

**PROYECTO PRODUCTIVO “PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE
HUEVOS DE CODORNIZ”**

JESUS ALONSO COLMENARES SEQUERA

**FUNDACION MISION SUCRE ALDEA BOLIVARIANA ARTURO MICHELENA
(2014)**

**PROYECTO PRODUCTIVO “PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE
HUEVOS DE CODORNIZ**

JESUS ALONSO COLMENARES SEQUERA

**TRABAJO PRESENTADO AL ASENTAMIENTO CAMPESINO EZEQUIEL
ZAMORA SECTOR LA MOCHA, BEJUMA EASTADO CARABOBO (2014).**

INTRODUCCION

Teniendo en cuenta que en nuestro municipio hay muy poca visibilidad de la producción de huevos de codorniz y este es un producto con altos beneficios alimentarios y nutricionales para las personas. Este es un proyecto que se basa en la producción de huevos de codorniz en nuestro municipio para así poder brindarles a la comunidad un producto que les ayude y los beneficie. Es un proceso el cual necesita mucha dedicación y responsabilidad ya que estos animales son de cuidado en nuestro caso las vamos a cuidar en jaulas las cuales nos ayuda para el criadero de estas, empezamos con 400 codornices que van distribuidas en 18 jaulas desde pequeñas que se demoran un mes en empezar la postura de sus huevos los cuales van hacer comercializados en diferentes puntos de venta cm supermercados especialmente etc. Empacados en cubetas especiales para estos los cuales no se clasifican por su tamaño para disponerlos de la cubeta sino se limpian y se empacan. Para establecer el análisis de mercado se tiene en cuenta el comportamiento de la demanda y oferta, la competencia y sobre todo las características del consumidor las cuales son proyectadas para determinar el espacio de mercado a satisfacer y posteriormente buscar su reconocimiento regional.

JUSTIFICACION

Este proyecto se diseñó ya que Los huevos de codorniz son un excelente producto con grandes ventajas para la dieta alimentaria, aun cuando el mercado de este producto se ha ampliado, todavía hay deficiencias en su producción, comercialización y distribución .De ahí la importancia de ampliar la comercialización del huevo de codorniz y así poder cubrir la demanda que hay con respecto al mismo, la cual ha aumentado pues anteriormente no se conocían a grandes escalas los beneficios que este producto generaba en la salud humana. Aunque los precios de los huevos de codornices son más costosos que los de gallina, este es un factor ínfimo comparado con las grandes ventajas de su consumo entre los que se encuentra el menor contenido de colesterol y mayores contenidos de proteínas, minerales, hierro, aminoácidos y vitaminas, por tanto lo constituye en un producto altamente saludable que entre otros beneficios ayuda a la prevención de enfermedades cardiovasculares, obesidad y circulación. Razón por la cual no se puede escatimar en el análisis de toda la información de mercadeo, de herramientas técnicas, financieras que viabilicen este proyecto.

MISION

La granja de codornices "LA JUSTINANA" es una alternativa de consumo para la población ofreciendo un producto de calidad y altos valores nutricionales ,potenciando su aceptación en el mercado actual ,dando a conocer sus ventajas ante los tradicionales huevos de gallina ;y logrando una alta rentabilidad para sus integrantes.

VISION

La granja de codornices "LA JUSTINIANA" será en el 2020 a 2021, la empresa se puede convertir en la más importante de huevos de codornices y de esta manera ser los líderes en el mercado regional y nacional, ofreciendo un buen producto de buena calidad, bajo costo y de alto valor nutricional.

VALORES CORPORATIVOS

El funcionario será reconocido por ser una persona con eficiencia calificado y cualificado, excelente persona que cada día esté en permanentes actualizaciones referentes a sus funciones y también capacitaciones de crecimiento personal, buscando en ella un desarrollo integral que lo haga cada día mejor persona responsable y más competente para desempeñar sus funciones, el funcionario debe tener un alto sentido de pertenencia y compromiso con la empresa.

POLITICAS EMPRESARIALES

El proceso de selección y contratación de personal será realizado por los mismos propietarios del negocio, se dejara consignada la solicitud de personal con el perfil del cargo a contratar. La mano de obra requerida para este proyecto es una sola persona, quien se encargará de las labores del galpón y de la codornices. Se incorporarán aprendices, quienes se rotarán diariamente para el mantenimiento del galpón.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El municipio de Bejuma, específicamente en el Sector la Mocha, no cuenta con formas eficientes para la producción y comercialización del huevo de codorniz, el cual es utilizado como producto complementario en algunas comidas rápidas, eventos, reuniones y pasa bocas; esto se genera porque sus distribuidores no son constantes, no suple eficientemente sus necesidades de este producto en el municipio. Por otra parte algunos factores que influyen en el poco interés de realizar otra actividad que genere ingresos económicos es que su principal fuente de ingresos del municipio es el monocultivo de la caña panelera cuya actividad no genera ingresos permanentes. Los habitantes del municipio por costumbre y tradición consumen el huevo de gallina ya que piensan que este satisface suficientemente las necesidades alimenticias, pero no conocen los beneficios que trae el huevo de codorniz. El huevo de codorniz como producto complementario es difícil de encontrarlo en el municipio de Bejuma y en los municipios vecinos; se adquiere de una forma muy costosa y puede llegar a ser de baja calidad.

OBJETIVO DE ESTUDIO

Nuestro objetivo es mirar que tan alto porcentaje de comunidad Bejumera, consumen huevos de codorniz por medio de un proyecto donde nosotros les brindemos el producto de producido en nuestro municipio y no de otros municipios.

OBJETIVOS OBJETIVO GENERAL

- Impulsar la producción y comercialización del huevo de codorniz.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar estrategias para impulsar la producción y comercialización del huevo de codorniz.
- Analizar la oferta y demanda del huevo de codorniz.
- Realizar actividades de contabilidad para llevar correctamente la actividad financiera.

MARCO DE REFERENCIA

MARCO TEORICO

ESTUDIO DE MERCADOS: Es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, los cuales serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado; es la relación que vincula consumidor, cliente y público en general con el investigador utilizando métodos y tácticas de mercado para obtener como respuesta un beneficio mutuo entre productor y consumidor.

El valor principal de la investigación de mercados es la minimización de la inseguridad. La investigación otorga información que facilita el proceso de toma de decisiones. Una decisión es tan buena como la calidad de la información con que se cuenta. Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercado logo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo. Centros de producción a sus destinos de consumo, a través de diferentes fases u operaciones de compraventa de mayoristas o minoristas. Requiere una planificación muy cuidadosa que debe contestar una serie de preguntas:

-Dónde, sólo en un área geográfica o en todo el territorio.

-A quien, a todo el mercado potencial, a solo un segmento o a parte de la población, entre otros.

-Como, es decir cómo hará sus inversiones promocionales, cuánto tiempo dedicará a las actividades de la fuerza de ventas, cuanto a relaciones públicas. Mendoza 2002, define comercialización como un conjunto de actividades físicas, económicas encargadas de acercar los bienes y servicios entre los productores

(origen) y consumidores (destino). La comercialización es un sistema complejo, que cambia y evoluciona con las actitudes humanas.

LA COTURNICULTURA

Las Codornices. Son aves muy pequeñas, alcanzan dos centímetros de largo, con alas puntiagudas y una cola muy corta, se distinguen cinco razas: japónica, faraónica, Africana, De Cavo Verde y Australiana; siendo las Faraónicas y Japónicas, las que más se utilizan para la producción y comercialización, por lo que son grandes, distinguiéndose las Faraónicas con 360 gramos de peso frente a las japónica con sólo 120 gramos de peso (Rodas, 2004). Huevos de codornices. Los huevos en términos generales poseen un alto valor nutritivo, debido a que el vitelo que contiene, el cual debe servir de alimento al embrión en sus primeras fases de desarrollo, posee un alto contenido de proteínas. Cuanto más el huevo de codorniz, que posee altos valores nutritivos de proteínas, minerales y vitaminas, cuyas características son: de forma ovalada, tamaño aproximado de 2.5 cm de largo y 1c.m. de ancho, de color blanco con manchas cafés y negras, pesa alrededor de 5gr. Un huevo en condiciones higiénicas, que provenga de codornices sanas, además que se trate adecuadamente mediante sistemas de calor, puede estar libre de microorganismos contaminantes; por lo tanto, representa grandes ventajas a la salud del ser humano, debido que disminuyen los riesgos de aparición de enfermedades cardiovasculares y circulatorias.

Es una rama de la avicultura especializada en la cría, reproducción y mejoramiento de la codorniz para obtención de huevos y carne. La cotornicultura es una actividad productiva alternativa especial para desarrollar en escalas de pequeñas y medianas empresas, y de tipo familiar. Se trata de una explotación familiar, con una inversión inicial baja tanto en animales como en instalaciones. Existe una amplia información técnica, así como gran cantidad de experiencias realizadas por numerosos emprendedores e instituciones. Se trata entonces de conocerlas y utilizarlas para acortar caminos y evitar errores.

Ante la crisis que afronta el sector agropecuario en el país, la cual afecta a todos los productores, es importante buscar o visualizar alternativas que generen ingresos y empleo, logrando mejorar la situación socioeconómica de la población. Dentro de las alternativas se considera la cotornicultura, es decir la producción y comercialización de los huevos de codorniz, el cual por sus bondades nutritivas, (un huevo de codorniz equivale en calorías, proteínas y vitaminas a un vaso de 100gr de leche, conteniendo mayor cantidad de hierro. Por su elevada riqueza vitamínica mineral y proteica de alta digestibilidad y mínimo contenido de colesterol, resultan indicados para adultos, ancianos y convalecientes. Por su alto contenido de vitamina D y calcio se recomienda para el desarrollo infantil y periodo pos menopáusico. Tiene propiedades antialérgicas y por el bajo contenido de colesterol son indicados en dietas de personas arterioscleróticas e hipertensas. Concentraciones sorprendentes de vitamina A, D y C, indispensables para el desarrollo infantil. Gastronómicas, farmacéuticas y médicas, se puede convertir en una excelente oportunidad de actividad económica; porque se da a conocer a la comunidad, la búsqueda de nuevas alternativas de comercialización, como también la facilidad de adquirir este producto satisfaciendo necesidades, hábitos y costumbres de los consumidores e induciendo a otros a su adquisición que se puede ofrecer como sustituto de consumo. Con una nueva fuente de empleo y una diversificación en el sector agropecuario generando ingresos adicionales a las familias. La cría de codornices es una actividad viable, puede hacerse con poco dinero, y a los dos meses de tener el criadero, este inicia la producción de huevos. A diferencia de otras producciones puede iniciarse con escaso capital de inversión el cual se recupera fácilmente. **(Tabla 1)**

Tabla 1. Codornices vs gallinas

Codornices	Gallinas
El huevo de codorniz tiene 0.7% de colesterol	El huevo de gallina tiene 7% de colesterol
La postura de la codorniz es constante y pareja y dura todo el año	La gallina sufre fluctuaciones de baja postura.

Para una docena de huevos de codorniz es necesario 300gr de alimento	Para una docena de huevos de gallina se requiere 2.2 kilos de alimento
Un huevo de codorniz pesa de 10 - 12 gramos	Un huevo de gallina pesa 50-60 gramos
Tiempo entre postura para la codorniz es de 22 horas	Tiempo entre postura para la gallina es de 26 horas
Las codornices no son atacadas por enfermedades infectocontagiosas	Las gallinas si son atacadas por enfermedades infectocontagiosas
La postura de la codorniz se produce en la mañana	La gallina en la ultima hora de la tarde
La codorniz inicia postura a los 42 días	La gallina inicia postura a los 154 días

Fuente. Vásquez & Ballesteros.2007

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

El huevo de codorniz se considera como producto complementario este presenta diversas características, un huevo de codorniz equivale en calorías, vitaminas y proteínas a un vaso de leche de 100 gr, contiene mayor cantidad de hierro, tiene una elevada riqueza vitamínica y proteica de alta digestibilidad conteniendo un mínimo porcentaje de colesterol, por esta razón tiene propiedades antialérgicas. El huevo de codorniz es un producto perecedero de consumo humano popular temporal, importante en la dieta por su contenido proteico del 16,5 % y de mediana rotación.

DEFINICIÓN USO Y ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO

El huevo de codorniz será utilizado en comidas rápidas, restaurantes y algunos eventos; también es recomendable para el desarrollo infantil y periódico postmenopáusico, tiene usos en aspecto gastronómico, farmacéutico y medico; convirtiéndose en una excelente oportunidad de actividad económica.

Huevos: Los huevos de codorniz pesan -en promedio- 10 gramos, midiendo 3,14 cms. en su diámetro longitudinal, y 2,41 cms en su diámetro transversal. Este peso

es variable, dependiendo de la edad de las ponedoras, siendo más pequeños en las etapas del comienzo y final de su ciclo de postura. Son de color blanco, cubiertos de manchas cuyos colores van desde el café al negro dándoles un aspecto agradable y llamativo a la vista. Se caracterizan por poseer al mismo tiempo un exquisito sabor, una gran resistencia y un alto contenido proteico.

Sabor: Desde la antigüedad el huevo de codorniz ha sido considerado una exquisitez culinaria por lo cual es apetecido en prácticamente todo el mundo.

Resistencia: La resistencia del huevo de codorniz es importante pues de ella derivan claras ventajas en cuanto a su manejo (Transporte y manipulación) y conservación (tiempo de conservación natural y resistencia a la contaminación del ambiente) La resistencia de la cáscara, es fundamentalmente debida al desarrollo de la cutícula que la reviste interiormente y no a su espesor. Por lo tanto, se puede afirmar que el huevo de codorniz es de mayor resistencia que el huevo de gallina lo que significa una mayor facilidad en su manejo y conservación.

Contenido Proteico: Con respecto al contenido proteico se ha comprobado que un huevo de codorniz es equivalente a 100 gramos de leche, conteniendo además, una mayor cantidad de hierro que este producto. Este alto contenido proteico se debe fundamentalmente a la alta proporción de yema que contiene el huevo de codorniz.

CARACTERÍSTICAS DEL HUEVO DE CODORNIZ

El huevo de codorniz puede llegar a pesar de 8 a 13 gramos y es rico en vitaminas y aminoácidos básicos. El huevo de codorniz tiene 0.7 % de colesterol y está compuesto por: Yema 43% Composición: - Agua 71 % - Proteína 16.5 % - Grasa 11 % Clara 46 % Membranas 1.5 % Cáscara 9.5 % Minerales: - Calcio 0.08 % - Magnesio 0.04 % - Potasio 0.12 % - Sodio 0.13 % - Fosforo 0.24 % - Cloro 0.12 % - Azufre 0.18 % - Hierro 0.03 % Magnesio 0.31 % - Otros 24 %.

USOS DEL PRODUCTO

Los huevos de codorniz se usan para adornar platos especiales, también se usa como bocado exquisito en comidas rápidas, arepas, pasteles.

CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMO

Las modalidades o tipos de consumo del huevo de codorniz son:

- En forma ocasional, por novedad.
- En forma ocasional, como exquisitez.
- En forma periódica, como parte de la dieta alimenticia de la familia.

Sus características son las siguientes.

El consumo como “novedad”, es la modalidad más común y generalizada. Se realiza ocasionalmente, para probar el producto. Se consume en el hogar pero no se llega a considerar el producto como parte de la dieta alimenticia de la familia. Obedece generalmente a una compra impulsiva, no calculada de antemano, en supermercados y rotiserías. Lo que atrae a este tipo de consumo es la “novedad”.

El consumo por “exquisitez” es la modalidad más conocida pero en la realidad no es la más importante. Se realiza en ocasiones especiales, en lugares que preferentemente no son habituales, tales como celebraciones, despedidas, matrimonios, aniversarios, etc. (cócteles o banquetes). Por esto mismo, los lugares no son, en general, la casa habitación de una familia sino que hoteles, restaurantes y clubes sociales, lo que no significa que no haya manifestaciones y celebraciones especiales en los hogares, pero son mínimas.

Lo que atrae en este tipo de consumo es, básicamente, el sabor del huevo del codorniz y la tradición en la percepción de este como una “exquisitez” o un alimento sofisticado y especial para ciertas ocasiones.

El consumo habitual es la modalidad de menor importancia en el mercado. Es realizado por familias que incorporan este ítem como parte de su dieta

alimenticia; por lo tanto, se realiza en los hogares y lo que atrae fundamentalmente en su consumo es el valor nutritivo del producto, así como también su sabor.

PRODUCTO SUSTITUTO

El principal sustituto que aventaja notablemente al huevo de codorniz es el huevo de gallina. Si bien es de menor riqueza alimenticia, satisface más por su tamaño, proporcionalmente cuesta menos y es ampliamente conocido y aceptado por el consumidor. Los otros sustitutos lo constituyen huevos de otras aves como, por ejemplo, la perdiz o el ganso, pero tienen la riqueza nutritiva del huevo de codorniz, son poco conocidos y no se comercializan en el mercado.

PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS

- Huevos en salsa Hamburguesas.
- Papas a la francesa.
- Salchipapas con huevos de codorniz.
- Pasa bocas con huevo de codorniz.
- Jugo con huevo de codorniz .Arepa con huevo de codorniz.

ATRIBUTOS DIFERENCIADORES

El huevo de codorniz es recomendado por pediatras y Geriatras para la alimentación de niños y ancianos por sus bajos niveles de colesterol y alto nivel proteico.

MERCADO POTENCIAL

La población objeto de estudio es de 60 mil habitantes esto involucra niños, adolescentes, hombres, mujeres, adultos mayores; con el objetivo de conocer aspectos sobre consumo, comercialización y producción del huevo de codorniz, se requiere hacer una encuesta de investigación de mercados.

MERCADO OBJETIVO

El mercado objetivo para distribuir el huevo de codorniz en el municipio de Bejuma, Montalbán y Miranda, son los sitios de comida rápida, restaurantes y algunos eventos; para saber las necesidades del mercado objetivo se requiere hacer una encuesta.

DEMANDA

Para este proyecto, indica que la demanda para el consumo de huevos de codorniz abarca las familias del municipio de Bejuma, Montalbán y Miranda, en los estratos socioeconómicos 1, 2,3 por ser un producto nutricional y accesible al consumidor.

NECESIDADES DE INFORMACIÓN

Se puede afirmar que casi toda la población es consumidora de manera temporal de huevos de codorniz ya que estos atienden a las necesidades alimenticias sin importar sexo, nivel educativo, profesión, ocupación, estado civil, ciclo de vida familiar, religión y otros. Con respecto a la edad se puede afirmar que su consumo es mayor en niños en crecimiento por su alto nivel de proteína. Aun cuando son productos populares, estos se orientan a atender la población perteneciente a las clases media y media alta, con niveles de ingresos iguales o superiores a un salario mínimo. Los huevos producidos serán consumidos por personas que se reúnen en épocas especiales como reuniones sociales, celebración de festividades, en centros de comidas rápidas y son consumidos como pasa bocas. El consumidor o comprador directo serán los supermercados, sitios de comidas rápidas, panaderías.

OFERTA

Características de la Oferta.

La oferta de huevos de codorniz se caracteriza por su estabilidad en las formas de ofrecer el producto, en su composición en cuanto a productores y en los

volúmenes ofrecidos. Lo anterior no significa una oferta estática sino que cambios escasos no significativos y en forma esporádica.

a) Estabilidad en la forma de ofrecer el producto: Es debida fundamentalmente a la poca importancia que se le da a la comercialización del producto, debida, a su vez, al poco capital que se tiene y al desconocimiento respecto a la administración ya explicado anteriormente.

No obstante, algunos criaderos se percataron de la importancia, por ejemplo, del envase o la publicidad. Así es como uno de los criaderos importantes entró al mercado con un nuevo envase; tradicionalmente se vendían los huevos en envase de cartón sin que se viera su contenido. El nuevo criadero utilizó un envase plástico en forma de pote transparente, donde se ve su contenido, lo que llamó la atención del consumidor, obligando a los criaderos tradicionales a utilizar también el mismo envase. Otro caso es que para dar a conocer el producto, dado lo oneroso de la publicidad en TV, radios o revistas, se introduce en el envase una hoja explicativa de la riqueza proteica del producto.

En síntesis, esta estabilidad se debe a los problemas de financiamiento de capital de trabajo de los criaderos. Por las dificultades del acceso al crédito privado o estatal, no se vislumbra que en el futuro de corto y mediano plazo esta situación cambie.

b) Estabilidad en la composición respecto a los productores importantes: Se debe fundamentalmente a las claras ventajas que poseen los criaderos exitosos en cuanto a manejo técnico.

Según lo han señalado los mismos dueños de los criaderos, el conocimiento técnico y la experiencia es la principal fortaleza que ellos poseen frente a nuevos productores. Si bien muchos intentan formar un criadero de codorniz, a veces contando con los recursos financieros suficientes lo que les permite instalaciones y capital de trabajo adecuado, fracasan en la parte técnica por lo delicado del manejo de la codorniz.

Esta dedicación por el manejo técnico del criadero muchas veces no se da en los que intentan entrar a producir huevos de codorniz. Siempre se menciona en libros y artículos las características de fácil postura y reproducción de la codorniz respecto a otras aves como la gallina y la poca inversión que se requiere para montar un criadero, lo que atrae inmediatamente la atención de pequeños y medianos inversionistas, pero no se menciona la dedicación que exige el cuidado de la codorniz que es mucho más que un criadero de gallinas.

Lo anterior es lo que hace que muchos de los nuevos productores fracasen al ignorar el trabajo y preocupación que exige esta empresa; de ahí que los productores exitosos no teman la entrada al mercado de nuevos competidores, confiando en que no alcanzarán la competencia técnica adecuada, cosa que ha ocurrido en la mayoría de las experiencias.

c) Estabilidad en los volúmenes ofrecidos: Como se explicó con anterioridad, el huevo de codorniz no es consumido por la gran masa y su consumo no es habitual. Se dijo que es un producto consumido por personas del estrato socioeconómico medio alto, lo que consumen en la mayoría de los casos en forma ocasional, lo que implica una demanda relativamente estable; además, se indicó que el producto no se conoce realmente en el mercado y que lograr un mayor conocimiento por parte del consumidor requeriría una gran inversión en publicidad y comercialización en general, cosa que los actuales productores no estén en condiciones de solventar.

Otra cosa importante es que, dado los problemas de recursos financieros que poseen los productores, no es posible para ellos - aparentemente- realizar cualquier proyecto de inversión en general como, por ejemplo, proyectos de expansión productiva o innovaciones en el proceso productivo.

De ahí que los volúmenes de producción sean constantes y, por lo tanto, las cantidades ofrecidas en el mercado.

Oferta Potencial.

Actualmente, por la contracción económica y por otros factores como la falta de visión de nuevos mercados de los productores - que no es un problema coyuntural - los criaderos no están produciendo al máximo de su capacidad; sus volúmenes de producción podrían expandirse hasta prácticamente en un 100% según opiniones de los productores. Esto implica que existe potencialmente oferta para responder a cambios en la cantidad demandada o cambios positivos en la demanda total.

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

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

Relaciones públicas: Se crearan buenas relaciones con los supermercados, panaderías, sitios de comidas rápidas con el fin de crear una buena “imagen corporativa”.

Ventas personales: Se tendrán personas para realizar visitas a las familias y lugares públicos ofreciendo el producto persona a persona con el fin de enseñarles la importancia del huevo de codorniz.

Servicio al cliente: Se adoptara una actitud eficiente de servicio y atención a las peticiones, sugerencias, recomendaciones, reclamos de clientes, y demás personas; de tal manera que se ofrezca un estado de salubridad y sanidad de los huevos vendidos. Se dará como valor agregado recetas para incorporar en la dieta diaria de los consumidores.

LIMITES DE BEJUMA.

- **Norte:** Municipio Juan José Mora
- **Sur:** Municipio Tinaquillo (Estado Cojedes)

- **Este:** Municipio Naguanagua y Municipio Libertador (Estado Carabobo)
- **Oeste:** Municipio Montalbán y Municipio Miranda (Estado Carabobo) y el Municipio Nirgua (Estado Yaracuy)

GEOGRAFÍA.

Altura sobre el nivel del mar: 667 msnm

Temperatura promedio: 28 y 23 °C

Latitud: 10°10'22.34"N

Longitud: 68°15'32.36"O

Ríos principales: Bejuma y Chirgua los cuales pertenecen a la Hoya del Río Orinoco.

Recursos Agrícolas: cítricas, cereales, tubérculos.

Recursos Pecuarios: ganado vacuno, porcino y aves.

Recursos Forestales: árboles maderables, frutales cultivados y silvestres.