellos que la realidad propia permite asumir.
31. Tramita propuestas de compra de equipos, materiales y servicios, para su posterior autorización.
32. Estudia las segmentaciones de Mercado más adecuadas para los productos disponibles.
33. Mantiene reuniones con los responsables de su equipo para recibir información y seguir directrices en relación a sus gestiones.
34. Asiste a ferias, congresos, certámenes, conferencias, etc., cuyo contenido contribuya a mejorar los conocimientos y los criterios en relación con su actividad profesional.
35. Estudia y propone medidas para mejorar la calidad y efectividad de su



departamento.

36. Traslada a su superior jerárquico cualquier información de interés recogida en su área de responsabilidad.
37. Recopila, consulta y garantiza el cumplimiento de las normativas legales en todas las actuaciones de su gestión.



## MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y DE FUNCIONES

Nº 6

### COOPERATIVA SUPER CRIOLLIN

#### Dpto. FINANZAS

#### DATOS GENERALES

**GRUPO:** Administrativo

**PUESTO GENÉRICO:**

**CATEGORIA:** Táctico

**FECHA DE ELABORACION:** Julio 2016

**REPORTA A:** Gerencia General

**SUPERVISA A:** Tesorería y Presupuesto

#### RELACIONES INTERNAS:

- Gerente General
- Dpto. Contabilidad
- Dpto. Operación
- Dpto. Comercial



- Dpto. Talento Humano

### **OBJETIVO**

- Planificar, ejecutar y controlar el presupuesto de gastos asignados a la dependencia, así como procesar el pago de prestaciones sociales al personal de la cooperativa.
- Custodiar, recaudar y distribuir los recursos financieros que por diversos conceptos percibe la cooperativa.
- Mantener registro permanente y actualizado de los bienes de la cooperativa, mediante la consolidación de inventario y de la aplicación de mecanismos de estado, ubicación y cantidad de los mismos.

### **FUNCIONES DEL PUESTO:**

1. Proponer a Gerencia General el Plan anual de adquisiciones de bienes, materiales y servicios.
2. Supervisar el proceso de formulación del presupuesto Anual.
3. Dirigir y controlar los procesos de abastecimiento de bienes, materiales y servicios.
4. Supervisar y coordinar la administración de bienes patrimoniales, alquiler de inmuebles, servicios en general y otros.
5. Proponer el presupuesto anual de personal.
6. Disponer el correcto control de los recursos asignados para atender los Proyectos
7. Disponer la ejecución de inventarios físicos de los bienes y materiales
8. Aprobar el plan anual de capacitación del personal en coordinación con las demás Unidades Organizativas de la empresa.
9. Coordinar, supervisar y controlar las actividades administrativas de tesorería, nómina, contabilidad y control de bienes.
10. Coordinar y dirigir las actividades relacionadas con el registro y control de la



movilización y establecer los planes y programas a desarrollar en área financiero contable.

11. Coordinar, supervisar y controlar las actividades y situaciones financieras.
12. Establecer y ejecutar el cronograma de pago de diferentes conceptos de la universidad.
13. Proporcionar información financiero-contable a organismos internos y externos.
14. Sugerir medidas encaminadas a mejorar la organización y funcionamiento de la Dirección y someterlas a consideración de la autoridad.



**COOPERATIVA SUPER CRIOLLIN**

**Nº 7**

**Dpto. TALENTO HUMANO**

**DATOS GENERALES**

**GRUPO:** Administrativo

**PUESTO GENÉRICO:**

**CATEGORIA:** táctico

**FECHA DE ELABORACION:** julio 1016

**REPORTA A:** Gerencia General

**SUPERVISA A:** A todo el personal

**RELACIONES INTERNAS**



- Capacitación

### **OBJETIVOS**

- capacitar y motivar a los operarios
- aumentar los controles tanto de las operaciones, maquinas y herramientas
- facilitar el 100% de la comunicación fluida entre gestores y trabajadores.

### **FUNCIONES DEL PUESTO**

1. Realizar las planillas de asistencia diariamente para los empleados
2. Realiza documento de control de asistencia diariamente de los empleados del punto de venta
3. Registra las entradas y salidas del personal de acuerdo a la hora establecida
4. Elabora documentos de control sobre las horas de apertura , almuerzo y cierre del almacén para todo el personal
5. Realización de memorando a personal llamados de atención escritos por incumplimiento por las políticas de empresa.
6. Realiza la afiliación a las AFP (administradora de fondos de pensiones) a todo el personal cada vez llegue un personal nuevo
7. Realiza la afiliación a la CNS caja de nacional de salud familiar a cada integrante de la empresa
8. Selección del personal según su capacidad cada vez que se necesite un nuevo personal en la empresa
9. Reclutamiento del personal mediante entrevistas para reducir puestos vacantes en la organización
10. Capacitación del personal mediante talleres cada trimestre dentro la empresa
11. Medición del desempeño del personal mediante los resultados obtenidos cada trimestre en cada departamento
12. Retiro de empleados cuando incumpla sus deberes para evitar perjuicios a la empresa





13. Motivación a los empleados a través de ascensos o remuneraciones para un desempeño mejor a la empresa
14. Comunicación descentralizada con informes a lo que se realizara en la empresa cuando la ocasión lo requiera
15. Contratación de una empresa encargado de la construcción de galpones al inicio de las actividades
16. Dotación de materiales de trabajo por fechas especificadas para el manejo optimo de la producción de gallinas criollas



## MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

Nº 3.2

### COOPERATIVA SUPER CRIOLLIN

**NOMBRE DEL PUESTO:** área de compras

**DEPARTAMENTO:** Logística

**RESUMEN DEL PUESTO:** Es el responsable velar que los insumos y materia prima no falten en la producción.

**JEFE INMEDIATO:** Servicio generales

**SUPERVIS A:** Los encargados de compra.

#### **RESPONSABILIDADES:**

1. Compra de los insumos, materiales y equipo, necesarios para el logro de los objetivos de la empresa, precio, calidad, cantidad, condiciones de entrega y condiciones de pago.
2. una vez recibidas las mercancías es necesario verificar que cumplan con los requisitos antes mencionados, y por último aceptarlas.



3. Guarda y Almacena la recepción, clasificación, inventario y control de las mercancías de acuerdo a las dimensiones de las mismas (peso y medidas).
4. Selecciona proveedores y busca alternativas para una producción constante.
5. Define procedimientos y proceso de aprovisionamiento ¿Quién puede comprar qué? ¿Cada cuánto se realizan las compras de los insumos regulares? ¿Qué documentación respalda las operaciones? ¿Cómo se manejan los incumplimientos? Asegurar el funcionamiento eficiente de la cooperativa
6. Pide presupuestos y realiza compras específicas.
7. Garantiza el valor de la inversión.
8. Gestiona una relación con los proveedores, es fundamental realizar el seguimiento de órdenes y entregas, problemas de calidad, devoluciones, faltantes, pagos y otras situaciones que pueden afectar la concreción de una operación.

#### **RELACIONES CON OTROS PUESTOS:**

Con: RRHH, producción, finanzas.



#### **MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS**

**Nº 4.1**

#### **COOPERATIVA SUPER CRIOLLIN**

**NOMBRE DEL PUESTO:** sanidad avícola

**DEPARTAMENTO:** Servicios Generales

**RESUMEN DEL PUESTO:** Es el responsable de una constante inspección en cuanto a la calidad de las gallinas criollas.

**JEFE INMEDIATO:** Servicio generales



## **SUPERVIS A: Los encargados de la sanidad avícola**

### **RESPONSABILIDADES:**

1. Evalúa los resultados alcanzados en cada una de las etapas del Programa a medida que las mismas se van desarrollando.
2. Propone alternativas que permitan resolver o superar aquellos inconvenientes que surjan en el transcurso de la ejecución del Programa.
3. Informa a las entidades representadas en la Comisión y a través de las mismas al productor, de los resultados obtenidos, ya sean parciales o totales de las diferentes etapas.

### **RELACIONES CON OTROS PUESTOS:**

Con: Talento Humano, comercialización y ventas y finanzas.



## **MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS**

**Nº 4.3**

### **COOPERATIVA SUPER CRIOLLIN**

**NOMBRE DEL PUESTO:** Producción

**CATEGORIA:** Operativo

**FECHA DE ELABORACION:** julio 2016

**REPORTA A:** Gerencia de operaciones

**SUPERVISA A:**

### **RESPONSABILIDADES**



- 1 Responsable de prever, organizar, integrar, dirigir, controlar y retroalimentar las operaciones de las áreas productivas garantizando el cumplimiento de los planes de producción, con un eficiente manejo de recursos y dentro de los estándares de productividad y calidad establecidos.
- 2 Responsable directo del análisis, planeación y ejecución de planes que implican nuevos proyectos de producción.
- 3 Responsable de la documentación de lotes fabricados en el área de producción para la gerencia de operaciones.
- 4 Garantizar el cumplimiento de los requisitos de calidad de los productos.
- 5 Disminuye y controla los manejos de los procesos productivos realizados en la Cooperativa.
- 6 Mantener una comunicación interdepartamental fluida, con el fin de informar sobre el desarrollo de productos producidos, plantear las mejoras que tengan lugar; mejorando así la calidad de los productos, los tiempos de producción y la disminución de los costos.
- 7 Garantizar en colaboración con los responsables de los departamentos de Recursos Humanos y Aseguramiento de Calidad, que se imparta una formación inicial y continuada, adecuada al personal de Producción.
- 8 Optimizar el uso y aprovechamiento de los recursos tanto humanos como materiales y financieros acorde a las políticas, normas y tecnología de la empresa.
- 9 Proponer a su jefe inmediato la adquisición de nueva maquinaria a fin de mejorar la productividad, según las necesidades del área.
- 10 Programar las actividades de su área de acuerdo al plan de producción suministrado por la Gerencia de operaciones, a fin de optimizar las entregas de producto terminado a tiempo.
- 11 Presentar a la Gerencia de Operaciones reportes de tiempos de producción, horas hábiles laboradas, permisos y ausentismos, que permitirán medir la realidad del rendimiento horas hombres.



- 12 Optimizar el espacio industrial, mejorando el flujo de los procesos productivos realizados, eliminando movimientos innecesarios de materiales y de mano de obra.
- 13 Colaborar con sus conocimientos cuando se requiera remodelar o implementar un área en la compañía.
- 14 Coordinar y revisar la producción, actualización y cumplimiento de los procedimientos básicos de operación y técnicas de crianza.

### RELACIONES CON OTROS PUESTOS

- Dpto. Operaciones
- Almacenes e insumos
- Control de calidad
- Sanidad avícola



## MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

Nº 5.1

### COOPERATIVA SUPER CRIOLLIN

**NOMBRE DEL PUESTO:** venta.

**DEPARTAMENTO:** comercial

**RESUMEN DEL PUESTO:** Es el responsable de transportar el producto al consumidor final.

**JEFE INMEDIATO:** comercialización y ventas.

**SUPERVIS A:** Los encargados de distribución.

#### RESPONSABILIDADES:

1. TRANSPORTAR: Es toda actividad necesaria para el transporte de los productos



desde el proveedor hasta el consumidor final.

2. **FRACCIONAR:** Los productos fraccionados son proporcionados de acuerdo a las necesidades de los clientes.

3. **ALMACENAR:** Actividad que asegura el enlace entre el momento de fabricación y el momento de compra o uso.

4. **SURTIR:** Facilita la constitución de conjuntos de productos especializados y/o complementarios adaptados a unas situaciones de consumo o de uso.

5. **CONTACTAR:** Actividad que facilita la accesibilidad a grupos de compradores.

6. **INFORMAR:** Actividad que mejora el conocimiento de las necesidades del mercado y los términos de intercambio.

#### **RELACIONES CON OTROS PUESTOS:**

Con: publicidad, producción y servicios generales



### **MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS**

**Nº 6.1**

#### **COOPERATIVA SUPER CRIOLLIN**

**NOMBRE DEL PUESTO:** contabilidad

**DEPARTAMENTO:** Finanzas

**RESUMEN DEL PUESTO:** Recepción de todos los ingresos por las ventas de los productos y de sus servicios y cancelación de los compromisos adquiridos de conformidad a las normas.



**JEFE INMEDIATO:** Finanzas

**SUPERVIS A:** Cajero

**RESPONSABILIDADES:**

- Suministra la información contable necesaria a los superiores de la cooperativa mensualmente.
- Vela por el normal desenvolvimiento de los procesos en la unidad con el objeto de garantizar la calidad en el servicio.
- Dirige y controla la aplicación y ejecución del sistema general de contabilidad de la empresa anualmente.
- Dirige, supervisa y controla el proceso contable de las unidades bajo su responsabilidad.

**RELACIONES CON OTROS PUESTOS:**

Con: Jefe de Finanzas y Contabilidad



**MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS**

**Nº 7.1**

**COOPERATIVA SUPER CRIOLLIN**

**NOMBRE DEL PUESTO:** capacitación y reclutamiento

**DEPARTAMENTO:** Talento Humano

**RESUMEN DEL PUESTO:** se encarga de reclutar a un personal adecuado y capacitarlo para un mejor desempeño laboral.

**JEFE INMEDIATO:** RRHH



**SUPERVIS A:** personal de reclutamiento y capacitación.

**RESPONSABILIDADES:**

1. Planifica, coordina y controla la búsqueda y selección de personal administrativo.
2. Mantiene actualizado el Registro de Elegible tanto Interno como Externo.
3. Recibe, clasifica y tramita las solicitudes de ingreso de nuevo personal.
4. Evalúa y controla el cumplimiento de los requisitos mínimos para el ingreso del personal a la Institución.
5. Recibe los documentos de los aspirantes a cargos, realiza la evaluación técnica de las credenciales y una vez efectuada la selección envía al Archivo para su guarda y custodia definitiva.
6. Administra la Política de Reclutamiento y Selección de la empresa.
7. Realiza las entrevistas de preselección al igual que la aplicación de las pruebas de conocimiento, habilidades y destrezas específicas y psicológicas según los requisitos que exija el cargo en cuestión.
8. Recibe, clasifica y tramita las solicitudes de Traslado Internos.
9. Efectúa la inducción al, personal que ingresa a la Universidad.
10. Expide y controlar la entrega de los carnets de identificación del personal de la Institución.
11. Efectúa y controla el proceso de evaluación de Credenciales de los profesionales Universitarios y Técnicos superiores que ingresan a la institución.
12. Planificar a corto y mediano plazo las necesidades del personal.

**RELACIONES CON OTROS PUESTOS:**





Con: Logística, operaciones, comercialización y ventas, finanzas y Talento Humano.

## **TÍTULO I.- DENOMINACIÓN, DURACIÓN Y OBJETO**

### **DISPOSICIONES GENERALES**

**Artículo 1°.-** LA EMPRESA GRANJA PRODUCTORA DE HUEVO DE GALLINA CRIOLLA ISA BROWN S.R.L., es una empresa productora de huevos criollos, que es creada para satisfacer las necesidades alimenticias del consumidor, este producto alimenticios que es el huevo, estará producida en una granja y se puede conseguir un huevo con un alto valor nutricional y a un precio económico similar a los huevos industriales.

**Artículo 2°.-** las disposiciones que contiene el presente reglamento interno, son de carácter general. Tiene por finalidad regular y sistematizar las relaciones laborales entre la empresa y los trabajadores determinando los derechos, obligaciones y responsabilidades de ambas partes.

**Artículo 3°.-** para fines del presente reglamento interno, se considera TRABAJADOR a hombres y mujeres, cualquiera sea su nivel o jerarquía, conforme al artículo 2° del Reglamentario de la Ley General del Trabajador.

#### **Artículo 4°.- Denominación y régimen legal**

La sociedad se denominará pollos “SUPER CRIOLLIN” constituida como sociedad cooperativa, dotada de plena personalidad jurídica, que se registrará por los presentes estatutos y por la Ley 27/99, de 16 de julio, de Cooperativas, así como por las disposiciones legales que le sean aplicables en cada momento.

#### **Artículo 5°.- Duración.**

La sociedad tendrá una duración de carácter indefinido, dándose comienzo al inicio de sus operaciones el día en que se otorgue su escritura de constitución, sin perjuicio de las consecuencias legales previstas para los actos y contratos celebrados en nombre de la sociedad en momentos anteriores al de su inscripción en el Registro de Sociedades Cooperativas.

#### **Artículo 6°.- Ámbito territorial**



El ámbito territorial de actividad de la Sociedad Cooperativa estará ubicado en la localidad de Jatuquira (localidades, municipios, provincias, comunidades autónomas, Patacamaya)

### **Artículo 7º.- Operaciones con terceros**

La Cooperativa realizará las actividades propias de su objeto social al servicio de sus socios. No obstante, podrá realizar actividades y servicios corporativizados con terceros no socios en los casos de la falta de economía (determinar, si se quiere, los supuestos), hasta un límite del 55 % de la actividad corporativizada realizada con sus socios.

## **TÍTULO II.- DE LOS SOCIOS**

### **Artículo 8º.- Personas que pueden ser socios**

Pueden ser socios de la presente Cooperativa de Servicios las personas físicas o jurídicas que sean hijos de los socios, según lo señalado en el Objeto Social de los presentes Estatutos.

### **Artículo 9º.- Adquisición de la condición de socio**

Son socios los promotores de la presente Cooperativa que constan como tales en la escritura de constitución de la misma.

Con posterioridad a la constitución, pueden adquirir la condición de socios quienes sean admitidos como tales tras el oportuno procedimiento de admisión, y hayan suscrito y desembolsado las cantidades previstas al efecto, así como el importe (en su caso) de la cuota de ingreso.

### **Artículo 10º.- Procedimiento de admisión**

Los interesados en adquirir la condición de socios de la presente Cooperativa de Servicios deberán dirigir solicitud por escrito al Consejo Rector/Administrador único, quien deberá resolver y comunicar su decisión, que habrá de ser motivada, en el plazo de una semana (no superior a 3 meses desde el recibo de la solicitud), dando publicidad a dicho acuerdo mediante un presencia (correo certificado, por ejemplo).



Si se deniega la admisión, el solicitante podrá recurrir ante el gerente en cargo (Comité de Recursos o Asamblea General, en su defecto) en el plazo de 20 días, contados desde la fecha de notificación del acuerdo del Consejo Recto/Administrador único.

(El Comité de Recursos debe resolver en un plazo máximo de 2 meses, contados desde la presentación de la impugnación y la Asamblea General en la primera reunión que se celebre, siendo preceptiva, en ambos supuestos, la audiencia del interesado).

La adquisición de la condición de socio queda en suspenso hasta que haya transcurrido el plazo para recurrir la admisión o, si ésta fue recurrida, hasta que resuelva el Comité de Recursos o, en su caso, la Asamblea General.

El acuerdo de admisión puede ser impugnado por los socios de cooperativa (número) socios.

#### **Artículo 11º.- Obligaciones de los socios**

Los socios están obligados a:

- a) Cumplir los acuerdos válidamente adoptados por los órganos sociales de la cooperativa.
- b) Participar en las actividades corporativizadas que desarrolla la cooperativa para el cumplimiento de su fin social, en la siguiente cuantía mínima obligatoria: para todos los socios.

No obstante, el Consejo Rector/Administrador único, cuando exista causa justificada, puede liberar de dicha obligación al socio, en la cuantía que proceda y según las circunstancias que concurran.

- c) Guardar secreto sobre aquellos asuntos y datos de la cooperativa cuya divulgación pueda perjudicar a los intereses sociales lícitos.
- d) Aceptar los cargos para los que fueren elegidos, salvo justa causa de excusa.
- e) Cumplir con las obligaciones económicas que le correspondan.

#### **Artículo 12º.- Derechos de los socios**



Los socios tienen derecho a:

- a) Asistir, participar en los debates, formular propuestas según la regulación estatutaria y votar las propuestas que se les sometan en la Asamblea General y demás órganos colegiados de los que formen parte.
- b) Ser elector y elegible para los cargos de los órganos sociales.
- c) Participar en todas las actividades de la cooperativa, sin discriminaciones.
- d) El retorno cooperativo, en su caso.
- e) La actualización, cuando proceda, y a la liquidación de las aportaciones al capital social, así como a percibir intereses por las mismas, en su caso.

### **TÍTULO III.- DE LAS NORMAS DE DISCIPLINA SOCIAL**

#### **Artículo 14º.- Normas de disciplina social**

Los socios sólo pueden ser sancionados por las faltas previamente tipificadas en los presentes Estatutos, que se clasifican en faltas leves, graves y muy graves.

Sólo pueden imponerse a los socios las sanciones que, para cada clase de faltas, estén establecidas en los Estatutos.

#### **Artículo 15º.- Plazos de prescripción**

Las infracciones cometidas por los socios prescribirán si son leves a los 2 meses, si son graves a los 4 meses, y si son muy graves a los 6 meses.

Los plazos empezarán a computarse a partir de la fecha en la que se hayan cometido. El plazo se interrumpe al incoarse el procedimiento sancionador y corre de nuevo si en el plazo de cuatro meses no se dicta y notifica la resolución.

#### **Artículo 16º.- Faltas**



Las faltas cometidas por los socios, de acuerdo con su importancia, trascendencia y grado de mala fe, se clasifican en leves, graves y muy graves.

Se consideran faltas leves:

1) atraso de informes

Se consideran faltas graves:

1) la falta de su presencia en su trabajo laboral sin justificación

2) ignorar los reglamentos de la empresa.

Se consideran faltas muy graves

1) mal versación de fondos

2) vender información

#### **Artículo 17º.- Sanciones**

Por la comisión de faltas leves podrán imponerse a los socios las siguientes sanciones:

1) memorando

Por la comisión de faltas graves, las siguientes:

1) descuento de los sueldos.

2) descuento del sueldo

Por la comisión de faltas muy graves, las siguientes:

1) retiro de la empresa

2) retiro de la empresa

#### **Artículo 39º.- Responsabilidad**



La responsabilidad de los interventores por daños causados, se regirá por lo dispuesto para los administradores de la sociedad de responsabilidad limitada, si bien, los interventores no tendrán responsabilidad solidaria. El acuerdo de la Asamblea General que decida sobre el ejercicio de la acción de responsabilidad requerirá mayoría ordinaria, que podrá ser adoptado aunque no figure en el orden del día. En cualquier momento la Asamblea General podrá transigir o renunciar al ejercicio de la acción siempre que no se opusieren a ello socios que ostenten el cinco por ciento de los votos sociales de la cooperativa.

Sección cuarta.- Del Comité de Recursos (no es precisa su existencia en todo caso, sino sólo cuando así se prevea en los Estatutos)

#### **Artículo 40º.- Funciones y competencias**

El Comité de Recursos, tramitará y resolverá los mismos contra las sanciones impuestas a los socios -incluso cuando ostenten cargos sociales- por el Consejo Rector, y en los siguientes supuestos: general

El Comité estará formado por socios y miembros (al menos 3) elegidos de entre los socios por la Asamblea General en votación secreta. La duración de su mandato será de 5 años y podrán ser reelegidos.

Los acuerdos del Comité de Recursos serán inmediatamente ejecutivos y definitivos, pudiendo ser impugnados como si hubiesen sido adoptados por la Asamblea General.

Los miembros del Comité quedan sometidos a las causas de abstención y recusación aplicables a los Jueces y Magistrados. Sus acuerdos, cuando recaigan sobre materia disciplinaria, se adoptarán mediante votación secreta y sin voto de calidad.

Sólo serán retribuidos los miembros de dicho Comité que actúen como ponentes.

### **TÍTULO V.- RÉGIMEN ECONÓMICO**

#### **Artículo 41º.- Responsabilidad**

Los socios no responden personalmente de las deudas sociales.



No obstante lo anterior, los socios que causen baja en la cooperativa responderán personalmente por las deudas sociales, previa excusión del haber social, durante 5 años desde la pérdida de su condición de socio, por las obligaciones contraídas por la cooperativa con anterioridad a su baja, hasta el importe reembolsado de sus aportaciones al capital social.

#### **Artículo 42º.- Capital social**

El capital social estará constituido por las aportaciones de los socios.

El capital social mínimo con que puede constituirse y funcionar la cooperativa, totalmente desembolsado desde su constitución, es de euros.

Las aportaciones al capital de cada uno de los socios, así como las sucesivas variaciones que éstas experimenten, se acreditarán mediante la umsa 1.863.683 (libretas de participación nominativas, por ejemplo) que deberán hacer constar los siguientes datos o identidades de los socios (denominación de la cooperativa, denominación del titular, fecha de constitución, etc.) sin que puedan tener la consideración de títulos valores.

Toda aportación de los socios al capital social se realizará en moneda de curso legal. No obstante también podrán consistir en bienes y derechos susceptibles de valoración económica en los siguientes supuestos (enumerar), o en aquellos en que así lo apruebe la Asamblea General. (En estos casos, el Consejo Rector debe fijar su valoración, previo informe de uno o varios expertos independientes, designados por dicho Consejo, sobre las características y el valor de la aportación y los criterios utilizados para calcularlo, respondiendo solidariamente los consejeros, durante 5 años, de la realidad de dichas aportaciones y del valor que se les haya atribuido. Además, puede exigirse que la valoración realizada por el Consejo Rector deba ser aprobada por la Asamblea General; si se trata de aportaciones iniciales, una vez constituido el Consejo Rector debe ratificar la valoración asignada en la forma establecida en el párrafo anterior; en cuanto a la entrega, saneamiento y transmisión de riesgos será de aplicación a las aportaciones no dinerarias lo dispuesto en el artículo 39 de la Ley de Sociedades Anónimas).



Las aportaciones no dinerarias no producen cesión o traspaso ni aun a los efectos de la Ley de Arrendamientos Urbanos o Rústicos, sino que la sociedad cooperativa es continuadora en la titularidad del bien o derecho. Lo mismo se entenderá respecto a nombres comerciales, marcas, patentes y cualesquiera otros títulos y derechos que constituyesen aportaciones a capital social.

Si como consecuencia del reembolso de las aportaciones al capital social o de las deducciones practicadas por la imputación de pérdidas al socio, dicho capital social queda por debajo del importe mínimo fijado estatutariamente, la cooperativa deberá disolverse a menos que en el plazo de un año se reintegre o se reduzca el importe de su capital social mínimo en cuantía suficiente.

Las sociedades cooperativas para reducir su capital social mínimo deberán adoptar por la Asamblea General el acuerdo de modificación de Estatutos que incorpore la consiguiente reducción.

La reducción será obligada, cuando por consecuencia de pérdidas su patrimonio contable haya disminuido por debajo de la cifra de capital social mínimo que se establezca en sus Estatutos y hubiese transcurrido un año sin haber recuperado el equilibrio.

Esta reducción afectará a las aportaciones obligatorias de los socios en proporción al importe de la aportación obligatoria mínima exigible a cada clase de socio en el momento de adopción del acuerdo. El balance que sirva de base para la adopción del acuerdo deberá referirse a una fecha comprendida dentro de los seis meses inmediatamente anteriores al acuerdo y estar aprobado por dicha Asamblea, previa su verificación por los auditores de cuentas de la cooperativa cuando ésta estuviese obligada a verificar sus cuentas anuales y, si no lo estuviere, la verificación se realizará por el auditor de cuentas que al efecto asigne el Consejo Rector. El balance y su verificación se incorporarán a la escritura pública de modificación de Estatutos.

Si la reducción del capital social mínimo estuviera motivada por el reembolso de las aportaciones al socio que cause baja, el acuerdo de reducción no podrá llevarse a efecto sin que





transcurra un plazo de tres meses, a contar desde la fecha que se haya notificado a los acreedores.

La notificación se hará personalmente, y si ello no fuera posible por desconocimiento del domicilio de los acreedores, por medio de anuncios que habrán de publicarse en el «Boletín Oficial del Estado» y en un diario de gran circulación en la provincia del domicilio social de la cooperativa.

Durante dicho plazo los acreedores ordinarios podrán oponerse a la ejecución del acuerdo de reducción si sus créditos no son satisfechos o la sociedad no presta garantía.

### **Artículo 43º.- Aportaciones obligatorias**

La aportación mínima obligatoria a capital social para ser socio será de 10 por ciento (puede ser diferente para las distintas clases de socios o para cada socio en proporción al compromiso o uso potencial que cada uno de ellos asuma de la actividad cooperativizada).

La Asamblea General podrá acordar la exigencia de nuevas aportaciones obligatorias. En estos casos, el socio que tuviera desembolsadas aportaciones voluntarias podrá aplicarlas, en todo o en parte, a cubrir las nuevas aportaciones obligatorias acordadas por la Asamblea General. El socio disconforme con la exigencia de nuevas aportaciones al capital social podrá darse de baja, calificándose ésta como justificada.

Las aportaciones obligatorias deberán desembolsarse, al menos, en un 90 % (mínimo 25%) en el momento de la suscripción y el resto en el plazo de 1 año (meses/años, etc).

Si por la imputación de pérdidas de la cooperativa a los socios, la aportación al capital social de alguno de ellos quedara por debajo del importe fijado como aportación obligatoria mínima para mantener la condición de socio, el socio afectado deberá realizar la aportación necesaria hasta alcanzar dicho importe, para lo cual será inmediatamente requerido por el Consejo Rector, el cual fijará el plazo para efectuar el desembolso, que no podrá ser inferior a dos meses ni superior a un año.



El socio que no desembolse las aportaciones en los plazos previstos incurrirá en mora por el solo vencimiento del plazo y deberá abonar a la cooperativa el interés legal por la cantidad adeudada y resarcirla, en su caso, de los daños y perjuicios causados por la morosidad.

El socio que incurra en mora podrá ser suspendido de sus derechos societarios hasta que normalice su situación y si no realiza el desembolso en el plazo fijado para ello, podría ser causa de expulsión de la sociedad. En todo caso, la cooperativa podrá proceder judicialmente contra el socio moroso.

Los socios que se incorporen con posterioridad a la cooperativa deberán efectuar la aportación obligatoria al capital social que tenga establecida la Asamblea General para adquirir tal condición (puede ser diferente para las distintas clases de socios en función de los criterios señalados anteriormente, pero en todo caso, su importe, para cada clase de socio, no puede superar el valor actualizado, según el índice general de precios al consumo de las aportaciones obligatorias inicial y sucesivas, efectuadas por el socio de mayor antigüedad en la cooperativa).

#### **Artículo 44º.- Aportaciones voluntarias**

La Asamblea General (o si se prefiere, el Consejo Rector), podrá acordar la admisión de aportaciones voluntarias al capital social por parte de los socios, si bien la retribución que establezca no podrá ser superior a la de las últimas aportaciones voluntarias al capital acordadas por la Asamblea General o, en su defecto, a la de las aportaciones obligatorias.

Las aportaciones voluntarias deberán desembolsarse totalmente en el momento de la suscripción y tendrán el carácter de permanencia propio del capital social, del que pasan a formar parte.

El Consejo Rector podrá decidir, a requerimiento de su titular, la conversión de aportaciones voluntarias en obligatorias, así como la transformación de aportaciones obligatorias en voluntarias cuando aquéllas deban reducirse para adecuarse al potencial uso cooperativo del socio.

#### **Artículo 45º.- Remuneración de las aportaciones**



Las aportaciones obligatorias al capital social dan (o no dan, según se pacte) derecho al devengo de intereses por la parte efectivamente desembolsada. (En el caso de las aportaciones voluntarias será el acuerdo de admisión el que fije esta remuneración o el procedimiento para determinarla).

#### **Artículo 46º.- Actualización de las aportaciones**

El balance de las cooperativas podrá ser actualizado en los mismos términos y con los mismos beneficios que se establezcan para las sociedades de derecho común, mediante acuerdo de la Asamblea General, sin perjuicio de lo establecido en la Ley 27/99, de Cooperativas, sobre el destino de la plusvalía resultante de la actualización.

Una vez se cumplan los requisitos exigidos para la disponibilidad de la plusvalía resultante, ésta se destinará por la cooperativa, en (uno o más) ejercicios, o, en su caso, por acuerdo de la Asamblea General, a la actualización del valor de las aportaciones al capital social de los socios o al incremento de los fondos de reserva, obligatorios o voluntarios, en la siguiente proporción obligatorio (o en la que estime conveniente la Asamblea, respetando, en todo caso, las limitaciones que en cuanto a disponibilidad establezca la normativa reguladora sobre actualización de balances). No obstante, cuando la cooperativa tenga pérdidas sin compensar, dicha plusvalía se aplicará, en primer lugar, a la compensación de las mismas y, el resto, a los destinos señalados anteriormente.

#### **Artículo 47º.- Reembolso de las aportaciones**

En caso de baja del socio, éste o sus derechohabientes, tendrán derecho a exigir el reembolso de las aportaciones al capital social efectuadas por el socio, que se registrarán por los siguiente:

Del valor acreditado de las aportaciones se deducirán las pérdidas imputadas e imputables al socio, reflejadas en el balance de cierre del ejercicio en el que se produzca la baja, ya correspondan a dicho ejercicio o provengan de otros anteriores y estén sin compensar.



En el caso de baja no justificada por incumplimiento del período de permanencia mínimo se podrá establecer una deducción del (máximo 30%) sobre el importe resultante de la liquidación de las aportaciones obligatorias, una vez efectuados los ajustes señalados en el punto anterior.

El plazo de reembolso no podrá exceder de 3 años (máximo 5) a partir de la fecha de la baja. En caso de fallecimiento del socio, el reembolso a los causa-habientes deberá realizarse en un plazo no superior a un año desde el hecho causante.

Las cantidades pendientes de reembolso no serán susceptibles de actualización, pero darán derecho a percibir el interés legal del dinero, que deberá abonarse anualmente junto con, al menos, una quinta parte de la cantidad a reembolsar.

#### **Artículo 48º.- Aportaciones que no forman parte del capital**

La Asamblea General, mediante acuerdo adoptado por mayoría un 50% (determinar régimen de mayoría) podrá establecer cuotas de ingresos y/o periódicas, que no integrarán el capital social ni serán reintegrables. (Dichas cuotas pueden ser diferentes para las distintas clases de socios previstas en esta Ley, en función de la naturaleza física o jurídica de los mismos o, para cada socio, en proporción a su respectivo compromiso o uso potencial de actividad cooperativizada).

El importe de las cuotas de ingreso de los nuevos socios, no podrá ser superior al 25% del importe de la aportación obligatoria al capital social que se le exija para su ingreso en la cooperativa.

Los bienes de cualquier tipo entregados por los socios para la gestión cooperativa y, en general, los pagos para la obtención de los servicios cooperativizados, no integran el capital social y están sujetos a las condiciones fijadas y contratadas con la sociedad cooperativa.

#### **Artículo 49º.- Participaciones especiales**

(Puede preverse la posibilidad de captar recursos financieros de socios o terceros, con el carácter de subordinados y con un plazo mínimo de vencimiento de 5 años. Cuando el vencimiento de estas participaciones no tenga lugar hasta la aprobación de la liquidación de la



cooperativa, tendrán la consideración de capital social. No obstante, dichos recursos podrán ser reembolsables, a criterio de la sociedad, siguiendo el procedimiento establecido para la reducción de capital por restitución de aportaciones en la legislación para las sociedades de responsabilidad limitada. Estas participaciones especiales podrán ser libremente transmisibles. Su emisión en serie requerirá acuerdo de la Asamblea General en el que se fijarán las cláusulas de emisión y, en su caso, el cumplimiento de los requisitos establecidos en la normativa reguladora del mercado de valores).

#### **Artículo 50º.- Ejercicio económico**

El ejercicio económico tendrá una duración de doce meses, salvo en caso de constitución, extinción o fusión de la sociedad y coincidirá con el año natural, por lo que se cerrará a 31 de diciembre de cada año.

#### **Artículo 51º.- Determinación de resultados**

La determinación de los resultados del ejercicio económico se llevará a cabo conforme a la normativa general contable, considerando, no obstante, también como gastos las siguientes partidas:

- a) El importe de los bienes entregados por los socios para la gestión cooperativa, en valoración no superior a los precios reales de liquidación, y el importe de los anticipos societarios a los socios trabajadores o de trabajo, imputándolos en el período en que se produzca la prestación de trabajo.
- b) La remuneración de las aportaciones al capital social, participaciones especiales, obligaciones, créditos de acreedores e inversiones financieras de todo tipo captadas por la cooperativa, sea dicha retribución fija, variable o participativa.

Figurarán en contabilidad separadamente los resultados extracooperativos derivados de las operaciones por la actividad cooperativizada realizada con terceros no socios, los obtenidos de actividades económicas o fuentes ajenas a los fines específicos de la cooperativa, así como los derivados de inversiones o participaciones financieras en sociedades, o los extraordinarios



procedentes de plusvalías que resulten de operaciones de enajenación de los elementos del activo inmovilizado, con las siguientes excepciones:

- a) Los derivados de ingresos procedentes de inversiones o participaciones financieras en sociedades cooperativas, o en sociedades no cooperativas cuando éstas realicen actividades preparatorias, complementarias o subordinadas a las de la propia cooperativa, que se consideran a todos los efectos resultados cooperativos.
- b) Las plusvalías obtenidas por la enajenación de elementos del inmovilizado material destinados al cumplimiento del fin social, cuando se reinvierta la totalidad de su importe en nuevos elementos del inmovilizado, con idéntico destino, dentro del plazo comprendido entre el año anterior a la fecha de la entrega o puesta a disposición del elemento patrimonial y los 3 años posteriores, siempre que permanezcan en su patrimonio, salvo pérdidas justificadas, hasta que finalice su período de amortización.

Para la determinación de los resultados extra cooperativos se imputará a los ingresos derivados de estas operaciones, además de los gastos específicos necesarios para su obtención, la parte que, según criterios de imputación fundados, corresponda de los gastos generales de la cooperativa. (No obstante lo anterior, la cooperativa puede optar aquí, en los Estatutos, por la no contabilización separada de los resultados extra cooperativos).

#### **Artículo 59°.- los derechos del trabajador**

- a) Al desempeño de funciones en un ambiente laboral adecuado y seguro. Así mismo, deberá contar con los materiales, equipos herramientas y otros necesarios para un adecuado desempeño.
- b) Al pago de horas extras en los excedentes de las ocho horas laborales.
- c) Al respecto y consideración por la dignidad personal en la función que desempeña
- d) A recibir la protección necesaria en materia de higiene y seguridad en el trabajo.
- e) Al pago de la remuneración correspondiente a la responsabilidad de su cargo y la eficiencia de su desempeño.
- f) A la estabilidad laboral.



- g) A recibir apoyo moral de sus superiores cuando sea objeto de imputación, acusaciones u otros injustificados, derivadas del fiel cumplimiento de sus específicas funciones.
- h) A no ser discriminados y ha recibir buen trato de sus superiores.

## **DE LAS REMUNERACION**

**Artículo 60°** los trabajadores contratados por tiempo indefinido o a plazo fijo tienen derecho a una remuneración mensual, pactada en sus contratos de trabajo.

**Artículo 61° Super Criollin** cancelara los sueldos de los trabajadores en sus oficinas el ultimo día hábil de cada mes, Super Criollin para fines legales entregara la boleta de pago a los trabajadores quienes firmaran la misma en señal de conformidad de la remuneración percibida. Asimismo, oficiara de agentes de retención de todos los descuentos señalados por la ley.

**Artículo 62°** con el propósito de asegurar una liquidez mensual razonable para el trabajador, no se procesaran anticipos y/o descuentos voluntarios que sumen montos superiores al 70% del total ganado.

## **TITULO IX**

### **OBLIGACIONES DE LAS PARTES**

#### **OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES**

**Artículo 63°** son obligaciones del trabajador:

- a) Conocer, promover, defender los principio y valores de Super Criollin, así el presente reglamento interno.
- b) Asistir puntualmente al trabajo, presentado los servicios para los que fue contratado, con voluntad, responsabilidad y eficiencia en los resultados.
- c) Aceptar las ordenes e instrucciones que impartan us superiores,
- d) Tomar conocimiento, cumplir todas las disposiciones que norman las actividades de Super Criollin.



- e) Observar buena conducta y costumbre, evitando conflictos, comentarios que puedan lesionar a la empresa o la honorabilidad de sus superiores y/o compañeros de trabajo.
- f) Comunicar a la autoridad superior para ausentarse de su puesto de trabajo, informando los motivos, el tiempo y el lugar donde podrá ser encontrado.
- g) Presentar sus solicitudes, reclamos o sugerencias, respetando el conducto regular establecido en la estructura jerárquica de Super Criollin. En caso de falta de atención a misma por dos veces consecutivas o de disconformidad con la respuesta, acompañado antecedentes podrá recurrir a los niveles superiores.
- h) Responsabilizarse por la afiliación a la caja de salud correspondiente de su persona y familia.

## **OBLIGACIONES .**

**Artículo 64°** son obligaciones de Super Criollin con sus trabajadores las siguientes:

- a) Brindar seguridad y estabilidad laboral de acuerdo a la naturaleza de la relación laboral, en los marcos señalados por la Ley General de Trabajo y sus disposiciones reglamentarias, así como por el respeto y cumplimiento al Reglamento Interno.
- b) Dar trata respetuosos que merecen por su condición y dignidad humana, cuidando su imagen y honorabilidad, así con el derecho a la defensa y representación ante la aplicación de medidas disciplinarias, así como reconocer su derecho a la sindicalización.
- c) Tomas en consideración con la debida importancia, sus opiniones, sugerencias y propuestas beneficiosas para el mejor desarrollo del trabajo y la buena marcha de la empresa.
- d) Asignar la remuneración que corresponda al cargo según escala salarial, evitando todo tipo de desigualdad y discriminación.
- e) Conceder a los trabajadores permisos indispensables para desempeñarse como elector o jurado en actividades públicas y otras propias del ejercicio de normatividad de presente reglamento.



## MAQUINA SELECCIÓN DE HUEVOS



ELECCIONADORA DE HUEVOS

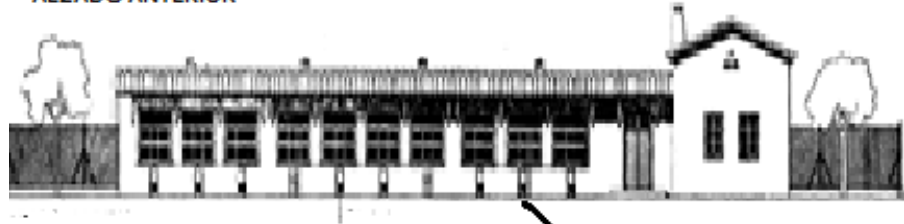




## NIDALLES PARA LAS AVES- CAMPANS COMEDEROS

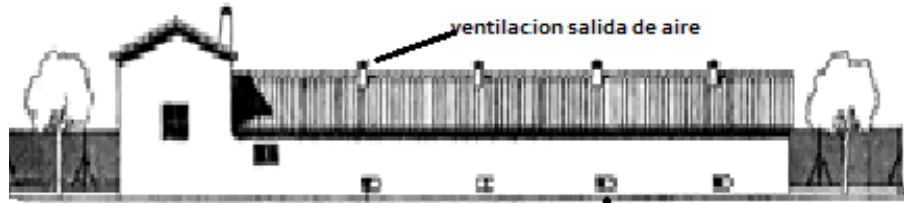
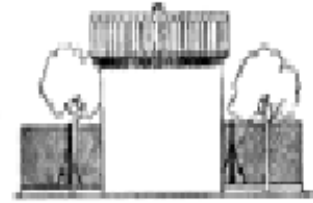


ALZADO ANTERIOR



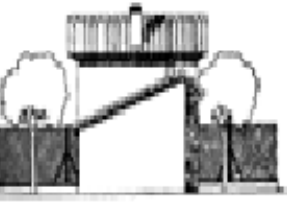
entrada de aves

LATERAL DERECHO



ventilacion salida de aire

ventilacion entrada de aire



LATERAL IZQUIERDO

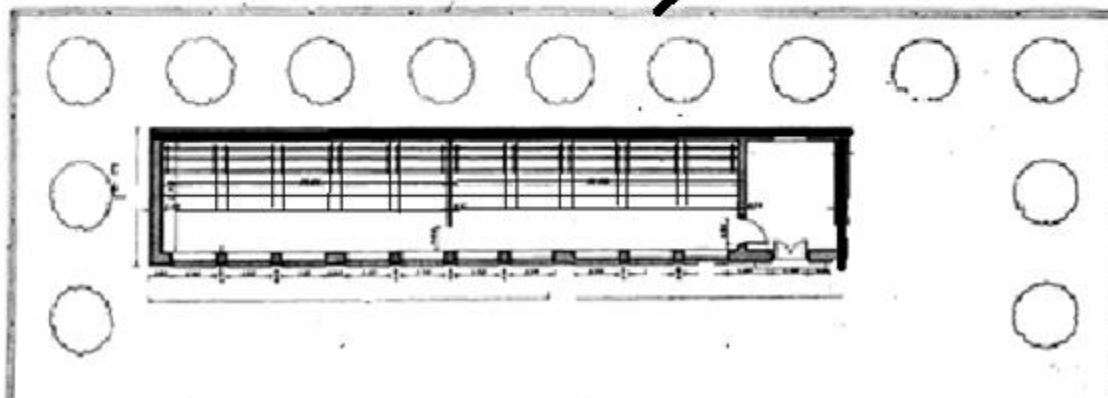
ALZADO POSTERIOR

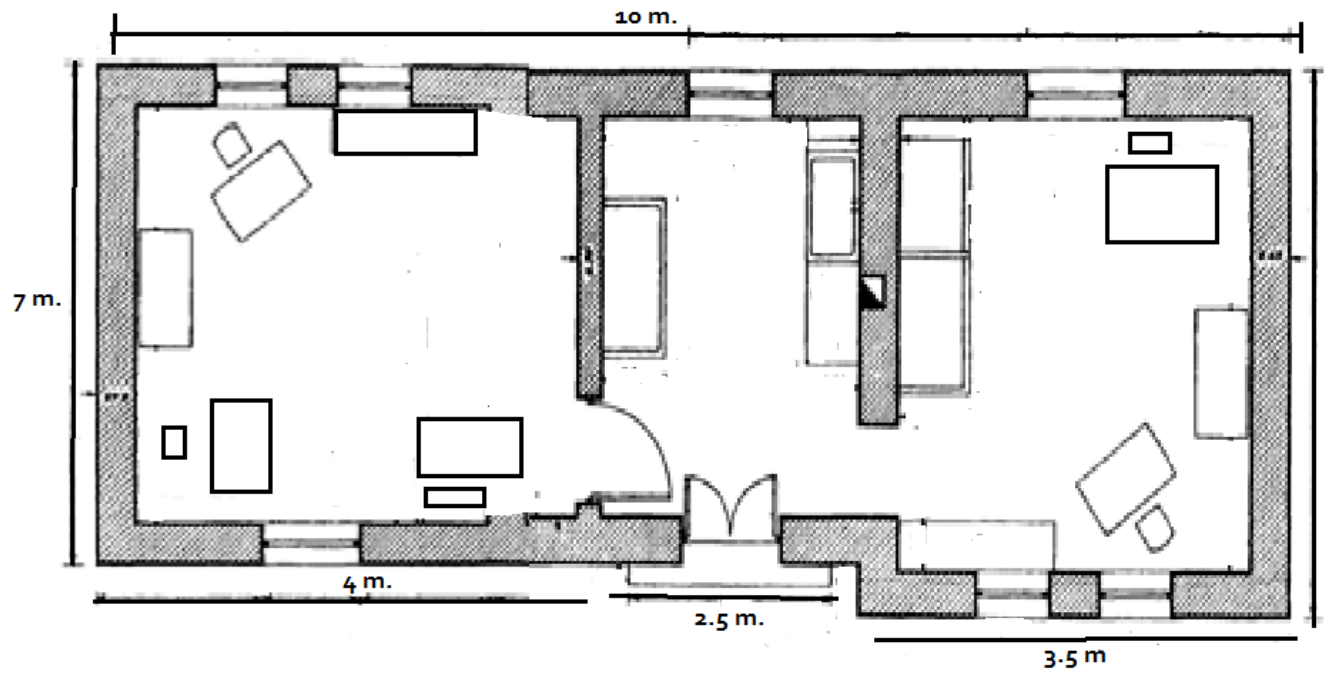
### DISEÑO DE CONSTRUCCION DE INFRAESTRUCTURA DEL GALPON



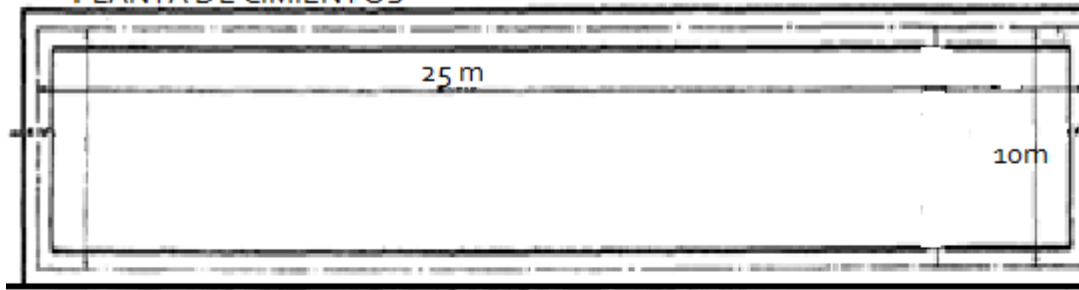
PLANTA GENERAL

Cerca de tela metalica





PLANTA DE CIMIENTOS



PLANTA DE CUBIERTAS

