



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE
PICHINCHA**

**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE PICHINCHA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PROYECTO DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE TECNÓLOGO (A) EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA: “Estudio de factibilidad para la creación de un criadero
avícola en Inchalillo - Sangolquí y su comercialización en la parroquia**

La Ecuatoriana, al sur de Quito.”

AUTOR: Bryan Paúl Machay Marcillo

TUTOR: Econ. Diego Vinicio Andrade

QUITO – ECUADOR

FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO

(29/02/2019)

DEDICATORIA

El presente trabajo de Tesis, está dedicado especialmente a mis abuelos maternos por ser unas personas humildes y sencillas que quieren mi bienestar, quien con su amor, su cariño, me brindaron su apoyo constante e incondicional.

A mis padres:

“Paulina” quien con su amor me motivo a seguir estudiando y me enseñó los valores adecuados de la vida.

“Ramiro” quien es un ejemplo a seguir y querer ser igual o mejor que él.

“Teresa” la persona de gran corazón que sin ser su hijo me acepto como uno de ellos.

“Klever” la persona que me ha enseñado el respeto y el cariño que se debe brindar a una mujer.

A mi novia:

“Steffy” quien con su apoyo en las buenas y malas me da un aliento de no rendirme nunca.

Gracias por confiar en mí, gracias por haberme brindado el tiempo para mis estudios, sacrificando horas de diversión y unión familiar, ya que sin este sacrificio este sueño nunca se hubiera hecho realidad. Sencillamente, ustedes son la base de mi vida profesional y de mi razón de vivir.

Gracias...Mi triunfo es el de ustedes, ¡los amo con mi vida!

Bryan Paúl Machay Marcillo

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por mostrarme tantas veces su existencia y con ello darme fortaleza para seguir adelante en cada tropiezo.

A mis hermanos: Johann, Santiago y Steven quienes me impulsan a seguir adelante, que cada uno con sus locuras se convierten en los mejores hermanos del mundo.

A mis tíos/as: Cristina, Sthela, Patricia, Patricio, Germán, Edison, quienes me han brindado un plato de comida y con sus consejos he podido seguir adelante en mis estudios.

A mis abuelos: Carlos y Hortencia, por ser las personas pilares en el hogar, nos han enseñado lo importante de estar unidos en familia.

Mil palabras no bastarían para agradecerles mi apoyo, su comprensión, y sus consejos en los momentos difíciles, espero no defraudarlos y contar siempre con su valioso apoyo, sincero e incondicional.

Bryan Paúl Machay Marcillo

AUTORIZACIÓN DE LA AUTORIA INTELECTUAL

El documento de tesis con título **“Estudio de factibilidad para la creación de un criadero avícola en Inchalillo - Sangolquí y su comercialización en la parroquia La Ecuatoriana, al sur de Quito.”** ha sido desarrollado por Bryan Paúl Machay Marcillo con C.C. No. 1723010656 persona que posee los derechos de autoría y responsabilidad, restringiéndose la copia o utilización de esta tesis sin previa autorización.

Bryan Paúl Machay Marcillo

APROBACIÓN DE TUTOR

Yo, Economista. Diego Vinicio Andrade Andrade con C.C. No. 170852249-3, certifico que el señor Bryan Paúl Machay Marcillo C.C. No. 172301065-6, realizo la presente tesis con título **“Estudio de factibilidad para la creación de un criadero avícola en Inchalillo - Sangolquí y su comercialización en la parroquia La Ecuatoriana, al sur de Quito.”**, y que es autor intelectual del mismo, que es original, autentica y personal.

Econ. Diego Vinicio Andrade

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
AUTORIZACIÓN DE LA AUTORIA INTELLECTUAL	iv
APROBACIÓN DE TUTOR.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE FIGURAS	xiii
INTRODUCCIÓN	xv
TITULO	xvi
PROBLEMA.....	xvi
Antecedentes	xvi
Marco teórico	xix
Marco conceptual.....	xxi
Descripción del problema	xxii
Árbol de problemas y árbol de objetivos	xxiii
Árbol de problemas.....	xxiii
Árbol de objetivos.....	xxiv
Análisis de involucrados	xxiv
JUSTIFICACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO	xxvi
OBJETIVOS	xxvii

Objetivo General.....	xxvii
Objetivos Específicos	xxviii
DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	xxviii
Misión	xxix
Visión.....	xxix
Valores	xxix
Transparencia.....	xxix
Puntualidad.	xxx
Diferencia.....	xxx
Excelencia.....	xxx
Libertad.....	xxx
Responsabilidad.....	xxxi
Pasión.....	xxxi
Lealtad.	xxxi
CAPITULO I	1
ANÁLISIS DEL MERCADO Y ESTRATEGIA COMERCIAL.	1
1.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA	1
1.1.1 Segmentar el mercado total.....	1
1.1.2 Mercado objetivo	1
1.1.3 Estimación de la población referencial, potencial y demandante efectiva	2
1.1.3.1 Estimación de la población referencial.....	2

1.1.3.2 Población Potencial.....	2
1.1.3.3 Demanda efectiva	2
1.1.4 Estimación de la demanda del proyecto	3
1.1.5 Encuesta	4
1.1.5.1 Tabulación y análisis de la encuesta	4
1.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA	16
1.2.1 Análisis de los competidores	16
1.2.2 Determinación de la oferta.....	16
1.2.3 Estimación de la demanda insatisfecha	16
1.3 ANÁLISIS DE PRECIO.....	17
1.3.1 Determinación de precios sugeridos	17
1.4 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA Y COMERCIALIZACIÓN	18
1.4.1 Análisis de Porter.....	18
1.4.2 Estrategias de comercialización (4 p del mercado)	19
1.4.2.1 Producto	20
1.4.2.2 Precio	20
1.4.2.3 Plaza.....	21
1.4.2.4 Promoción.....	21
1.4.3 Presupuesto de publicidad: inicial y de mantenimiento.....	21
1.4.4 Cuadro del personal del área comercial requerido.....	22
1.4.5 Presupuesto de inversiones comerciales	23

CAPITULO II.....	24
ANÁLISIS TÉCNICO Y ADMINISTRATIVO	24
2.1 ANÁLISIS DE UBICACIÓN.....	24
2.1.1 Macro Localización.	24
2.1.2 Micro localización	25
2.1.3 Mapa de ubicación	25
2.2 PROCESO DE PRODUCCIÓN	26
2.2.1 Justificar la capacidad instalada.....	26
2.2.2 Maquinaria requerida	27
2.2.3 Descripción del proceso y flujograma de proceso	29
2.2.4 Materia prima o insumos requeridos	31
2.2.5 Detalle de inversiones de producción	32
2.2.6 Detalle del personal de producción.....	32
2.3 ANÁLISIS DE LA ORGANIZACIÓN	33
2.3.1 Organigrama propuesto.....	33
2.3.2 Modelo de Gestión de la empresa.....	33
2.3.2.1 Modelo de gestión empresarial de Henry Mintzberg.....	33
2.3.3 Detalle del personal administrativo	34
2.4 NORMATIVA LEGAL.....	35
2.4.1 Constitución de la empresa	35
2.4.2 Permisos y autorizaciones requeridas	35

2.4.2.1 Permisos.....	36
2.4.3 Resumen de inversiones legales	36
2.4.3.1 Permisos de funcionamiento municipales.....	36
2.4.3.2 Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos	37
2.4.3.3 Certificados dados por el ministerio de ambiente.....	37
2.4.3.4 Patente.....	37
2.4.3.5 Procedimiento de autorización de construcción	38
2.4.3.6 Análisis de impacto ambiental	39
CAPITULO III.....	43
ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO	43
3.1 SUPUESTOS DE EVALUACIÓN	43
3.2 PROYECCIÓN DE VENTAS	43
3.3 DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN REQUERIDA	44
3.4 PROYECCIÓN DE COMPRAS	45
3.5 REMUNERACIONES.....	46
3.6 DETALLE DE GASTOS DEL PROYECTO.....	46
3.7 PÉRDIDA Y GANANCIA	47
3.8 FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	48
3.9 ANÁLISIS DE RENTABILIDAD VAN Y TIR	49
3.10 PUNTO DE EQUILIBRIO	50
CONCLUSIONES	52

RECOMENDACIONES.....	53
ANEXOS	54
BIBLIOGRAFÍA	57

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Características de los involucrados	xxv
Tabla 2: Estrategias de involucrado.....	xxv
Tabla 3: Lugares donde compran los clientes.....	2
Tabla 4: Demanda efectiva	3
Tabla 5: Frecuencia de consumo	3
Tabla 6: Porcentaje de demandas	17
Tabla 7: Valores de demandas	17
Tabla 8: Precio estimado	17
Tabla 9: Precios de la competencia	21
Tabla 10: Presupuesto de publicidad de lanzamiento.....	21
Tabla 11: Inversión en mantenimiento publicitario.....	22
Tabla 12: Presupuesto de inversiones comerciales.....	23
Tabla 13: Consumo de alimentos para 1000 pollos.....	31
Tabla 14: Detalle de inversiones de producción.....	32
Tabla 15: Proyección de ventas	43
Tabla 16: Inversión requerida.....	44
Tabla 17: Proyección de compras.....	45
Tabla 18: Anexos de remuneraciones.....	46
Tabla 19: Gastos del proyecto	47
Tabla 20: Resultados de pérdida y ganancia.....	48
Tabla 21: Flujo de caja en USD.....	48
Tabla 22: Cálculo del VAN	49
Tabla 23: Cálculo de la TIR.....	50
Tabla 24: Punto de equilibrio	50

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Árbol de problemas.....	xxiii
Figura 2: Árbol de objetivos.....	xxiv
Figura 3: Logotipo del criadero "La Granja".....	xxviii
Figura 4: Fuerzas de Porter.....	19
Figura 5: Área comercial requerido.....	22
Figura 6: Ubicación del criadero La Granja	25
Figura 7: Comedero para pollos	27
Figura 8: Bebederos para pollos	27
Figura 9: Cocina	28
Figura 10: Peladora de pollos	28
Figura 11: Flujo de proceso.....	30
Figura 12: Organigrama propuesto.....	33
Figura 13: Punto de equilibrio.....	51

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Preferencia del cliente entre pollo y carne	5
Gráfico 2: Preferencia de carne de pollo para revender	6
Gráfico 3: Regalías en proveedores	7
Gráfico 4: Lugar de preferencia para comprar pollo	8
Gráfico 5: Frecuencia de compra de carne de pollo	9
Gráfico 6: Cantidad de pollo para revender	10
Gráfico 7: Marca y presentación específica.....	11
Gráfico 8: Precio de lb de carne de pollo	12
Gráfico 9: Preferencia al momento de comprar pollo completo.....	13
Gráfico 10: Aspectos importantes al momento de comprar	14
Gráfico 11: Disposición para futuro cliente.....	15

INTRODUCCIÓN

El presente estudio de factibilidad está orientado a la realización de un criadero de pollos, en el sector de Inchalillo-Sangolquí, producto que será comercializado en la parroquia La Ecuatoriana, al sur de Quito.

La carne de pollo está considerado como un producto de primera necesidad, su consumo se ha incrementado en los últimos años, situación atribuida a factores económicos, sociales y de salud; por ser una carne blanca, con menor contenido de grasas saturadas en comparación con los demás cárnicos, y un alto nivel proteínico.

En el presente proyecto, hablaremos sobre los efectos que tienen los químicos aplicados en los pollos para su comercialización, y el cómo perjudica en la salud de los seres humanos.

TITULO

Estudio de factibilidad para la creación de un criadero avícola en Inchalillo - Sangolquí y su comercialización en la parroquia La Ecuatoriana, al sur de Quito.

PROBLEMA

La comercialización de pollos inyectados con sustancias químicas, genera la necesidad de ofertar pollos alimentados con productos 100% naturales

Antecedentes

La producción avícola en el país en forma tecnificada comienza en el Ecuador a mediados del siglo anterior, una empresa pionera en este campo es PONACA.

“PRONACA inició sus operaciones en 1957. En esa época el nombre de la empresa era INDIA y se dedicaba a la importación y distribución de insumos agropecuarios y de artículos para la industria textil” (Basantes, 2011).

“En 1965 se creó INCA Incubadora Nacional C.A. Así empezó el proceso de incubación de manera tecnificada. En agosto de este año, nacen los primeros pollitos nacionales y con ello se termina la importación de pollitos de un día. Nace INDAVES, con el objetivo de producir huevos de manera comercial, en 1974” (PRONACA, 2019). Finalmente, en 1979

se fundó la empresa procesadora de aves, PRONACA, que en 1999 cambió su denominación a Procesadora Nacional de Alimentos C.A.

Además, se crea SENACA, bajo el paraguas de la firma y se dedica a la producción y a la comercialización de maíz, materia prima para el alimento balanceado de la población avícola. Hoy la firma tiene 53 años y 8000 productos que se comercializan bajo 26 marcas. (PRONACA, 2019).

El incremento demográfico de la población y las necesidades nutricionales han cambiado, es por ello que mucha gente prefiere comer pollo por ser más saludable o simplemente por dieta, por la cantidad elevada de proteínas y su bajo contenido en grasa.

En la actualidad se puede observar que se han incrementado los negocios (restaurantes, asaderos, fast food, tercenos, etc.) donde se comercializa pollos, sea por su bajo costo a diferencia de los demás cárnicos.

Sin embargo, según estudios e investigaciones de mercadeo, se ha podido comprobar que se está comercializando pollos que contienen compuestos químicos que perjudican la salud del ser humano:

TRIAZINAS: Para que el pollo se vea amarillo y la gente crea que es de campo.

Afecta al ser humano porque es un plaguicida nitrogenado y las hormonas o los otros compuestos resultan cancerígenos que pueden alterar el ADN del individuo, además pueden

causar dermatitis en la piel, edema pulmonar y alteraciones visuales, también son empleados como colorantes reactivos.

DIETILESTILBESTROL: Para que el pollo engorde, hay dos técnicas:

Primera. - Inyectar hormonas, tales como dietilestilbestrol que afectan la tiroides del pollo para que engorde rápidamente, los mantienen en lugares muy reducidos para que no camine ni se esfuerce, el agua y el maíz debe estar cerca para que la hormona funcione con éxito, (técnica costosa usada por grandes empresas).

Las hormonas resultan cancerígenas y pueden alterar el ADN de las personas, originando enfermedades genéticas y cáncer.

Segunda. - Colocar proteínas provenientes de alimentos tales como tortas de soya, harinas de pescado, sangre y carne. Las proteínas generalmente están mezcladas con antibióticos, ionóforos, que es un antibiótico animal, donde se encuentra el lasalocid, salinomicina y narasina, que pueden volver a los seres humanos resistentes a los antibióticos, por lo que las bacterias pueden llegar a mutar, también se pueden producir reacciones alérgicas e incluso puede hacer que una persona desarrolle diarreas debido a la falta de bacterias beneficiosas que ayudan a digerir bien los alimentos. (Loerch, 1998)

El progreso en relación con el rendimiento de las aves, se basa fundamentalmente en una intensa actividad de investigación en las áreas de genética, nutrición, sanidad y en del entendimiento de las relaciones de estos factores a través del manejo en la producción de estos animales (Bustos, 2007)

Marco teórico

Estudio de factibilidad

Según el Diccionario de la Real Academia Española (2017) “La Factibilidad es la cualidad o condición de factible, que se puede hacer”.

La idea principal que plantea Santos (2008) es que “El estudio de factibilidad de cierta manera es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran”.

“Se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso” (Varela, 2001)

Criadero avícola

“Después de la primera semana, se hace necesarios algunos cuidados aún hablando de manejo inicial. Eso se pasa porque el pollito solamente se convierte en pollo con 21 días de vida y su aparato fisiológico está en formación hasta esta edad.

Entre las principales necesidades del pollo desde los 7 hasta los 21 días, tenemos la formación del sistema cardiorrespiratorio y el sistema esquelético, ya que órganos digestivos e inmunológicos tuvieron su formación básica en la primera semana de vida.

Después de esta fase, es importante tener idea que el pollo se convierte en otro animal, con necesidades muy distintas de aquellas que tenemos en las tres primeras semanas de vida, por eso, la manera como trabajamos con esos animales también debe ser distinta.” (Briganó, 2016)

“La producción animal forma una parte integral de la cadena de alimentación humana con el sector pecuario, que actualmente cuenta con el 13 % de las calorías y el 28% de la proteína consumida diariamente. Es verdad que muchos de estos nutrientes no podrían estar disponibles al hombre si no fuera por el aporte de los rumiantes en pastoreo, éstos tienen la habilidad de convertir pasto indigestible en algo que nosotros los humanos podemos consumir.

Aunque cada vez más la carne, pescado, huevos y productos lácteos que consumimos dependen de la conversión de cultivos y cosechas en productos animales. Más ampliamente, la agricultura lo ha hecho bien. El precio de los alimentos, en términos reales, ha caído un 50% los últimos 50 años y para muchos países desarrollados la escasez ha dado paso a la saciedad. Como resultado, para mucha gente, el alimento está disponible a voluntad originando sobreconsumo, obesidad y desperdicio de comida” (McMohan, 2009)

Marco conceptual

Criadero. - Lugar acondicionado para la cría de animales

Oferta.- La oferta es la cantidad de productos o servicios ofrecidos en el mercado.

Demanda. - La demanda es la cantidad de bienes o servicios que los compradores intentan adquirir en el mercado.

Demanda insatisfecha. - Cuando la oferta no cubre los requerimientos del mercado, es decir la Demanda es mayor que la Oferta

Triazinas. - son un grupo de plaguicidas que se emplean para combatir las malas hierbas en la agricultura intensiva. Desde el punto de vista químico, son derivados heterocíclicos del nitrógeno.

Dietilestilbestrol. - A nivel celular los estrógenos aumentan la síntesis de ADN, ARN y de diversas proteínas. También aumentan la masa hipofisiaria.

Factible. - es lo probable, en el sentido de que existen probabilidades o posibilidades de concretarlo

Segmentación. - Para nombrar a la división de éste en conjuntos más pequeños cuyos integrantes comparten determinadas características y requerimientos.

Presupuesto. - Cálculo anticipado del coste de una obra o un servicio

Producción. - Fabricación o elaboración de un producto mediante el trabajo.

Salud. - Estado en que un ser u organismo vivo no tiene ninguna lesión ni padece ninguna enfermedad y ejerce con normalidad todas sus funciones.

Descripción del problema

En el 2019 se escucha que hay mucha demanda de productos que contienen químicos u otras sustancias con el fin de mejorar su calidad, pero que a su vez perjudican a la salud del ser humano, en el caso de los pollos que es el tema a tratar, utilizan sustancias para darle al pollo ese color amarillento que trata de aparentar ser un pollo de campo (triazinas); es decir son criados con granos como el maíz, arroz o afrecho, por ende se demora más tiempo en criar y son más costosos, y los pollos blancos que se consumimos usualmente son criados con balanceado, pero a estos adicionan un químico (dietilestilbestrol) para que se vea más voluptuosos y sean vendidos con mayor facilidad al público en general.

Es por eso que buscaremos una solución a esta problemática, produciendo un producto que sea 100% natural y brindar a nuestros consumidores una satisfacción de alimentarse sanamente.

Árbol de problemas y árbol de objetivos

Árbol de problemas

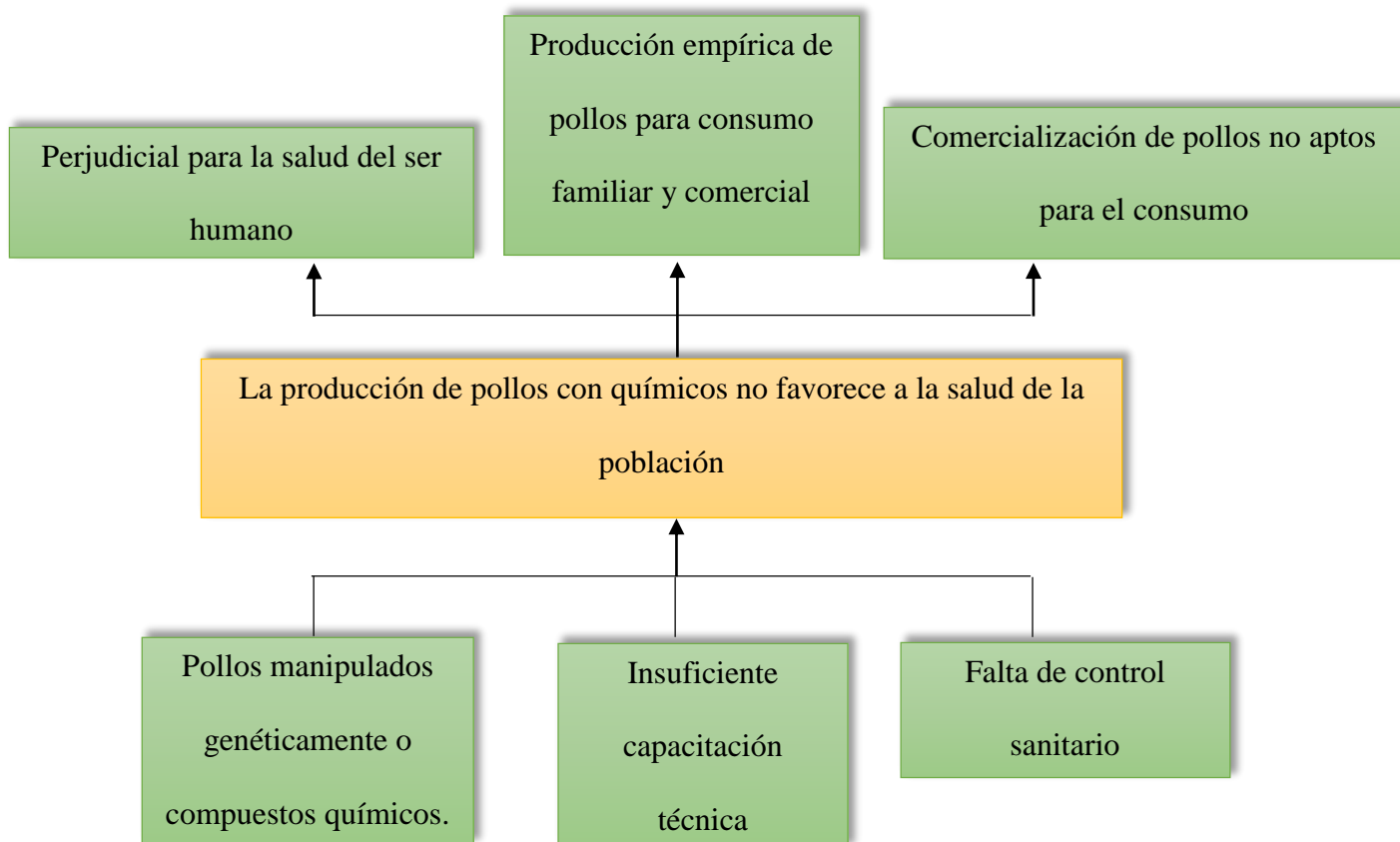


Figura 1: Árbol de problemas

Elaborado por: Machay Bryan

Árbol de objetivos

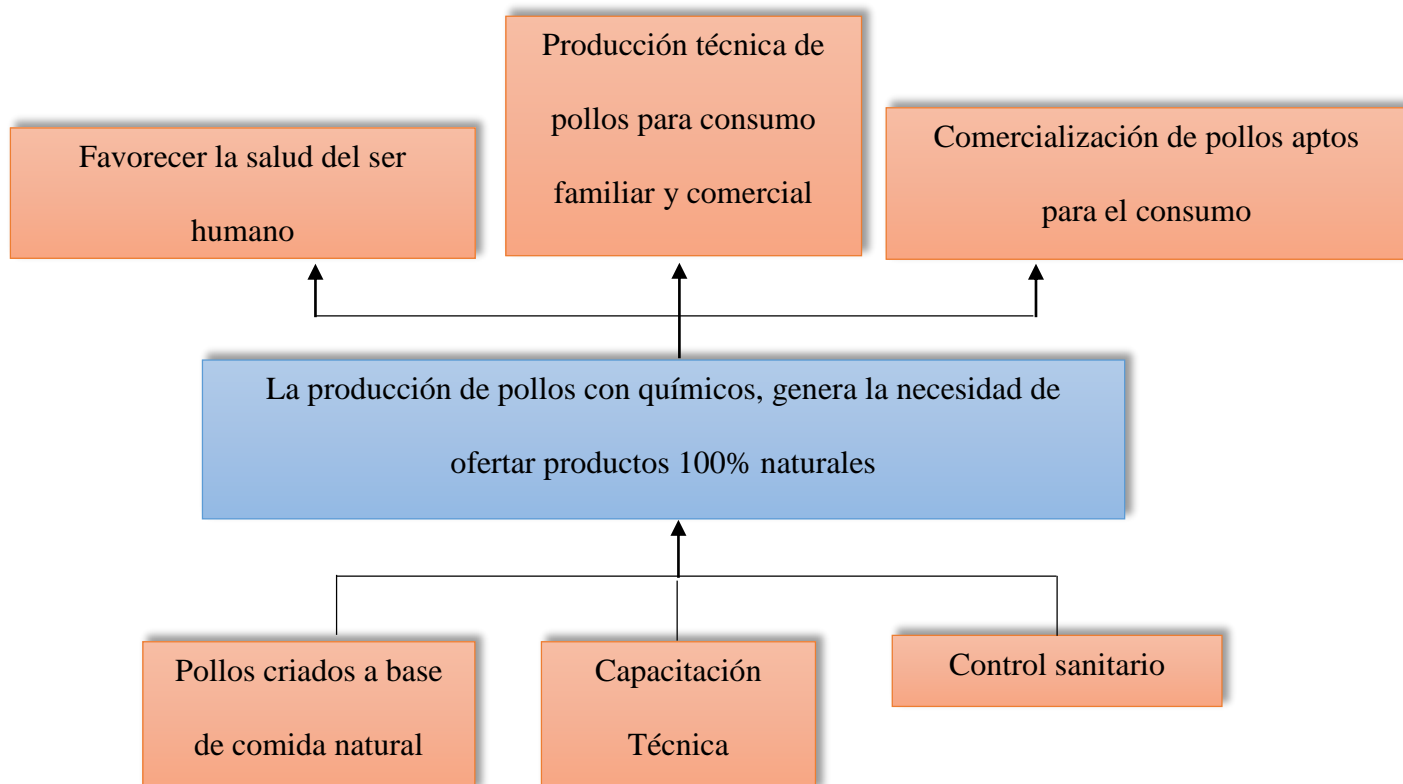


Figura 2: Árbol de objetivos

Elaborado por: Machay Bryan

Análisis de involucrados

Involucrados

- ✓ Clientes
- ✓ Proveedores
- ✓ Empleados
- ✓ Los vecinos
- ✓ Transportistas

Caracterizamos los involucrados

Tabla 1: Características de los involucrados

Grupos	Intereses	Problemas percibidos	Recursos
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> - Servicio post venta de calidad - Producto más económico y 100% natural. 	<ul style="list-style-type: none"> - Productos con químicos injertados - Precios elevados 	<ul style="list-style-type: none"> - Dinero - Colocación de quejas y reclamos
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> - Participación en el mercado - Recibir los pagos acordados a tiempo. 	Ninguno	<ul style="list-style-type: none"> - Contrato Acuerdo de nivel de servicio - Cancelación del contrato
Empleados	<ul style="list-style-type: none"> - Estabilidad laboral - Capacitación 	<ul style="list-style-type: none"> - Incumplimiento de horarios 	<ul style="list-style-type: none"> - Cumplimiento de normas
Vecinos	<ul style="list-style-type: none"> - Que no afecte su bienestar 	<ul style="list-style-type: none"> - Impacto ambiental - Olores - Basura 	<ul style="list-style-type: none"> - Respeto a los derechos de los demás
Transportistas	<ul style="list-style-type: none"> - Fuente de empleo 	<ul style="list-style-type: none"> - La puntualidad 	<ul style="list-style-type: none"> - Licencia profesional

Elaborado por: Machay Bryan

Tabla 2: Estrategias de involucrado

Grupos	Estrategias
Clientes	Informar la clase de producto que van a consumir y el precio establecido
Proveedores	Informar de los cambios que se adelanten durante el proceso para garantizar la continuidad del servicio recibido
Empleados	Motivación laboral y capacitación
Vecinos	Garantizar la limpieza continua
Transportistas	Incentivos mensuales por puntualidad

Elaborado por: Machay Bryan

JUSTIFICACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

La carne de pollo está considerada como un alimento de alto contenido nutricional, comparado con otros cárnicos, la carne de pollo es bajo en colesterol, calorías y grasa, provee una gran cantidad de proteínas y, es la mejor opción para el consumidor.

La importancia de desarrollar este tema, es para que los consumidores del sector tengan un respaldo del producto que van a consumir y sin químico alguno que vaya a perjudicar su salud o el de su familia.

Para solucionar esta problemática, es necesario cumplir con las normas higiénicas y de salubridad, a los pollos suministrar una alimentación adecuada libre de químicos, contar con un cronograma de vacunas, supervisar a diario los pollos y la superficie donde circundan para evitar posibles enfermedades, los enemigos principales para el sector avícola es la influenza aviar y virus de Newcastle, este virus no afecta al ser humano, animales domésticos o silvestres; estos virus pueden ser transportados por el ser humano en el cabello, en las uñas es por eso que tendríamos que crear duchas de desinsectación, utilizar equipamiento adecuado como uniformes, botas, para el cuidado de los pollos. Los encargados de los cuidados y alimentación de los pollos deberán guardar bitácoras diarias lo que permitirá obtener producto de calidad y satisfacer los gustos y preferencias de los clientes.

Sangolquí, también conocida como San Juan Bautista de Sangolquí; cabecera cantonal del Cantón Rumiñahui, es una ciudad principalmente turística, sector muy comercial,

considerada la segunda urbe más grande y poblada de la Provincia de Pichincha, donde podemos encontrar una gran variedad gastronómica, por su tradición se degustan caldos de gallina, yahuarlocro, fritada, cuyes asados, tortillas con caucara, librilla, ville, menudo con mote, chicha de jora, entre otros.

En la zona podemos encontrar centros comerciales como el San Luis Shopping el Hipermarket, escuelas, colegios y Universidades como la Escuela Politécnica del Ejército (ESPE).

Inchalillo, es un barrio que pertenece a la parroquia de Sangolquí, un sector rodeado de un exquisito entorno natural. Está a solo 10 minutos de Sangolquí, por su situación geográfica Inchalillo es un sector agropecuario, propicio para criaderos avícolas y piscicultura.

Con la consecución del presente proyecto aportaríamos al desarrollo del sector de Inchalillo, creando fuentes de trabajo (trabajadores, veterinarios, choferes, distribuidores, comerciantes, etc.) y aportando al desarrollo del país y de la comunidad al servir pollos de gran calidad y 100 % natural.

OBJETIVOS

Objetivo General

Para crear un criadero de pollos, realizar un estudio de factibilidad en el sector de Inchalillo–Sangolquí y distribuirlos en la parroquia La Ecuatoriana, al sur de Quito.

Objetivos Específicos

- Recopilar información bibliográfica que fundamente el desarrollo adecuado al criadero avícola para poder dar solución alguna a cualquier inconveniente.
- Realizar una investigación de mercado que determine las necesidades de los clientes para poder satisfacer sus gustos y preferencias.
- Determinar si el negocio es viable y rentable para la creación del criadero avícola.
- Definir un modelo de negocio y esquema administrativo para la puesta en marcha al criadero

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA



Figura 3: Logotipo del criadero "La Granja"

Elaborado por: Machay Bryan

Misión

Somos una organización dedicada a criar y comercializar pollos, brindando satisfacción a nuestros clientes de consumir alimentos 100% naturales y buenos para su salud.

Visión

Ser líderes en el mercado con respecto a criadero y distribución de pollos en la Provincia de Pichincha.

Valores

Para el adecuado funcionamiento de la organización, es necesario establecer valores y principios que rijan el comportamiento del personal y de los directivos de la empresa, entre éstos se consideran:

Transparencia.

En un entorno social donde cada vez es menos frecuente, dentro de nuestros valores empresariales podemos integrar la transparencia hacia nuestro equipo y hacia nuestros clientes. Transparencia implica confianza y las relaciones humanas, incluidas las comerciales, se forjan con confianza.

Puntualidad.

El tiempo es dinero, y la gente cada vez valora más el suyo. No solo es importante tenerlo en cuenta para nuestro equipo y su hora de llegada a su trabajo, sino también en otras situaciones que afectan directamente al cliente potencial, como las reuniones de venta; al cliente actual, como los envíos y plazos de entrega; e incluso a nuestro equipo, como el pago de facturas y nóminas.

Diferencia.

¿Qué aportamos que no aporte nuestra competencia? La respuesta a esta pregunta será clave para que los clientes potenciales quieran comprarnos y para que haya personas con talento dispuestas a trabajar con nosotros.

Excelencia.

La calidad llevada al máximo, eso es la excelencia. Si nos exigimos lo mejor, podremos dar lo mejor. Y que un cliente y un empleado vean que les ofrecemos algo excelente les impulsará a quedarse con nosotros.

Libertad.

Sobre todo hacia nuestro equipo. Las personas creativas son cada vez más valiosas para una empresa, pero exigen libertad de pensamiento y de creación de ideas. Si no se la ofrecemos, nos abandonarán.

Responsabilidad.

Tanto en la vertiente social como en la ecológica, si demostramos ser responsables con la sociedad y el medio ambiente, haremos ver que no nos interesan únicamente los beneficios económicos.

Pasión.

Este valor está directamente ligado al anterior, pero implica una mayor fuerza. Cuando alguien se muestra apasionado con su trabajo y con lo que hace, contagia esa pasión y esa energía a los demás. Si nuestra empresa les transmite a su equipo y sus clientes dicha pasión, ellos también se sentirán así.

Lealtad.

Si nos mostramos leales y fieles con nuestro equipo y nuestros clientes, ellos nos devolverán esa fidelidad. El impulso de reciprocidad está insertado en la naturaleza humana desde sus orígenes,

CAPITULO I

ANÁLISIS DEL MERCADO Y ESTRATEGIA COMERCIAL.

1.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1.1.1 Segmentar el mercado total

Para la comercialización de pollos, decidimos segmentar el mercado de la población.

Geográficas. - Parroquia La Ecuatoriana, al sur de Quito.

Demográficas. - Mujeres y hombres que conforman hogares de 2 personas en adelante.

Psicográficas. - Personas que les interesa cuidar su salud, consumen productos frescos que conservan sus propiedades.

De Conducta. - Personas que están dispuestas a consumir productos naturales.

1.1.2 Mercado objetivo

Una vez que hemos segmentado el mercado total decidimos que el mercado objetivo al cual vamos a dirigir nuestro producto estará conformado por negocios que se dedican a la comercialización de cárnicos (Tiendas, tercenas, restaurantes y vecinos del lugar) como intermediarios para satisfacer las necesidades de las familias de los sectores

1.1.3 Estimación de la población referencial, potencial y demandante efectiva

1.1.3.1 Estimación de la población referencial

Los clientes objetivos vendrían a ser los intermediarios que compran y distribuyen el pollo en la zona de La Ecuatoriana, la cantidad estimada es de 800 tiendas o tercenas que se encuentran en la parroquia.

Según los datos arrojados en la encuesta que realizamos son los siguientes:

Tabla 3: Lugares donde compran los clientes

Compran pollo en Supermercado	23,90%
Compran pollo en Mercados Populares	44,90%
Distribuidores	24,60%
Otros	6,60%

Elaborado por: Machay Bryan

1.1.3.2 Población Potencial

El mercado potencial sería los intermediarios que compran en los Mercados Populares, que es un 44.9% o 460 tiendas o tercenas.

1.1.3.3 Demanda efectiva

Según la encuesta realizada nos arroja los siguientes datos:

Tabla 4: Demanda efectiva

Dispuestos a ser nuestros futuros clientes	93,50%
No les interesa	6,50%

Elaborado por: Machay Bryan

Que sería un total de 430 intermediarios (tiendas y tercenas) que están dispuestos a ser nuestros futuros clientes.

Tabla 5: Frecuencia de consumo

2	pollos*semana
*52	semanas del año
=104	pollos al año
*430	intermediarios
44.720	DEMANDA EFECTIVA

Elaborado por: Machay Bryan

Aspiramos cubrir 6.000 pollos al año, que nos da un total del 13,42% de la Demanda Efectiva.

1.1.4 Estimación de la demanda del proyecto

Demanda. - Es la cantidad de bienes o servicios que los compradores intentan adquirir en el mercado. La presente investigación tendrá como un universo la parroquia La Ecuatoriana sector Martha Bucaram y se estima unas 800 tiendas y tercenas en donde podríamos comercializar nuestro producto, y se aplicará la siguiente fórmula para el muestreo.

$$n = \frac{N * PQ}{\left[N - 1 \left(\frac{E^2}{K^2} \right) \right] + PQ}$$

N= Población o Universo

n= Muestra

PQ= Cuartil 0.25

$E^2 =$ Margen de error 6%

$K^2 =$ Constante 2^2

$$n = \frac{800 * 0.25}{\left[(800 - 1) \left(\frac{0.06^2}{2^2} \right) \right] + 0.25}$$

$$n = \frac{200}{\left[(800 - 1) \left(\frac{0.0036}{2^2} \right) \right] + 0.25}$$

$$n = \frac{200}{[(799)(0.0009)] + 0.25}$$

$$n = \frac{200}{0.9691}$$

$$n = 206.3$$

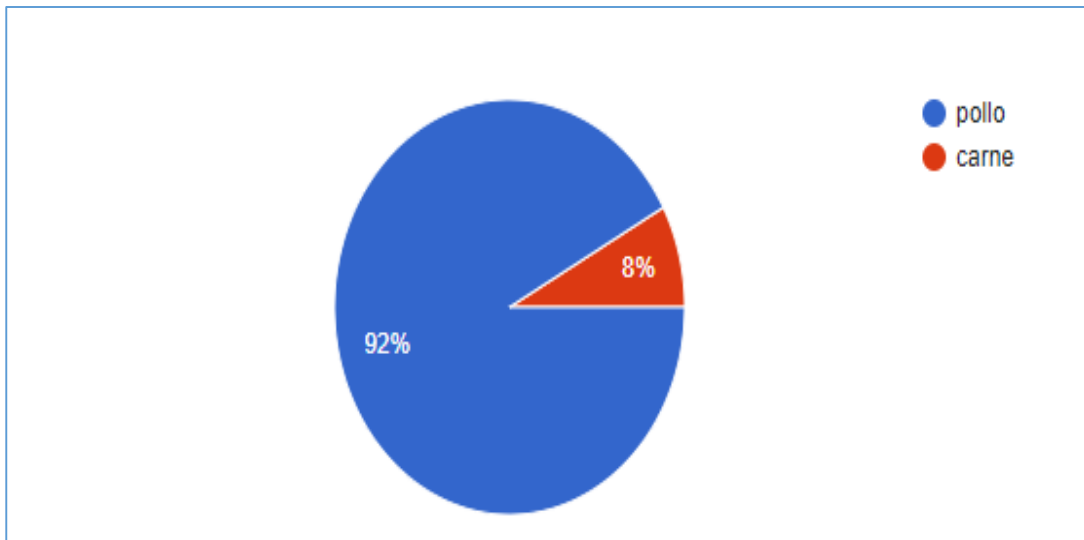
Según la fórmula del muestreo tendremos que realizar 206.3 encuestas en las diferentes tiendas y terceras

1.1.5 Encuesta

La herramienta que se decidió utilizar para la recolección de los datos consiste en una encuesta (ver anexo 1), que ha sido diseñada con el fin de que se pueda obtener la información necesaria para la investigación. Las preguntas se han establecido de acuerdo a las necesidades de información anteriormente citadas, para lo que se ha decidido plantear preguntas cerradas que permitan obtener respuestas certeras por parte de los encuestados

1.1.5.1 Tabulación y análisis de la encuesta

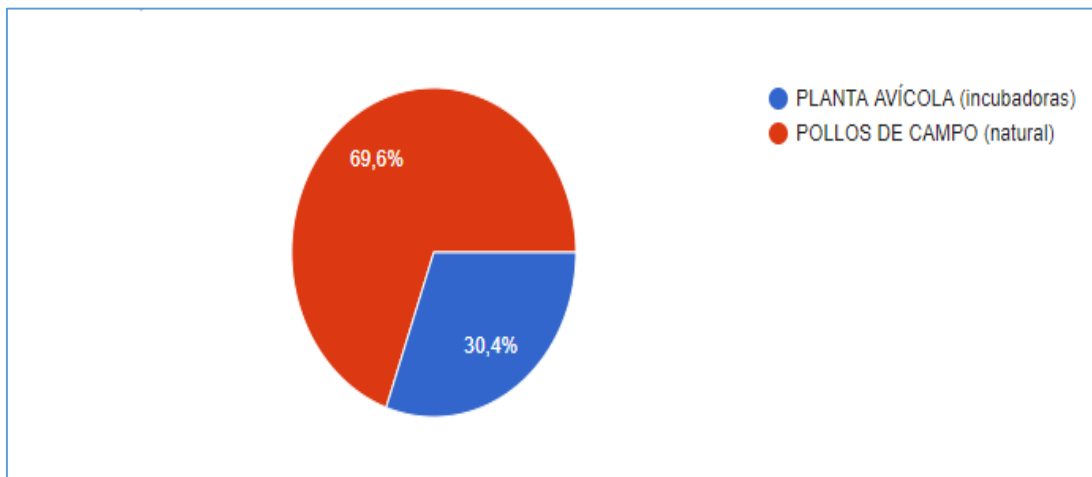
A continuación se muestra los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta de cada pregunta se obtiene gráficos y su análisis respectivo.

PREGUNTA 1: ¿Qué le compran más?**Gráfico 1:** Preferencia del cliente entre pollo y carne

Elaborado por : Machay Bryan

Análisis

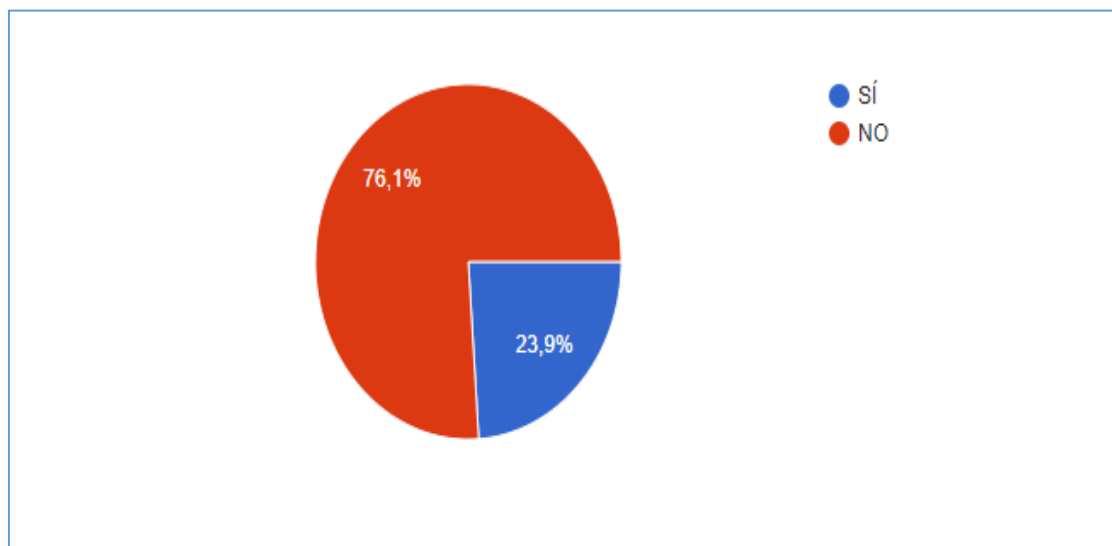
Los clientes que compran pollo son un 92%, sin embargo un 8% compran carne de res. A través de esta pregunta se permite analizar que es muy factible el criadero La Granja, debido a que, las personas consumen en mayor cantidad la carne de pollo.

PREGUNTA 2: ¿Usted qué clase de carne de pollo prefiere comprar para revender?**Gráfico 2:** Preferencia de carne de pollo para revender

Elaborado por : Machay Bryan

Análisis

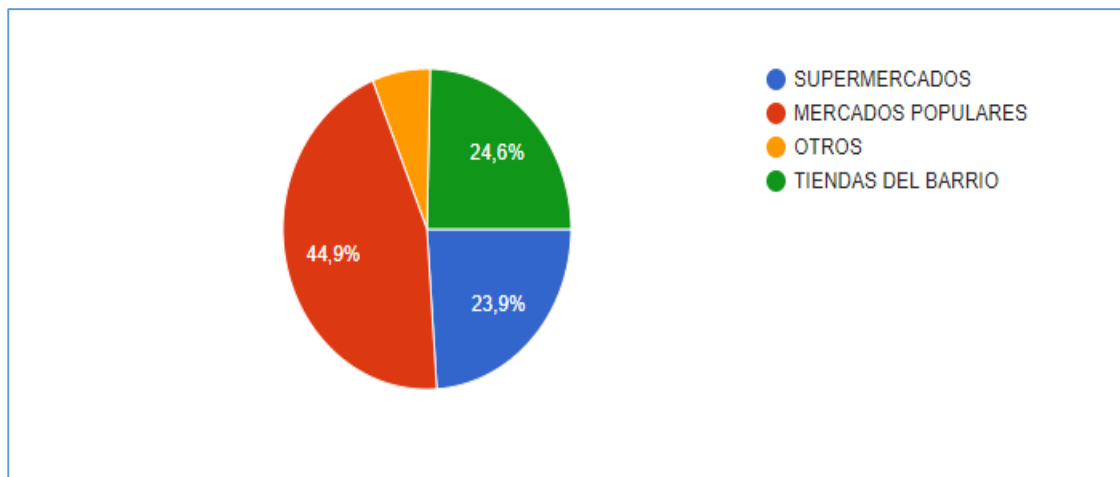
Las personas encuestadas aseguran que prefieren comprar carne de pollo de campo para revender en un 69,6% y en un 30,4% prefieren revender carne de pollo que provenga de planta avícola. Por lo tanto, se puede establecer que existe una gran acogida para los pollos de campo.

PREGUNTA 3: ¿Recibe regalías por parte de sus proveedores?**Gráfico 3:** Regalías en proveedores

Elaborado por : Machay Bryan

Análisis

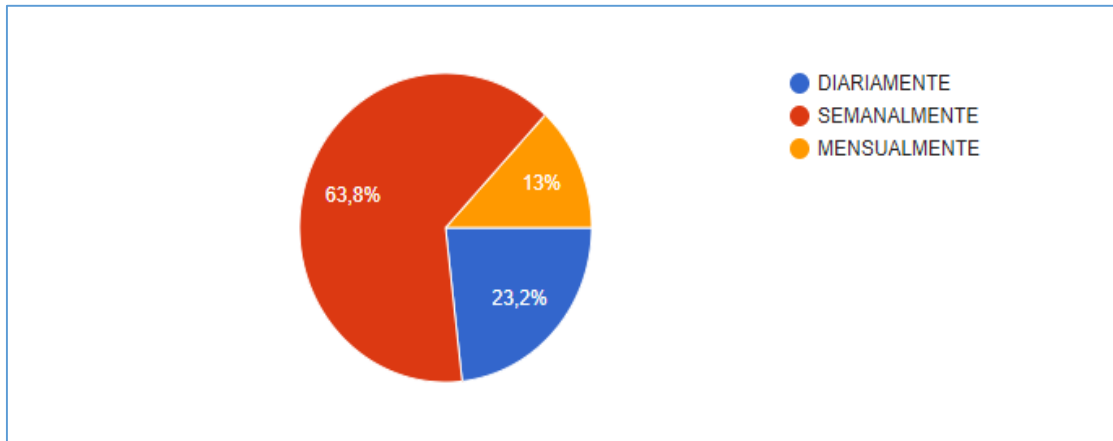
La mayor parte de personas con un 76,1% afirma que no ha recibido por parte de sus proveedores ninguna regalía, seguido por un 23,9% que si han recibido. Por lo que se considera que es rentable ya que, en poquisimos casos el proveedor estaría dispuesto a realizar algun tipo de regalía.

PREGUNTA 4: ¿En qué lugar usted adquiere carne de pollo?**Gráfico 4:** Lugar de preferencia para comprar pollo

Elaborado por : Machay Bryan

Análisis

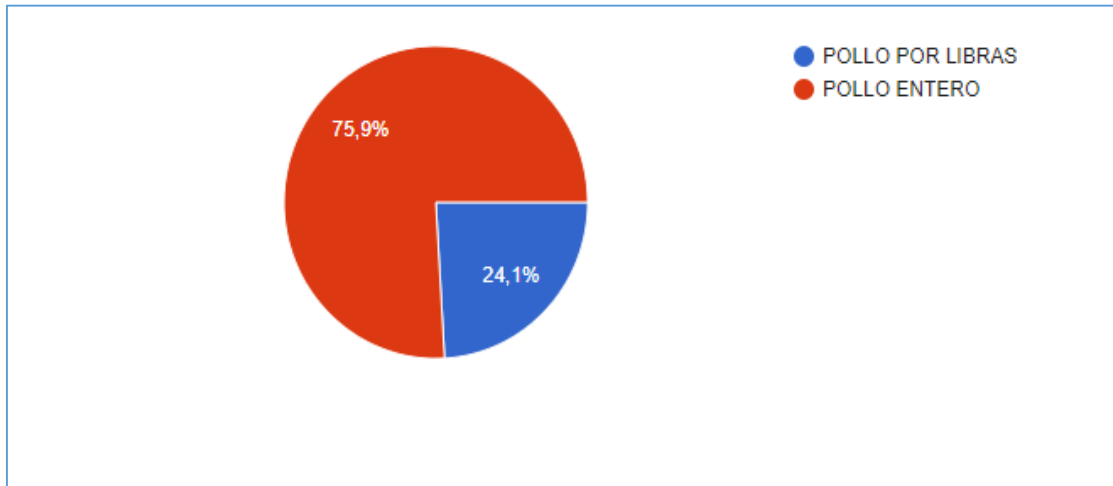
Las personas encuestadas realizan sus compras de carne de pollo en un 44,9% en mercados populares y en segundo lugar en los distribuidores en un 24,6%. Por lo tanto, se determina que en los mercados populares hay mayor acogida, debido al precio y porque existe mejor disponibilidad y en los distribuidores porque se encuentran cerca de los diferentes hogares de los clientes.

PREGUNTA 5: ¿Con qué frecuencia usted adquiere carne de pollo para su local?**Gráfico 5:** Frecuencia de compra de carne de pollo

Elaborado por : Machay Bryan

Análisis:

La mayor parte de personas compran semanalmente carne de pollo con un 63,8% mientras los que compran diariamente con un 23,2%. Esto se puede considerar como punto importante al momento de realizar marketing, puesto que, de esta forma se puede saber en que momento del mes se puede ofrecer promociones y descuentos.

PREGUNTA 6: ¿Qué cantidad de carne de pollo comprar usted para revender?**Gráfico 6:** Cantidad de pollo para revender

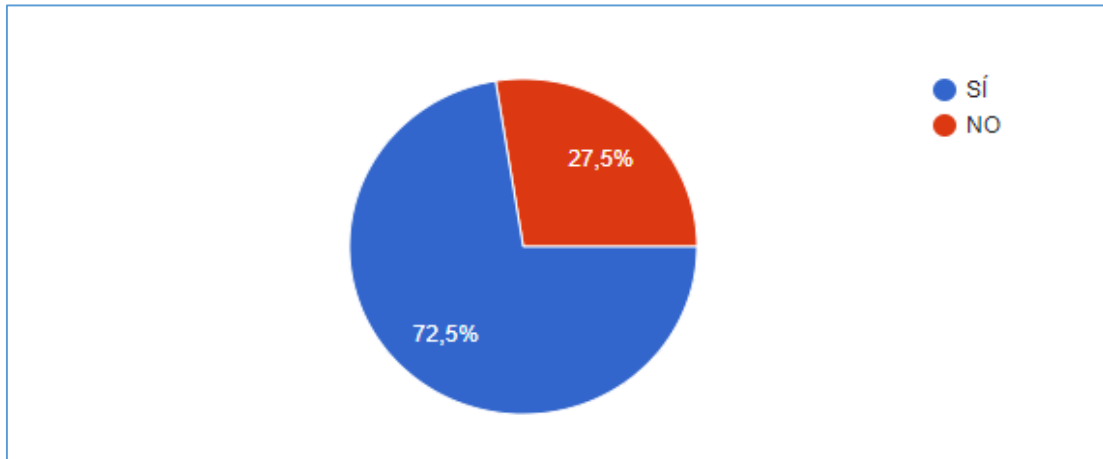
Elaborado por : Machay Bryan

Análisis:

Con un 75,9% las personas encuestadas afirman que compran pollo entero para revender, sin embargo con un 24,1% certifican que compran el pollo por libras para revender. Se puede concluir que los vendedores compran pollo entero, debido a que, les sale más económico y pueden comprar al por mayor.

PREGUNTA 7: ¿Le gustaría a usted que la carne de pollo que adquiere en el mercado tenga una marca y presentación específica?

Gráfico 7: Marca y presentación específica



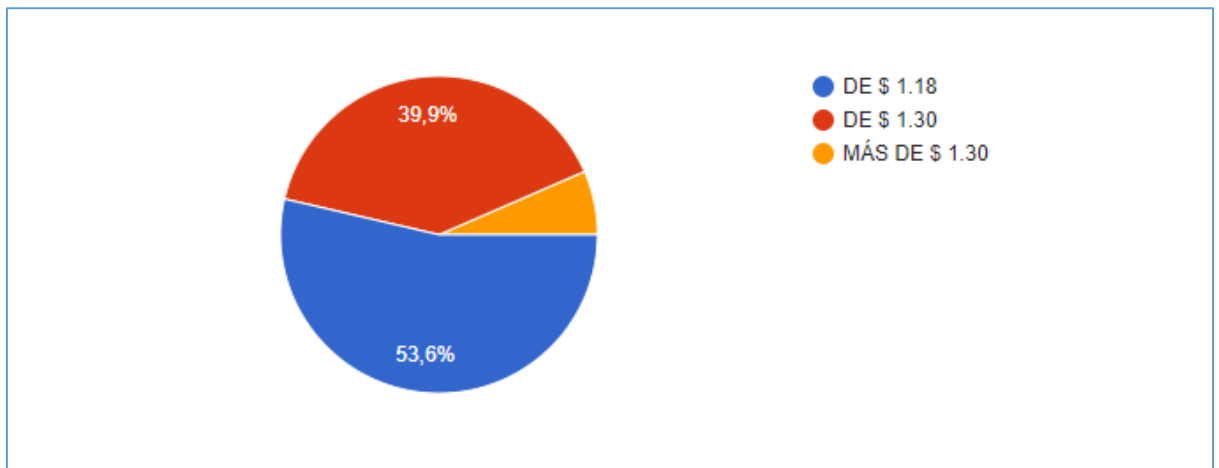
Elaborado por : Machay Bryan

Análisis:

A la mayoría de las personas encuestadas muestran interés para que el pollo que se adquiere en el mercado disponga de marca y presentación específica con un 72,5%, por otro lado, con un 27.5% las personas no estarían de acuerdo. A los clientes les agrada la idea, ya que, de esta forma saben que marca es la que llevan frecuentemente al local o a su hogar, y podrían investigar más acerca de la marca

PREGUNTA 8: ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar usted por una libra de carne de pollo?

Gráfico 8: Precio de lb de carne de pollo



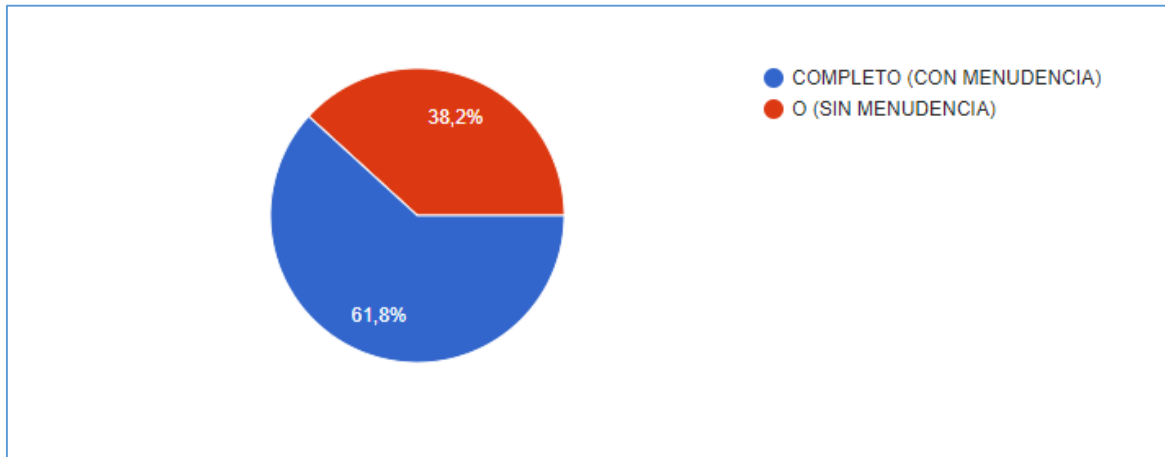
Elaborado por : Machay Bryan

Análisis:

En cuanto a la decisión de cuanto estaría dispuesto a pagar por la lb de carne de pollo se obtiene un 53,6% a la cantidad de \$1.18, y con un 39,9% las personas pagarían un precio de \$1.30. Por lo que podemos llegar a la conclusión de que el precio menor siempre tiene mayor demanda por parte del cliente.

PREGUNTA 9: ¿Cuándo usted adquiere un pollo completo cómo le gustaría que se lo entreguen?

Gráfico 9: Preferencia al momento de comprar pollo completo



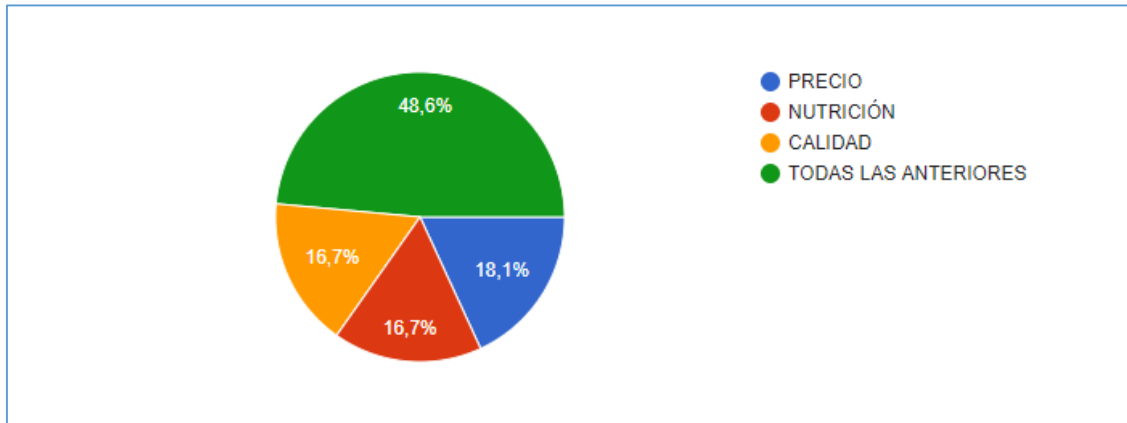
Elaborado por : Machay Bryan

Análisis:

El pollo completo con menudencia es el que más le agrada al cliente al momento de comprar pollo completo y se observa con un porcentaje de 61,8%, y con un 38,2% las personas prefieren sin menudencia. Se considera que a las personas prefieren adquirir pollo completo con menudencia, debido a la cantidad de proteínas que éstas poseen, por ello, se considera indispensable tener pollos completo con menudencia a la venta.

PREGUNTA 10: ¿Cuál es la razón por la que se inclina sus clientes a comprar carne de pollo?

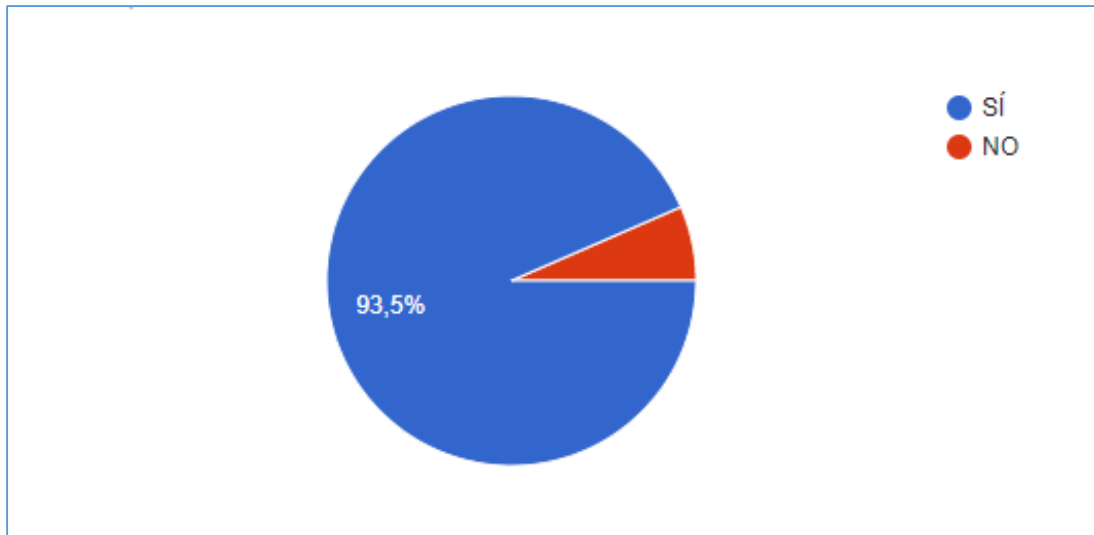
Gráfico 10: Aspectos importantes al momento de comprar



Elaborado por : Machay Bryan

Análisis:

Las personas encuestadas tienen como aspecto importante considerar precio, nutrición y calidad antes de realizar sus respectivas compras, por lo tanto, es de vital importancia que el criadero La Granja se caracterice por tener las tres características antes mencionadas, debido a que, las personas deciden por la compra en determinado lugar en base a estos factores.

PREGUNTA 11. ¿Estaría dispuesto a que le tomé en cuenta como mi futuro cliente?**Gráfico 11:** Disposición para futuro cliente

Elaborado por : Machay Bryan

Análisis

De las personas que se realizó la encuesta el 93,5% muestra interés para ser el futuro cliente del criadero La Granja, por lo que, se considera que siempre se va a estar con promociones y descuentos para que de esta manera ganar a diario mayor cantidad de clientes.

1.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA

1.2.1 Análisis de los competidores

En la Parroquia La Ecuatoriana encontramos competidores de grandes empresas como es el Tía Express y Santy Tienda en los que se comercializan pollos de calidad como los de Pronaca, pero la ventaja es que las personas de este sector ya mencionado prefieren comprar pollos más baratos que los encuentran en los mercados populares, y es ahí cuando nuestro producto tendría una gran acogida, ya que cuenta características de calidad y un precio cómodo, que serán estas las causales para que el consumidor prefiera adquirir el producto en los diferentes puntos de comercialización como las tiendas y tercenas donde encontrarán nuestro producto

1.2.2 Determinación de la oferta

El criadero “La Granja” tiene como objetivo ofertar 500 pollos mensualmente con un total de 6000 pollos anuales en los diferentes puntos donde se comercializará dicho producto

1.2.3 Estimación de la demanda insatisfecha

Según la encuesta realizada en las diferentes tiendas y tercenas de la Parroquia La Ecuatoriana, nos indica que:

Tabla 6: Porcentaje de demandas

Demanda insatisfecha	93,50%
Demanda satisfecha	6,50%

Elaborado por: Machay Bryan

De las 460 tiendas y tercenas

Tabla 7: Valores de demandas

Demanda insatisfecha	430
Demanda satisfecha	30

Elaborado por: Machay Bryan

Son 430 tiendas y tercenas insatisfechas con el producto que adquieren, es ahí que tendremos que ir a promocionar nuestro producto.

1.3 ANÁLISIS DE PRECIO

1.3.1 Determinación de precios sugeridos

El precio sugerido a las tiendas, restaurantes y tercenas será el siguiente:

Tabla 8: Precio estimado

Determinación de Precio	
La Granja	Precio de la Libra
Pollos	\$ 1,18

Elaborado por: Machay Bryan

Hay que considerar que los pollos no tienen un peso estándar, sino que varían de 5, 6 y 7 libras, por lo que el pollo no se puede vender por unidades sino por las libras que contenga.

1.4 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA Y COMERCIALIZACIÓN

1.4.1 Análisis de Porter

Analizan un sector en función de cinco fuerzas existentes a través del análisis y la identificación. Esto permite a la empresa conocer la competencia que tiene el sector en el que opera. Así, se puede realizar un análisis con el objetivo de hacer frente a la situación (Valarezo, 2016)

Son un gran concepto de los negocios con el que se pueden maximizar los recursos y superar a la competencia.

Se comienza desarrollando la visión de la empresa. Después se establece la estrategia necesaria para cumplir la visión de la empresa. Hay que tener en cuenta desde los factores cuantitativos y cualitativos hasta el poder y la jerarquía dentro de una empresa (Rivera, 2006)

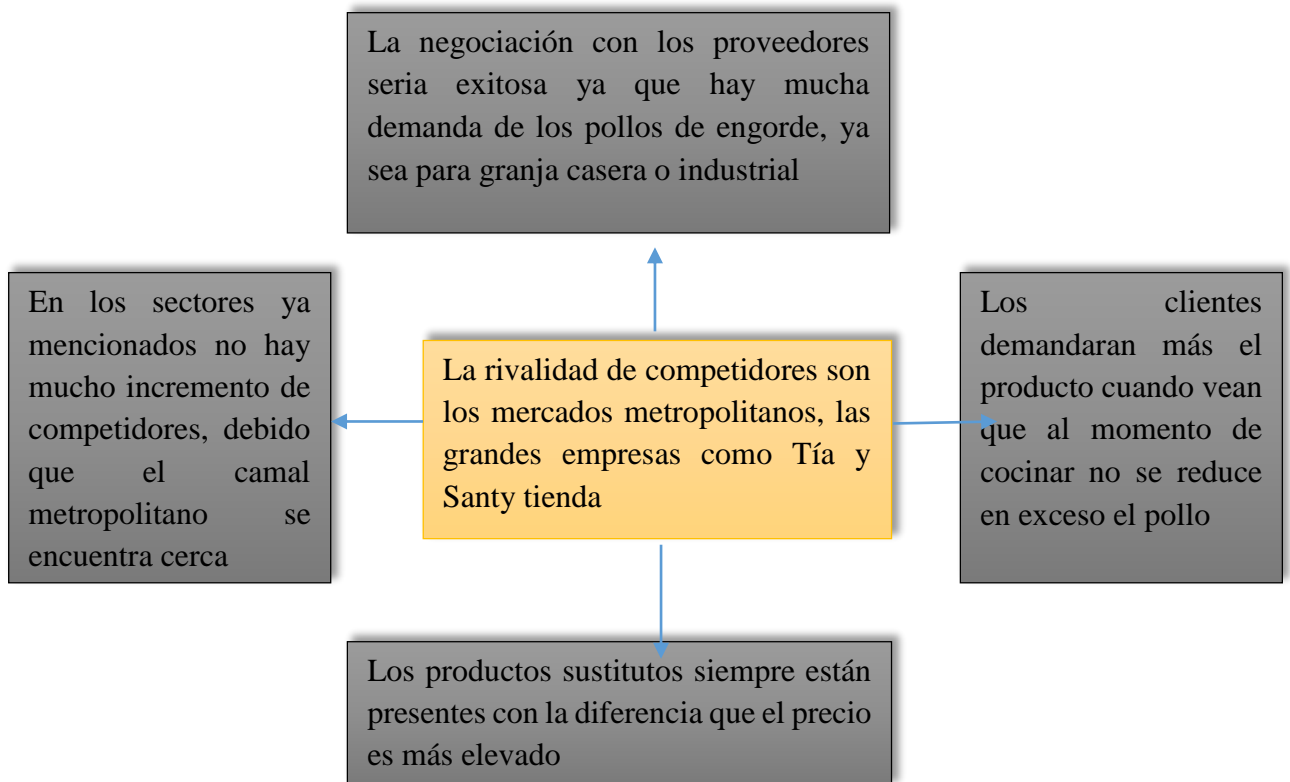


Figura 4: Fuerzas de Porter

Elaborado por: Machay Bryan

1.4.2 Estrategias de comercialización (4 p del mercado)

“Mezcla de Marketing es el conjunto de herramientas de marketing que la empresa usa para alcanzar sus objetivos de marketing en el mercado meta.

Para obtener las reacciones deseadas en sus mercados metas, las empresas disponen de muchas herramientas de mercadeo, las cuales constituyen la Mezcla de Marketing” (Kotler, 2001)

Para el nuevo Criadero La Granja de igual forma es de vital importancia contar con estrategias que le permitan enfocar sus esfuerzos, de manera que se pueda dar a conocer en el mercado con la oferta del producto, que trata de brindar al ser humano un alimento (pollo) que no contiene químicos y es bueno para la salud.

A continuación, se muestra las principales acciones que serán necesarias para cada una de las cuatro variables del marketing como son:

1.4.2.1 Producto

El producto estrella que va a ofrecer el criadero La Granja es el pollo, se pretende llegar a los clientes mediante la oferta de un producto 100% natural, en la parroquia La Ecuatoriana, al sur de Quito.

Como estrategias de este producto se podrá utilizar:

- Producto criado con alimentos 100% naturales sin químicos para su engorde
- Las personas se alimentan sanamente

1.4.2.2 Precio

Para el establecimiento de los precios, éstos se fijarán de acuerdo a la competencia, es decir mantendrán los mismos precios, pero se diferenciarán en el sentido que los productos son más saludables.

Tabla 9: Precios de la competencia

COMPETENCIA	PRECIO Lb.
Mr. Pollo	1,60
Pollos Oro	1,55
Pollos de Campo	1,57
Pollo Andino	1,48
La Granja	1,18

Elaborado por: Machay Bryan

1.4.2.3 Plaza

Esta variable del marketing es la más importante, pues trata de ver donde se va a comercializar el producto

- Tiendas
- Tercenas

1.4.2.4 Promoción

La promoción para el nuevo mercado deberá estar enmarcada bajo las siguientes estrategias, enfocadas a lograr un posicionamiento dentro del sector ya mencionados.

- Regalías por fidelidad
- Por compra de 20 pollos se le regala 1 pollo

1.4.3 Presupuesto de publicidad: inicial y de mantenimiento

Tabla 10: Presupuesto de publicidad de lanzamiento

INICIAL		
Disco Móvil	6 horas	120,00
Pancarta	1 (4X2)	60,00
Presentación de artistas	3	750,00
Bocaditos	10 bandejas	250,00
Canelazos		40,00
Total		1.120,00

Elaborado por: Machay Bryan

Tabla 11: Inversión en mantenimiento publicitario

MANTENIMIENTO		
Detalle	Unidades	Valor
tarjetas de presentación	500	15,00
Posters	100	25,00
Redes sociales	0	0,00
Total		40,00

Elaborado por: Machay Bryan

En las redes sociales no realizaremos ningún pago, porque se realizará en los perfiles personales compartiendo con nuestros conocidos y contactos.

1.4.4 Cuadro del personal del área comercial requerido

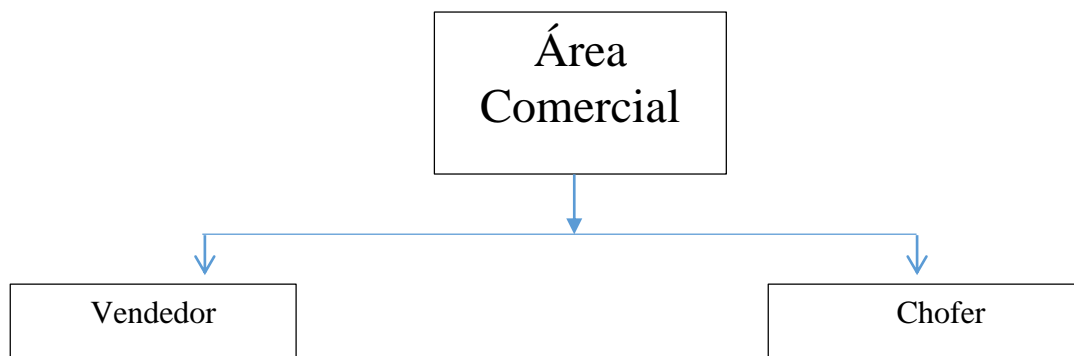


Figura 5: Área comercial requerido

Elaborado por: Machay Bryan

NOTA: La empresa “La Granja” al trabajar con una estructura simple el Gerente se encargara de la mayoría de operaciones

1.4.5 Presupuesto de inversiones comerciales

Tabla 12: Presupuesto de inversiones comerciales

Detalle	Unidades	Total
Volantes	2000	40,00
Posters	100	25,00
Tarjetas de presentación	500	100,00
Pegatinas	1000	30
bocina	1	15,00
total		210,00

Elaborado por: Machay Bryan

CAPITULO II

ANÁLISIS TÉCNICO Y ADMINISTRATIVO

2.1 ANÁLISIS DE UBICACIÓN

2.1.1 Macro Localización.

Las variables que se tomaron en cuenta al momento de decidir dónde se va a instalar el proyecto de factibilidad, del CRIADERO AVÍCOLA en la provincia Pichincha, Cantón Rumiñahui, parroquia de Sangolquí, sector Inchalillo fueron las siguientes

- **Tipo de lugar:** A partir de una investigación realizada al sitio, se llegó a la conclusión de que la mejor opción era Sangolquí – Inchalillo, ya que cuenta con espacio, no es muy poblado y es un sector apropiado para la creación del criadero “La Granja”.
- **Monto de inversión:** Nuestro monto de inversión es de aproximadamente 50.000 dólares, ya que está considerado la compra del terreno para los galpones y el material de producción.
- **Estado de las vías de acceso:**
 - Las vías de acceso son de segundo orden, se encuentran pavimentadas y con señalética.
 - La localidad cuenta con servicios básicos, agua potable, alcantarillas, luz eléctrica, servicios de comunicación y una estación del Cuerpo de Bomberos.
 - Sangolquí, se encuentra a 10 minutos del Criadero “La Granja”, Inchalillo.
 - La parroquia La Ecuatoriana: se encuentra a 31 km del Criadero “La Granja”.

2.1.2 Micro localización

Lo primero que se tomó en cuenta para la micro localización, fue la población en el sector, ya que esto sería una causal para que al momento de solicitar los permisos para el funcionamiento del criadero “La Granja”, nos sean negados; además, se realizó una investigación de campo y del entorno para evitar que haya inconveniente con los habitantes del sector.

2.1.3 Mapa de ubicación

- **Ubicación:** Inchalillo –Sangolqui
- **Precio del terreno:** Aproximadamente 25.000 dólares
- **Revisión del entorno inmediato:** No hay mucha población y no hay inconvenientes con los habitantes del sector
- **No se detectaron vecinos indeseables.**

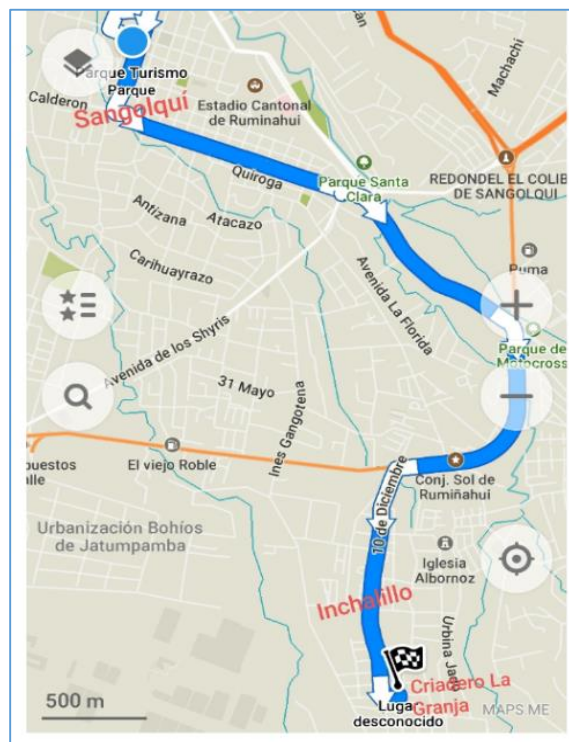


Figura 6: Ubicación del criadero La Granja

Elaborado por: Machay Bryan

2.2 PROCESO DE PRODUCCIÓN

2.2.1 Justificar la capacidad instalada

Afirma que (Cañas, 2013) “La capacidad instalada se refiere a la disponibilidad de infraestructura necesaria para producir determinados bienes o servicios. Su magnitud es una función directa de la cantidad de producción que puede suministrarse”

1.- Numero de productos

Se determinó que se producirá 500 pollos mensuales para su comercialización en los distintos locales de la parroquia La Ecuatoriana, sector Martha Bucaram.

2.- Número de trabajadores

Se dispondrán de 2 empleados, el granjero, un vendedor y el gerente.

3.- Horas por día

Se trabajará 4 horas diarias, ya que no necesitan de supervisión constante, lo único que se tendrá que ver es el aseo donde habitan los pollos y la alimentación (agua y comida).

4.- Número de días trabajado

Se trabajará 7 días a la semana por las 52 semanas que tiene el año.

2.2.2 Maquinaria requerida

Comederos: Donde se coloca el morochillo y balanceado



Figura 7: Comedero para pollos

Fuente: <https://avesvilcun.cl/tienda/producto/comedero-para-gallinas-y-pollos-3-kgs/>

Bebedores: Donde se colocan el hidratante (agua).



Figura 8: Bebederos para pollos

Fuente: <https://copele.com/es/bebederos-aves/bebederos-para-pollos-eco.html>

Cocina: Para hervir el agua y pelar los pollos



Figura 9: Cocina

Fuente: <https://www.comandato.com/cocina-a-gas-mabe-ingenious7630ex1-5-hornillas-color-inox/p>

Peladora: Para quitar el plumaje



Figura 10: Peladora de pollos

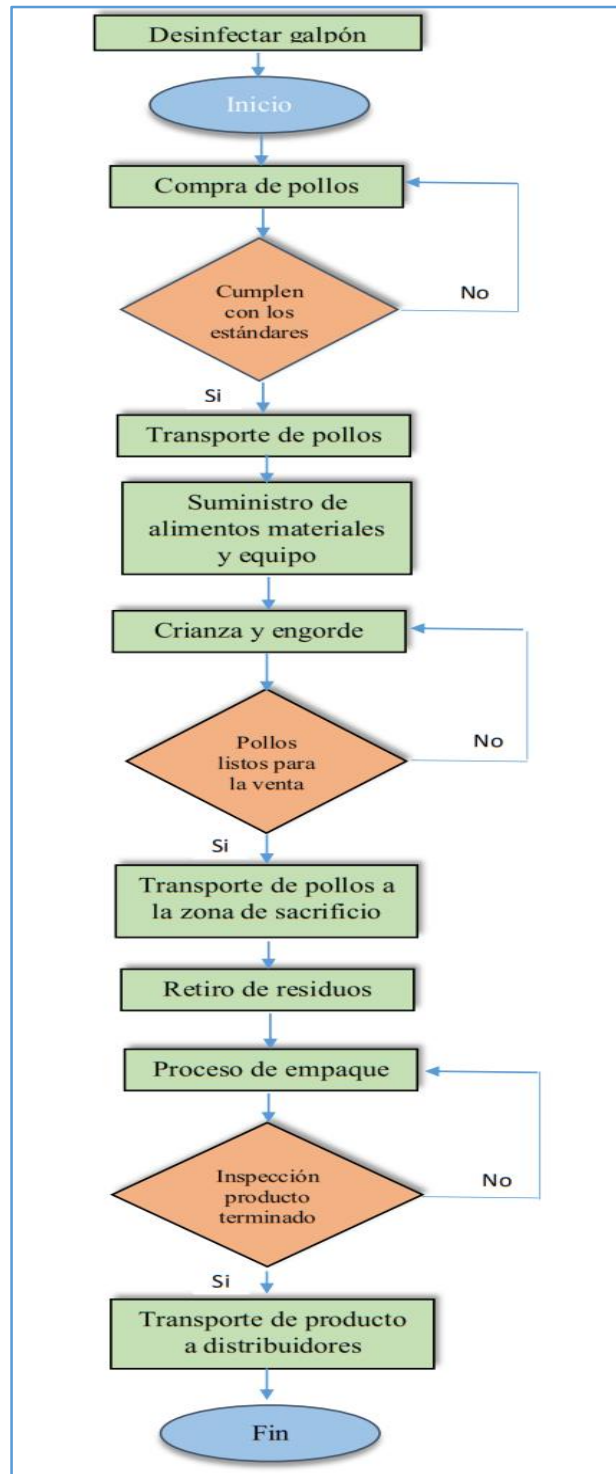
Fuente: <http://preciod.com/mx/maquina-desplumadora-peladora-de-pollos-gallina-mn4-bXKI0.venta>

2.2.3 Descripción del proceso y flujograma de proceso

Para una buena crianza de pollos lo primero que se debe hacer es desinfectar el lugar donde habitarán los pollos bebes y pollos adultos que estarán listos para su comercialización.

La compra de pollos bebes se lo realizará de manera directa al proveedor siempre y cuando cumpla con los estándares establecidos por el Criadero “La Granja”, si no estuvieran de acuerdo a lo indicado cambiaríamos de proveedor, una vez realizada la compra procederíamos a transportar a los pollos bebes hasta el criadero La granja, y colocados en sus criaderos por 15 días hasta que alcancen la edad para que sean llevados al corral, donde serán vacunados, alimentados de manera natural y supervisados en su crianza y engorde, hasta que estén listos para ser comercializados, previamente serán transportados al galpón donde serán Faenados, desplumados, pelados, pesados y empacados.

Antes de salir a la comercialización se realizará un control previo del producto para cumplir con el estándar de calidad y garantía del criadero La Granja y poder ser distribuido a los clientes de la parroquia La Ecuatoriana, sector Martha Bucaram.

FLUJOGRAMA**Figura 11:** Flujo de proceso**Elaborado por:** Machay Bryan

2.2.4 Materia prima o insumos requeridos

Tabla 13: Consumo de alimentos para 1000 pollos

SEMANAS	DIARIO POR POLLO	DIARIO POR 1000	SEMANAL		ACUMULADO	TOTAL QUINTALES	
1	0,0386	38,6	270	Libras	270	2,7	15 días pollos bebés
2	0,085	85	595	Libras	865	8,65	
3	0,126	126	885	Libras	1750	17,5	
4	0,18	180	1260	Libras	3010	30,1	
5	0,248	248	1735	Libras	4745	47,45	
6	0,31	310	2170	Libras	6915	69,15	
7	0,349	349	2445	Libras	9360	93,6	
8	0,376	376	2630	Libras	11990	119,9	

2,70
8,65
11,35

2.70+8.65=11.35 Quintales que no necesitaríamos comprar, ya que el pollo bebe que vamos a adquirir son de 15 días en adelante

119,90
11,35
108,55

Total quintales balanceado para los 1000 pollos.

108,55/2

54,28

Se divide para dos por cuanto se le da la mitad de balanceado y la mitad de morochillo.

precio quintal balanceado
precio quintal morochillo

26,50
17,00
43,50

54,28
54,28

1.438,42
922,76
2.361,18

Por 1000 pollos bimensual.

2.361,18
6
14.167,08

Anuales por balanceado y morochillo.

Elaborado por: Machay Bryan

2.2.5 Detalle de inversiones de producción

Tabla 14: Detalle de inversiones de producción

Detalle de inversiones de producción			
Cantidad	Producto	V. Unitario	Total
3	galpón	2000	6000
15	comedero	5,5	82,5
15	bebedero	7,5	112,5
1	peladora	850	850
			7.045,00

Elaborado por: Machay Bryan

Necesitaríamos 7.045,00 de inversión para que funcionen los tres galpones y poder comenzar a criar los pollos.

2.2.6 Detalle del personal de producción

GRANJERO: Será responsable de supervisar, atender, examinar y controlar la producción avícola dentro del criadero y sus funciones serán:

- ✓ Emplear controles sanitarios para el cuidado de los pollos
- ✓ Proporcionar de manera correcta los antibióticos y vacunas para su suministro.
- ✓ Elaborar un plan mensual de requerimientos necesarios para la alimentación y el cuidado veterinario de los pollos.
- ✓ Mantener los galpones libres de enfermedades, plagas y virus que afecten a la producción avícola y su crecimiento (desinfección).
- ✓ Llevar los registros de mortalidad avícola (+- 2 %).

- ✓ Conjuntamente con el gerente elaboraran planes de contingencia para prevenir enfermedades y plagas en los galpones

2.3 ANÁLISIS DE LA ORGANIZACIÓN

2.3.1 Organigrama propuesto

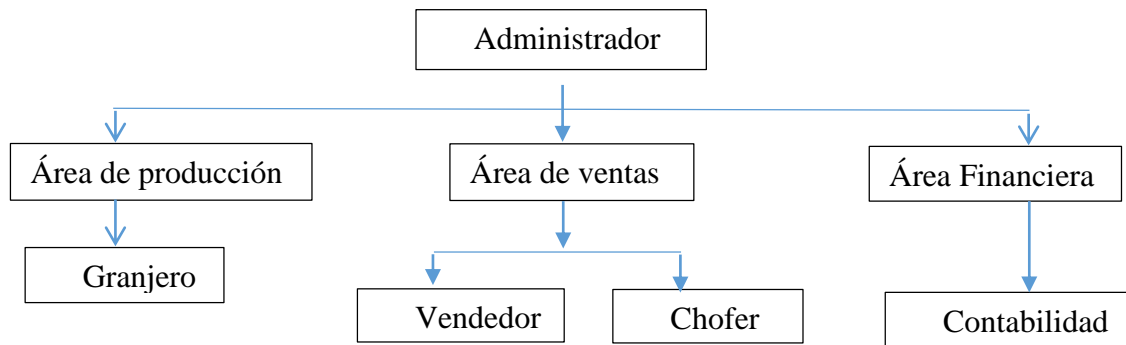


Figura 12: Organigrama propuesto

Elaborado por: Machay Bryan

2.3.2 Modelo de Gestión de la empresa

2.3.2.1 Modelo de gestión empresarial de Henry Mintzberg

Según el autor de "La estructuración de las organizaciones" (1979) y "Diseño de las organizaciones efectivas" (2000), las características que poseen las organizaciones permiten clasificarlas dentro de agrupamientos naturales.

Es así como elabora “Cinco configuraciones ideales que se componen como una tipología de formas ideales o puras, cada una de ellas es una descripción de un tipo básico de estructura organizativa, y no hay estructura que se ajuste a una configuración, pero a algunas les falta realmente poco” (Molina, 2018)

La idea que plantea (Molina, 2018) acerca de la estructura simple es que “Se trata de una estructura sencilla, informal y flexible. A empresas pequeñas cuyas actividades giran en torno al director general, quien efectúa en forma directa la supervisión de los empleados y además asume varias funciones. Pero no se circunscribe únicamente a microempresas, pues también una empresa con decenas de empleados puede tener una estructura simple al carecer de un equipo de dirección”

2.3.3 Detalle del personal administrativo

Administrador: Será responsable de planificar, organizar, dirigir, controlar y tomar decisiones sobre el rumbo de la microempresa y su gestión administrativa, técnica y económica. Sus principales funciones serán:

- ✓ Representar jurídica y legalmente a la microempresa.
- ✓ Elaborar y aprobar el presupuesto anual y coordinar su ejecución con las otras áreas.
- ✓ Ayudar en las operaciones de las distintas áreas de trabajo.
- ✓ Garantizar que trabajadores cumplan con los reglamentos y normas aplicables dentro de la microempresa.
- ✓ Mantener informado a todo el personal de eventos que afecten económicamente la situación de la microempresa.

- ✓ Realizar estrategias para el cumplimiento de metas.
- ✓ Atender y promover nuevos clientes y rutas de ventas.
- ✓ Supervisar el correcto y oportuno cumplimiento de las funciones del personal analizando la eficiencia del desempeño de trabajadores.

2.4 NORMATIVA LEGAL

2.4.1 Constitución de la empresa

La microempresa productora y comercializadora avícola llevará el nombre de: “La Granja”, la misma que estará ubicada en la provincia de Pichincha, Cantón Rumiñahui, Parroquia de Sangolqui.

Su constitución como Cía. De Responsabilidad Limitada se realizará mediante escritura pública inscrita ante un notario y será publicada en el periódico de mayor circulación del domicilio de la microempresa y dispondrá la inscripción de ella en el Registro Mercantil.

Para su constitución se va a contar con la participación de 1 socio, mayor de edad y de nacionalidad ecuatoriana, domiciliados en la provincia de Pichincha, parroquia La Ecuatoriana, el cual aportará con la mano de obra y recursos económicos cubriendo la totalidad de inversión.

2.4.2 Permisos y autorizaciones requeridas

2.4.2.1 Permisos

Cualquier negocio sin importar su finalidad tiene que cumplir con lo que determina la ley, respecto a los ámbitos legales, sanitarios, etc., para que sus operaciones sean reconocidas por las autoridades y especialmente por los clientes. Entre estos puntos procedemos a nombrar los permisos que tenemos que cumplir para que se realice el funcionamiento de la microempresa criadero “La Granja”.

- ✓ Permisos al Municipio
- ✓ Permisos de Bomberos
- ✓ Certificados dados por el Ministerio de Ambiente
- ✓ Patentes
- ✓ Procedimiento de autorización de construcción

2.4.3 Resumen de inversiones legales

2.4.3.1 Permisos de funcionamiento municipales

Este permiso o documento se lo obtienen en el Municipio, cumpliendo los siguientes requisitos:

- ✓ Copia del RUC
- ✓ Copia Nombramiento Representante Legal
- ✓ Cédula y Papeleta de Votación Representante Legal.
- ✓ Planilla de Luz.

2.4.3.2 Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos

Es un documento que da la mencionada entidad del estado una vez que el personal del Cuerpo de Bomberos haya inspeccionado el local, en la cual básicamente se revisa la instalación y se asegura que tengan medios para prevenir y contrarrestar cualquier tipo de incendio que se presente.

2.4.3.2.1 Requisitos

- ✓ Solicitud de inspección del local.
- ✓ Informe favorable de la inspección.
- ✓ Copia de la cédula de ciudadanía y del Registro Único de Contribuyentes(RUC)
- ✓ Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados)

2.4.3.3 Certificados dados por el ministerio de ambiente

Documento que te entrega el Ministerio de Ambiente sin ningún problema siempre y cuando no excedan los 600 pollos, en caso contrario a más de 600 pollos tendrán que cancelar una cuota de 180 dólares y realizar plan de contingencia sobre el impacto ambiental.

2.4.3.4 Patente

Es un comprobante de pago emitido por la administración zonal correspondiente por la cancelación anual del impuesto de patente municipal, se grava a toda persona natural o

jurídica que ejerza una actividad comercial o industrial y opere en el Distrito Metropolitano de Quito.

2.4.3.4.1 Requisitos

- ✓ Escritura de constitución de la microempresa y publicación en el diario de mayor circulación.
- ✓ Documento que acredite el título por el que se ocupa el local.
- ✓ Copia de cédula y papeleta de votación vigente del representante.
- ✓ Informe de factibilidad, permiso de edificación y recepción final del inmueble donde se desarrollará el negocio, otorgados por la Dirección de Obras de la Municipalidad.

2.4.3.5 Procedimiento de autorización de construcción

Es la Autorización escrita que otorga AGROCALIDAD como autoridad competente a una persona natural o jurídica, para el inicio de los trabajos de construcción de un proyecto productivo. Se obtiene mediante un proceso por el cual la autoridad sanitaria competente emite la Autorización de construcción. En caso que un productor se encuentre iniciando el proceso de pre factibilidad o estudio para la instauración de una explotación avícola, deberá presentar una solicitud de Autorización de construcción a fin de realizar un estudio del proyecto de construcción del criadero “La Granja”.

2.4.3.5.1 Requisitos

- ✓ Dirección indicando: Provincia, Cantón, Parroquia y Localidad
- ✓ Teléfono fijo y celular; correo electrónico de persona de contacto
- ✓ Croquis de ubicación de la granja avícola, indicando la distancia a la granja avícola más próxima y vías de acceso
- ✓ Número de galpones y sus dimensiones

2.4.3.6 Análisis de impacto ambiental

“Los recursos renovables son parte de nuestro entorno natural y forman nuestro ecosistema, están en peligro de extinción por el desarrollo industrial y el crecimiento de la humanidad.”

La avicultura puede ser considerada como una actividad de bajo impacto ambiental; no obstante, cuando en los procesos productivos se realiza un inadecuado manejo de los insumos como agua, energía y recursos naturales en general, se producen residuos sólidos, líquidos y emisiones que originan impactos negativos al medio. La microempresa “La Granja” para poder ayudar y contribuir con el ambiente y tomar medidas preventivas para su correcto funcionamiento, adoptará lo siguiente:

2.4.3.6.1 Aire

Uno de los principales problemas en este tipo de empresas es la presencia de olores desagradables provocados por la inadecuada disposición de desechos orgánicos, durante

todo el proceso de crianza y producción avícola, ya que la fuente de emisión de olores son producidas por gases de amoníaco al interior de los galpones y aquellos que no tiene como medida de control el cambio de las camas, y su mala manipulación puede ser causante de enfermedades tanto para el plantel avícola como para sus trabajadores y moradores.

Para mitigar este problema y los olores desagradables que generará el plantel avícola, se manejará de manera adecuada el suministro de materia prima y se mantendrá un cronograma meticuloso de la recolección de los residuos sólidos generados para ser entregados a los moradores del Sector de Inchalillo, materiales que podrían ser empleados en sus cultivos como abono y la emisión de olores en el aire se controlará con la utilización de ventiladores y el movimiento constante en la bodega de los residuos y de la cama y si fuese necesario se sembrarán árboles frutales alrededor del plantel para que contribuyan a reducir el olor.

2.4.3.6.2 Agua

Es el producto que más se va a utilizar en la crianza de pollos ya que en la producción avícola se consume tres cuartas partes de agua y una de balanceado.

Otro motivo de desperdicios al momento del proceso de faenamiento, ya que generará contaminación al momento en que se combina el agua con la sangre y grasa resultante de este proceso. Para mitigar este problema la microempresa en lo posterior empleará los sistemas de bebederos automáticos nipples por los bebederos manuales, esto

generará ahorro en el consumo de agua y evitará su desperdicio ya que cada pollo consumirá la cantidad de agua necesaria, evitando su desperdicio y que se riegue en la cama.

Para el proceso producto se implementará un registro y cronograma de ahorro de agua ya que solo se utilizará la necesaria y el agua que sea utilizada no será mezclada con los desechos del ave como sus vísceras y plumas ya que esto genera más contaminación, serán separadas y cada una mantendrá su propio tratamiento.

2.4.3.6.3 Salud

Existe la posibilidad de que los trabajadores que se encuentran en constante manipulación con los pollos adquieran infecciones bacterianas producidas por la manipulación de los mismos. Para evitar estos efectos sobre la salud de quienes trabajen en el criadero “La Granja” se recomendará tomar todas las medidas preventivas como: ventilación adecuada, uso de mascarillas y equipo de trabajo, se realizará la limpieza permanente en todas las áreas y controles periódicos y médicos del personal al igual que capacitaciones en higiene laboral y medidas de control.

2.4.3.6.4 Aves muertas

Diariamente, se realizará la revisión de galpones y del estado de los pollos, el personal operativo recogerá los pollos muertos y se enterrarán en fosas de aves (con adición eventual de cal) en este caso no existe una estructura uniforme, una vez que estas fosas se llenan se tapan con tierra y se abre una nueva en algún otro sector cercano, la frecuencia de

utilización de cal es relativa, puede ser cada vez que se depositan las aves muertas, una vez a la semana o según criterio del personal encargado de esta actividad.

La realización de todo este proceso contribuirá con el medio ambiente ya que se evitará la manipulación de las aves muertas, lo cual generará enfermedades y la generación de malos olores y plagas como moscos o roedores.

2.4.3.6.5 Residuos domésticos

Son residuos generados por el personal en labores administrativas o alimentarias y algunas actividades dentro del proceso productivo. Estos residuos serán almacenados en contenedores dentro de las instalaciones.

La basura doméstica será clasificada en contenedores para evitar su mezcla y la contaminación del medio ambiente, esto permitirá de mejor manera su fácil descomposición o reutilización por parte de empresas encargadas.

CAPITULO III

ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO

3.1 SUPUESTOS DE EVALUACIÓN

Los supuestos de evaluación se realizó considerando los siguientes supuestos:

- ✓ Horizonte del proyecto de 5 años
- ✓ Precios constantes en el 2019
- ✓ Inflación del 0%
- ✓ Aporte del capital 100% de los Accionistas
- ✓ TMAR del 20%

3.2 PROYECCIÓN DE VENTAS

Para la proyección de ventas anuales se ha detallado los siguientes datos:

Tabla 15: Proyección de ventas

VENTAS					
DETALLE	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Ventas por lote	1000	2000	2000	3000	3000
VENTAS año(Unidades)	6.000,00	12.000,00	12.000,00	18.000,00	18.000,00
VENTAS CONTADO (Unidades)	6.000,00	12.000,00	12.000,00	18.000,00	18.000,00
VENTAS CREDITO (Unidades)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PRECIO VENTA CONTADO sin iva	\$7,08	\$7,08	\$7,08	\$7,08	\$7,08
PRECIO VENTA CREDITO	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
TOTAL VENTA CONTADO	\$42.480,00	\$84.960,00	\$84.960,00	\$127.440,00	\$127.440,00
TOTAL VENTA CREDITO	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
VENTAS TOTALES	\$42.480,00	\$84.960,00	\$84.960,00	\$127.440,00	\$127.440,00

Elaborado por: Machay Bryan

3.3 DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN REQUERIDA

Para la inversión requerida hemos investigado los precios detallados en el siguiente cuadro:

Tabla 16: Inversión requerida

VALORACION DE LA INVERSIÓN

ACTIVO	VALOR ORIGINAL
Instalaciones eléctricas	750
comederos y bebederos	195
peladora	850
congelador	850
terreno	25.000
galpones	6.000
camioneta	8.000
Equipo de computo	800
Equipo de seguridad	1.000
Escritorio y silla para computadora	150
Mesas y sillas	100
Constitución y permisos	1.500
TOTALES	45.195,00
CAPITAL DE TRABAJO 10 %	4.519,50
TOTAL INVERSION	49.714,50

ACTIVO	VALOR ORIGINAL	% DEPRECIACION	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION PROYECTADA 5 años	SALDO EN LIBROS
Instalaciones eléctricas	750	10,00	75,00	375,00	375,00
comederos y bebederos	195	10,00	19,50	97,50	97,50
peladora	850	10,00	85,00	425,00	425,00
congelador	850	10,00	85,00	425,00	425,00
Camioneta	8.000	10,00	800,00	4.000,00	4.000,00
Equipo de computo	800	33,33	266,67	800,00	0,00
Escritorio y silla para computadora	1.000	10,00	100,00	300,00	700,00
Equipo de seguridad	150	20,00	30,00	150,00	0,00
Mesas y sillas	100	10,00	10,00	50,00	50,00
Galpones	6.000	10,00	600,00	3.000,00	3.000,00
Constitución y permisos	1.500	20,00	300,00	1.500,00	0,00
TOTALES	20.195,00		2.371,17	11.122,50	9.072,50

DEPRECIACIONES: 2.071,17
AMORTIZACIONES: 300,00

Elaborado por: Machay Bryan

3.4 PROYECCIÓN DE COMPRAS

La Proyección de compras en los siguientes 5 años se ha detallado en la siguiente tabla:

Tabla 17: Proyección de compras

COMPRAS					
DETALLE	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
COMPRAS (Unidades)	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
balanceado	26.500,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00
morochillo	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
aserrín	6.750,00	675,00	675,00	675,00	675,00
medicina	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
PRECIO COMPRA					
balanceado	\$0,63	\$0,63	\$0,63	\$0,63	\$0,63
morochillo	\$0,41	\$0,41	\$0,41	\$0,41	\$0,41
aserrín	\$0,01	\$0,25	\$0,25	\$0,25	\$0,25
medicina	\$0,20	\$0,20	\$0,20	\$0,20	\$0,20
TOTAL COMPRAS	\$1,26	\$1,49	\$1,49	\$1,49	\$1,49
Total balanceado	\$16.783,33	\$19.000,00	\$19.000,00	\$19.000,00	\$19.000,00
Total morochillo	\$2.055,56	\$2.055,56	\$2.055,56	\$2.055,56	\$2.055,56
Total aserrín	\$75,00	\$168,75	\$168,75	\$168,75	\$168,75
medicina	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00
COMPRAS TOTALES	\$19.213,89	\$21.524,31	\$21.524,31	\$21.524,31	\$21.524,31

Consumo de balanceado para 1000 pollos	
Balanceado	54,28 quintales
Morochillo	54,28 quintales
Precios	
Balanceado	26,5
Morochillo	17
Total	
Balanceado	1.438,42
Morochillo	922,76
Consumo de balanceado para 6000 pollos	
Balanceado	8.630,52
Morochillo	5.536,56
Consumo de aserrin por 500 pollos	
Cantidad	15 sacos 45 kilos
Precio del saco	0,5
Total	75
Consumo de medicina para 1000 pollos	
Cantidad	1 bolsa de un kilo
Precio	28
Total	168

Elaborado por: Machay Bryan

3.5 REMUNERACIONES

Las remuneraciones por año a los trabajadores y aumento de granjeros por incremento de galpones:

Tabla 18: Anexos de remuneraciones

ANEXO DE REMUNERACIONES año 1

CARGO	n° de personas	Sueldo mes	Categorización	Sueldo anual	Sueldo anual con beneficios
Gerente	1	\$ 500,00	A y V	\$ 6.000,00	\$ 7.800,00
granjero	1	\$ 400,00	P	\$ 4.800,00	\$ 6.240,00
Total				\$	14.040,00

ANEXO DE REMUNERACIONES año 2 y 3

CARGO	n° de personas	Sueldo mes	Categorización	Sueldo anual	Sueldo anual con beneficios
Gerente	1	\$ 700,00	A y V	\$ 8.400,00	\$ 10.920,00
granjero	2	\$ 400,00	P	\$ 9.600,00	\$ 12.480,00
Total				\$	23.400,00

ANEXO DE REMUNERACIONES año 4 y 5

CARGO	n° de personas	Sueldo mes	Categorización	Sueldo anual	Sueldo anual con beneficios
Gerente	1	\$ 700,00	A y V	\$ 8.400,00	\$ 10.920,00
granjero	3	\$ 400,00	P	\$ 14.400,00	\$ 18.720,00
Total				\$	29.640,00

Elaborado por: Machay Bryan

3.6 DETALLE DE GASTOS DEL PROYECTO

Los gastos del proyecto en base a la producción y gastos administrativos anuales detallados en las siguientes tablas:

Tabla 19: Gastos del proyecto

DETALLE	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Gastos de producción por unidad	0,52	0,52	0,52	0,52	0,52
Unidades producidas	6.000	12.000	12.000	18.000	18.000
Gastos de producción en USD	\$3.100,00	\$6.200,00	\$6.200,00	\$9.300,00	\$9.300,00
Arriendos año	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
TOTAL GASTOS DE PRODUCCION	\$3.100,00	\$6.200,00	\$6.200,00	\$9.300,00	\$9.300,00

DETALLE	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Gastos administrativos por año	\$1.250,00	\$1.250,00	\$1.250,00	\$1.250,00	\$1.250,00
TOTAL ADMINISTRACION	\$1.250,00	\$1.250,00	\$1.250,00	\$1.250,00	\$1.250,00

DETALLE	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Publicidad anual	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
Promociones	425	850	850	1.274	1.274
Otros	600	600	600	600	600
TOTAL VENTAS	\$1.724,80	\$2.149,60	\$2.149,60	\$2.574,40	\$2.574,40
TOTAL	\$6.074,80	\$9.599,60	\$9.599,60	\$13.124,40	\$13.124,40

Gastos de Producción	
mantenimiento	\$1.200,00
servicios básicos	\$750,00
sumin. Limpieza	\$600,00
uniforme	\$50,00
desinfectante	\$300,00
transporte	\$200,00
otros	\$3.100,00

Gastos Administrativos	
servicios básicos	\$300,00
sumin. Oficina	\$150,00
sumin. Computador	\$300,00
otros	\$500,00
total	\$1.250,00

Elaborado por: Machay Bryan

3.7 PÉRDIDA Y GANANCIA

En el siguiente cuadro veremos cuanto ganamos o perdemos en los siguientes 5 años:

Tabla 20: Resultados de pérdida y ganancia

Elaborado por: Machay Bryan

BALANCE DE RESULTADOS

CUENTAS	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
VENTAS	\$ 42.480,00	\$ 84.960,00	\$ 84.960,00	\$ 127.440,00	\$ 127.440,00
(-) MATERIA PRIMA	\$ 22.285,08	\$ 30.160,08	\$ 30.160,08	\$ 38.035,08	\$ 38.035,08
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 20.194,92	\$ 54.799,92	\$ 54.799,92	\$ 89.404,92	\$ 89.404,92
GASTOS OPERACIONALES	\$ 20.114,80	\$ 32.999,60	\$ 32.999,60	\$ 42.764,40	\$ 42.764,40
(-) REMUNERACIONES	\$ 14.040,00	\$ 23.400,00	\$ 23.400,00	\$ 29.640,00	\$ 29.640,00
(-) GASTOS DE PRODUCCION	\$ 3.100,00	\$ 6.200,00	\$ 6.200,00	\$ 9.300,00	\$ 9.300,00
(-) GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 1.250,00	\$ 1.250,00	\$ 1.250,00	\$ 1.250,00	\$ 1.250,00
(-) GASTOS DE VENTAS	\$ 1.724,80	\$ 2.149,60	\$ 2.149,60	\$ 2.574,40	\$ 2.574,40
GASTOS NO OPERACIONALES	\$ 2.371,17	\$ 2.371,17	\$ 2.371,17	\$ 2.371,17	\$ 2.371,17
(-) INTERES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) DEPRECIACION ANUAL	\$ 2.071,17	\$ 2.071,17	\$ 2.071,17	\$ 2.071,17	\$ 2.071,17
(-) AMORTIZACION	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
(=) U.A.I.P	\$ -2.291,05	\$ 19.429,15	\$ 19.429,15	\$ 44.269,35	\$ 44.269,35
(-) IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES 34,55%	\$ -791,56	\$ 6.712,77	\$ 6.712,77	\$ 15.295,06	\$ 15.295,06
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ -1.499,49	\$ 12.716,38	\$ 12.716,38	\$ 28.974,29	\$ 28.974,29
% de utilidad neta	-3,53%	14,97%	14,97%	22,74%	22,74%

3.8 FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO

El flujo de caja mide la liquidez de una empresa y es clave para la toma de decisiones

Tabla 21: Flujo de caja en USD

DESCRIPCION	ANO (0)	ANO (1)	ANO (2)	ANO (3)	ANO (4)	ANO (5)
INGRESOS						
RECUPERACION DE VENTAS		\$ 42.480,00	\$ 84.960,00	\$ 84.960,00	\$ 127.440,00	\$ 127.440,00
VALOR DE RECUPERACION DE LOS ACTIVOS						\$ 9.072,50
RECUPERACION CAPITAL DE TRABAJO						\$ 4.519,50
CREDITO RECIBIDO		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL INGRESOS	\$ -	\$ 42.480,00	\$ 84.960,00	\$ 84.960,00	\$ 127.440,00	\$ 141.032,00
EGRESOS						
INVERSION FIJA Y DIFERIDA	\$ 45.195,00		\$ 2.000,00		\$ 4.000,00	
INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO	\$ 4.519,50					
PAGO MATERIA PRIMA		\$ 22.285,08	\$ 30.160,08	\$ 30.160,08	\$ 38.035,08	\$ 38.035,08
REMUNERACIONES		\$ 14.040,00	\$ 23.400,00	\$ 23.400,00	\$ 29.640,00	\$ 29.640,00
GASTOS DE PRODUCCION		\$ 3.100,00	\$ 6.200,00	\$ 6.200,00	\$ 9.300,00	\$ 9.300,00
GASTOS DE ADMINISTRACION		\$ 1.250,00	\$ 1.250,00	\$ 1.250,00	\$ 1.250,00	\$ 1.250,00
GASTOS DE VENTAS		\$ 1.724,80	\$ 2.149,60	\$ 2.149,60	\$ 2.574,40	\$ 2.574,40
IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES		\$ -791,56	\$ 6.712,77	\$ 6.712,77	\$ 15.295,06	\$ 15.295,06
PAGOS DE INTERES Y CAPITAL		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL EGRESOS	\$ 49.714,50	\$ 41.608,32	\$ 71.872,45	\$ 69.872,45	\$ 100.094,54	\$ 96.094,54
FLUJO NETO DEL EFECTIVO	\$ -49.714,50	\$ 871,68	\$ 13.087,55	\$ 15.087,55	\$ 27.345,46	\$ 44.937,46

Elaborado por: Machay Bryan

3.9 ANÁLISIS DE RENTABILIDAD VAN Y TIR

En esta tabla determinaremos si el proyecto es viable:

Tabla 22: Cálculo del VAN

$$\text{FACTOR DE DESCUENTO} = \frac{1}{(1 + 0,20)^n}$$

AÑOS	FLUJO	FACTOR DESCUENTO	FLUJO DESCONTADO
0	\$ -49.714,50	1	\$ -49.714,50
1	\$ 871,68	0,8333333333	\$ 726,40
2	\$ 13.087,55	0,6944444444	\$ 9.088,57
3	\$ 15.087,55	0,578703704	\$ 8.731,22
4	\$ 27.345,46	0,482253086	\$ 13.187,43
5	\$ 44.937,46	0,401877572	\$ 18.059,36
TOTAL	\$ 51.615,19		\$ 78,48

Valor actual neto al 25 % \$ 78,48

VAN CON EXCEL \$ 78,48

Elaborado por: Machay Bryan

Interpretación del VAN:

Tras realizar el respectivo análisis del VAN asciende a 78.48, el cual al ser un valor positivo, permite determinar que el proyecto es viable para ser puesto en marcha.

Tabla 23: Cálculo de la TIR

	AÑO (0)	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)	Total
FLUJO NETO	\$ -49.714,50	\$ 871,68	\$ 13.087,55	\$ 15.087,55	\$ 27.345,46	\$ 44.937,46	\$ 51.615,19

TIR con excel 20,05%

Elaborado por: Machay Bryan

Interpretación de la TIR:

La máxima tasa de descuento que logra que el VAN se iguale a cero es de 20,05 %

El proyecto es viable financieramente puesto que la TIR es superior a la tasa de descuento del VAN

3.10 PUNTO DE EQUILIBRIO

Determinaremos el volumen mínimo de ventas que la empresa debe realizar para no perder, ni ganar.

Tabla 24: Punto de equilibrio

Unidades	Ingresos	Costos Fijos	Costos variables	Costo total	utilidad	
-	-	\$ 138.183,33	\$ -	\$ 138.183,33	\$ (138.183,33)	
10.000	70.800	\$ 138.183,33	\$ 30.901,24	\$ 169.084,58	\$ (98.284,58)	
20.000	141.600	\$ 138.183,33	\$ 61.802,48	\$ 199.985,82	\$ (58.385,82)	
30.000	212.400	\$ 138.183,33	\$ 92.703,73	\$ 230.887,06	\$ (18.487,06)	
34.633	245.205	\$ 138.183,33	\$ 107.021,80	\$ 245.205,13	\$ -	
40.000	283.200	\$ 138.183,33	\$ 123.604,97	\$ 261.788,30	\$ 21.411,70	
50.000	354.000	\$ 138.183,33	\$ 154.506,21	\$ 292.689,55	\$ 61.310,45	
60.000	424.800	\$ 138.183,33	\$ 185.407,45	\$ 323.590,79	\$ 101.209,21	
Punto de equilibrio		costos fijos		\$ 138.183,33		34.633,49 5 años
		Margen de contribucion		\$ 3,99		6.926,70 año

Elaborado por: Machay Bryan

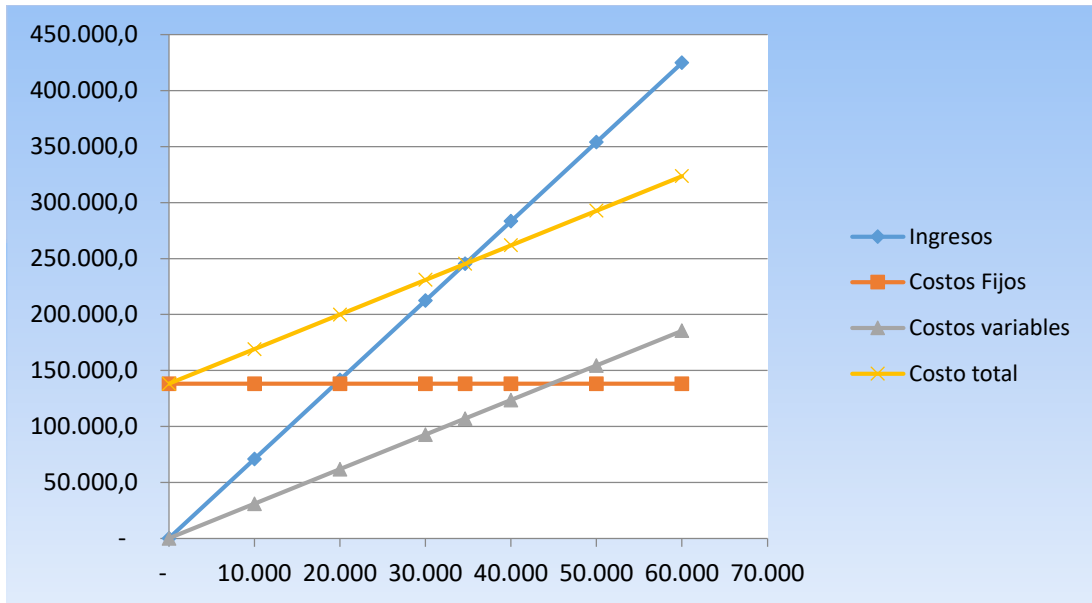


Figura 13: Punto de equilibrio

Elaborado por: Machay Bryan

CONCLUSIONES

Se recopiló datos importantes sobre la producción avícola, y de qué forma engordaban el producto para su comercialización, tales como: las Triazinas y el Dietilestilbestrol, que son químicos utilizados por las empresas para dar color amarillento o a su vez alterar la tiroides para el engorde del pollo.

Se realizó una investigación de mercado donde pudimos determinar que los clientes prefieren consumir un pollo criado 100% natural, ya que tienen una idea de cómo engordan el pollo y cómo le afecta a su salud.

Se determinó que el negocio va a ser viable y rentable, ya que pudimos apreciar que el VAN supera 78.48 siendo un valor positivo

Definimos que el modelo de negocio con el que trabajaremos será una estructura simple, debido a que es una empresa pequeña y la mayor parte de operaciones estarán a cargo del gerente general, por ejemplo, la administración, las ventas, la comercialización, entre otros.

RECOMENDACIONES

Llevar un estricto control en la nutrición del pollo para que este pueda crecer de forma 100% natural, y así poder satisfacer las necesidades que demandan los consumidores.

Una vez establecida la empresa y haber ganado clientela, incrementar la producción de pollos para cubrir todas las tiendas y tercenas de la Parroquia La Ecuatoriana

Mejorar el modelo de negocio, puesto que el gerente se ocupa casi de todas las operaciones.

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta

Esta encuesta es realizada a usted porque la microempresa “La Granja” quiere poner un criadero de pollos en el futuro.

Petición: Marque con una X en la respuesta que usted crea conveniente

1. ¿Qué le compran más?

Pollo ()

Carne ()

2. ¿Usted qué clase de carne de pollo prefiere comprar para revender?

PLANTA AVÍCOLA (incubadoras) ()

POLLOS DE CAMPO (natural) ()

3. ¿Recibe regalías por parte de sus proveedores?

SÍ ()

NO ()

4. ¿En qué lugar usted adquiere carne de pollo?

DISTRIBUIDORES ()

SUPERMERCADOS ()

MERCADOS POPULARES ()

OTROS ()

5. ¿Con qué frecuencia usted adquiere carne de pollo para su local?

DIARIAMENTE ()

SEMANALMENTE ()

MENSUALMENTE ()

6. ¿Qué cantidad de carne de pollo compra usted para revender?

POLLO POR LIBRAS ()

POLLO ENTERO ()

7. ¿Le gustaría a usted que la carne de pollo que adquiere en el mercado tenga una marca y presentación específica?

SI ()

NO ()

8. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar usted por una libra de carne de pollo?

DE \$ 1.18 ()

DE \$ 1.30 ()

MÁS DE \$ 1.30 ()

9. ¿Cuándo usted adquiere un pollo completo como le gustaría que se lo entreguen?

COMPLETO (CON MENUDECIA) ()

O (SIN MENUDECIA) ()

10. ¿Cuál es la razón por la que se inclina sus clientes a comprar carne de pollo?

PRECIO ()

NUTRICIÓN ()

CALIDAD ()

TODAS LAS ANTERIORES ()

11. ¿Estaría dispuesto a que le tome en cuenta como mi futuro cliente?

SÌ ()

NO ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

BIBLIOGRAFÍA

- Basantes, X. (2011). *Las más respetadas empresas*. Obtenido de https://especiales.revistalideres.ec/2011/mas_respetados/empresas_social.html
- Briganó, M. (2016). *Puntos críticos en la crianza de pollo de engorde desde la segunda semana*. Obtenido de El sitio avicola.
- Bustos, M. (2007). La leyenda de los súper pollos hormonales. *Revista del consumidor*.
- Cañas, C. (Julio de 2013). *El concepto de la capacidad instalada*. Obtenido de http://www.planning.com.co/bd/valor_agregado/Julio2013.pdf
- Kotler, P. (2001). Dirección de Marketing. *Edición Milenio*, 15.
- Loerch, S. (1998). *Ionóforos y antibioticos*. Obtenido de Sitio Argentino de Producción Animal: http://www.produccion-animal.com.ar/informacion_tecnica/invernada_promotores_crecimiento/10-ionoforos_antibioticos_probioticos_supresores_celo.pdf
- McMohan, P. (2009). *Alimentando el Frenesí: la nueva política de la comida*. Inglaterra: Books London.
- Molina, A. (2018). *La configuración organizacional: el modelo de Mintzberg*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/09/la-configuracion-organizacional-el-modelo-de-mintzberg/>
- PRONACA. (2019). *Historia Pronaca*. Obtenido de <https://www.pronaca.com/historia-pronaca/#contenido>
- Rivera, L. (2006). *Dirección de marketing fundamentos y aplicaciones*. España.

Valarezo. (Noviembre de 2016). *5 Fuerzas de Porter*. Obtenido de <https://dircomfidencial.com/diccionario/5-fuerzas-porter-20161109-1320/>

Varela, R. (2001). *Innovación empresarial*. Bogotá: Prentice Hall.