



UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS

FACULTAD: CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y ORGANIZACIONES PÚBLICAS

CENTRO REGIONAL UNIVERSITARIO ALTIPLANO SUR PATACAMAYA



PROYECTO DE GRADO “PLAN DE NEGOCIO”

**GRANJA DE PRODUCCIÓN Y CRIANZA DE POLLO PARRILLERO EN EL
MUNICIPIO DE PATACAMAYA**

POSTULANTES: VICHER OSCAR TOLA HUANCA

SIXTO CONDORI CHUQUIMIA

TUTOR: LIC. JUAN FERNANDO DELFIN CONDORI

La Paz-Bolivia

2018



	Pág.
ÍNDICE	
Resumen ejecutivo.....	1
1.- Marco Teórico.....	3
1.1. Plan de Negocios.....	3
1.2. Misión.....	3
1.3. Visión.....	3
1.4. Mercado.....	4
1.5. Demanda.....	4
1.6. Oferta.....	4
1.7. Competencia.....	5
1.8. Marketing.....	5
1.9. Ciclo de vida del producto.....	5
1.10 Producción.....	6
1.11. Organización.....	6
1.11.1. Principios de organización.....	6
1.12. Finanzas.....	7
2. MARCO METODOLOGICO.....	8
2.1. Tipo y diseño de la investigación.....	8
2.1.1. Investigación mixta.....	8
2.1.2. Diseño de campo.....	8
2.1.3. Población y muestra.....	8
2.1.3.1. Segmentación geográfica.....	8
2.1.4. Población Objetiva.....	9
2.1.5. Muestra.....	9
2.1.6. Muestreo aleatorio simple.....	10



2.1.7. Calculo de la muestra (Tamaño y diseño).....	10
2.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	12
2.2.1. Encuesta.....	12
2.3. Entrevistas.....	13
2.4. Técnicas de procesamiento y análisis.....	13
2.4.1. Técnica de procesamiento de datos.....	13
2.4.2. Técnicas de análisis de datos.....	13
2.4.3. Validación y confiabilidad.....	14
CAPITULO I DEFINICIÓN DEL NEGOCIO.....	15
3.1. Naturaleza de la empresa.....	15
3.2. El concepto del negocio.....	15
3.3. El producto y su generación de valor.....	16
3.4. Misión.....	16
3.4.1. Visión.....	16
3.4.2. Valores.....	16
3.4.3. Claves de gestión empresarial.....	17
3.4.4. Objetivos.....	18
3.4.4.1. Objetivo general.....	18
3.4.4.2. Objetivos específicos.....	18
3.5. La estrategia competitiva.....	18
3.5.1. Las estrategias empresariales.....	19
4. MERCADO.....	21
4.1. Producto mercadotécnico-consumidor.....	21
4.1.1. Satisfacción de necesidades o deseos.....	21
4.2. Potencial de mercado.....	21



4.2.1. La competencia.....	21
4.2.2. Barreras de entrada y salida.....	22
4.2.3. Barreras de entrada.....	22
4.2.4. Barreras de salida.....	23
4.3. Segmentación de mercado.....	23
4.3.1. Estudio de mercado.....	23
4.3.2. Cobertura geográfica.....	24
4.3.3. Población Objetiva.....	24
4.3.4. Muestra.....	25
4.3.5. Calculo de la muestra (tamaño y diseño).....	25
4.3.6. Resultado del trabajo de campo.....	26
4.3.7. Participación de mercado.....	31
4.3.8. Potencial de ventas.....	31
4.3.9. Pronostico de ventas.....	31
4.4. El cliente objetivo.....	32
4.4.1. Comportamiento del consumidor.....	32
4.4.2. Influencia externa.....	32
4.4.3. Influencia interna.....	33
4.4.4. Enfoques de decisión de compra.....	33
4.5. Objetivos de marketing.....	33
4.5.1. Objetivo del producto.....	33
4.5.2. Objetivo del precio.....	34
4.5.3. Objetivo de la comercialización.....	34
4.5.4. Objetivo de la promoción o publicidad.....	34
4.6. Estrategias de marketing.....	34



4.6.1. Producto.....	34
4.6.2. El logotipo.....	35
4.6.3. La marca.....	35
4.6.4. Lema.....	35
4.6.5. Precio.....	35
4.6.6. Distribución.....	36
4.6.7. Promoción.....	36
4.6.7.1. La estrategia del ingreso.....	37
4.6.7.2. El posicionamiento.....	37
4.6.7.3. A lo largo del ciclo de vida del producto.....	37
5. OPERACIONES (PRODUCCION).....	39
5.1. Diseño y desarrollo del producto.....	39
5.1.1. Descripción técnica y funcional del producto.....	39
5.1.2. Características e la calidad el producto.....	39
5.1.3. Beneficios.....	40
5.1.4. Necesidades a satisfacer.....	40
5.2. Proceso de producción.....	40
5.2.1. Tipo de proceso.....	41
5.2.2. Descripción detallada de fases y tareas por puesto.....	42
5.2.3. Funciones y cargos en área operativa.....	43
5.2.4. Diagrama de flujo de proceso.....	45
5.2.5. Materias primas.....	49
5.3. Descripción maquinaria.....	50
5.3.1. Equipos.....	50
5.4. Insumos.....	55



5.4.1. Proveedores.....	55
5.5. Programación de producción.....	56
5.6. Capacidad de producción.....	57
5.6.1. Localización de la planta.....	57
5.6.2. Distribución de las instalaciones.....	58
5.6.3. Criterios.....	58
5.6.3.1. Plano de la microempresa.....	59
6 FINANZAS.....	60
6.1. Presupuesto de inversión.....	60
6.1.1. Depreciación de los activos fijos.....	61
6.2. Costos fijos.....	63
6.3. Varios costos.....	64
6.4. Determinación del precio de venta.....	65
6.5. Estructura de inversión.....	66
6.6. Punto de equilibrio.....	67
6.7. Fuentes de financiamiento.....	68
6.8. Flujo de caja.....	69
6.9. Evaluación financiera (VAN-TIR-BENEFICIO COSTO).....	70
6.10. Relación beneficio costo.....	70
7. SUPUESTOS Y ESCENARIOS.....	74
8. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA LEGAL.....	76
8.1. Personería jurídica.....	76
8.2. Registro legal.....	76
8.3. Organización empresarial.....	79
9. CONCLUSIONES.....	82



10. RECOMENDACIONES..... 82



DEDICATORIA

Este Proyecto de Grado Plan de Negocios es dedicado especialmente a nuestros queridísimos padres quienes fueron los impulsores fundamentales de que este trabajo llegue a su etapa final.



AGRADECIMIENTO

A todos nuestros compañeros(as) de estudio que nos han brindado compañerismo y apoyo incondicional, también por haber compartido momentos de tristeza y alegrías.

A la universidad Mayor de San Andrés por habernos dado la oportunidad de superarnos y acogernos en sus aulas.

A nuestros docentes por habernos compartido sus conocimientos y experiencias.

A nuestros padres por habernos apoyado moralmente y económicamente día a día y por habernos inculcado muchos valores.

A Dios por guiarnos en un camino correcto y cuidarnos en cada momento de nuestras vidas.



RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocios se trata de la producción de pollos de engorde, esto debido al crecimiento sostenible tanto en la producción como en el consumo del producto.

La microempresa “pollos Pat. S.R.L.” dedicado a la producción de pollos de engorde, ve como una oportunidad de ofrecer el producto al sector avícola, con el objeto de satisfacer las necesidades de la población y brindar nutrición a sus clientes con pollos de excelente calidad.

Producto. Se producirá carne de pollo con un proceso de engorde, el producto es de consumo diario, además se dará más énfasis en un producto saludable y nutritivo.

Mercado “Pollos Pat. S.R.L.” Es una microempresa enfocado a la producción de carne de pollo con estándares de calidad, que llega al mercado faenado y tiene un rendimiento cárnico en promedio de 2 kg, con valores nutricionales y saludables.

Competencia.- Nuestros competidores del producto, son las empresas que se dedican a la producción de carne de pollo. Dentro de estas empresas están: Imba, Sofía, ALG, Pio Lindo y Otros. La mayor parte de estas empresas se encuentran ubicadas en la ciudad de santa cruz.

Estrategias de marketing.- La principal estrategia de nuestro producto, será que la producción del mismo sea natural, y que tengan componentes nutricionales para el consumo de los clientes, de manera que no les afecte en la salud.

Precio, El precio del producto es de 13 bs el Kilo, a diferencia de nuestros competidores que oscila en 14 bs el Kilo, y así de esta manera ser más competitivos en cuanto precio.



Plaza, La ubicación de la planta estará en un lugar estratégico, es decir en la zona porvenir norte de la ciudad intermedia de Patacamaya, mismo que tiene acceso a servicios básicos, de manera que los consumidores nos ubiquen con mayor facilidad.

Promoción, Nuestro producto se hará conocer al mercado, mediante Televisión, Radio, Facebook, Panfletos y otros.

Volúmenes de producción, Los niveles de producción estarán en base a las dimensiones de la granja, así también a su capacidad instalada, donde se producirán 2000 pollos mensuales aproximadamente.

Proceso productivo. En cuanto al proceso de engorde, los pollos tendrán un manejo adecuado, desde la recepción de los pollos bebes a la granja, para luego ponerlos a una temperatura de 34 a 36 grados, y a medida que van pasando los días se les dotara de alimentación, vacunas y antibióticos para su crecimiento, estos cuidados se realizan con el propósito de evitar mermas.

Una vez alcanzado el peso promedio ideal de 2 kilos, en aproximadamente 65 días, se los llevara al faenado para su posterior comercialización.

Localización de planta.- “Pollos Pat. S.R.L.” Se encuentra en la 5ta sección del municipio de Patacamaya en la zona porvenir norte de la provincia aroma del departamento de la Paz, con fácil acceso para los clientes y compradores que demanden nuestro producto.

Inversión.- La inversión inicial de 1.040.480 Bs. El aporte de los socios será equitativo, Haciendo un total del 100% de la inversión.

Análisis financiero.- El análisis financiero, Mostro la viabilidad del plan de negocio con los siguientes indicadores como ser; el VAN de 2796784, la TIR 15%, el índice de rentabilidad de 2,69.



1. MARCO TEORICO

1.1. Plan de negocio

Un plan de negocios es un documento escrito que establece la idea básica que subyace en un negocio y diversas consideraciones relacionadas con su inicio. (Longenecker al 2001). (Extraído de Catarina.udlap.mx.).

Este documento nos ayuda a elaborar el plan de negocio de forma explicativa y descrita con una estructura formal de acuerdo a lo requerido.

1.2. Misión

La misión de una empresa es lo que se pretende lograr con los principios establecidos que emanen de la filosofía empresarial (entiendo por esta de manera generalizada “el crecimiento sostenido, solidez financiera, enraizamiento social, edificios en propiedad, política de personal que busca que el empleado sienta la empresa como propia de todo ello con la clara orientación de dar mejor servicio a los clientes”). Que se plasma en un enunciado que recoge la declaración duradera del propósito de la actividad empresarial. De Val I. (2005).

La misión es la razón de ser de una organización, donde se identifica con el producto que elabora para satisfacer las necesidades y expectativas de la población.

1.3. Visión

Puede ser definida como una descripción de cómo queremos que nuestra empresa sea en el futuro; una especie de ilusión alcanzable a largo plazo; una situación a la vez posible y deseable para toda la organización que la compone. La visión compartida por todo los miembros, también es un elemento de motivación y proporciona a la organización un sentido de dirección único y consistente para el futuro que se ha de conseguir sobre la base de la propia misión. Mora. M.J.R. (2003).

La visión es una proyección a futuro en síntesis es lo que pretende llegar a ser en un futuro cumpliendo todos sus objetivos.



1.4. Mercado

Mercado es el conjunto total de personas u organizaciones con necesidades por satisfacer, dinero para gastar y la disposición y la voluntad de gasto.

Un mercado meta, es la parte del mercado seleccionado por un productor de servicios, para ofertar los bienes y servicios que produce y para lo cual diseña un plan de mercadotecnia especial, con la finalidad de alcanzar sus objetivos corporativos. Sulser V.R.A., Pedroza E.J.E. (2004).

Es un sitio donde se realiza la compra y venta de bienes o servicios, es donde también fluctúa la oferta y la demanda.

1.5. Demanda

La demanda es la exteriorización de las necesidades y deseos del mercado y está condicionado por los recursos disponibles del comprador y los estímulos de marketing recibido. Dado que el análisis de la demanda supone un estudio cuantitativo del mercado, se puede definir la demanda como un producto como " el volumen total que será adquirido de dicho producto por un grupo de compradores determinado, en un periodo de tiempo fijado y a partir de unas condiciones de entorno y esfuerzo comercial determinados". Casado. D.A.B., Sellers R.R. (2006).

Es la cantidad de bienes y servicios que puedan ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor o por el conjunto de consumidores.

1.6. Oferta

Se entiende como la cantidad de bienes y servicios que una organización está dispuesto a vender a un determinado precio del mercado, dados unos precios de insumos y una tecnología. La oferta busca conocer la composición de los servicios, estructura y capacidad de producción que se dispone en un mercado de referencia. Junto con el conocimiento que se adquiere de esta, también se determinan las condiciones de competitividad frente a los demás ofertantes. La oferta debe brindar la información de base para llegar a las conclusiones, posteriormente sobre el tipo de mercado al cual se enfrenta el proveedor de servicios. Fundación Corona (2001).



La oferta se define como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a determinadas condiciones de mercado.

1.7. Competencia

Es lo que sucede cuando dos o más rivales, sin comunicación de ningún tipo entre ellos y con el objetivo de ganar, participan en igualdad de condiciones en un juego que posee reglas claras y transparentes, que han sido predeterminadas y aceptadas por todos los participantes y que serán administradas y reguladas por un árbitro imparcial. Acosta M. (2003).

Es cuando dos o más empresas entran en diferenciarse de uno y otra empresa, tratando de ser líder en el mercado.

1.8. Marketing

Es un proceso a través del cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y lo que desean mediante la creación, la oferta y el libre intercambio de productos y servicios valiosos con otros, “es el arte de vender productos”, conocer y entender al cliente también que el producto y el servicio se ajuste perfectamente a él y se venda solo. Idealmente el resultado del marketing debe ser el cliente que está listo para comprar. Kotler P. (2002).

Es el medio por el cual las empresas hacen llegar el producto al consumidor final, tratando de satisfacer las necesidades del cliente.

1.9. Ciclo de vida del producto

Conjunto de etapas que recorre un producto (considerado como objeto individual) desde que es creado hasta su fin de vida. El ciclo de vida de un producto recorre unas primeras etapas en el seno de la organización empresarial que lo produce (definición, diseño y desarrollo, fabricación, embalaje y transporte) hasta su venta (o transferencia al usuario), después recorre otras etapas post venta (o post transferencia) que corresponden al usuario eventualmente a la colectividad. Riba R.C. (2002).



Es el medio por el cual una materia prima pasa desde un inicio hasta un final de un proceso hasta el acabado en un producto para su posterior comercialización.

1.10. Producción

La producción industrial es un proceso que permite la transformación de la materia prima en productos semi terminados o terminados, cuyo conjunto puede definirse como producción obtenida, siendo esto posible por la acción de los medios humanos que cuando es necesario ponen en funcionamiento los medios materiales disponibles asignados a cada una de las operaciones que exijan los productos. Alfaro B. F., Alfaro E.M. (1999).

Es la actividad económica que aporta valor agregado por creación y suministro de bienes y servicios, es decir consiste en la creación de productos o servicios y al mismo tiempo la creación de valor.

1.11. Organización

Según Sánchez E.O., Herrero D.R. y Ortiguera V.A. (2013), Podemos definir la organización de una empresa como la acción y efecto de coordinar el trabajo de varias personas, mediante la asignación de tareas o funciones específicas a cada una de ellas con el propósito de conseguir unos objetivos comunes.

Es la conformación de la estructura administrativa creadas para lograr metas y objetivos por medio de los organismos humanos o de gestión o de talento humano. Donde cumplen funciones especializadas.

1.11.1. Principios de organización

- **División de trabajo:** consiste en la designación de tareas específicas a cada una de las partes de la organización. Se basa en el principio de la especialización para la mejora de la eficacia de las personas según el cual cuanto menor es el número de tareas que hace una persona mayor en su rendimiento.



- **Autoridad y responsabilidad:** autoridad es la capacidad de dar órdenes y de hacer que se cumplan. Viene asociada a la responsabilidad del puesto ocupado por la persona.
- **Unidad de dirección:** cada grupo de actividades con un mismo objetivo, debe tener un solo jefe y un solo plan.
- **Jerarquía:** debe haber una línea de autoridad del escalón más alto al escalón más bajo de la organización, se conoce como cadena de mando.
- **Orden:** las personas y medios materiales deben estar en el lugar preciso y en el momento exacto.
- **Remuneración:** los empleados deben ser justamente retribuidos por su trabajo.
- **Estabilidad del personal:** evitar los excesos de rotaciones de los empleados para mejorar su eficacia.

1.12. Finanzas

Estudian la manera en que los recursos escasos se asignan a través del tiempo. Dos características distinguen a las decisiones financieras de otras decisiones de asignación de recursos: los costos y beneficios de las decisiones financieras se distribuyen a lo largo del tiempo y generalmente no son conocidos con anticipación por los encargados de tomar decisiones ni por nadie más. Merton (2003).

Las principales teorías descritas anteriormente serán de base teórica para nuestro plan de negocio, y además el presente trabajo tiene la finalidad de aplicarlas.



2. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Tipo y diseño de la investigación

2.1.1. Investigaciones Mixtas

Esta investigación es un proceso de recolección, análisis y vinculación de datos cualitativos y cuantitativos en la investigación científica que se realiza.

Las premisas de ambos paradigmas pueden ser anidadas o entrelazadas y combinadas con teorías sustantivas. Por lo cual no solo se pueden integrar los métodos cuantitativos o cualitativos. (Hernández, S. y Mendosa, 2008), citado por Copa Q. S., Calderón C. S., Huayta S. J.M., Ticona C.E.M., Suxo E.C.H. (2012).

2.1.2. Diseño de campo

Consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental. (Extraído de Slide Share.net).

2.1.3. Población y muestra

2.1.3.1. Segmentación geográfica

La microempresa POLLOS PAT SRL, se orientara como medio de distribución a las carnicerías, friales, ferias y tiendas de barrio, que cuyos puntos de venta se encuentran en su mayoría en el municipio de Patacamaya en las siguientes zonas: zona central, zona central norte, zona nueva esperanza, zona estación, zona asunción, zona porvenir, zona litoral, zona porvenir norte, zona alto Patacamaya y zona moderna.



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 Sicasica y Umala y al oeste con la provincia Pacajes, cuya extensión territorial es de 560 kilómetros cuadrados.

2.1.4. Población Objetiva

la población objetiva que tomaremos es la quinta sección de la provincia aroma, el cual es el municipio de Patacamaya quien tiene 22,806 habitantes (Dato tomado del censo 2012), por ser la población más grande que tiene la provincia aroma, además del flujo de comercio existente en la población.

2.1.5. 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 11.197 habitantes (Dato tomado del censo 2012).

2.1.6. Muestreo aleatorio simple

Es la modalidad de muestreo más conocida y que alcanza mayor rigor científico. Garantiza la equiprobabilidad de elección de cualquier elemento y la independencia de la selección de cualquier otro. En este procedimiento se extraen al azar un número determinado de elementos, “n”, del conjunto mayor “N” o población, procediendo



según la siguiente secuencia: a) definir la población, confeccionar una lista de todos los elementos, asignándoles número consecutivos desde 1 hasta “n”; b) la unidad de base de la muestra debe ser la misma; c) definir el tamaño de la muestra, y d) extraer al azar los elementos.¹

2.1.7. 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 11.197 habitantes

n= tamaño de muestra

¹ Copa Q. S., Calderón C. S., Huayta S. J.M., Ticona C.E.M., Suño E.C.H. (2012). Metodología de la investigación científica y elaboración de proyectos científicos. Primera edición. El Alto-La Paz. Editorial ANAKAINOO.



Aplicando

$$Z = 95\% = 1,96$$

$$P = 80\% = 0,80$$

$$q = 20\% = 0,20$$

$$e = 5\% = 0,05$$

$$N = 11.197$$

n = ¿Muestra?

$$n = \frac{1,96^2 * 11.197 * 0,80 * 0,20}{1,96^2 * 0,80 * 0,20 + (11.197 - 1)0,05^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 11.197 * 0,80 * 0,20}{1,96^2 * 0,80 * 0,20 + (11.196)0,05^2}$$

$$n = \frac{3,8416 * 11.197 * 0,80 * 0,20}{3,8416 * 0,80 * 0,20 + (11.196)0,0025}$$

$$n = \frac{3,8416 * 11.197 * 0,80 * 0,20}{3,8416 * 0,80 * 0,20 + 27,99}$$

$$n = \frac{6882,303232}{28,604656}$$

$$n = 240,600804$$

$$n = 241 \text{ habitantes}$$

Para este estudio se ha tomado como referencia al municipio de Patacamaya, donde a las personas segmentado por edades para identificar nuestro potencial de mercado, donde se ha tomado de forma aleatoria a las personas para tomar sus puntos de vista.

Para lo cual según la muestra que se ha obtenido y los datos que nos muestran es de 241 habitantes donde serán encuestadas y analizados sus puntos de vista.



La razón por la que se determinó estos puntos de venta, son porque la mayoría de la gente adquiere sus productos para preparar sus alimentos de estos lugares, y esto resulta estratégico para comercializar nuestros productos.

10 ¿Cuál es su ingreso mensual?

La mayoría de la población sus ingresos son de mil par arriba

2.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

2.2.1. Encuesta

Técnica que consiste en el registro de situaciones que pueden ser observadas. Entre sus características fundamentales se destacan:

- Es una observación no directa de los hechos por medio de lo que manifiestan los interesados.
- Es un método preparado para la investigación.
- Permite una aplicación masiva que mediante un sistema de muestreo puede extenderse a una nación entera.
- Hace posible que la investigación social llegue a los aspectos subjetivos de los miembros de la sociedad.

El cuestionario es un conjunto de preguntas sobre los hechos o aspectos que interesan en una investigación y que son contestadas por los encuestados. Se trata de un instrumento fundamental para la obtención de datos.



El objetivo del diseño de una encuesta es minimizar los errores de no muestreo que pueden ocurrir, en ese sentido los cuestionarios deben reunir las siguientes características: operativos (fáciles de tabular y procesar), fáciles de manejar y utilizarse como un instrumento de recolección de datos.²

El instrumento que se requiere para esta técnica es un cuestionario con preguntas cerradas y de selección.

2.3. Entrevistas

La entrevista es el instrumento más importante de la investigación, junto con la construcción del cuestionario. En una entrevista además de obtener los resultados subjetivos del encuestado a cerca de las preguntas del cuestionario, se puede observar la realidad circundante, anotando el encuestador además de las respuestas tal cual salen de la boca del entrevistado, los aspectos que considere oportunos a lo largo de la entrevista.³

2.4. Técnicas de procesamiento y análisis

Una vez recogida los datos a través de los instrumentos como cuestionarios, encuestas, entrevistas, entre otros, comienza el proceso de procesamiento y análisis de datos referentes a cada variable objeto de estudio para su posterior presentación de resultados. Para ello debemos utilizar unas técnicas de procesamiento y análisis de datos las cuales son operaciones a las que serán sometidos los datos que se obtengan.⁴

2.4.1. Técnicas de procesamiento de datos

Entre las técnicas de procesamiento de datos se utiliza el registro de las encuestas para su posterior tabulación.

² Copa Q. S., Calderón C. S., Huayta S. J.M., Ticona C.E.M., Suxo E.C.H. (2012). Metodología de la investigación científica y elaboración de proyectos científicos. Primera edición. El Alto-La Paz. Editorial ANAKAINOO.

³ Copa Q. S., Calderón C. S., Huayta S. J.M., Ticona C.E.M., Suxo E.C.H. (2012). Metodología de la investigación científica y elaboración de proyectos científicos. Primera edición. El Alto-La Paz. Editorial ANAKAINOO.

⁴ Slide Share.net



2.4.2. Técnicas de análisis de datos

La técnica de análisis de datos que se utiliza es la técnica estadística.

2.4.3. Validación y confiabilidad

Según Rusque M. (2003) “la valides representa la posibilidad de que un método de investigación sea capaz de responder a las interrogantes formuladas”. La fiabilidad designa la capacidad de obtener los mismos resultados de diferentes situaciones. La fiabilidad no se refiere directamente a los datos, sino a las técnicas de instrumentos de medida y observación, es decir, el grado en que las respuestas son independientes de las circunstancias accidentales de la investigación. (Citado por Slide Share).

CAPITULO I DEFINICIÓN DEL NEGOCIO.

3.1. Naturaleza de la empresa

La crianza de los pollos de engorde son una línea de productos perteneciente al sector avícola, de tal forma se ha obtenido la denominación de implementar una microempresa dedicado a producir carne de pollo con una alimentación natural y adecuada para su crecimiento efectivo, de ahí parte la denominación. “POLLOS PAT S.R.L.”

Características

Nombre:	Pollos de engorde
Por su tamaño:	Microempresa
Por su actividad:	Avicultura
Por su ámbito de actividad:	Local
Tipo de sociedad:	Sociedad de Responsabilidad Limitada S.R.L.



3.2. El concepto del negocio

La microempresa “POLLOS PAT S.R.L.” es una de las microempresas dedicado al rubro avícola con la producción de carne de pollo, que tiene por objetivo satisfacer las necesidades de la población, con un producto natural en comparación de las otras empresas que se dedican al mismo rubro, parte de ahí que la producción de pollos se alimentara con alimentos balanceados producidos en el interior del país, con el suplemento de los alimentos de la región.

Los pollos son un producto primordial para la canasta familiar, de tal forma la producción de carne de pollo será de forma natural debido a la alimentación del sector, también podemos indicar que gracias a la carne de pollo la población puede sustituir a la carne de res en casos de escases.

La carne de pollo puede ser preparada para distintos tipos de platos ya que es una carne blanda y de fácil manejo.

3.3. El producto y su generación de valor

El producto que vamos a producir es la carne de pollo que es de consumo diario de todas las personas, comercializando en el mercado local y dándole más énfasis en la producción de carne de pollo natural. Porque es un producto nutritivo y saludable para el consumo.

En cuanto al valor agregado la microempresa ofrecerá la carne de pollo despresado en cuatro piezas con sellos de identificación de la microempresa, dando más énfasis a las familias que conforman de dos a tres integrantes en el hogar, así de esta manera brindando un mejor acceso y satisfacción para nuestros clientes.

3.4. La Misión.

Somos una microempresa avícola dedicada a la producción de carne de pollo natural, brindando un producto de una mejor calidad, para satisfacer las necesidades y expectativas del cliente.



3.4.1. Visión.

Consolidarnos como una de las microempresas más importantes en el sector avícola, ofreciendo carne de pollo saludable con buenas características en el mercado, comprometiendo al personal para una buena atención al cliente.

3.4.2. Valores

- **Respeto.**- Es uno de los valores fundamentales de respeto mutuo y compromiso en las relaciones personales, tanto interno y externo en el campo laboral.
- **Trabajo en Equipo:** Es una de las condiciones de trabajo de tipo psicológico, con el fin de tener una buena comunicación y aumentar la eficiencia en las actividades y cumplir con los objetivos propuestos.
- **Responsabilidad:** Actitud que nos permite a cumplir las obligaciones de manera comprometida y eficiente.
- **Puntualidad:** Es el valor que nos lleva a realizar las actividades a su debido tiempo y la llegada a la hora exacta de los empleados a la microempresa.
- **Honestidad:** Ejecutar las actividades y funciones de una manera honesta clara y transparente para cumplir de manera eficiente los objetivos.

3.4.3. Claves de gestión empresarial

- **Gestión integral de Riesgo:** la Administración preverá los posibles desastres de los cambios climatológicos así podrá modificar y disminuir los peligros que se presenten en el proceso de producción y también ante cualquier amenaza.
- **Gestión de talento humano:** la parte operativa del personal tendrá una constante capacitación para su buen manejo de la microempresa.



- Responsabilidad Social Empresarial: la organización tomara muy en cuenta, la implementación de un sistema de calidad para incrementar su productividad y crear una imagen positiva ante sus usuarios y clientes, aprovechando los desechos como parte de alimentación para los porcinos.
- Gestión de proceso de calidad: Es una herramienta que nos permite manejar a los pollos de manera adecuada para su buena comercialización en el mercado.
- Gestión de ética. Es una herramienta que nos permite la participación de todas las personas de la microempresa que contribuyen en la toma de decisiones a la aplicación desde la convicción de los principios y valores.

3.4.4. Objetivos.

3.4.4.1. Objetivo general

Implementar una granja de pollos de engorde de la línea ROSS 308 en el municipio de Patacamaya, con una alimentación natural producida en el interior del país.

3.4.4.2. Objetivos específicos.

- Reducir a un 10% en la tasa de mortalidad de los pollos de engorde.
- Construir un galpón con las condiciones óptimas para un buen crecimiento de los pollos.
- Cumplir con todos los requisitos estipulados por las normas nacionales para crear una empresa.
- Diseñar un plan de capacitación para los empleados para tener un manejo adecuado en el crecimiento de los pollos.
- Posesionar la imagen de la microempresa en el mercado.



3.5. La estrategia competitiva.

De acuerdo a los criterios que se han identificado para ingresar al mercado con nuestro producto y obtener muchos clientes, se ha visto por conveniente entrar con los siguientes factores:

- Precios razonables
- Cumplir con las normas de calidad
- Atención al cliente
- Promociones

De tal forma las estrategias competitivas nos ayudan a posesionarnos en el mercado con nuestro producto y ganar mercado a las grandes empresas, lo cual nos permiten entrar a la mente del consumidor



3.5.1. Las estrategias empresariales.

Para lograr un mejor desempeño se debe tomar en cuenta dos factores externos e internos de la microempresa, para esto tenemos que analizar la matriz “FODA” para aprovechar las oportunidades y minimizar nuestras debilidades.

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Espíritu de compromiso ▪ Personal capacitado ▪ Producto natural ▪ Ubicación de la microempresa. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Crecimiento poblacional ▪ Presencia de minoritas ▪ Oportunidad de crecimiento.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tasa de mortalidad incontrolable ▪ Búsqueda de proveedores de materia prima. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conflictos sociales ▪ Factores climatológicos ▪ Precios inestables del materia prima. ▪ Presencia de productoras avícolas

Fuente: Elaboración propia.



Beneficios sociales.

La MICROEMPRESA POLLOS PAT SRL en cuanto a los beneficios sociales que lograremos es la satisfacción de los clientes con un producto de fácil acceso en la población, generando empleo para el municipio ya sea directa o indirecta, teniendo una menor contaminación ambiental, debido al cuidado adecuado de los desechos que podría generar la microempresa.

Beneficios económicos.

En cuanto a los beneficios económicos la microempresa tomara mucha en cuenta sobre el manejo de los residuos o desechos como él (estiércol de los pollos) que estos desechos podrían ser aprovechados por los agricultores del municipio que es de gran beneficio, dándole el uso como abono en la producción de hortalizas, y así los agricultores obtendrán más rendimiento en la producción de sus hortalizas y generar más ingresos.

Beneficios Ambientales.

Lo más importante es llamar a la reflexión a todos los empresarios, estudiantes y comunidades en general. En cuanto a nuestra microempresa se pone en práctica el cuidado de la contaminación del medio ambiente, utilizando los desechos como el estiércol de los pollos para la agricultura, de esa manera se podrá minimizar la contaminación al medio ambiente.



4. MERCADO.

4.1. Producto mercadotécnico-consumidor

“**POLLOS PAT SRL**” Es una microempresa enfocada a la producción de carne de pollo con estándares de calidad, el producto es un ave que se alimenta de granos que llega al mercado faenado, para la salida al mercado por su rendimiento cárnico, el producto pesa en un promedio de 2 kg y contiene valores nutricionales para el consumo saludable de los clientes, tiene como objetivo fundamental abastecer el mercado de la región.

4.1.1. Satisfacción de necesidades o deseos

La microempresa satisficera a los clientes con un producto saludable acorde a sus necesidades y expectativas de consumo.

4.2. Potencial de mercado

Según SENASAG Bolivia produce 16 millones de pollos al mes de los cuales el 55% de la producción corresponden al departamento de santa cruz y el 45% corresponde a los demás departamentos, donde se tiene registrado a un total de 4600 granjas en toda Bolivia.

4.2.1. La competencia

Nuestros competidores del producto, son las empresas que se dedican a la producción de carne de pollo. Dentro de estas empresas están: Imba, Sofía, ALG, Pio Lindo y Otros. La mayor parte de estas empresas se encuentran ubicadas en la ciudad de Santa Cruz.



NOMBRES	IMBA	SOFIA	ALG	PIO LINDO
Servicios	Buena	Buena	Regular	Regular
Precio	12,50 Bs	12,40 Bs	13 bs	12,4
Calidad	Buena	Excelente	Buena	Buena
Tecnología				
Calidad de atención	Bien	Muy Bien	Bien	Regular
Promoción y publicidad	Cuenta con promociones y publicidad.	Tiene buena publicidad y promoción.	Cuenta con publicidad.	Cuenta con publicidad.
Fortaleza	Posesionado en la mente del consumidor	Buena publicidad que llega a la mente del cliente	Cuenta con buena promoción.	Conocimiento del producto, distribución excelente.
Debilidades	Mala atención por terceras personas.	Regular atención por terceras personas.	Mala atención por terceras personas.	Atención por terceras personas regular.

Fuente: Elaboración propia.

4.2.2. Barreras de entrada o salidas

4.2.3. Barreras de entrada

Actualmente el mercado del consumo de los pollos en Bolivia se encuentra posesionado por empresas nacionales como ALG, IMBA, SOFIA Y PIOLINDO son empresas más reconocidas a nivel nacional que producen carne de pollos y distribuyen en la región de Patacamaya.



La carne de pollo es un producto de consumo diario, como llega de otro departamento, pues en cualquier momento suele ocurrir conflictos sociales y la carne no llega a su debido tiempo eso nos permite ingresar al mercado como una alternativa para las carnicerías, friales y tiendas de barrio que se dedican a la venta de carne de pollo.

4.2.4. Barreras de salida

Son obstáculos que directamente dificultan a nuestra empresa la salida del mercado se ha podido identificar como posibles barreras de salidas de la microempresa.

Compromiso con los proveedores

No dejar que la competencia crezca en el mercado

4.3. Segmentación del mercado

4.3.1. ESTUDIO DE MERCADO

Para el estudio de mercado se utilizó la investigación cuantitativa según el objetivo principal descriptiva y explicativa.

La investigación cuantitativa, llamada también metodología cuantitativa es aquella que permite examinar los datos de manera científica, o más específicamente de forma numérica, generalmente con ayuda de herramientas del campo de la estadística.

“Enfoque cuantitativo: usa recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento”. (Hernandez, 2014).

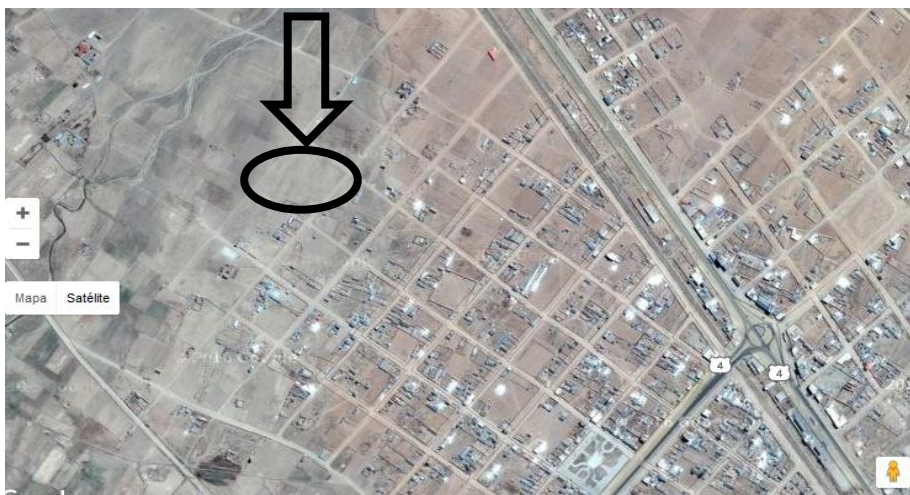
Es el punto que consiste en determinar la cantidad de la demanda, las condiciones de oferta y demanda estudiando los precios y cantidades de mercado. Por lo cual se usa como la mejor alternativa para la recolección de datos para la encuesta tomando en cuenta como universo la ciudad intermedia de Patacamaya y sus alrededores.



Con esta investigación cuantitativa, describiremos los resultados obtenidos en el estudio de mercado para su posterior detalle de los datos.

4.3.2. COBERTURA GEOGRÁFICA.

El municipio de Patacamaya es la quinta sección de la Provincia Aroma del departamento de la paz, se sitúa a una distancia de 101 km de la sede de gobierno, por la carretera interdepartamental La Paz-Oruro al sud este de la capital del departamento de La Paz a una altitud promedio de 3789 msnm 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 militar. El municipio de Patacamaya limita al norte con la tercera sección municipal de 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 km².



4.3.3. POBLACIÓN OBJETIVA

La población objetiva que tomaremos es la quinta sección de la provincia Aroma, el cual es el municipio de Patacamaya quien tiene 22,806 habitantes (Dato tomado del censo 2012), por ser la población más grande que tiene la provincia aroma, además del flujo de comercio existente en la población.



4.3.4. 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 11.197 habitantes (Dato tomado del censo 2012).

4.3.5. 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 11.197 habitantes

n= tamaño de muestra

Aplicando

Z= 95%=1,96

P= 80%=0,80

q= 20%=0,20

e= 5%=0,05

N= 11.197

n= ¿Muestra?



$$n = \frac{1,96^2 * 11.197 * 0,80 * 0,20}{1,96^2 * 0,80 * 0,20 + (11.197 - 1)0,05^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 11.197 * 0,80 * 0,20}{1,96^2 * 0,80 * 0,20 + (11.196)0,05^2}$$

$$n = \frac{3,8416 * 11.197 * 0,80 * 0,20}{3,8416 * 0,80 * 0,20 + (11.196)0,0025}$$

$$n = \frac{3,8416 * 11.197 * 0,80 * 0,20}{3,8416 * 0,80 * 0,20 + 27,99}$$

$$n = \frac{6882,303232}{28,604656}$$

$$n = 240,600804$$

$$n = 241 \text{ habitantes}$$

Para este estudio se ha tomado como referencia al municipio de Patacamaya, donde a las personas segmentado por edades para identificar nuestro potencial de mercado, donde se ha tomado de forma aleatoria a las personas para tomar sus puntos de vista.

Para lo cual según la muestra que se ha obtenido y los datos que nos muestran es de 241 habitantes donde serán encuestadas y analizados sus puntos de vista.

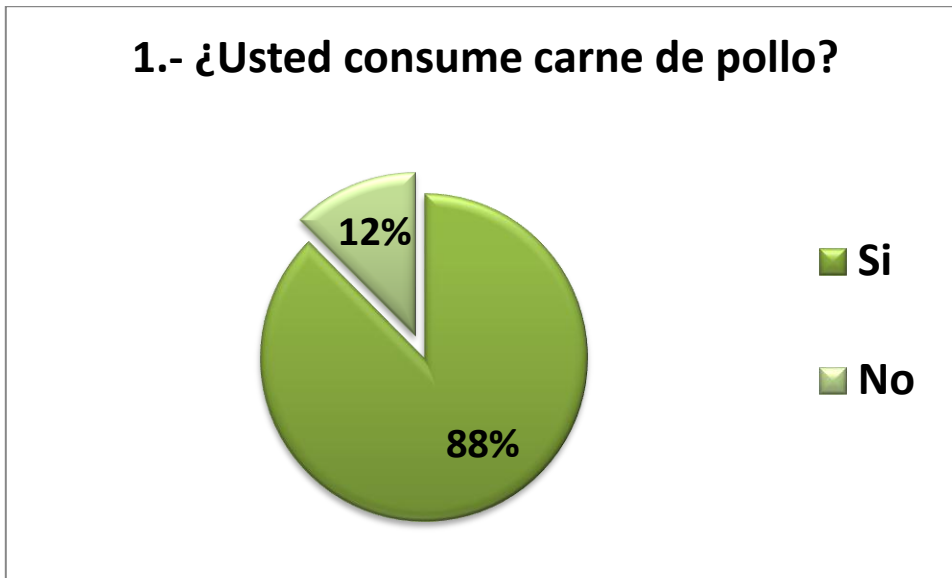
En primera instancia se ha podido identificar que en el municipio de Patacamaya el consumo de pollo es bastante, llegando a un promedio de consumo por persona es de 34,72 kg (Siete, 2015), donde este producto tiene su aceptación en el mercado, ya que las personas buscan un producto sano.

4.3.6. RESULTADO DEL TRABAJO DE CAMPO

Es la recopilación de datos del estudio de mercado en base a los cuestionarios aplicados y a la observación realizada, se obtuvieron los datos que serán descritos a continuación.



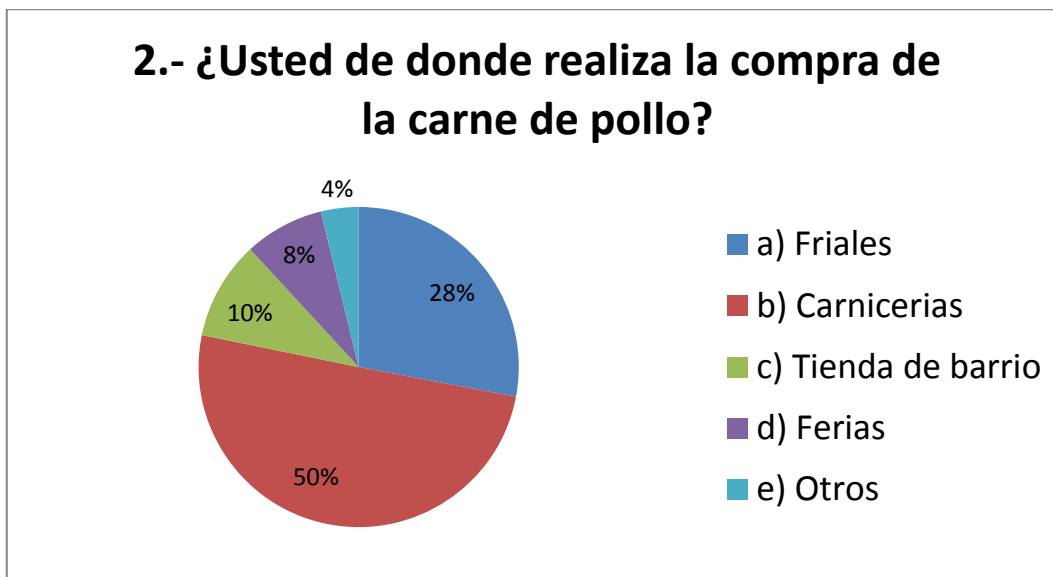
1.- ¿Usted consume carne de pollo?



De acuerdo a las encuestas realizadas se puede determinar que el 88% de las personas si consumen la carne de pollo, y el 12% optan por consumir otro tipo de carne.

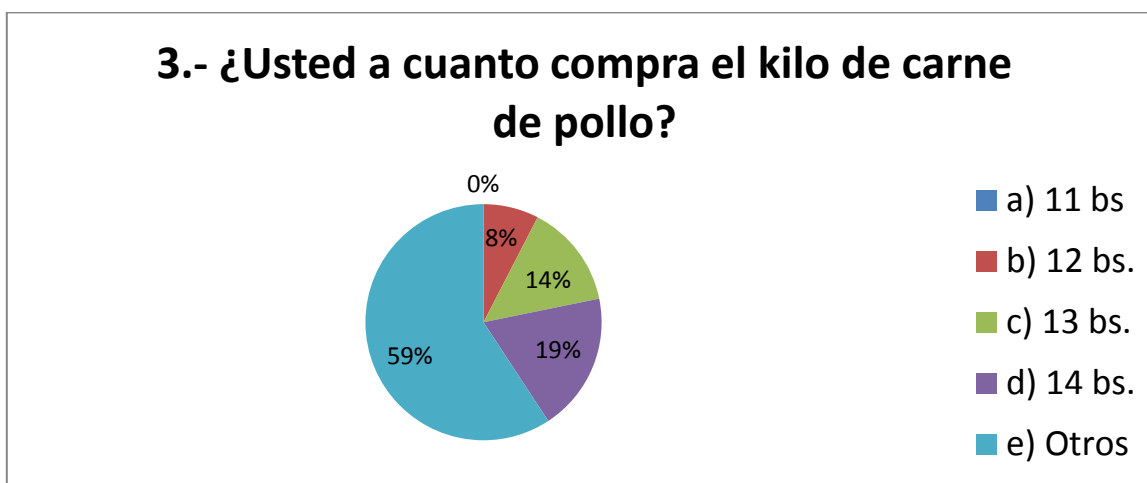


2.- ¿Usted de donde realiza la compra de la carne de pollo?



Se pudo obtener los resultados de la encuesta que el 50% de las personas compran la carne de pollo de las carnicerías, y el 28% de las friales, el 10% de las tiendas de barrio, el 8% de las ferias, y el 4% tienen producción propia.

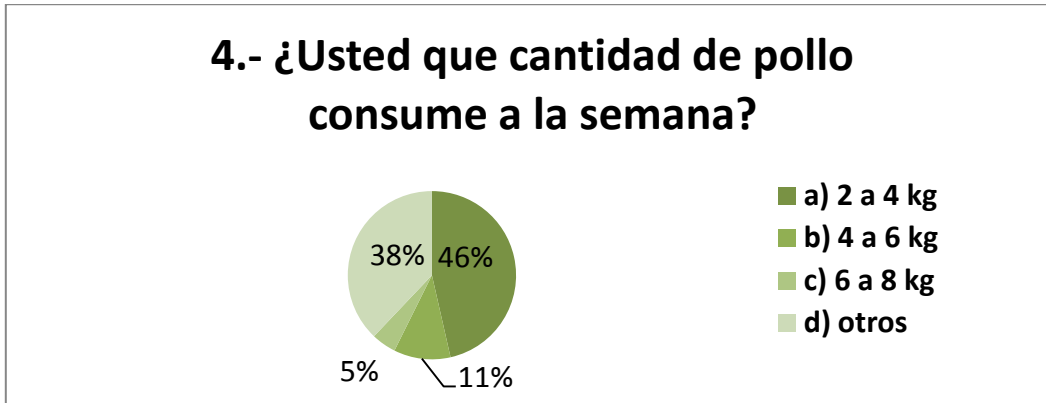
3.- ¿Usted a cuanto compra el kilo de pollo?



Se identificó que el 59% de las personas compran el kilo de carne de pollo a un precio mayor a 14 Bs, el 19% a 14 Bs, mientras el 14% adquieren a un precio de 13 Bs, y el 8% a 12 Bs.

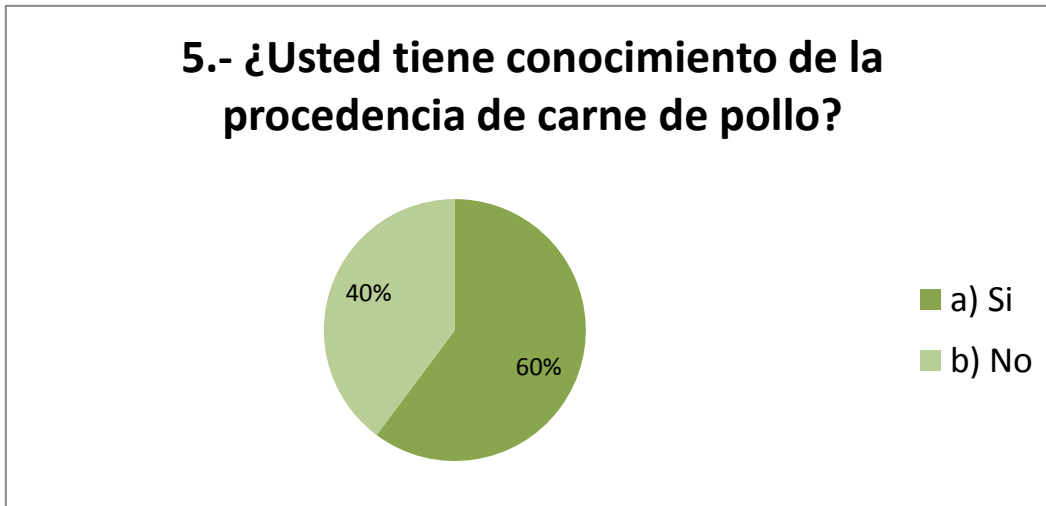


4.- ¿Usted qué cantidad de pollo consume a la semana?



Los resultados de la encuesta nos brinda los siguientes datos el 46% de personas consumen de 2 a 4 kilos de pollo, el 38% consumen carne de pollo moderadamente, también el 11% consumen de 4 a 6 kilos de carne de pollo, Y el 5% consumen de 6 a 8 kilos de pollo.

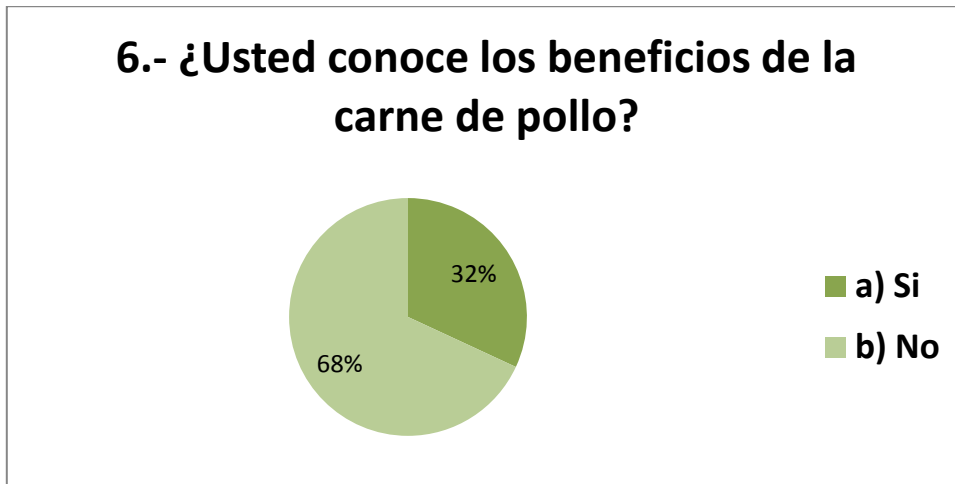
5.- ¿Usted tiene conocimiento sobre la procedencia de carne de pollo?



En cuanto al conocimiento de la procedencia se pudo determinar que el 60% de las personas si saben la procedencia de la carne de pollo, y solo el 40% no tienen información.



6.- ¿Usted conoce los beneficios de la carne de pollo?



Según los datos analizados de la encuesta realizado se ha determinado que un 68% de la población no tienen conocimientos sobre los beneficios que tiene la carne de pollo, el 32% de la población si tiene el conocimiento sobre los beneficios que tiene la carne de pollo.

7.- ¿En su familia quien realiza la compra?



Luego de analizar los datos en la encuesta realizada se ha podido evidenciar que un 78% las compras lo realizan las mamás a comparación que un 12% lo realizan los padres de familia y tan un solo 7% lo realizan los hijos, teniendo en cuenta también que un 3% lo realizan las compras otras personas.



4.3.7. Participación de mercado

La participación de un nuestro producto en el mercado se empezara moderadamente esto a causa de que en la mente del consumidor esta los productos de las grandes empresas como ser: IMBA, SOFIA, ALG y PIOLINDO que ofrecen a bajos precios, nuestra participación en el mercado de Patacamaya será de un 8%, luego a medida que pasa el tiempo avanzaremos ganando más mercado.

4.3.8. Potencial de ventas.

Es la venta total de un mismo producto de la microempresa que comercializa el producto, en condiciones óptimas, durante un periodo determinado.

Se refiere a la parte de potencial de mercado, tomando en cuenta el tamaño, la ubicación, extractos de ingreso, las cantidades de clientes potenciales y costos de venta. La microempresa tiene la esperanza de comercializar el producto, representa las ventas máximas posibles durante un periodo determinado.

4.3.9. Pronostico de ventas.

El pronóstico de ventas es una estimación de ventas futuras ya sea en términos físicos o monetarios de las ventas del producto en unidades, generalmente para un periodo de tiempo determinado, así como las estrategias que se desarrollaran para lograrlo, tomando en cuenta las condiciones del contexto interno y externo. Los pronósticos de venta son indicadores de realidades económica empresariales (básicamente la situación de la microempresa en el mercado y la participación de la microempresa en el mercado).



CUADRO N° 1 INCREMENTO DE LAS VENTAS DEL PRODUCTO

AÑOS	Ventas	Aumento del 10% en las ventas
1ª Año	620.498,00	682.547,80
2ª Año	682.547,80	750.802,58
3ª Año	750.802,58	825.882,84
4ª Año	825.882,84	908.471,12
5ª Año	908.471,12	999.318,23

4.4. El cliente objetivo.

Según los estudios realizados en la localidad de Patacamaya se demostró que nuestro mercado objetivo son las carnicerías, friales y tiendas de barrio ellos se dedican a la comercialización y la venta a los consumidores.

4.4.1. Comportamiento del consumidor

El comportamiento del consumidor se debe por su cultura, estilo de vida, motivación, personalidad y edad. Es entrar a la mente del consumidor a través de un buen servicio y producto de calidad.

4.4.2. Influencia externas

Para tener buenas influencias por parte de la sociedad lo que se realizara es realizar una buena atención a los clientes para que tengan buenas referencias de nuestra microempresa.

4.4.3. Influencia internas

Para que nuestros empleados lleven buenas referencias de nuestro producto a la sociedad se los debe tener satisfecho y cómodo en su puesto de trabajo ya sea un operario o jefe de departamento sin distinción alguna y se los debe



capacitar constantemente, así de esa manera nuestros empleados llevaran buenas referencias de nuestro producto.

4.4.4. Enfoques de decisión de compra

Para que nuestro producto sea aceptada en el mercado y las personas puedan comprar nuestros productos tendremos algunos enfoques como:

- Precios accesibles
- Hábitos de compra por parte de las personas
- Fácil preparado del producto.

4.5. Objetivos de marketing

En esta parte tomaremos en cuenta los objetivos de marketing para que se pueda tener un mejor objetivo desarrollaremos estrategias y tácticas que nos puedan ayudar a alcanzar un mejor desempeño.

Producir carne de pollo criollo en base a alimentos naturales de la región y de otros sectores, satisfaciendo necesidades de la población.

4.5.1. Objetivo del producto.

- Introducir al mercado un producto existente con características únicas de calidad del producto, en vista de que existe muchos competidores directos e indirectos de manera que pueda ser aceptada por la población.
- Crear una marca, que pueda insertar la imagen de la empresa en los consumidores.
- Interactuar con nuestros clientes.

4.5.2. Objetivo del precio.

- Fijar los precios de acuerdo a la calidad de producto para que tenga aceptación en el mercado por parte de nuestros clientes.



- Fijar los precios un poco menos que la competencia de tal forma nos permita ingresar al mercado con nuestro producto.

4.5.3. Objetivo de la comercialización

- La distribución de nuestro producto será de manera indirecta ya que el producto llegara a los intermediarios y luego llegara a los consumidores finales.
- Buscar clientes específicos que puedan comercializar nuestro producto de manera que los clientes queden satisfechos.

4.5.4. Objetivo de la promoción o publicidad.

- Dar a conocer los beneficios de nuestro producto así para atraer más clientes, para su posterior compra de nuestro producto.
- Lograr el posicionamiento de la marca del producto en la mente del consumidor para su lealtad y fidelidad.

4.6. Estrategia de marketing.

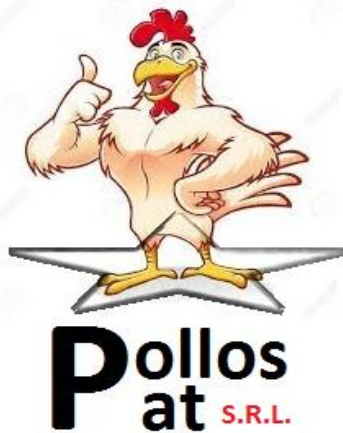
4.6.1. Producto

El producto es una de las características principales que ve nuestro consumidor y el cliente es el que diferencia de un producto con otro, ósea de la competencia, si bien la carne de pollo pertenece al rubro avícola donde en este sector existen muchas empresas que producen carne de pollo, para tener más mercado se debe ingresar con productos de calidad para que el cliente quede satisfecho.

La microempresa “**POLLOS PAT SRL**” producirá carne de pollo natural que tengan valores nutricionales para el consumo de las personas y que no les afecte en su salud para este caso se ha tomado muy en cuenta algunos factores como:



4.6.2. El Logotipo



4.6.3. La Marca

La marca es la imagen que será reconocido por nuestros clientes de tal forma que puedan identificarnos de manera rápida para adquirir nuestros productos.

4.6.4. Lema

“POLLOS PAT UNA ALTERNATIVA SALUDABLE PARA NUESTROS CONSUMIDORES”

4.6.5. Precio

Relación que establece la proporción en que se intercambia entre si los productos. Es una señal atrás de la cual están los valores relativos de los bienes. (Guerra, 1995)

Es el valor monetario que el cliente está dispuesto a pagar con el fin de satisfacer sus necesidades de acuerdo a las expectativas que se hayan fijado.

Para hacer frente a la competencia debemos tomar bien en cuenta y analizar nuestro mercado para así determinar nuestros precios de acuerdo a nuestros costos de producción, para esto se ha determinado algunas estrategias, de tal forma que puedan determinar nuestros precios al mercado.



- Para este caso el precio de la microempresa estará a un promedio de 12,85
- bs cuando el precio de la competencia este en 13.5 bs para así ingresar al mercado.
- A los clientes que consumen frecuentemente se les hará un descuento en precios.

4.6.6. Distribución

Proceso o camino por medio del cual los bienes productivos llegan a ponerse a la disposición inmediata de sus últimos demandantes.

4.6.7. Promoción

Consiste en comunicar, informar dar a conocer y recordar la existencia de nuestro producto con sus características y atributos del producto, para su posterior adquisición, la información será difundida por medios como ser:

- **Televisión.** Para esto se utilizara el canal 11 de Patacamaya este medio es reconocido en el municipio y en gran parte de las personas lo ven de forma continua.
- **Radio.** Son emisoras que nos ayudaran a identificar más nuestro producto, ya que este medio llega a las comunidades alejadas del municipio, para esto utilizaremos la radio Dimensión.
- **Facebook.** Este medio son redes sociales que en la actualidad de gran importancia, que nos ayudan a llegar a nuestros consumidores, por lo tanto contaremos con una página web.

4.6.7.1. La estrategia del ingreso

Para que nuestro producto pueda ingresar al mercado y pueda ser aceptada por los consumidores, lo que se pretende es realizar la eficiencia en costos de



producción, para lograr esta estrategia debemos realizar un análisis de costos minucioso y efectivo.

4.6.7.2. El posicionamiento

Para poder posesionar nuestro producto debemos tomar algunas estrategias como es la marca, eslogan lo que nos permitirá llegar a la mente del consumidor, el factor primordial será también el entrar al mercado con un precio menos que la competencia, lo cual será una ventaja competitiva nuestro eslogan será el siguiente:

“POLLOS PAT UNA ALTERNATIVA SALUDABLE PARA NUESTROS CONSUMIDORES”

4.6.7.3. A lo largo del ciclo de vida del producto

Nuestro producto tendrá un ciclo de vida que está dividido en cuatro partes se realizara un fuerte énfasis en la primer y última fase del ciclo.

Introducción.- En esta fase tendremos la introducción de nuestro producto con un precio de 12,80 bs el kilo y con una producción de 2000 pollos al mes lo cual no generara utilidades y los gastos serán mayores pero posteriormente se obtendrán beneficios.

Se tiene que hacer más énfasis en el marketing para su comercialización.

Crecimiento.- En esta fase se generaran utilidades lentamente, debido a que las ventas se incrementaran, también los rendimientos serán mejores en la medida que la microempresa realice inversiones.

Madurez.- En esta fase se tendrán más utilidades y nuestro producto que dará posesionado en la mente del consumidor esto debido a que las ventas son mayores y los costos de producción serán bajos debido a las estrategias que se han tomado.



Declinación.- En esta fase las utilidades empezaran a reducir lo cual nos obliga a innovar nuestro producto o realizar más marketing, para su comercialización para que la microempresa no entre en quiebra, de ahí volver a recuperar más mercado.



5. OPERACIONES (PRODUCCIÓN)

5.1. Diseño y desarrollo del producto.

El producto que vamos a producir es la carne de pollo, son producto de gran versatilidad es de fácil manejo, preparación para el consumo al igual que los pollos que se comercializa en el mercado, este producto se caracteriza por comercializar el pollo despresado de una manera diferente de los demás, este producto proviene de la producción de las granjas ubicado en el municipio de Patacamaya.

5.1.1. Descripción técnica y funcional del producto

Los pollos serán producidos en la localidad de Patacamaya, estas estarán en galpones que estarán acondicionadas de acuerdo a las temperaturas requeridas por los pollos, además los pollos serán alimentadas de manera natural con alimentos de la región y suplementos del interior del país de manera que se pueda satisfacer las necesidades de la población, con un producto sano.

5.1.2. Características de la calidad del producto

Los pollos tienen muchas características entre las cuales podemos mencionar algunas.

- La carne es de color blanco
- Es una carne blanda
- Agradable sabor
- Fácil manipuleo.
- Lleva un estiker de reconocimiento.



5.1.3. Beneficios

El producto traerá buenos beneficios entre las cuales podemos mencionar.

- Valores nutricionales
- Salud para nuestros consumidores
- Nutrición sana.

5.1.4. Necesidades a Satisfacer

La sociedad está en constante búsqueda de alimento sano, para esto la microempresa pretende satisfacer en la alimentación de nuestros consumidores con un producto saludable.

5.2. Proceso de producción.

- Preparación de la cama para el recibimiento de los pollitos.
En la preparación de la cama de los pollitos se lo realizara después de que los pollos hayan sido designado para el faenado, una vez retirada los pollos se lo tendrá 1 semana en la etapa de desinfección, la preparación de las camas son con cascarilla de arroz y el encendido de la madre artificial a unas 6 horas antes de su llegada para su acondicionamiento del pollito
- Llegada de los pollitos.
En esta sección tendremos ya la llegada de los pollitos bebes a una temperatura de 34 a 36 grados, luego esto se lo ira disminuyendo de acuerdo a los días que transcurren, también se los proveerá de alimentos iniciador.
- Crecimiento. Una vez adecuado los pollos a temperaturas requeridas los pollos crecerán a medida que pasan los días y el consumo de agua y alimento se incrementara.



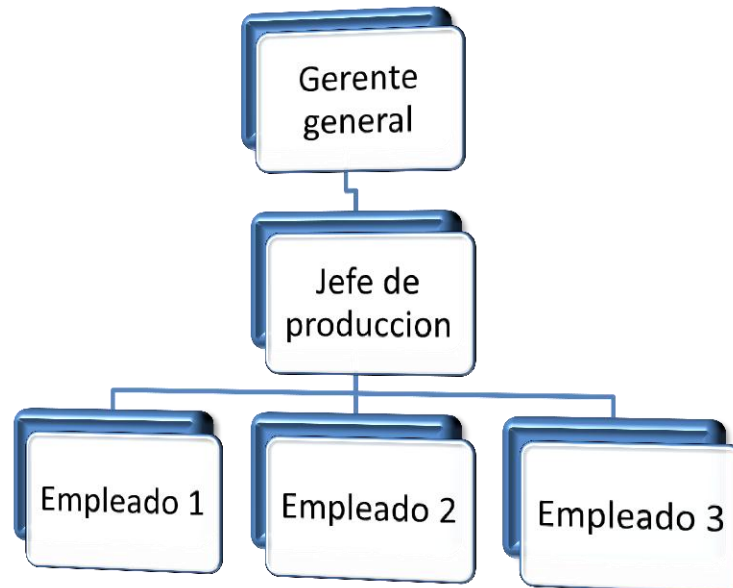
- Alimentación y vacuna de antibióticos. En esta fase se tendrá muy en cuenta sobre las enfermedades que pueden enfrentarse los pollos durante su crecimiento para evitar estas circunstancias se ha previsto de dotarles de antibióticos para evitar la muerte de los pollos.
- Faenado. Una vez cumplida su etapa de producción y haber alcanzado el peso promedio su siguiente fase es que los pollos deben ir al sacrificio, para renovar el ciclo, para el sacrificio que es el faenado se utilizara la mano del hombre con la ayuda de algunas maquinarias para que se pueda realizar de manera rápida.
- Empaque para la comercialización. Una vez faenada a los pollos se los llevara a un lugar limpio para su posterior comercialización en el mercado.

5.2.1. Tipo de proceso

El tipo de proceso que se utilizara en la producción de pollos será mixta, ya que esta será utilizada con maquinarias y en parte utilizada la mano del hombre.



5.2.2. Descripción detallada de faces y tareas por puesto





5.2.3. Funciones y cargos área operativa

Nombre del cargo	Empleado
Jefe inmediato	Jefe de producción
Número de personas a cargo	2
Objetivo	El objetivo principal es el manejo y manipuleo adecuado de los pollos en la granja de la microempresa realizando sus operaciones de manera eficiente y responsable para tener una producción optima del producto.
<p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar los trabajos del cuidado del pollo de manera adecuada. • Realizar la limpieza del galpón, comederos, bebederos y el ambiente para su crecimiento efectivo de los pollos. • Entregar una información sobre el comportamiento de la granja. • Verificar los ambientes de los pollos como también la proporción de alimentos y agua a los pollos. • Estar al tanto sobre la temperatura de los pollos. 	
<p>Requisitos del cargo.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Profesión: Título de bachiller - Experiencia: con o sin experiencia. 	

Fuente: Elaboración propia



Nombre del cargo	Conductor
Jefe inmediato	Jefe de producción
Número de personas a cargo	1
Objetivo	El objetivo principal del conductor es apoyar de manera primordial en el traslado de las materias primas y el producto terminado para una entrega o recepción de los materiales y ayudar de forma permanente a la parte administrativa.
<p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estar al tanto del vehículo para su normal funcionamiento y mantener en buen estado. • Velar por el buen mantenimiento que se le debe hacer al vehículo, cambio de aceite, revisión de líquidos, frenos, motor, etc. • Realizar al inicio del día, un cronograma de recorrido en la entrega del producto que garantice la optimización del tiempo. • Coadyuvar en la crianza de los pollos. • Al finalizar del día presentar un informe sobre los movimientos que ha realizado en el transcurso del día. 	
<p>Requisitos del cargo.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Profesión: Título de bachiller - Experiencia: 1 Año en el manejo de automóvil. 	

Fuente. Elaboración Propia



5.2.4. Diagrama de flujos de proceso

DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO					
Operación			DISENFECCION DEL GALPON		
Inspección					
Almacenamiento					
Transporte					
N°	Operación	inspeccion	Almacenamie	Trasporte	
1	X				Busqueda de insumos
2	X				compra de insumos
3		X			Traslado de los insumos
4				X	Verificacion de los insumos
5	X				Liempieza del galpon
6	X				Secado del galpon
7		X			Traslado de cascarrilla de arroz
8	X				Preparado de cama
9				X	verificacion de la cama para pollitos
10	X				Encendido de la campana





Fuente: Elaboración propia.



DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO					
Operación					ALMACENAMIENTO DE LOS ALIMENTOS
Inspeccion					
Almacenamiento					
Transporte					
Nº	OPERACIÓN	INSPECCION	ALMACENAMIENTO	TRANSPORTE	DESCRIPCION DE LAS OPERACIONES
1	X				Busqueda de los proveedores
2	X				compra de los alimentos
3				X	traslado de los alimentos
4			X		almacenamiento de los alimentos

Fuente: Elaboración propia



DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO					
Operación					CRECIMIENTO DE LOS POLLOS
Inspeccion					
Almacenamiento					
Transporte					
N°	OPERACIÓN	INSPECCION	ALMACENAMI	TRANSPORTE	DESCRIPCION DE LAS OPERACIONES
1	X				Busqueda de proveedores
2	X				compra de los pollitos
3		X			Inspeccion de los pollitos
4				X	traslado de los pollitos
5	X				descarga de los pollitos
6				X	traslado al galpon
7		X			nspeccion de sus alimentos
8	X				crecimiento de los pollos
9		X			inspeccion de los alimentos
10		X			verifica el engorde de los po

Fuente: Elaboración propia



DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO					
Operación			FAENEADO		
Inspeccion					
Almacenamiento					
Transporte					
N°	OPERACIÓN	INSPECCION	ALMACENAMIENTO	TRANSPORTE	DESCRIPCION DE LAS OPERACIONES
1	X				Preparado de la faeneadora
2				X	Traslado de los pollos
3		X			inspeccion de la faeneadora
4				X	Colocado de los pollos al sacrificio
5	X				Proceso de pelado
6		X			verifica la calidad de pollos
7				X	traslado de los pollos al empaque
8	X				Preparado de los pollos para su distribucion

Fuente. Elaboración Propia.



5.2.5. Materias primas

Pollitos bebes.



Fuente: Imagen de pollito de una granja.

Los pollitos recién nacidos pesan aproximadamente 70 Gramos y mide aproximadamente 4 a 5 centímetros.

Los pollitos bebes son la materia prima principal que será utilizada para la microempresa “POLLOS PAT”.

Los pollitos tardan en nacer del huevo 21 días, la cual se debe tener un día más en su acondicionamiento de los pollitos, se comienza su alimentación con un alimento (purina) completamente fina y que sea medicada para evitar enfermedades deben tener suficiente agua en todo momento.

Se los debe vacunar contra las enfermedades de:

- Enfermedad de Marek.
- Bronquitis infecciosa aviar.
- Enfermedades del Newcastle.



La microempresa para su buen funcionamiento y manejo adecuado en el crecimiento de los pollos proveerá las maquinarias y equipos de la empresa “DISTRIBUIDORA CAYCO” que se encuentra ubicado en Villa Fátima del departamento de La Paz.

5.3. Descripción maquinaria.

5.3.1. Equipos.

Campana convencional



Descripción.- compuesto por una pantalla circular de aluminio cerámica. También de una válvula que regula la temperatura necesaria.

Función.- principal es de calentar el ambiente de la granja.

Capacidad de producción.- Una campana tiene capacidad para 500 pollos.



Comederos. PVC



Descripción.- Comedero de PVC tipo vertical adecuado para la alimentación de los pollo, tiene una altura de 25 cm.

Función.- sirve para colocar la comida de los pollos a fin de que se alimenten todo el tiempo con la mayor facilidad y comodidad con el mínimo desperdicio de los alimentos.

Para los pollitos BB su comedero será una charola donde se pone su alimento hasta su segunda semana con el fin a que aprendan a comer de una manera adecuada.

Capacidad de producción.- 1 comedero tiene capacidad para 80 pollos

Bebederos.

Bebedero



Descripción.- tiene una capacidad de almacenar 12 litros de agua es fácil de limpiar

Función.- es de suministrar agua limpia y fresca para los pollos.

En cuanto a los pollitos BB se utiliza un recipiente adecuado para su alcance.

Capacidad de producción.- Un bebedero tiene capacidad para 80 pollos.

Termómetro.





Descripción.- tiene un bulbo electrodo, o punto de contacto con el medio al que se medirá la temperatura contiene un alto coeficiente de dilatación de modo que al aumentar o disminuir la temperatura este reaccione de forma proporcional para que pueda ser interpretada.

Función.- son el medio por el cual comprobamos la temperatura interna del galpón factor fundamental para dar un buen manejo.

Vehículo.



Descripción.- Camioneta Nissan Atlas de una tonelada y media a gasolina y a GNV c.c. 2000.

Función.- Transportar todo tipo de insumos.

Capacidad de producción.- tiene una capacidad de una tonelada y media.



Ropa de trabajo

ROPA DE TRABAJO

<p>Overoles.- Es una prenda de faena que consta de una sola pieza, suele ponerse sobre la ropa corriente sirve para una protección personal para los trabajadores de la microempresa.</p>	
<p>Botas.- Es un calzado que cubre el pie y la parte del tobillo que llega hasta las rodillas tiene una finalidad de mejorar la protección del pie así evitar accidentes.</p>	
<p>Guantes.- Es una prenda cuya finalidad es abrigar las manos o protegerlas de golpes, rayones calor extremo o una sustancia dañina.</p>	
<p>Barbijos.- Es una mascarilla que sirve para proteger de las bacterias de la nariz y la boca.</p>	
<p>Gorros.- Es una prenda redonda con visera de tela y plástico que sirve para cubrir, abrigar la cabeza.</p>	



5.4. Insumos.

Para la producción de pollos desde su llegada hasta el final de su proceso se utilizaron los siguientes insumos:

- 10 qq de alimento balanceado (Iniciador).
- 45 qq de alimento balanceado (crecimiento).
- 50 qq de alimento balanceado (finalizador).
- 1500 dosis de vacuna Newcastle – Bronquitis (aplicación ocular, virus vivo).
- 1000 dosis (xx) de vacuna Newcastle – Bronquitis (inyectable oleosa).
- 4 kg. Complejo vitamínico (para pollo bebe) con electrolitos.
- 46 Kg. Vitaminas AD3 EC.

5.4.1. Proveedores.

Proveedores son las empresas que nos proporcionan del material e insumos con que vamos a trabajar en la producción de pollos.



PROVEEDORES

Descripción de materias e insumos	Proveedor I
Nombre de la empresa distribuidora	CAYCO
Dirección	Zona Villa Fátima del departamento de La Paz.
Teléfono	70942344-73264689
Tecnología	Cuenta con buena tecnología
Precio	La caja de pollitos a 420 bs.
Calidad	Buena calidad del producto.
Plazo de entrega	Entrega inmediata

Fuente: Elaboración propia

5.5. Programación de producción.

La programación de producción se realizara después de la planificación que ha realizado la microempresa, esta programación nos sirve para determinar cuándo se inicia y cuando termina el proceso de producción de los pollos,



cuanto tiempo y que materiales vamos a utilizar, para iniciar la programación se requerirá un ambiente adecuado y estratégico para la recepción de los pollitos bebes de engorde, luego brindarle una alimentación adecuada para su crecimiento efectivo y en su última fase se lo realizara la inspección, selección para su posterior comercialización.

5.6. Capacidad de producción

La microempresa “**POLLOS PAT SRL**” Pretende obtener una producción según la capacidad de la granja 2000 pollos al mes.

CUADRO Nº 2
CAPACIDAD DE PRODUCCION

Capacidad de la planta	Numero de pollos producido al año	Numero de pollos producido al mes
Capacidad producida	20000	2000

Fuente: Elaboración propia.

5.6.1. Localización de la planta.

De acuerdo a sus dimensiones de la ciudad intermedia de Patacamaya y su relación con la localización y ubicación de la microempresa “**POLLOS PAT SRL**” se encuentra en la 5ta sección del municipio de Patacamaya en la zona el porvenir norte provincia aroma del departamento de La Paz, perteneciente al sector altiplano.

La microempresa estará ubicada en un lugar adecuado con fácil acceso de los clientes que aspira a consumir carne de pollo.



5.6.2. Distribución de las instalaciones.

En primera instancia se debe tomar muy en cuenta el tamaño del terreno donde se desplazaran los galpones de acuerdo a la cantidad de los pollos que se requiere criar en la granja.

Este debe ser lo más económico posible, con características que se puedan adaptar al levantamiento de los galpones dentro de esto lo más importante se tiene un fácil acceso a los servicios básicos.

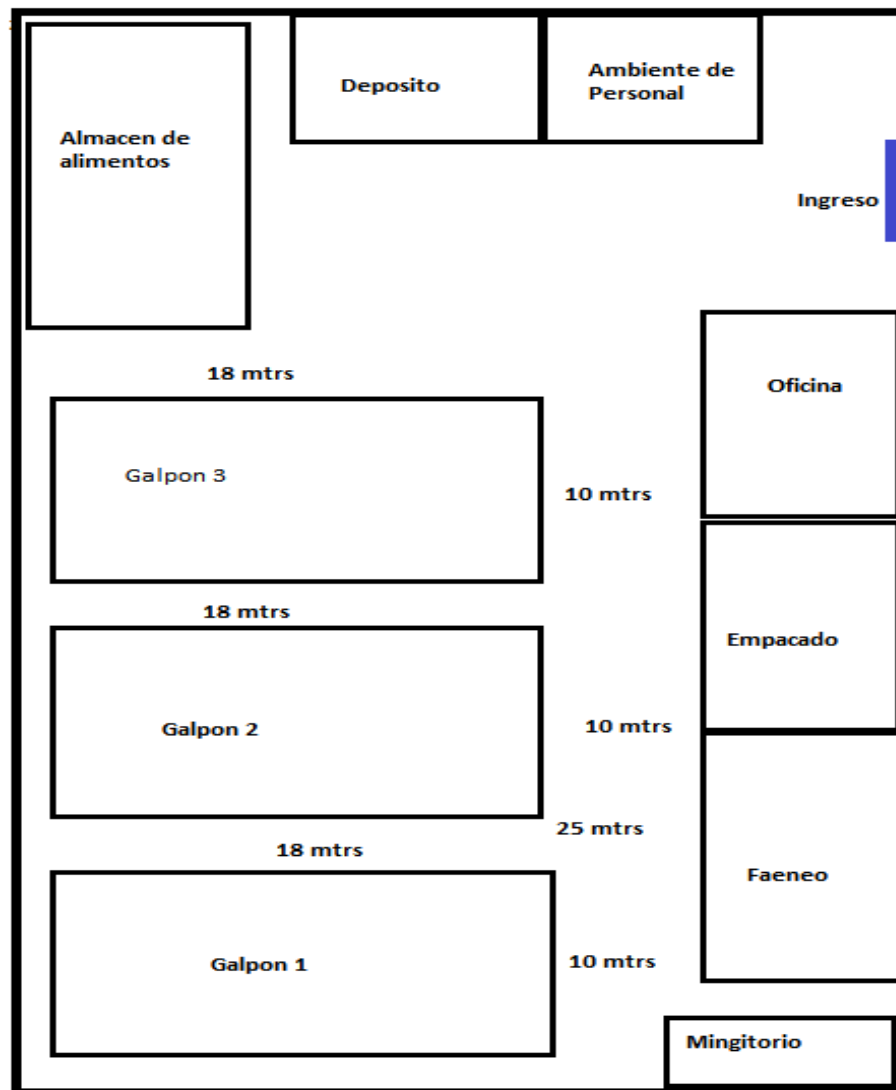
5.6.3. Criterios.

Al momento de tomar una decisión es muy importante en la distribución de la planta donde incluye la mejor ubicación de las maquinarias, equipo (localización) El criterio para la distribución de la planta el proyecto presentara las orientaciones del proceso.

En el diseño de la orientación al proceso es una táctica más común ver la producción de forma en que se pueda disminuir los costos de transporte de materia prima, La localización de la planta trata de disminuir los costes relacionados con la distancia de traslado de la materia prima e insumos.



5.6.3.1. Plano de la microempresa “POLLOS PAT. SRL”





6. FINANZAS

6.1. Presupuesto de inversión.

A continuación se presenta en detalle de las inversiones necesarias para los activos fijos. Estos comprenden el presupuesto para el equipamiento e instalaciones, muebles y enseres, equipo de computación, vehículo, galpón, y terreno, realizando un análisis de todos los cuadros para determinar la viabilidad del proyecto.

CUADRO N° 3

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

PRESUPUESTO DE INVERSION	
Inversiones	Costo total (Bs.)
ACTIVOS FIJOS	
Terreno	150000
Edificaciones	250000
Muebles y Enseres	12000
Equipamiento	25000
Maquinaria	30000
Vehiculo	105000
Computadora	4200
TOTAL	576200

Fuente. Elaboración propia



6.1.1. DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS

Los bienes de uso no son duraderos de por vida, estos bienes tienden a perder su valor, se dice que un bien se deprecia por el uso que se le da al mismo.

La siguiente tabla presenta el cálculo de las depreciaciones mensual y anual por cada activo fijo, tomando en cuenta el factor de depreciación para cada año de vida útil, también se ha tomado en cuenta el porcentaje de depreciación, para que al final de su vida útil del bien, la microempresa esté en condiciones de reponer el mismo.

**CUADRO Nº 4
 DEPRECIACIÓN**

ACTIVOS FIJOS	VIDA UTIL	% DE DEPRECIACION	COSTO ORIGINAL	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION MENSUAL
Edificaciones	20	5	250000	12500	1041,67
Muebles y Enseres	8	12,5	12000	1500	125
Equipamiento	10	10	25000	2500	208,33
Maquinaria	8	12,5	30000	3750	312,5
Vehiculo	5	20	105000	21000	1750
Computadora	4	25	4200	1050	87,5
TOTALES			426200	42300	3525

Fuente. Elaboración Propia.

DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN “AGROPECUARIO”

Como se ha podido observar se ha presentado el cuadro de costos de producción donde se ha previsto producir 2000 pollos al mes, viendo también todos los costos que se requiriera para la crianza de pollos, como resultado se ha obtenido un dato de costo de producción mensual y anual.



PRODUCTO	MESES AÑO												TOTAL		
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre			
DETALLE DEL COSTO	CANTIDAD	UNIDAD/ MEDIDA	PRECIO UNITARIO	SUPERFICIE											
Pollos bebes	2000	Pollitos	4,6	9200	9200	9200	9200	9200	9200	9200	9200	9200	9200	9200	92000
Alimento balanceado	10000	Kilogramos	1,91			114600							114600		229200
Energía eléctrica	138	kWh	0,78	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	1296
Gas GLP	8	Garrafa	23,5	370	370	370	370	370	370	370	370	370	370	370	4512
Agua	1,5	m3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
Mano de obra directa	3	empleados	2000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	72000
GNV para Transporte	71,4	M3	1,66	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118	1422
Medicamentos		meses	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	540
(Cascarrilla de arroz)	4	Quintal	30	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1440
Otros gastos				50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600
TOTAL ANUAL															4033046
TOTAL MES															33587,1667



6.2. Costos fijos

Los costos fijos son aquellos que no se modifican en la microempresa, estos costos permanecen constantes cuando el volumen de producción se incrementa o disminuye, para el cálculo de los costos fijos se toma en cuenta a todos aquellos costos que la microempresa incurrirá para su producción de pollos.

Para tal sentido se demostrara todos los costos fijos en el siguiente cuadro.

CUADRO Nº 5

COSTOS FIJOS

COSTOS FIJOS	
Descripcion	Costo Total
Sueldos y salarios	5000
Agua	16
Energia Electrica	80
Depreciaciones	3525
Manteminientos de maquinrias	500
Mantenimiento de galpones	400
Gastos de comercializacion	1000
gastos de administracion	300
Alimentacion para empleados	700
TOTAL MENSUAL	11521
TOTAL ANUAL	138252

Fuente. Elaboración propia.



6.3. Varios costos

El siguiente cuadro nos presenta a varios costos, entre estos tenemos al personal de contrato, administración y otros gastos, estos son costos que serán utilizados de manera eventual para el buen funcionamiento de la microempresa.

CUADRO N° 6
VARIOS COSTOS

VARIOS COSTOS	
Descripcion	totales en (Bs)
personal de contrato	400
otros gastos	500
TOTAL MES	900
TOTAL ANUAL	10800

Fuente. Elaboración propia.

CUADRO N° 7
COSTOS TOTALES

Costos Totales	32.987,17
Ingreso Total	51.408,17
Precio Para La venta	25,70
Cantidad	2.000,00

Fuente. Elaboración propia.



6.4. Determinación del precio de venta

En este cuadro determinamos el precio de venta para lo cual la microempresa colocara al mercado el producto, tomando en cuenta los datos de costo de producción, unitario más el costo fijo unitario más costos varios unitarios y el margen de ganancia, precio que es determinado para la venta en el mercado lo cual se muestra en el siguiente cuadro.

CUADRO Nº 8

DETERMINACIÓN DE PRECIO DE VENTA

DETERMINACION DEL PRECIO DE VENTA				
Costo de producción unitario	Costo fijo unitario	Costos varios unitarios	Margen de ganancia	Precio de venta
16,7935833	5,7605	0,45	3	26,0040833

$16,8 + 5,7 + 0,45 = 23$ Precio de venta

3 = Margen de Utilidad

Fuente. Elaboración propia



6.5 Estructura de Inversión

Al considerar una inversión total para el emprendimiento es necesario tomar en cuenta el monto que se requerirá para la inversión para lo cual se necesita 1.040.480. Bs, para el financiamiento se contara con socios, siendo un aporte propio. En este sentido la estructura de financiamiento para el total de activos representa un 100% de aporte de los socios, tal como se detalla en el siguiente cuadro.

CUADRO Nº 9

ESTRUCTURA DE INVERSIÓN

ESTRUCTURA DE INVERSIÓN		
codigo	INVERSIONES	COSTO TOTAL EN (BS)
I	ACTIVOS FIJOS	576200
1.1	Terreno	150000
1.2	Edificaciones	250000
1.3	Muebles y enseres	12000
1.4	Equipamiento	25000
1.5	Maquinaria	30000
1.6	Vehiculo	105000
1.7	Equipo de computacion	4200
II	ACTIVO DIFERIDO	5000
2.1	Tramites legales	5000
III	CAPITAL DE TRABAJO	459280
3.1	Materia prima	92000
3.2	Insumos	231180
3.3	MOD	64800
3.4	MOI	70000
3.5	Gastos de administracion	300
3.6	Gastos de comercializacion	1000
IV	TOTALES	1040480

Fuente. Elaboración propia.



6.6 PUNTO DE EQUILIBRIO.

Es el nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos. Esto supone que la empresa está en su punto de equilibrio donde tiene un beneficio igual a cero donde la microempresa no gana dinero pero tampoco pierde, para determinar el punto de equilibrio se utilizó el método algebraico.

Método algebraico en unidades producidas.

$$P.E.q = \frac{C.F.totales}{P.V.unitario - C.V.unitario}$$

$$P.E.u = \frac{11.520}{25,85 - 17,09}$$

$$P.E.q = 1315 \text{ unidades}$$

Método algebraico en unidades monetarias

$$P.E.\$ = \frac{C.F.totales}{1 - \frac{C.V.unitario}{P.V.unitario}}$$

$$P.E.\$ = \frac{11.520}{1 - \frac{17,09}{25,85}}$$

$$P.E.\$ = 33.994 \text{ bs}$$



6.7 Fuentes de financiamiento

Luego de haber obtenido el costo de producción, gastos de comercialización, costos de administración, los sueldos y salarios, para dar a funcionamiento a la microempresa lo que se necesita para la inversión es de un capital inicial de 1.032.780 bs, de las cuales se buscara a socios para su financiamiento.

Socios.

Se contara con 4 socios que aportaran con partes iguales.

CUADRO N° 10

FINANCIAMIENTO DE LOS SOCIOS

Sixto Condori Chuquimia	258195
Oscar Tola Huanca	258195
Alberto Condori Chuquimia	258195
Ronald Condori Chuquimia.	258195



6.8 Flujo de caja

CUADRO Nº 11

FLUJO DE CAJA

Flujo de caja	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INGRESOS											
Ingreso por ventas		624.098,00	686.507,80	755.158,58	830.674,44	913.741,88	1.005.116,07	1.105.627,68	1.216.190,44	1.337.809,49	1.471.590,44
COSTOS											
Costos fijos(-)		138.252,00	138.252,00	138.252,00	138.252,00	138.252,00	138.252,00	138.252,00	138.252,00	138.252,00	138.252,00
Costos variables(-)		403.046,00	423.198,30	444.358,22	466.576,13	489.904,93	514.400,18	540.120,19	567.126,20	595.482,51	625.256,63
Depreciación (-)		42.300,00	42.300,00	42.300,00	42.300,00	42.300,00	42.300,00	42.300,00	42.300,00	42.300,00	42.300,00
Varios costos(-)		10.800,00	10.800,00	10.800,00	10.800,00	10.800,00	10.800,00	10.800,00	10.800,00	10.800,00	10.800,00
RESULTADO FINANCIERO		29.700,00	71.957,50	119.448,37	172.746,31	232.484,95	299.363,89	374.155,49	457.712,25	550.974,98	654.981,81
Impuesto (25%)		7.425,00	17.989,38	29.862,09	43.186,5781	58.121,24	74.840,97	93.538,87	114.428,06	137.743,75	163.745,45
UTILIDAD NETA		22.275,00	53.968,13	89.586,27	129.559,73	174.363,71	224.522,92	280.616,62	343.284,19	413.231,24	491.236,35
Depreciación (-)		42.300,00	42.300,00	42.300,00	42.300,00	42.300,00	42.300,00	42.300,00	42.300,00	42.300,00	42.300,00
Inversión total		-1040780	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Inversión de activo fijo(-)		576200	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Inversión de capital de trabajo(-)		471480	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Flujo generado en el periodo		64.575,00	96.568,13	131.886,27	171.859,73	216.663,71	266.822,92	322.916,62	385.584,19	455.531,24	533.536,35



6.9 Evaluación financiera (VAN, TIR, BENEFICIO/COSTO)

Analizando la evaluación financiera del VAN, TIR, BENEFICIO/COSTO se ha obtenido un resultado positivo, lo cual significa que el emprendimiento es rentable, también es muy relevante para llamar la atención de los socios para que puedan invertir en el emprendimiento.

CUADRO Nº 12

VAN	2808475,16
TIR	15%
INDICE DE RENTABILIDAD	2,70

6.10 RELACION BENEFICIO COSTO

El cuadro de relación beneficio costo nos muestra que por cada un boliviano invertido se recuperara 0,26 bs, lo que significa que el emprendimiento es rentable.



CUADRO N°13
RELACIÓN BENEFICIO COSTO

TASA DE DESCUENTO		6%				
AÑOS	0	1	2	3	4	Valor presente
Beneficios		624.098,00	686.507,80	755.158,58	830.674,44	2491778,86
Costes	0	403.046,00	403.046,00	403.046,00	403.046,00	1396596,96
					Relación B/C	1,78



Planilla de aportes patronales

La microempresa realizara un aporte a las diferentes instituciones previamente mencionadas en el cuadro siguiente.

CUADRO Nº 14

PLANILLA DE APORTES PATRONALES

Nº	Cargo	Total ganado	C.N.S.	Prima AFPs	Vivienda	Aporte patronal solidario	Provisión aguinaldo	Provisión 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 Producción	2300	230	39,33	46	69	191,59	191,59	767,51
3	Operario	2000	200	34,2	40	60	166,6	166,6	667,4
4	Operario	2000	200	34,2	40	60	166,6	166,6	667,4
5	Operario	2000	200	34,2	40	60	166,6	166,6	667,4
	Totales	11000	1100	188,1	220	330	916,3	916,3	3670,7

Fuente. Elaboración propia.

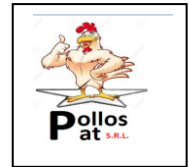
Planilla de sueldos y salarios

De acuerdo al organigrama presentado en la sección de estructura organizativa, la empresa contara con un total de 5 trabajadores; tres empleados, un administrador de granja, un encargado de producción, la planilla total de sueldos mensuales alcanza a Bs. 11000 haciendo un total de 132000 bs al año.



PLANILLA DE SUELDOS Y SALARIOS

Nº	Cedula de Identidad	Nomina	Nacionalidad	Fecha de nacimiento	Genero	Ocupacion que desempeña	Fecha de ingreso	Dias pagados mes	Horas pagadas	Haber basico	Bono de antigüedad	Total ganado	Descuentos			Total descuentos	Liquido pagable	Firma del empleado
													APP's	RC-IVA	Otros descuentos			
1	8434526 Lp	Flores chura Jaime	Boliviano	02/03/1986 M		Gerente General	02/01/2018	24	8	2700		2700	12,71%	343,17		343,17	2356,83	
2	57648364 Lp	Ajino Flores Elmer	Boliviano	05/07/1984 M		Jefe de Produccion	03/01/2018	24	8	2300		2300	292,33	292,33		292,33	2007,67	
3	48578578 Lp	Vilca mamani Roger	Boliviano	24/08/1980 M		Operario	04/01/2018	30	8	2000		2000	254,2	254,2		254,2	1745,8	
4	5384956 Lp	Quispe Marca Jose	Boliviano	17/12/1975 M		Operario	05/01/2018	30	8	2000		2000	254,2	254,2		254,2	1745,8	
5	6483745 Lp	Nina Lopez Isaac	Boliviano	23/11/1979 M		Operario	06/01/2018	30	8	2000		2000	254,2	254,2		254,2	1745,8	
6																		
Total general												11000		1398,1	9601,9			



7 SUPUESTOS Y ESCENARIOS

Es importante hacer una prueba de sensibilidad para analizar los escenarios, ya que pueden afectar la factibilidad del plan de negocios, así se observaran los cambios que pueden sufrir las bases del calculo que se asumen inicialmente.

La investigación realizada, para el presente estudio, estableció las siguientes variables como las de mayor impacto en los resultados del plan de negocio.

En la actualidad según los fenómenos naturales en diferentes regiones de nuestro país, se incrementan los costos de la materia prima lo cual repercute en las utilidades de las empresas y genera un nuevo análisis en la situación financiera de la misma cabe resaltar que las demás factores se mantuvieron constantes.

CUADRO N°15

INCREMENTO EN LA MATERIA PRIMA

AÑOS	Materia Prima	aumento del 10% en la Materia Prima
1ª Año	321.200,00	353.320,00
2ª Año	321.200,00	353.320,00
3ª Año	321.200,00	353.320,00
4ª Año	321.200,00	353.320,00
5ª Año	321.200,00	353.320,00



CUADRO N° 16

INCREMENTO EN LA MANO DE OBRA DIRECTA

AÑOS	Nª DE TRABAJADORES	Mano de obra directa	Aumento del 9% en la Mano de Obra Directa
1ª Año	3	72.000,00	78.480,00
2ª Año	3	72.000,00	78.480,00
3ª Año	3	72.000,00	78.480,00
4ª Año	3	72.000,00	78.480,00
5ª Año	3	72.000,00	78.480,00

CUADRO N° 17

INCREMENTO EN LA MANO DE OBRA INDIRECTA

AÑOS	Nº de administrativos	MANO DE OBRA INDIRECTA	Aumento del 9% en la mano de Obra Indirecta
1ª Año	2	70.000,00	76.300,00
2ª Año	2	70.000,00	76.300,00
3ª Año	2	70.000,00	76.300,00
4ª Año	2	70.000,00	76.300,00
5ª Año	2	70.000,00	76.300,00



8 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA LEGAL.

8.6 Personería jurídica.

La microempresa POLLOS PAT S.R.L. dedicado al rubro avícola, para poder estar legalmente establecida, debe obtener la personería jurídica y para esto se debe presentar los siguientes documentos.

- Acta de constitución
- Minuta
- Estatutos
- Testimonio
- Testimonio de poder del representante legal.

8.7 Registro legal.

REGISTRO DE FUNDEMPRESA

Requisitos:

- ✓ Formulario de declaración jurada N° 20 de funde empresa.
- ✓ Testimonio de lectura
- ✓ Testimonio de poder del presente legal (original 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 (dos ejemplares).
- ✓ Certificado de depósito (mínimo con 25% del capital suscrito).
- ✓ Acta de nombramiento de un director provisional.

REGISTRO SIN

Requisitos:

- ✓ Escritura de constitución de sociedad, ley, decreto, resolución o contrato, según corresponda.
- ✓ Fuente de mandato del representante legal (poder, acta de directorio, estatuto o contrato) y documento de identidad vigente. Para entidades públicas se deberá presentar el decreto supremo, resolución, memorándum de designación u otro documento.



- ✓ 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.

GOBIERNO MUNICIPAL

Es la autorización otorgado por el G.A.M.P. para la apertura de una actividad económica, adjuntando los requisitos establecido, a efecto de obtener la autorización mediante la licencia de funcionamiento municipal, de conformidad a la declaración jurada F-40, en caso de no contar con PMC; F

AFILIACIÓN A LA CAJA NACIONAL DE SALUD

Requisito:

- ✓ Form. AVC-01 Aviso de afiliación del empleador (vacío) firma y sello de la empresa.
- ✓ Form. AVC-02 Carnet del empleador (vacío)
- ✓ Form. RCI-A (Vacío) firmado y N° de C.L.
- ✓ Solicitud dirigida al JEFE DEPTO.NAL AFILIACIÓN
- ✓ Fotocopia C.L. de Representantes Legal o Propietario de la Empresa (Poder Notario Empresas S.R.L, S.A., etc.)
- ✓ Fotocopia NIT. (Certificación de inscripción)
- ✓ Balance de apertura aprobada y sellada por el colegio de contadores, auditoria y eco.
- ✓ Testimonio de constitución de la empresa (fotocopia) S.R.L.- 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 deposito en tesorería)



- ✓ La documentación debe ser presentada en un folder amarillo en la sección de afiliación.
- ✓ Resolución de reconocimiento otorgado por el ministerio de trabajo (en caso de tratarse de institución 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.

AFILIACIÓN A LAS AFPs

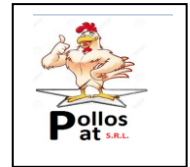
Requisito:

- ✓ El formulario de Inscripción del Empleador al SIP tendrá calidad de Declaración Jurada (para la empresa).
- ✓ Llenar Formulario de inscripción del empleador.
- ✓ Fotocopia de certificado de inscripción al padrón nacional de contribuyentes (número de identificación tributario)
- ✓ Fotocopia de documento de identidad del representante legal.
- ✓ Fotocopia del testimonio de poder que acredite la representación legal, cuando corresponda.

MINISTERIO DE TRABAJO.

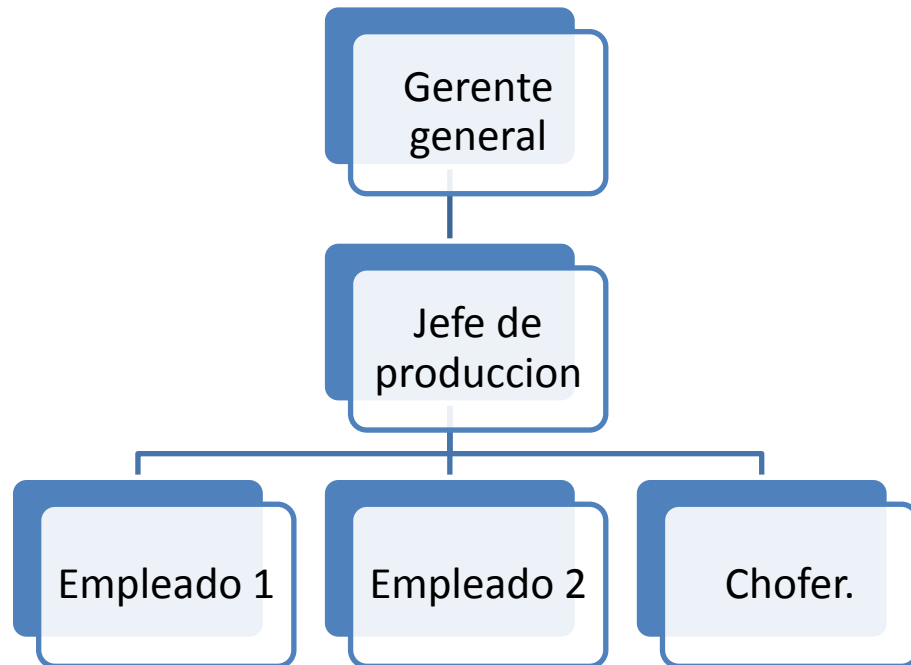
El trámite en esta instancia es la solicitud de inscripción en el registro de empleados que permite obtener el certificado de inscripción en el registro de empleadores del ministerio de trabajo que autoriza la utilización del libro de asistencia así como la apertura del libro de accidentes.

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



8.8 Organización empresarial.

Descripción detallada de faces y tareas por puesto



Fuente: Elaboración propia.



Funciones y cargos área administrativa

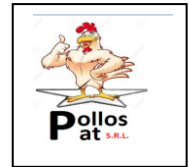
Nombre del cargo	Gerente general
Jefe inmediato	Junta de socios
Número de personas a cargo	1
Objetivo	El objetivo principal es la administración de la microempresa para un buen funcionamiento y una comunicación fluida con el jefe de producción y los empleados.
Funciones <ul style="list-style-type: none"> • Planificar, organizar, dirigir, controlar y orientar a los empleados. • Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los trabajadores de la microempresa. • Aprobar los procedimientos de las compras (es decir la materia prima, de los insumos y el precio adecuado). • Llevar a la microempresa a competir en el mercado. 	
Requisitos del cargo. <ul style="list-style-type: none"> - Profesión: Licenciatura en Administración de empresas - Experiencia: 1 Año 	

Fuente: Elaboración propia



Nombre del cargo	Jefe de producción
Jefe inmediato	Gerente general
Número de personas a cargo	2
Objetivo	El objetivo principal es controlar el proceso productivo de la microempresa de forma correcto para así tener un producto de calidad para nuestros clientes.
Funciones <ul style="list-style-type: none"> • Supervisar las líneas de producción durante todo el proceso. • Analiza todos los fallos o imprevistos durante la producción y los soluciona. • Revisa el desempeño de los empleados así como de la maquinaria y equipo de trabajo. • Se encarga de la distribución y almacenamiento del producto. 	
Requisitos del cargo. <ul style="list-style-type: none"> - Profesión: Ingeniero Agrónomo - Experiencia: 1 Año 	

Fuente: Elaboración propia.



9 CONCLUSIONES

Las conclusiones de la microempresa “POLLOS PAT SRL”. Se llega a conocer que el plan de negocio se realizó con el fin de brindar conocimientos acerca del manejo de los pollos de engorde que pueda satisfacer las necesidades tanto económicas como también para el consumo de los clientes.

También lo que se busca es contribuir en la sociedad mirando desde nuestro punto como futuros profesionales ayudando a buscar una sociedad mejor delimitada a tener una mejor calidad de vida.

En cuanto al financiamiento podemos considerar que el plan de negocios es viable sin embargo necesita de una gran inversión estimada en Bs. 1.040.480 inversiones que mostrara su rentabilidad, por ser un producto accesible para los clientes.

10 RECOMENDACIONES

Para la elaboración de este plan de negocios, se tuvo inconvenientes en la realización de la investigación de mercado, por la poca colaboración de los habitantes del municipio también por el poco tiempo de disponibilidad. Para la próxima investigación se debe de observar muy a detalle el estudio de mercado.

Trabajar siempre en equipo ayuda a mejorar el plan de negocios ya que a través de lluvia de idea se logra centrar los procedimientos acordados así se toma buenas decisiones que van en beneficio del plan de negocio.

Para realizar operaciones se observa que se tiene que conocer más programas informáticos para adquirir más conocimiento los cuales pueden ayudar a minimizar el tiempo de elaboración de los procedimientos.

También se debe seguir mejorando en procesos de producción día a día debido al alcance de la tecnología, significa aún más el trabajo en la microempresa



BIBLIOGRAFIA

- Jorge R. Valda Irahola. Técnicas y metodologías de investigación administrativa aplicados a la gerencia social. 1ra Edición 2003.
- Ángel S. Duran Jiménez, La gestión pública y el estado en el siglo XXI, 1ra edición.
- Mónica Soriano López, guía práctica de elaboración de tesis, 1ra edición. 2012.
- Héctor López De la Vega, Informe final Proceso de planificación estratégica, 2003.
- Aldo Schlemenson, la estrategia del talento, 1ra edición, 2002.
- Hernández, M.J. Zootecnia general, Ed, Ateo Buenos Aires.
- North, M. Manual de producción avícola, Ed, Manual moderno, México.
- Martínez, Uso de una mezcla enzimática en la alimentación de pollos parrilleros en los yungas de La paz, 1999.
- Vieira S.L. la calidad de carne de pollo, 1999.
- Guerra, G. (1995). Glosario para administradores. Mexico: LIMUSA, S.A.

Referencias obtenidas de internet

- SENASAG [www. Notiboliviarural.com](http://www.Notiboliviarural.com)
- Siete, D.P. (s.f.). consumo per cápita de pollo.
- Pdf, criadero de pollos parrilleros.
- Gobierno autónomo municipal de Santa Cruz 2014 centros de acopio de alimentos balanceados.
www.santacruz.gob.bo/productiva/apoyo/agricola/acopio.
- http://www.ehowenespanol.com/propiedades-cenizas-cascarrillas-arroz-inf_192823/.



ANEXOS



ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA LEGAL

ACTA DE CONSTITUCION

SEÑORES NOTARIO PUBLICO DE PRIMERA CLASE-----

Entre las escrituras a su cargo, dígnese en dictar una de constitución de SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA, que se celebra de conformidad con las cláusulas que se estipulan-----

PRIMERA: (DE LOS SOCIOS Y CONSTITUCION).- Dirá usted que los señores:

1 Oscar Tola Huanca, natural del departamento de La paz-Bolivia, nacido en fecha 30/09/89 estado civil soltero, egresado de la Carrera de Administración de Empresas, con domicilio en la zona porvenir provincia aroma, Patacamaya.

2 Sixto Condori chuquimia, natural de la ciudad de La paz-Bolivia, nacido en fecha 06/08/90 estado civil concubinato egresado de la Carrera de Administración de Empresas, con domicilio en la zona porvenir provincia aroma Patacamaya.3 Alberto Condori chuquimia, natural del departamento de La paz-Bolivia, nacido en fecha 23/11/84 estado civil casado ocupación minero con domicilio en provincia Antonio Quijarro depto. Potosí

4 Ronal Condori chuquimia, natural de departamento dela La paz, nacido en fecha 10/04/89 estado civil casado ocupación minero con domicilio en provincia Antonio Quijarro depto. Potosí

Todos mayores de edad, hábiles por derecho, de su libre y espontánea voluntad por así convenir a sus intereses y sin que medie ningún vicio del consentimiento, constituyen mediante este instrumento una sociedad de responsabilidad limitada, al amparo de las prescripciones legales del código de comercio y demás leyes vigentes



SEGUNDA: (DE LA RAZON SOCIAL). La sociedad girara bajo lña razón social de “POLLOS PAT. S.R.L”

TERCERA: (DEL DOMICILIO)- El domicilio legal y principal de la sociedad se figa en la provincia aroma, localidad Patacamaya zona porvenir norte

CUATA:(DEL OBJETO) La sociedad tendrá por objeto principal la producción y comercialización de carne de pollo parrillero

Así mismo la microempresa podrá actuar por cuenta propia, ajena o asociada con terceros formando y administrando otras microempresas, negocios o sociedades o adquiriendo cuotas de capital o acciones de otras sociedades; a cuyo efecto la sociedad se halla plenamente facultada para realizar todas las operaciones, actos y/o celebrar contrato de cualquier naturaleza permitidos por las leyes y desarrollar todos los actos inherentes o accionarios a dicha actividades, así como el cumplimiento y ejecución de cualquier acto o gestión vinculado o relacionado directa o indirecto a dichas actividades.

QUINTA: (DE LA DURACION) la sociedad tendrá una duración de cinco años computables a partir de la suscripción de la escritura constitutiva, prorrogables por un plazo similar, por resolución de la asamblea de socios.

SEXTA: (DEL CAPITAL SOCIAL O DISTRIBUCION).- El capital social total por acuerdo de los socios y de acuerdo a lo previsto en el art. 42 del código del comercio, se ha establecido en la suma de 774.585 Bs. (Setecientos setenta y cuatro mil quinientos ochenta y cinco 00/100 Bolivianos) desglosados de la siguiente manera:

SOCIOS	CAPITAL	%
OSCAR TOLA HUANCA	258195	25
SIXTO CONDORI CHUQUIMIA	258195	25
ALBERTO CONDORI CHUQUIMIA	258195	25
RONAL CONDORI CHUQUIMIA	258195	25



SEPTIMA: DEL AUMENTO DEL CAPITAL SOCIAL) Todo de aumento capital que requiera la sociedad, deberá ser expresamente autorizada previo acuerdo tomado en asamblea por los socios que representan `por lo menos al 25% del capital y en caso de aumento o disminución esto deberá afectar de igual manera a los poseedores de acciones.

OCTAVA: (DE LOS DERECHOS Y RESPONSABILIDADES DE LOS SOCIOS).- cada cuota de capital aportado a la sociedad, otorga y confiere a su propietario iguales derechos, así como la participación proporcional a las utilidades y perdidas que existiere, los socios tendrán una responsabilidad limitada al valor de sus cuotas de capital conforme a ley.

NOVENA: (DE LAS PROHIBICIONES).- los socios quedan prohibido a dedicarse por su cuenta propia a actividades similares al de esta sociedad, salvo autorización expresa de la asamblea de socios, No podrán así mismo utilizar el nombre, ni los recursos de esta sociedad para operaciones particulares o en favor de terceros, siendo responsable por los daños que ocasiones, sin perjuicio de ser excluidos de la sociedad.

DECIMA: (DE LA TRANSFERENCIA DE LAS CUOTAS DE CAPITAL).-para transferir una parte de totalidad de sus cuotas de capital, el socio por el derecho preferente, deberá comunicar la oferta de otro socio, mediante carta notariada, quien deberá manifestar su decisión en el último termino de 15 días y solo en el caso que este no tuviera interés o no se pronunciare.

Dentro de ese término, el socio quedara en libertad de transferir sus cuotas a terceros siendo necesario para la admisión de estos últimos, una aprobación de la asamblea de socios que representen el 75% de capital social, en caso de que no existieran terceros interesados o que estos no hubieran sido aceptados por asamblea y el socio persiste en transferir sus cuotas, podrá solicitar por escrito que la sociedad le pague el valor parcial de ellos siempre que se encuentre en posibilidades conviniendo en el término de 60 días la modalidad



de pago, cualquier transferencia de cuotas que se efectuó al margen de la estipulación de la presente cláusula, será nula en pleno derecho.

DECIMO PRIMERO: (DEL REGISTRO DE LOS SOCIOS).- la sociedad llevará un libro denominado "registro de socios", que estará a cargo el gerente general, donde se consignarán datos relativos a los nombres y apellido de los socios, domicilio, monto de su aporte y números de cuotas transferencias, embargos, etc. Cada página deberá ser suscrita por los socios y el gerente.

DECIMO SEGUNDA: (DEL FALLECIMIENTO O INHABILITACION DE LOS SOCIOS).-

El fallecimiento o inhabilitación de algún socio, no constituirá en motivo de la liquidación de la sociedad y su heredero o herederos continuara a su nombre en la sociedad se procederá conforme a la cláusula relativa a la transferencia de cuotas de capital, entre tanto, la sociedad continuara sus actividades sin interrupción por esta causa.

DECIMO TERCERA: (DE LA ADMINISTRACION Y REPRESENTACION DE LA SOCIEDAD).- la administración de la sociedad estará a cargo de una junta directiva compuesta por dos directores, socios Sr Alberto Condori Chuquimia con las atribuciones, facultades y deberes que constaran en los poderes que serán otorgados por los socios al efecto, sin embargo el otro director de junta directiva podrá tener las mismas facultades para llevar a cabo procesos administrativos en caso de ausencia o motivos de fuerza mayor del director representante.

DECIMO CUARTA: (DE LAS ASAMBLEAS).- La asamblea general de los socios es el máximo organismo de decisión de la sociedad, teniendo las más amplias facultades para resolver los asuntos inherentes a sus intereses. La asamblea puede ser ordinaria o extraordinaria. Las asambleas ordinarias se reunirá por lo menos una vez cada año y dentro de los tres meses posteriores al cierre de gestión.

1. Siendo competencia de esta considerar los siguientes asuntos.



2. Informe de la gestión precedente
3. Consideración ingresos de balance general
4. Redistribución de las utilidades y perdidas en su caso
5. Ingreso de nuevos socios
6. Transferencia de cuotas de capital

Es de su conveniencia considerar los siguientes asuntos:

DECIMO QUINTO: (DE CONVOCATORIA).- la convocatoria para cualquiera de las asambleas, se realizara por carta notariada o publicación de prensa con una semana de anticipación para las ordinarias y 48 horas para las extraordinarias, a solicitud del gerente general o de los socios que presente por lo menos el 25% de capital social.

DECIMO SEXTA: (DEL BALANCE GENERAL).- los ejercicios económicos de la sociedad se computaran del primero de enero al 31 de diciembre de cada año debiendo fraccionarse por cada ejercicio, balance general así como el inventario de los bienes sociales instrumentos que serán sometidos a consideración de la asamblea ordinaria.

DECIMO SEPTIMO: (DE LAS RESERVAS, UTILIDADES Y PERDIDAS).- las utilidades que se obtengan al final de la gestión será distribuidas de la siguiente manera:

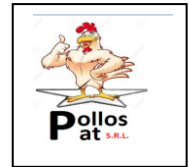
1 diez por ciento (50%) para el fondo de reservas de La empresa, hasta completar el 10%

40% del capital social

2 ochenta por ciento (50%) serán distribuidas entre los socios en igual proporción

En caso de existir perdidas de la misma serán tratadas en junta de accionistas.

DECIMO OCTAVA: (DE LA FISCALIZACION Y REMUNERACION).- los socios tienen derecho a informarse personalmente del manejo de la sociedad



examinando los libros y documentos, sin entorpecer las operaciones en curso así mismo la asamblea podrá acordar una remuneración al socio o socios que representen el concurso de su actividad personal a la firma independientemente de las utilidades que le corresponda por su aporte de capital.

DECIMO NOVENA: (DE LAS DISPOSICIONES SUPLETORIAS) en caso de omisión de la cláusula o estipulaciones se ampliarán las disposiciones generales relativas a sociedades de responsabilidad limitada, contenidas en el código de comercio y demás disposiciones legales complementarias de este.

VIGESIMA: (DE LA CONFORMIDAD).- Los señores Oscar Tola Huanca, Sixto Condori Chuquimia, Alberto Condori Chuquimia y Ronal Condori chuquimia Mayores de edad y hábiles por derecho manifiestan su absoluta conformidad con el tenor de todas y cada uno de las cláusulas del presente contrato para construir la re expresión de su voluntad exenta de vicios del consentimiento, obligándose a su estricto cumplimiento, en cuya constancia suscriben en la localidad de Patacamaya a los 10 días del mes de agosto del año 2016.

SEÑOR NOTARIO PUBLICO DE PRIMERA CLASE-----

Entre las escrituras a su cargo, dígnese en insertar una constitución de la SOCIEDAD de RESPONSABILIDAD LIMITADA, que se celebrara de conformidad con las cláusulas que se estipularon.-----

REGLAMENTO INTERNO

INTRODUCCION

De acuerdo a las disposiciones legales emitidas, toda microempresa debe contar con su reglamento interno que regula las relaciones del empleador con sus trabajadores, adecuando las normas generales de origen legal vigente del país a las características y peculiaridades de la microempresa.

Bajo axioma de que todo derecho conlleva una obligación el presente reglamento interno contiene figuras legales aplicadas a la realidad micro



empresarial actual donde se integran los derechos y deberes de quienes componen la MICROEMPRESA POLLOS PAT. SRL.

A si están descritos los objetivos institucionales, los instrumentos de administración de los recursos humanos. Las obligaciones de la microempresa con sus empleados que a la vez se constituyen en los derechos de este. Los deberes y exigencias de los/as trabajadores/as y finalmente los beneficios y sanciones emergentes de la relación laboral.

TITULO I

GENERALIDADES

CAPITULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1º.- POLLOS PAT. SRL es una microempresa regulada por FUNDEMPRESA, tiene como objetivo principal abastecer el mercado interno del sector brindándole con un producto de calidad y accesible para todo los clientes.

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

Artículo 3º.- para fines del reglamento interno se considera trabajadores a hombres y mujeres cualquiera sea su nivel o jerarquía conforme al artículo 2 del decreto reglamentario de la ley general del trabajo.

Artículo 4º.- todo trabajador desde el momento que firma su contrato de trabajo por tiempo indefinido, temporal o a plazo fijo e ingresa a trabajar en cualquiera de las dependencias de la microempresa, se compromete a cumplir todas las disposiciones legales que norman las



relaciones de trabajo en el país y las que establece el presente reglamento interno, que forma parte integrada del contrato de Trabajo.

Artículo 5º.- los trabajadores tienen los mismos derechos y oportunidades sin distinción de raza, género, edad, nacionalidad, religión, educación, opinión política, deficiencia física u otra cualquiera.

Artículo 6º.- los trabajadores no podrán alegar como excusa el desconocimiento del presente reglamento interno.

CAPITULO II DE LAS DIFINICIONES

Artículo 7.- Para una mejor interpretación en este reglamento interno, se adoptaran y reconocerán las siguientes definiciones:

- a) EMPLEADOR: La microempresa POLLOS PAT SRL.
- b) TRABAJADOR: Hombre(s) o mujer(s) que presta(n) servicios remunerados a la microempresa ocupando un cargo según el organigrama.
- c) CARGO: Conjunto de funciones, responsabilidades y atribuciones que asignan a un trabajador.
- d) MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES: Documento que describe y documenta la estructura organizacional.
- e) CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO: Es el vínculo jurídico laboral entre la microempresa y el trabajador, pactado y suscrito voluntariamente, estableciendo derechos y deberes.
- f) JORNADA DE TRABAJO: Es el tiempo por el cual el trabajador esta obligatoriamente a disposición de la microempresa en su puesto de trabajo desarrollando las tareas.



CAPITULO III

DE LA SELECCIÓN Y CONTRATACION DEL PERSONAL.

Artículo 8º.- La microempresa POLLOS PAT SRL contratara los servicios de personal para cubrir cargos vacantes o la atención de trabajos temporales.

Artículo 9º.- para la contratación y selección de personal se deberá tomar en cuenta la estructura organizacional.

Artículo 10º.- Bajo ningún concepto podrán ser contratados o recontratados.

- a) Los menores de 18 años, salvo trabajos especializados.
- b) Quienes contaran con antecedentes laborales negativos.

CAPITULO IV

DEL CONTRATO DE TRABAJO

Artículo 11º.- Según la ley general del trabajo los contratos de trabajo se celebraran por escrito o verbalmente.

Artículo 12º.- Todo contrato de trabajo debe contener las siguientes estipulaciones.

- a) Nombres, apellidos, edad, nacionalidad, estado civil.
- b) Cargo asignado, dependencia, responsabilidades del trabajo, especificaciones del trabajo, monto, remuneración.
- c) Lugar y fecha del contrato.

Artículo 13º.- Desde la fecha en que se firmó el contrato los trabajadores serán afiliados a las instituciones correspondientes.

CAPITULO V

DE LA JORNADA DE TRABAJO Y CONTROL DE ASISTENCIA



Artículo 14º.- Por tratarse de un microempresa dedicado al rubro avícola la jornada de trabajo será conforme a lo establecido de la microempresa POLLOS PAT SRL.

Artículo 15º.- tratándose de la microempresa dedicado al rubro avícola los empleados trabajaran más de lo establecido debido a que los cuidados se realizan constantemente.

Artículo 16º.- Durante los días de feriado nuestros trabajadores tendrán un turno especial entre los trabajadores, esto debido a que los cuidados de los pollos requiere constantemente.

CAPITULO VI

DE LAS LICENCIAS, COMISIONES, TOLERANCIAS, VACACIONES

Artículo 16º.- Las licencias por enfermedad o accidente serán reconocidos de conformidad de acuerdo a lo establecido en el código de seguridad social.

Artículo 17º.- los días de viaje del trabajador fuera de la sede de sus funciones por razones de trabajo estas serán autorizadas por el ejecutivo.

Artículo 18º.- Las trabajadoras que estén en gestación tendrán un permiso especial, de acuerdo al puesto que ocupe y estas tendrán tolerancia.

Artículo 19º.- Se reconocerá a favor de los trabajadores las tolerancias especiales en caso de:

- a) Matrimonio del trabajador
- b) Fallecimiento del conyugue o hermanos.
- c) Parto del conyugue. O enfermedades.



TITULO II

DERECHOS DEL TRABAJADOR

CAPITULO VII

GENERALIDADES

Artículo 20º.- son derechos del trabajador

- a) Al desempeño de sus funciones en un ambiente adecuado, también que cuente con los materiales necesarios.
- b) Al respeto y consideración por la dignidad personal en la que desempeña.
- c) A percibir viáticos por viajes en comisión.
- d) A la estabilidad laboral.
- e) A recibir apoyo moral de sus superiores.
- f) A no ser discriminado y a recibir buen trato de sus superiores.

CAPITULO VIII

DE LAS REMUNERACIONES

Artículo 21º.- Los trabajadores contratados por tiempos indefinidos o plazo fijo tienen derecho a una remuneración mensual.

Artículo 22º.- la microempresa POLLOS PAT SRL cancelara los sueldos de los trabajadores la primera semana del mes siguiente trabajado entregando boleta de pago.

Artículo 23º.- El haber básico es el pago mínimo mensual asignado al trabajador que ocupa un cargo, de acuerdo a las escala salarial.



TITULO III

OBLIGACIONES DE LAS PARTES

CAPITULO IX

DE LAS OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES

Artículo 24º.- Son obligaciones del trabajador:

- a) Conocer, promover, defender los principios y valores de la MICROEMPRESA POLLOS PAT SRL, así como el presente reglamento interno.
- b) Asistir puntualmente al trabajo presentando los servicios para los que fue contratado.
- c) Acatar las órdenes e instrucciones que imparten sus superiores.
- d) Comunicar inmediatamente a sus superiores sobre conflictos y o problemas que se presenten en la MICROEMPRESA previniendo cualquier peligro.

CAPITULO X

DE LAS OBLIGACIONES DE LA MICROEMPRESA

Artículo 25º.- Son obligaciones de la MICROEMPRESA con sus trabajadores las siguientes.

- a) Brindar seguridad y estabilidad laboral de acuerdo a la naturaleza de trabajo.
- b) Dar un trato amable que se merecen por su condición y dignidad humana, cuidando su imagen.
- c) Facilitar una adecuada comunicación e información interna para permitir su integración y participación.
- d) Procurar buenas condiciones ambientales, seguridad laboral, así como la provisión oportuna de materiales.



- e) Asegurar la seguridad física de los trabajadores y sus bienes.
- f) Colocar y mantener en lugares visibles avisos o carteles que indiquen medidas de seguridad e higiene.

CAPITULO XI

DE LAS PROHIBICIONES

Artículo 26º.- Queda prohibida a los trabajadores de la MICROEMPRESA.

- a) Utilizar con fines particulares materiales de escritorio o herramientas de trabajo.
- b) Ausentarse en horas de trabajo o cuidados de los pollos.
- c) Otorgar mala atención, mal trato, y/o utilizar lenguajes inadecuados en las relaciones de trabajo.
- d) A utilizar los vehículos de la microempresa para fines particulares.
- e) Utilizar información de la microempresa para beneficios particulares.

TITULO IV

REGIMEN DISCIPLINARIO

CAPITULO XII

DEL REGIMEN DISCIPLINARIO: INFRACCIONE SY SANCIONES DISCIPLINARIAS

Artículo 27º.- el régimen disciplinario constituye el conjunto de normas que señalan las sanciones a imponerse por faltas incurrir en prohibiciones y/o contravenciones en las que pudieran incurrir los trabajadores en ejercicio de su funcione debiendo aplicarse de acuerdo al presente Reglamento Interno.

Artículo 28º.- todo trabajador está obligado a dar cumplimiento con lo estipulado en su contrato de trabajo en el presente Reglamento interno de las



políticas y normas de la microempresa por medio de circulante, memorandos resoluciones y/o instructivos.

Artículo 29º.- ningún trabajador o grupo podrá instar de la suspensión laboral sin que hubiera cumplido previamente las formalidades establecidas por ley.

Artículo 30º.- las faltas se clasifican en:

- 1) Faltas disciplinarias leves
- 2) Faltas disciplinarias graves
- 3) Faltas disciplinarias muy graves

Artículo 31º.- son faltas disciplinarias leves las que provienen de omisiones o actos cometido susceptibles de enmienda como:

- 1) Abandono injustificado del puesto de trabajo.
- 2) Demora en constituirse en el puesto de trabajo a la hora de ingreso
- 3) Descuido en el manejo de conservación de los equipos y materiales asu cargo.
- 4) Mala voluntad o desgano, falta de responsabilidad, ineficiencia en el puesto de trabajo.
- 5) Abuso en el uso del teléfono con asuntos particulares o llamadas a larga distancias sin la autorización correspondiente.
- 6) Desobediencia, rechazo y/o incumplimiento sin justificación de las instrucciones superiores.

Artículo 32º.- faltas graves las infracciones a las políticas, normas, reglamento, instructivos que provoquen consecuencia como:

- 1) Presentarse en estado de ebriedad en horas de trabajo
- 2) Consumir bebidas alcohólicas en las instalaciones de la granja
- 3) Provocar discusiones o escándalos en las instalaciones de la granja en ocasiones de trabajo y alrededores



Artículo 33º.- faltas muy graves serán sancionados con desvinculación definitiva de la microempresa POLLOS PAT. SRL artículo 16º de la ley general del trabajo.

El incumplimiento del compromiso de buena conducta.

TITULO V

DEL RETIRO DE LOS TRABAJADORES

CAPITULO XIII

EXTINCION DE LA RELACION LABORAL

Artículo 34º.- retiro voluntario consiste en un acto personal y voluntario, retiro indirecto es cuando exista menos productividad en la granja o rebaja de sueldo a los trabajadores.

CAPITULO XIV

DEL PROCESO ADMINISTRATIVO INTERNO

Artículo 35º.- la gerencia general sobre la base de solicitudes, escritas informes denuncias que le sean presentadas o de oficio instruirá a efectos de conformar una comisión imparcial con la participación de gerencia de división de auditoria y gerencia área asuntos jurídicos para la instauración del proceso administrativo interno quienes conformaran la comisión informativa según corresponda.

Artículo 36º.- la comisión sumariante o informativa tendrá facultades para exigir que la proporcionen todo los elementos de juicio y documentos que requiera así como el testimonio de los trabajadores para el mejor esclarecimiento de los hechos.

El trabajador sumariado tendrá derecho a las presentaciones de todas las pruebas de descargo que considere conveniente y necesario para probar la



inexistencia de responsabilidad administrativa o atenuar su grado de la misma en el hecho que motiva el sumario.

El trabajador tendrá plazo de 24 horas después de ser citado por la comisión sumariante o informativa para presentar sus cargos y descargos.

No procederá el retiro intempestivo del trabajador antes de la conclusión del proceso sumario o proceso informativo.

Artículo 37º.- la sustanciación del proceso de sumario administrativo se hará en el plazo de 10 días hábiles desde la fecha de su instauración y concluirá con el informe conclusiones y recomendaciones presentadas por la comisión sumariante o comisión informativa de la gerencia general.

La potestad de la comisión sumariante determinar durante el proceso la suspensión sin goce de haberes del trabajador deteniendo el mismo estar a disposiciones de la comisión sumariante en su lugar de trabajo.

Artículo 38º.- emitidas las conclusiones por la comisión sumariante o informativa el trabajador tendrá derecho a apelar ante la gerencia general en el término de 72 horas después de su notificación fundamentando las razones de su apelación.

Con igual derecho el gerente general podrá pedir la revisión y ampliación del informe en conclusiones en el mismo plazo perentorio.

La gerencia general procederá a la revisión del informe la primera y segunda instancia de la comisión sumariante o comisión informativa instruyendo la emisión de la resolución definitiva.

Cuando la resolución definitiva afecta a los gerentes nacionales de área esta deberá ser remitida a directorio para su correspondiente ratificación.

Artículo 39º.- si dentro del proceso sumario o informativo se comprobara la existencia de suficientes pruebas de responsabilidad o culpa del trabajador, la resolución recomendara la aplicación de las sanciones establecida en el



presente reglamento interno las disposiciones legales vigentes sin perjuicio de iniciar la acción legal correspondiente.

CAPITULO XV

DE LAS DISPOSICIONES FINALES

Artículo 40°.- el presente reglamento interno, tendrá una duración indefinida, pudiendo ser modificado por acuerdo de la parte gerencial, socios y empleados, el cual deberá ser aprobado por el Ministerio de Trabajo.

Artículo 41°.- la modificación total o parcial de este Reglamento interno, así como la incorporación de nuevos artículos será aprobado por el directorio de la microempresa

Para tal efecto una vez aprobado el presente reglamento interno, será modificado por los trabajadores 10 (diez) días antes que se comience a regir y hallarse fijado en por lo menos tres sitios visible al lugar de trabajo.

Artículo 42°.- la microempresa POLLOS PAT. A través de la gerencia general hará imprimir el número suficiente en ejemplares de sete reglamento interno y se encargara a la distribución entre todo los trabajadores.

Artículo 43°.- POLLOS PAT. Podrá emitir las circulares que se necesiten para aclarar o establecer procedimiento que permite cumplir de la mayor forma el presente reglamento interno siempre que se ajusten al mismo sin modificarlo. Estas circulares se constituyen en parte del presente reglamento, en cuanto a la obligatoriedad de su cumplimiento.



EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN							
Matriz para priorización y ordenamiento de proyectos							
Relación valorada entre los proyectos y factores de evaluación pre establecidos							
Factor de Evaluación	El problema es	Se cuenta con información	Es factible de realizar	Exite demanda	competidores	PROMEDIO simple	PROMEDIO ponderado
Ponderación/Importancia	25%	20%	25%	15%	15%		100%
Proyectos							
Implementacion de una sauna y ducha	4	3	3	4	2	3,2	3,25
Implementacion de una granja de produccion y crianza de pollos parrilleros	4	3	4	5	4	4	3,95
Implementacion de un invernadero de produccion de tomates organicos	3	2	4	4	2	3	3,05
Implementacion de una fabrica de elaboracion de estuco.	4	2	3	4	3	3,2	3,20
Implementacion de una cancha de futbol de salon con cesped sintetico	4	4	4	4	2	3,6	3,70
PUNTAJE TOTAL PARA EL FACTOR DE EYALUACIÓN	19	14	18	21	13		
Valores posibles en cada casilla, según la relación del proyecto con el criterio de evaluación							
	1	No cumple					
	2	Cumple mínimamente					
	3	Cumple a medias					
	4	Cumple bien					
	5	Cumple muy bien					