



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ
MANUEL FÉLIX LÓPEZ
ESPAM-MFL**

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**TESIS PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA
COMERCIAL CON MENCIÓN ESPECIAL EN ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS AGROINDUSTRIAL Y AGROPECUARIA**

**FACTIBILIDAD ECÓNOMICA PARA LA COMERCIALIZACIÓN
DE PRESAS SELECCIONADAS SELLADAS AL VACIO EN
POLLOS CRIOLLOS “*GallusgallusDomesticus*”**

AUTORAS:

SINDY DEL ROCIO PÁRRAGA DELGADO

JESÚS VIRGINIA VERA GANCHOZO

TUTORA:

ING. ILIANA SARMENTERO BON

CALCETA, JUNIO 2013

DERECHOS DE AUTORÍA

Sindy del Roció Párraga Delgado y Virginia Vera Ganchozo, declaran bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional, y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedemos los derechos de propiedad intelectual a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual y su reglamento.

.....
SINDY DEL ROCÍO PÁRRAGA DELGADO

.....
VIRGINIA VERA GANCHOZO

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Ing. Iliana Sarmentero Bon certifica haber tutelado la tesis **FACTIBILIDAD ECÓNOMICA PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRESAS SELECCIONADAS SELLADAS AL VACIO EN POLLOS CRIOLLOS “Gallusgallus Domesticus”**, que ha sido desarrollada por Sindy del Roció Párraga Delgado y Virginia Vera Ganchozo, previa la obtención del título de Ingeniera Comercial con Mención Especial en Administración de Empresas Agroindustrial y Agropecuaria, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TESIS DE GRADO DE TERCER NIVEL** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

.....
PhD. ILIANA SARMENTERO BON

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos integrantes del tribunal correspondiente, declaran que han APROBADO la tesis **FACTIBILIDAD ECÓNOMICA PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRESAS SELECCIONADAS SELLADAS AL VACIO EN POLLOS CRIOLLOS “Gallusgallus Domesticus”**, que ha sido propuesta, desarrollada y sustentada por Sindy del Rocío Párraga Delgado y Jesús Virginia Vera Ganchozo, previa la obtención del título de Comercial con Mención Especial en Administración de Empresas Agroindustrial y Agropecuaria, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TESIS DE GRADO DE TERCER NIVEL** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

.....
Mgs. EVELYN GONZALEZ PARIS

MIEMBRO

.....
Econ. PATRICIO BRAVO PEREZ

MIEMBRO

.....
Econ. ROBERTO ZAMBRANO FARIAS

PRESIDENTE

AGRADECIMIENTO

A la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López que me dio la oportunidad de una educación superior de calidad y en la cual he forjado mis conocimientos profesionales día a día;

A Dios por darme la vida y las fuerzas para salir adelante,

A mis padres por darme la vida y por haberme apoyado siempre en esta etapa estudiantil y a mi esposo JAIRO JOSE LUCAS ORMAZA por brindarme su apoyo moral y económico en cada momento que necesite para cumplir con esta etapa de mi vida

.....
SINDY R. PARRAGA DELGADO

AGRADECIMIENTO

A la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López que me dio la oportunidad de una educación superior de calidad y en la cual he forjado mis conocimientos profesionales día a día;

A Dios por darme la vida y las fuerzas para salir adelante,

A mis padres por darme la vida y por haberme apoyado siempre en esta etapa estudiantil y a las personas más especiales que ahora están en mi vida a Edison Zambrano Alcívar y mi hija porque con su apoyo moral y económico me ha ayudado a cumplir una etapa más de mi vida.

.....
JESÙS V. VERA GANCHOZO

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedicamos a nuestros padres, quienes han sido el pilar principal en nuestras familias y siempre han estado presentes en cada tropezón de nuestra vida universitaria, a nuestros catedráticos que con sus conocimientos supieron guiarnos en cada uno de los procedimientos de esta tesis.

Finalmente dedicamos a nuestros esposos a todos nuestros compañeros que siempre estuvieron brindándonos su apoyo para lograr el cumplimiento de esta meta para la culminación de este ciclo de nuestras vidas.

.....
SINDY R. PARRAGA DELGADO

.....
JESÚS V. VERA GANCHOZO

CONTENIDO GENERAL

CARATULA	i
DERECHOS DE AUTORÍA.....	ii
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	iv
AGRADECIMIENTO	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
CONTENIDO GENERAL	viii
CONTENIDO DE CUADROS.....	xiii
CONTENIDO DE GRÁFICOS Y FIGURAS.....	xvi
RESUMEN.....	xvii
PALABRAS CLAVE	xvii
ABSTRACT	xviii
KEY WORDS.....	xviii
CAPÍTULO I. ANTECEDENTES	1
1.1.- PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	1
1.1.1.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	2
1.2.- JUSTIFICACIÓN	3
1.3.- OBJETIVOS	4
1.3.1.- OBJETIVO GENERAL	4
1.3.2.-OBJETIVOS ESPECÍFICOS	4
1.4.- HIPÓTESIS	5
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	6
2.1.- AVICULTURA EN EL ECUADOR	6
2.1.1.- LAS AVES DE CORRAL	6
2.1.2.- GALLUS GALLUS DOMESTICUS (POLLOS CRIOLLOS)	6
2.1.3.- ORIGEN.....	7
2.1.4.- PRODUCCIÓN	7
2.2.-FACTIBILIDAD	8
2.2.1.- FACTIBILIDAD ECONÓMICA	8
2.2.2.- DETERMINACIÓN Y FUNDAMENTACIÓN	9
2.2.3.-ESTRUCTURA DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	9

2.2.4.- OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	10
2.2.5.- ESTUDIO DE MERCADO	11
2.2.6.- OBJETIVO DE UN ESTUDIO DE MERCADO.....	11
2.2.7.- LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE UN ESTUDIO DE MERCADO.....	11
2.2.8.- ETAPAS DEL ESTUDIO DE MERCADO	12
2.2.9.- ASPECTOS PARA DEFINIR EL ESTUDIO DE MERCADO	12
2.2.9.1.- DETERMINACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO	12
2.2.9.2.- DEMANDA	13
2.2.10.- ANÁLISIS ACTUAL Y FUTURO DE LA DEMANDA	13
2.2.10.1.- OFERTA.....	13
2.2.11.- ANÁLISIS ACTUAL Y FUTURO DE LA OFERTA	13
2.2.12.- ANÁLISIS DE LOS PRECIOS	14
2.3.- EL ESTUDIO TÉCNICO	14
2.4.- EL ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN	15
2.5.- IMPORTANCIA DE LA EVALUACIÓN ECONÓMICA -FINANCIERA	15
2.5.1.- OBJETIVOS DEL ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	16
2.5.2.- VALOR ACTUAL NETO (VAN)	16
2.5.3.-TASA INTERNA DE RETORNO O DE RENDIMIENTO (TIR)	17
2.5.4.-PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL (PR)	17
2.5.5.- RAZÓN BENEFICIO - COSTO.....	17
2.5.6.- APLICACIÓN DE CRITERIOS DE EVALUACIÓN.....	18
2.5.7.- ANÁLISIS DE RIESGOS E INCERTIDUMBRE	18
2.5.8.- ESTADOS FINANCIEROS.....	19
2.5.9.- FLUJO DE CAJA PARA LA PLANIFICACIÓN FINANCIERA	19
2.5.10.- FLUJOS DE CAJA PARA EL CÁLCULO DE LOS INDICADORES DE RENTABILIDAD ACTUALIZADOS.....	20
2.5.11.- ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	20
2.5.12.- BALANCE GENERAL	20
CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO	22
3.1.- UBICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	22
3.2.-VARIABLE DE ESTUDIO	22
3.2.1.-VARIABLE DEPENDIENTE	22
3.2.2.-VARIABLES INDEPENDIENTE	22
3.3.- MÉTODOS Y TÉCNICAS	22
3.3.1.- MÉTODO DESCRIPTIVO	22

3.3.2.- MÉTODO CUANTITATIVO	22
3.3.3.- TÉCNICA	23
3.3.4.- HERRAMIENTAS.....	23
3.4.- TÉCNICAS ESTADÍSTICAS	23
3.4.1.- POBLACIÓN.....	23
3.4.2.- MUESTREO.....	23
3.4.2.1.- CÁLCULO DE LA MUESTRA.....	23
3.5.-MANEJO DE LA INVESTIGACIÓN	25
3.5.1.- ETAPA 1. (ESTUDIO DE MERCADO)	25
3.5.2.- ETAPA 2. (ESTUDIO TÉCNICO)	25
3.5.3.- ETAPA 3. (ESTUDIO ECONÓMICO)	25
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	26
4.1.- ESTUDIO DE MERCADO	26
4.1.1.- TAMAÑO DE LA MUESTRA	26
4.2.- DATOS ESTADÍSTICOS DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS EN LA CIUDAD DE CALCETA CON UN MUESTREO ALEATORIO	26
4.2.1.- ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA	37
4.2.1.1.- ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	38
4.2.1.2.- ANÁLISIS DE LA DEMANDA INTERNA.....	39
4.2.1.3.- ANÁLISIS DE LA DEMANDA INSATISFECHA	40
4.2.1.4.- PROVEEDORES.....	41
4.2.2.- CARACTERÍSTICAS Y PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO	41
4.2.3.- COMERCIALIZACIÓN Y PRECIOS	41
4.3.- ANÁLISIS FODA DEL SECTOR AVÍCOLA	43
4.3.1.- BANCO DE FUERZAS ACTUANTES INTERNAS DEL SECTOR AVÍCOLA.....	43
4.3.1.1.- FORTALEZAS.....	43
4.3.1.2.- DEBILIDADES	43
4.3.2.- BANCOS DE FUERZAS ACTUANTES EXTERNAS DEL SECTOR AVÍCOLA	44
4.3.2.1.- OPORTUNIDADES.....	44
4.3.2.2.- AMENAZAS	44
4.3.2.- ANÁLISIS FODA DEL PRODUCTO	45
4.3.2.1.- FORTALEZAS.....	45
4.3.2.2.- DEBILIDADES:	46
4.3.2.3.-OPORTUNIDADES	46

4.3.2.4.- AMENAZAS	46
4.4.- ESTUDIO TÉCNICO O DE INGENIERIA	48
4.4.1.- ANTECEDENTES DEL ESTUDIO TÉCNICO.....	48
4.4.1.- BALANCE DE EQUIPOS	48
4.4.2.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE FAENAMIENTO	49
4.4.2.1.- CUIDADO ANTES DE LA MATANZA.....	49
4.4.2.2.- MATANZA	49
4.4.2.3.- BANCO DE DESANGRADO	49
4.4.2.4.- ESCALADORA.....	50
4.4.2.5.- DESPLUMADORA DE POLLO.....	50
4.4.2.6.- EVISCERACIÓN	50
4.4.2.7.- COLGADO	51
4.4.2.8.- CONGELADO	51
4.4.2.9.- EMPACADO.....	51
4.4.2.10.- CUCHILLOS.....	51
4.4.2.11.- TERMÓMETRO	51
4.4.2.12.- FLUJO DEL PROCESO DE FAENAMIENTO DE AVES.....	52
4.4.3.- TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA	52
4.4.3.1.- SELECCIÓN DE LA TECNOLOGÍA	52
4.4.3.2.- PLANIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN	53
4.4.3.3.- BALANCEO DE LÍNEA.....	53
4.4.3.4.- DISTRIBUCIÓN GENERAL DE LA PLANTA.....	53
4.4.3.5.- BALANCE DE PERSONAL	53
4.4.3.6.- BALANCE DE OBRAS FÍSICAS	54
4.4.3.7.- DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO	55
4.4.4.- ESTUDIO ORGANIZACIONAL	55
4.4.4.1.- MISIÓN	55
4.4.4.2.- VISIÓN.....	56
4.4.4.3.- ORGANIGRAMA.....	56
4.4.4.4.- OBJETIVOS DE LA EMPRESA.....	56
4.4.4.5.- MARCO LEGAL	57
4.4.4.6.- DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO DE TRABAJO.....	58
4.5.- ESTUDIO FINANCIERO Y ECONÓMICO	60
4.5.1.- INVERSIÓN DEL PROYECTO.....	60
4.5.1.1.- ACTIVOS FIJOS	61

4.5.1.2.- TERRENO.....	61
4.5.1.3.-CONSTRUCCIÒN CIVIL	61
4.5.1.4.- MAQUINARIAS Y EQUIPOS.....	62
4.5.1.5.-MUEBLES Y ENSERES.....	62
4.5.1.6.- VEHÍCULO.....	63
4.5.1.7.- EQUIPO DE OFICINA.....	63
4.5.2.- ACTIVOS DIFERIDOS.....	63
4.5.3.- CAPITAL DE TRABAJO.....	64
4.5.3.1.- MATERIA PRIMA E INSUMOS POR 3 MESES	64
4.5.3.2.- MANO DE OBRA POR 3 MESES	65
4.5.4.- COSTO DE PRODUCCIÒN TOTAL.....	65
4.5.4.1.- MATERIA PRIMA E INSUMOS POR UN AÑO	65
4.5.4.2.- MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA ANUAL.....	66
4.5.4.3.- COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÒN	67
4.5.4.4.- COSTOS DE PRODUCCIÒN	69
4.5.5.- GASTOS OPERATIVOS.....	69
4.5.5.1.-GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	69
4.5.5.4.- SERVICIOS BÀSICOS.....	70
4.5.5.5.- GASTOS DE OFICINA.....	71
4.5.6.- GASTOS DE VENTAS.....	71
4.5.7.- GASTOS FINANCIEROS.....	72
4.5.8.-RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS	74
4.5.9.- CALCULO DE LOS INGRESOS DE OPERACIÒN	74
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	89
5.1.- CONCLUSIONES	89
5.2.- RECOMENDACIONES	90
BIBLIOGRAFÍA.....	91
ANEXOS.....	97

CONTENIDO DE CUADROS

CUADRO. 4.1.- DATOS DE FRECUENCIA.....	28
CUADRO. 4.1.1.- TIPO DE CARNE QUE CONSUMEN LAS PERSONAS ENCUESTADAS.....	28
CUADRO. 4.2. DATOS DE FRECUENCIA.....	29
CUADRO. 4.2.1.- LE GUSTA LA CARNE DE POLLO.....	29
CUADRO. 4.3. DATOS DE FRECUENCIA.....	30
CUADRO. 4.3.1.- QUE PARTE DEL POLLO COMPRA HABITUALMENTE.....	30
CUADRO. 4.4.- DATOS DE FRECUENCIA.....	31
CUADRO. 4.4.1.- CUANTOS POLLOS CONSUME A LA SEMANA.....	31
CUADRO. 4.5.- DATOS DE FRECUENCIA.....	32
CUADRO. 4.5.1.- QUE MARCA O TIPO DE POLLO CONSUME HABITUALMENTE.....	32
CUADRO. 4.6.- DATOS DE FRECUENCIA.....	33
CUADRO. 4.6.1.- CÓMO LE GUSTARÍA LA PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO.....	33
CUADRO. 4.7.- DATOS DE FRECUENCIA.....	34
CUADRO. 4.7.1.- A QUÉ LUGAR ACUDE REGULARMENTE A COMPRAR EL POLLO.....	34
CUADRO. 4.8.- DATOS DE FRECUENCIA.....	35
CUADRO. 4.8.1.- A QUÉ LUGAR ACUDE REGULARMENTE A COMPRAR EL POLLO.....	36
CUADRO. 4.9.- DATOS DE FRECUENCIA.....	37
CUADRO. 4.9.1.- AL ADQUIRIR EL PRODUCTO CUAL CARACTERÍSTICA NO LES HA GUSTADO.....	37
CUADRO. 4.10.- ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA EN LA COMPRA DE POLLO.....	38

CUADRO. 4.11.- ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA EN CONSUMO A LA SEMANA.....	39
CUADRO. 4.12.- ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	40
CUADRO. 4.13.- DATOS DEL FODA FUERZAS ACTUANTES INTERNAS DEL SECTOR AVÍCOLA.....	45
CUADRO. 4.14.- DATOS DEL FODA FUERZAS ACTUANTES EXTERNAS DEL SECTOR AVÍCOLA.....	46
CUADRO 4.15.- DATOS DEL FODA FUERZAS ACTUANTES INTERNAS DEL PRODUCTO.....	47
CUADRO 4.16.- DATOS DEL FODA FUERZAS ACTUANTES EXTERNAS DEL PRODUCTO.....	48
CUADRO 4.17.- PRESUPUESTO DE LOS EQUIPOS.....	49
CUADRO 4.18.- BALANCE DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO.....	55
CUADRO 4.19.- BALANCE DEL PERSONAL DE MANO DE OBRA.....	55
CUADRO 4.20.- BALANCE DE OBRAS FÍSICAS.....	55
CUADRO 4.21.- BALANCE DE CONSTRUCCIÓN.....	56
CUADRO 4.22.- INVERSIÓN DEL PROYECTO.....	61
CUADRO 4.23.- ACTIVOS FIJOS DE LA INVERSIÓN.....	62
CUADRO 4.24.- TERRENO.....	62
CUADRO 4.25.- CONSTRUCCIÓN CIVIL.....	62
CUADRO 4.26.- MAQUINARIAS Y EQUIPOS.....	63
CUADRO 4.27.- MUEBLES Y ENSERES.....	63
CUADRO 4.28.- VEHÍCULO.....	64
CUADRO 4.29.- EQUIPO DE OFICINA.....	64
CUADRO 4.30.- ACTIVOS DIFERIDOS.....	64
CUADRO 4.31.- CAPITAL DE TRABAJO.....	65
CUADRO 4.32.- MATERIA PRIMA E INSUMO.....	65
CUADRO 4.33.- MANO DE OBRA.....	65
CUADRO 4.34.- MATERIA PRIMA E INSUMOS POR AÑO.....	66
CUADRO 4.35.- MATERIAS PRIMAS E INSUMOS PROYECTADAS A 5 AÑOS.....	67
CUADRO 4.36.- MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA.....	67
CUADRO 4.37.- MANO DE OBRA DIRECTA.....	67
CUADRO 4.38.- COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN.....	68

CUADRO 4.39.- MATERIA PRIMA INDIRECTA.....	68
CUADRO 4.40.- MANO DE OBRA INDIRECTA.....	68
CUADRO 4.41.- DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO.....	68
CUADRO 4.42.- SEGURO DE VEHÍCULO.....	69
CUADRO 4.43.- ARRIENDO DE LA PLANTA.....	69
CUADRO 4.44.- MANTENIMIENTO DE EQUIPOS Y MAQUINARIA.....	69
CUADRO 4.45.- SEGURO DE INCENDIO.....	69
CUADRO 4.46.- COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	70
CUADRO 4.47.- GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	70
CUADRO 4.48.- PERSONAL ADMINISTRATIVO.....	70
CUADRO 4.49.- DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS.....	71
CUADRO 4.50.- DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS PROYECTADA A 5 AÑOS.....	71
CUADRO 4.51.- SERVICIOS BÁSICOS.....	72
CUADRO 4.52.- GASTOS EQUIPOS DE OFICINA.....	72
CUADRO 4.53.- GASTOS DE VENTAS.....	72
CUADRO 4.54.- TABLA DE AMORTIZACIÓN.....	73
CUADRO 4.55.- GASTOS DE INTERESES.....	74
CUADRO 4.56.- COSTOS Y GASTOS TOTALES.....	75
CUADRO 4.57.- TOTAL INGRESOS OPERACIONALES.....	75
CUADRO 4.58.- PROYECCIÓN DE INGRESOS OPERACIONALES.....	75
CUADRO 4.59.- ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	76
CUADRO 4.60.- FLUJO DE CAJA PROYECTADO A 5 AÑOS.....	76

CONTENIDO DE GRÁFICOS Y FIGURAS

GRÁFICO 4.1. DIAGNÓSTICO DEL TIPO DE CARNE CONSUMIDA.....	28
GRÁFICO 4.2. DIAGNÓSTICO DE LA CARNE DE POLLO.....	29
GRÁFICO. 4.3. DIAGNÓSTICO DE LAS PARTES DEL POLLO.....	30
GRÁFICO. 4.4. DIAGNÓSTICO DEL CONSUMO DE POLLO.....	31
GRÁFICO. 4.5. DIAGNÓSTICO DEL TIPO O MARCA DE POLLO QUE CONSUME..	32
GRÁFICO. 4.6. DIAGNÓSTICO DE LA PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO.....	34
GRÁFICO. 4.7. DIAGNÓSTICO DEL LUGAR DE ADQUISICIÓN DEL POLLO.....	35
GRÁFICO. 4.8. DIAGNÓSTICO DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL POLLO.....	36
GRÁFICO. 4.9. DIAGNÓSTICO DE CARACTERÍSTICAS DE POLLO QUE NO LE HA GUSTADO.....	37
GRÁFICO. 4.10. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	40
FIGURA. 4.1. DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DE FAENAMIENTO DE POLLOS.....	53
FIGURA. 4.2. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.....	54
FIGURA. 4.3. ORGANIGRAMA DE LA PLANTA.....	57

RESUMEN

El objetivo de esta investigación es determinar la factibilidad económica para la comercialización de presas seleccionadas selladas al vacío en pollos criollos (*Gallus gallus domesticus*), para contribuir con el desarrollo socio-económico de la parroquia Calceta. La factibilidad comprendió el estudio de mercado, el estudio técnico y el estudio financiero. El estudio de mercado se realizó mediante encuesta realizada a 382 personas tomadas al azar, a quienes se les preguntó acerca del consumo del pollo y su calidad. El estudio técnico se lo realizó mediante una prueba piloto en la que se observó los procesos de faenamiento de pollos para poder llegar al producto final. En el estudio financiero se analizó los indicadores como el Flujo de Caja, Estados de Pérdidas y Ganancias el TIR, VAN, TAD. El estudio de mercado realizado reflejó que es viable la comercialización de presas seleccionadas de pollo. A su vez con el estudio técnico se pudo conocer el proceso y evitar posibles errores en el momento del sellado al vacío. Desde punto de vista económico y financiero se reflejaron los siguientes resultados: el Valor Actual Neto (VAN 44 722.45), la Tasa Interna de Retorno (TIR 30%) y la Tasa de Descuento (TAD 19.76%). De acuerdo a los resultados obtenidos se pudo concluir que es factible la comercialización de pollos criollos sellados al vacío en la Ciudad de Calceta.

PALABRAS CLAVE

Factibilidad, Económica, Estudio Técnico, Financiero, Tir, Van.

ABSTRACT

The objective of this research is to determine the economic feasibility for commercialization of selected dams vacuum sealed Creole chickens (*Gallus gallus domesticus*), to contribute to the socio-economic development of the parish Sock. The feasibility study understood the market, the technical study and financial study. The market research survey was carried out by 382 people chosen at random, who were asked about consumption of chicken and its quality. The technical study it conducted a pilot test in which we observed the processes of slaughter of chickens to reach the final product. The study analyzed financial indicators such as cash flow; profit and loss states the IRR, NPV and TAD. The market study is feasible reflection marketing chicken selected dams. Turn to the technical study could know the process and avoid possible errors when vacuum sealing. Since economically and financially reflected the following results: the Net Present Value (NPV 44 722.45), the Internal Rate of Return (IRR 30%) and discount rate (TAD 19.76%). According to the results obtained it was concluded that it is feasible commercialization of chicken's creole vacuum sealed Calceta City.

KEY WORDS

Economic Feasibility, Technical Study, Financial, Tir, Van.

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

1.1.- PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar si el negocio que se propone será viable o no, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso y si esta propuesta contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y ambientales. El resultado de los estudios de factibilidad de los trabajos de investigación es la base de las decisiones que se tomen para su introducción, por lo que deben ser lo suficiente precisas para evitar errores que tienen un alto costo social directo, en cuanto a los medios materiales y humanos que involucren; así como por la pérdida de tiempo en la utilización de las variantes de desarrollo más eficientes para la sociedad.

Según datos de la Corporación Nacional de Avicultores del Ecuador, CONAVE, el Subsector Avícola, ha crecido significativamente desde el año 1990 a la fecha. En efecto, se estimaba que en el año 1990, el Ecuador tenía en existencia 40 millones de aves y quince años después, en el año 2005, la población avícola había ascendido a 148.5 millones de aves, de las cuales 139 millones fueron de engorde y 7,5 millones de postura y 2 millones de aves reproductoras pesadas y livianas CONAVE señala que la producción de carne de pollo en el año 2005, alcanzó las 278.000 TM, lo que significó un consumo per cápita de 22 kilogramos por año, que es el más alto observado en las especies animales, en tanto en ese mismo año, la producción de huevos llegó a 90.000 TM, lo que determina un consumo per cápita de 120 unidades por año.

Las exportaciones de carne de pollo se estimaron en 5 mil TM 2012. La producción avícola a nivel nacional se distribuye de la siguiente forma: en el

caso de carne de ave, Pichincha genera el 38%, Guayas 32%, Manabí 14%, Azuay 4% y el resto del país un 12%; mientras que en huevos, Pichincha produce el 40%, Manabí el 26%, Tungurahua el 20% y Guayas un 14%. CONAVE.

En nuestro país la producción de pollos se ha desarrollado y difundido en gran nivel cubriendo todos los climas y regiones debido a su alta adaptabilidad, rentabilidad aceptación en el mercado, y disposición para encontrar pollos de buena raza para introducirnos en el mercado. En el Ecuador la producción de carne de pollo es de mayor importancia debido a que existe una gran demanda de la población por las carnes blancas, ya que este es un producto sano, fresco y accesible a la economía de los ecuatorianos. Las grandes empresas dedicadas a la avicultura y específicamente a la crianza y comercialización de carne de pollo como PRONACA, abastecen a los macro y micros mercados de las ciudades de nuestro país.

La Ciudad de Calceta en la actualidad tiene un déficit de mercadeo en lo que es la comercialización de presas seleccionadas selladas al vacío que cumplan con sus estándares de calidad y distribución en el mercado local. En la cual las personas del campo como negocio familiar se dedican a la venta de pollos criollos como algo artesanal.

1.1.1.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Falta de un estudio de factibilidad económica para la comercialización de presas seleccionadas en pollos criollos selladas al vacío?

1.2.- JUSTIFICACIÓN

El proyecto constituye un agente de cambio en la calidad de vida de los habitantes del área rural del Cantón Bolívar y de apoyo al autoconsumo familiar ya que se caracteriza por ser generadora de mano de obra se facilita en pequeños espacios y provee alimentos de buena calidad a la población, sus ingresos son significativos que representa el 85% de los costos totales de una producción.

Ayudará al crecimiento económico de su población por medio de empleo a la gente del sector ya que muchos han trabajado en granjas avícolas y cuentan con experiencia en esta actividad. A través de la presente propuesta se pretende satisfacer las necesidades de los consumidores de la ciudad de Calceta sobre la carne de pollo.

Socialmente se contribuirá de forma positiva a los consumidores y a las familias de la ciudad de Calceta, brindándoles la facilidad de obtener un producto ya listo para ser sometido a cocción. El estudio de factibilidad no afectará el medio ambiente ya que se utilizará las buenas prácticas de manufactura para la elaboración de este producto, además se contará con las debidas precauciones en la utilización de los residuos para abonos orgánicos.

Es necesario estar alerta a las exigencias y expectativas del mercado, para ello es de vital importancia y para asegurar el éxito de las empresas, hacer uso de técnicas y herramientas, una de ellas es llevar a cabo un estudio de mercado, en conjunto con una serie de investigaciones como son: competencia, canales de distribución, lugares de venta del producto, publicidad que existe en el mercado, precios, oferta, demanda entre otros; Por tal razón, se propone utilizar estrategias para el faenamiento, que permitan mejorar el aprovechamiento de la materia prima mediante herramientas para la comercialización del producto, lo que facilita que se conviertan en mejores

ganancias, además de que el consumidor dispondrá de un producto final de buena calidad y así satisfacer sus necesidades.

1.3.- OBJETIVOS

1.3.1.- OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad económica para la comercialización de presas seleccionadas selladas al vacío en pollos criollos en la ciudad de Calceta.

1.3.2.-OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Realizar un diagnóstico para medir el nivel de aceptabilidad del pollo criollo sellado al vacío.
2. Analizar los aspectos teóricos sobre el estudio de la factibilidad económica para la comercialización de pollo en la localidad de Calceta.
3. Realizar un estudio económico-financiero para evaluar el nivel de rentabilidad del pollo criollo sellado al vacío.

1.4.- HIPÓTESIS

Si se conociera la factibilidad económica de la comercialización de presas seleccionadas en pollos criollos selladas al vacío entonces se pudiera fomentar el desarrollo del mercado.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1.- AVICULTURA EN EL ECUADOR

La avicultura es la práctica de cuidar y criar aves como animales domésticos con diferentes fines, y la cultura que existe alrededor de esta actividad de crianza. Las aves son animales vertebrados, de sangre caliente, que caminan, saltan o se mantienen sólo sobre las extremidades posteriores, mientras que las extremidades anteriores están modificadas como alas que, al igual que muchas otras características anatómicas únicas, son adaptaciones para volar, aunque no todas vuelan. Tienen el cuerpo recubierto de plumas y, las aves actuales, un pico córneo sin dientes. Para reproducirse ponen huevos, que incuban hasta la eclosión (Narváez, 2002).

2.1.1.- LAS AVES DE CORRAL

Aves de corral, término que antaño denominaba a cualquier tipo de ave y que después se aplicó sobre todo a especies comestibles y en particular a los pollos. El concepto ave de corral implica la cría de especies domésticas como pollos, gallinas, gallos, patos, gansos, guajolotes o pavos e, incluso palomas, de una forma rústica y familiar, en contraposición a la avicultura, en la que interviene una serie de técnicas orientadas a la producción industrial (Fernández, 2002).

2.1.2.- GALLUS GALLUS DOMESTICUS (POLLOS CRIOLLOS)

Las gallinas criollas por definición son aquellas aves propias del lugar que han desarrollado características, para su supervivencia y se clasifican como semipesados, ya que no corresponden al patrón de las aves de postura ni de

engorde. Estas características le confieren una gran importancia para la economía familiar en el medio rural, no obstante se tiene poco conocimiento acerca de sus características genéticas. En este sentido el uso de los marcadores representa una buena para la caracterización de las poblaciones de gallinas criollas. (Juárez, 2000).

2.1.3.- ORIGEN

Para el científico Eliano (1989). No parece haber duda para el origen de la especie del “Gallus domesticus” (que es el nombre científico de La gallina y el gallo), así como se desarrolló su expansión y domesticación por el resto del mundo; todos los estudiosos, (genetistas, agrónomos, arqueólogos, etc.) coinciden en ubicar su primer habidad en una zona comprendida entre el sudeste Asiático, la india oriental, y las estribaciones de la cordillera del Himalaya, lugar donde por cierto, hoy puede encontrarse en estado salvaje. Salvo algún tipo de gallina exótica, como puede ser la guinea o el urogallo, todas las que conocemos y utilizamos para nuestra alimentación proceden de la misma especie.

2.1.4.- PRODUCCIÓN

Según la INEC (2012) la producción agrícola de aves que pesan 18 kg o menos incluye no sólo pollos, pavos, gansos y pintadas, sino también aves de caza, como perdices, codornices, urogallos y faisanes. Aunque algunas de estas aves se crían al aire libre, la mayor parte de la producción de aves de corral y huevos se produce en instalaciones de confinamiento o corrales especialmente diseñados.

2.2.-FACTIBILIDAD

El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso y si el negocio

Propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y ambientales (Blanco, 2001).

El resultado de los estudios de factibilidad de los trabajos de investigación es la base de las decisiones que se tomen para su introducción, por lo que deben ser lo suficiente precisas para evitar errores que tienen un alto costo social directo, en cuanto a los medios materiales y humanos que involucren; así como por la pérdida de tiempo en la utilización de las variantes de desarrollo más eficientes para la sociedad. Esto sólo se puede asegurar mediante el empleo de procedimientos y de análisis debidamente fundamentados (Gamboa, 1988).

2.2.1.- FACTIBILIDAD ECONÓMICA

Se refiere a que se dispone del capital en efectivo o de los créditos de financiamiento necesario para invertir en el desarrollo del proyecto, mismo que deberá haber probado que sus beneficios a obtener son superiores a sus costos en que incurrirá al desarrollar e implementar el proyecto o sistema. (Fernández, 2000).

Un enfoque moderno y competitivo para la Gestión Empresarial en lo que respecta a inversiones es el objetivo fundamental de esta guía, para ello se requiere de la aplicación de técnicas modernas de análisis. Estas nuevas técnicas permitirán valorar la factibilidad o no de emprender, mantener y/o desarrollar un determinado proceso.

El modelo propuesto para la realización de estudios de factibilidad es una combinación de elementos técnicos y económicos donde aparecen como aspectos fundamentales la creación de un grupo de expertos para la realización de la tarea y la posibilidad de analizar la inversión desde el punto de vista de criterios cualitativos y cuantitativos, entre otros elementos (Acosta, 2000).

2.2.2.- DETERMINACIÓN Y FUNDAMENTACIÓN

La determinación y fundamentación de las bases metodológicas que deben regir los estudios de factibilidad de las investigaciones deben efectuarse con un enfoque sistémico, pues los resultados de las investigaciones al introducirse, modifican una parte de los procesos y sistemas de relaciones existentes. Este primer principio introduce la necesidad de considerar la utilización de todos aquellos métodos de simulación que permitan reproducir con la mayor exactitud posible los sistemas de relaciones, su interacción y los cambios que puede ocasionar el proceso científico-técnico en dichas relaciones. Al analizar la eficiencia económica, tanto de las investigaciones como de las inversiones necesarias para introducir los resultados, se considera como problema central de su determinación, la contraposición amplia y conjunta de gastos y resultados (Ramírez, 2009).

2.2.3.-ESTRUCTURA DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Para Quinn (2012) el modelo propuesto para la realización de estudios de factibilidad es una combinación de elementos técnicos y económicos, donde aparecen como aspectos fundamentales la creación de un grupo de expertos para la realización de la tarea y la posibilidad de analizar la inversión, desde el punto de vista de criterios cualitativos y cuantitativos, entre otros elementos. El modelo que aparece a continuación recoge los siguientes elementos de análisis:

- Información General del Proceso Inversionista.
- Identificación del Mercado Potencial y los Segmentos que se trabajarían.
- Análisis de las Demandas y Ofertas que se Originan por la Inversión.
- Valoración de la Competencia Existente.
- Especificaciones del Proyecto de inversión.
- Elaboración del Cronograma de Ejecución de la Inversión.
- Evaluación Económica Financiera.
- Criterios Cuantitativos.
- Criterio Cualitativo.
- Conclusiones de Factibilidad Económica.
- Análisis de Riesgo o de Incertidumbre en la evaluación de Proyectos.

2.2.4.- OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Según Méndez (2004). El estudio de factibilidad tiene varios objetivos:

- Saber si podemos producir algo.
- Conocer si la gente lo comprará.
- Saber si lo podremos vender.
- Definir si tendremos ganancias o pérdidas.
- Definir en qué medida y cómo, se integrará a la mujer en condiciones de equidad.
- Definir si contribuirá con la conservación, protección y/o restauración de los recursos naturales y el ambiente.
- Decidir si lo hacemos o buscamos otro negocio.
- Hacer un plan de producción y comercialización.
- Aprovechar al máximo los recursos propios.
- Reconocer cuáles son los puntos débiles de la empresa y reforzarlos.
- Aprovechar las oportunidades de financiamiento, asesoría y mercado.
- Tomar en cuenta las amenazas del contexto o entorno y soslayarlas.
- Iniciar un negocio con el máximo de seguridad y el mínimo de riesgos posibles.
- Obtener el máximo de beneficios o ganancias.

2.2.5.- ESTUDIO DE MERCADO

La investigación de mercado es la función que enlaza al consumidor, al cliente y al público con el comercializador a través de la información. Esta información se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas de marketing; como también para generar, perfeccionar y evaluar las acciones de marketing. La investigación de mercado especifica la información requerida para abordar este problema; diseña el método para recolectar la información; dirige e implementa el proceso de recolección de datos; analiza los resultados y comunica los hallazgos y sus implicaciones (Peter, 1988).

2.2.6- OBJETIVO DE UN ESTUDIO DE MERCADO

El objetivo del estudio del mercado en un proyecto consiste, en estimar la cuantía de los bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios. Esta cuantía representa la demanda desde el punto de vista del proyecto y se especifica para un período convencional (un mes, un año u otro.) Dado que la magnitud de la demanda variará en general con los precios, interesa hacer la estimación para distintos precios y tener presente la necesidad de que el empresario pueda cubrir los costos de producción con un margen razonable de utilidad (Lambin, 1997).

2.2.7.- LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE UN ESTUDIO DE MERCADO

- Definir claramente la demanda.
- Conocer la oferta actual y potencial.
- Establecer qué podemos vender.
- Saber a quién podemos venderlo.
- Conocer cómo podemos venderlo.

- Conocer los gustos y preferencias de nuestros clientes.
- Conocer la competencia y contrarrestar sus efectos.
- Evaluar resultados de estrategias de comercialización.
- Conocer los precios a los que se venden los servicios.

El estudio del mercado no sólo sirve para determinar la demanda, la oferta, los precios y los medios de publicidad, sino también es la base preliminar para los análisis técnicos, financieros y económicos de un proyecto (Domínguez 2009).

2.2.8.- ETAPAS DEL ESTUDIO DE MERCADO

Según Bello (1993) con el estudio de mercado pueden lograrse múltiples objetivos, pero en la práctica se aplican en campos bien definidos. Los pasos a seguir para llevar a cabo un análisis comercial, según bibliografía especializada, son los que a continuación se muestran:

- Análisis del producto
- Producto principal.
- Subproductos.
- Productos sustitutivos.
- Productos complementarios
 - Clientes Potenciales
 - Análisis del mercado
 - Proveedores
 - Distribuidores

2.2.9.- ASPECTOS PARA DEFINIR EL ESTUDIO DE MERCADO

2.2.9.1.- DETERMINACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO

Según la definición de Talaya (1996) el mercado objetivo al que se orientará los productos y servicios de la entidad en formación, explicando ampliamente las razones que fundamentan la decisión.

2.2.9.2.- DEMANDA

Según Fisher (2012) autores del libro "Mercadotecnia", la demanda se refieren a "las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado".

2.2.10.- ANÁLISIS ACTUAL Y FUTURO DE LA DEMANDA

Para Blanco (2012) el objetivo de conocer si la entidad en formación, así como los productos y servicios financieros que ofrecerá, contarán con una demanda que haga viable el proyecto, debe efectuarse una investigación de mercado que se sustentará en la evaluación del sistema financiero y de variables sociales y económicas.

2.2.10.1.- OFERTA

De acuerdo a lo añadido por Andrade (2012) autor del libro "Diccionario de Economía", define la oferta como "el conjunto de propuestas de precios que se hacen en el mercado para la venta de bienes o servicios". Complementando ésta definición, Andrade agrega que en el lenguaje de comercio, "se emplea la expresión estar en oferta para indicar que por un cierto tiempo una serie de productos tiene un precio más bajo del normal, para así estimular su demanda.

2.2.11.- ANÁLISIS ACTUAL Y FUTURO DE LA OFERTA

El análisis de la oferta deberá considerar ampliamente las condiciones bajo las que se competirá en el mercado financiero, tomando en cuenta los productos y servicios financieros ya existentes en el mercado en que se pretende posicionar (Terán, 2003).

2.2.12.- ANÁLISIS DE LOS PRECIOS

Aquí se analizan los mecanismos de formación de precios en el mercado del producto:

1. MECANISMO DE FORMACIÓN: Existen diferentes posibilidades de fijación de precios en un mercado, se debe señalar la que corresponda con las características del producto y del tipo de mercado. Entre las modalidades están:

2. FIJACIÓN DEL PRECIO: Se debe señalar valores máximos y mínimos probables entre los que oscilará el precio de venta unitario del producto, y sus repercusiones sobre la demanda del bien. Una vez que se ha escogido un precio, es el que se debe utilizar para las estimaciones financieras del proyecto (Domínguez, 2009).

➤ **ELEMENTOS QUE LLEVA IMPLÍCITO EL PRECIO**

- Costos del producto
- La percepción del consumidor
- Competencia directa e indirecta
- Oferta y demanda

2.3.- EL ESTUDIO TÉCNICO

El objetivo es diseñar como se producirá aquello que venderás. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar cómo se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial. En el estudio técnico se define:

- Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.
- Donde obtener los materiales o materia prima.
- Que máquinas y procesos usar.

- Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.

En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos (Martínez, 1997).

2.4.- EL ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN

Según Gil (1986) la estructura organizacional se refiere a la forma en que las actividades de una organización se dividen, organizan y coordinan. La descripción de acerca de lo que es organizar, como un proceso de cinco pasos, provee una buena estructura para nuestro planeamiento.

- Hacer una lista del trabajo que necesita realizarse para alcanzar los objetivos de la organización.
- Dividir todo el trabajo en actividades que puedan desempeñar lógica y cómodamente individuos o grupos.
- Combinar las actividades de manera lógica y eficiente.
- Establecer mecanismos para la coordinación.
- Controlar la efectividad de las estructuras organizacionales y ajustarlas a las necesidades.

2.5.- IMPORTANCIA DE LA EVALUACIÓN ECONÓMICA - FINANCIERA

Es de vital importancia que los inversionistas estén bien informados y que conozcan con amplitud algunas de las variables económicas a nivel macro o micro, que puedan estar relacionadas con el proyecto, las cuales serán de gran utilidad en su evaluación y toma de decisiones, que posteriormente se habrán de dar, y algunas pueden ser tan relevantes, que de ellas depende la aprobación o cancelación de la decisión de invertir (Sánchez, 1997).

2.5.1.- OBJETIVOS DEL ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

El objetivo fundamental de la evaluación económica financiera es calcular la inversión a partir de criterios cuantitativos y cualitativos de estimación de proyectos. En el primer criterio mencionado encontraremos los más representativos y usados para tomar decisiones de inversión, es decir nos referimos al Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Período de Recuperación, teniendo en cuenta en este criterio el valor del dinero en el tiempo, por lo que se transforma en el Período de Recuperación Descontado (PRD) y Razón Costo / Beneficio o Índice de Rentabilidad. En los criterios cualitativos se puede utilizar el que mayor garantía tiene.

El método del Análisis Beneficio-Costo permite establecer un proceso de valoración económica de los costos evitados como beneficios o de los beneficios no percibidos como costos, ante una medida o proyecto. El beneficio constituye entonces una estimación y no la realidad. Por lo que se hace necesaria la aplicación de criterios de evaluación de inversiones. En todo análisis beneficio-costo es de vital importancia los costos, ya que estos también influyen en los beneficios que se estimen del proyecto en términos cuantitativos.

2.5.2.- VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El Valor Neto Actualizado o Valor Actual Neto (VAN) de un proyecto mide en dinero corriente el grado de mayor riqueza que tendrá el inversionista en el futuro si emprende el proyecto. Se define como el valor actualizado del flujo de ingresos netos obtenidos durante la vida útil económica del proyecto a partir de la determinación por año de las entradas y salidas de divisas en efectivo, desde que se incurre en el primer gasto de inversión durante el proceso inversionista hasta que concluyen los años de operación o funcionamiento de la inversión (Sinisterra, 2007).

2.5.3.-TASA INTERNA DE RETORNO O DE RENDIMIENTO (TIR)

La tasa interna de retorno o rendimiento (TIR) representa la rentabilidad general del proyecto y es la tasa de actualización o de descuento, a la cual el valor actual del flujo de ingresos en efectivo es igual al valor actual del flujo de egresos en efectivo. En otros términos se dice que la TIR corresponde a la tasa de interés que torna cero el VAN de un proyecto, anulándose la rentabilidad del mismo. De esta forma se puede conocer hasta qué nivel puede crecer la tasa de descuento y aún el proyecto sigue siendo rentable financieramente (Polanco, 2007).

2.5.4.-PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL (PR)

Este indicador mide el número de años que transcurrirán desde la puesta en explotación de la inversión, para recuperar el capital invertido en el proyecto mediante las utilidades netas del mismo, considerando además la depreciación y los gastos financieros. En otros términos se dice que es el período que media entre el inicio de la explotación hasta que se obtiene el primer saldo positivo o período de tiempo de recuperación de una inversión (Charles, 2007).

2.5.5.- RAZÓN BENEFICIO - COSTO

Este indicador, conocido también como Índice del valor actual, compara el valor actual de las entradas de efectivo futuras con el valor actual, tanto del desembolso original como de otros gastos en que se incurran en el período de operación (Carrillo, 2003).

2.5.6.- APLICACIÓN DE CRITERIOS DE EVALUACIÓN

De los criterios de evaluación expuestos, todos tienen ventajas e inconvenientes, pero las desventajas del Período de Recuperación y de la Razón Beneficio-Costo no los hacen aconsejables para decidir la ejecución o rechazo de un proyecto. Por lo tanto, se recomienda utilizar como criterios de decisión el VAN y la TIR (Carrillo, 2003).

2.5.7.- ANÁLISIS DE RIESGOS E INCERTIDUMBRE

La dificultad para predecir con certeza los acontecimientos futuros hace que los valores estimados para los ingresos y costos de un proyecto no sean siempre los más exactos que se requirieran, estando sujetos a errores, por lo que todos los proyectos de inversión deben estar sujetos a riesgos e incertidumbres debido a diversos factores que no siempre son estimados con la certeza requerida en la etapa de formulación, parte de los cuales pueden ser predecibles y por lo tanto asegurables y otros sean impredecibles, encontrándose bajo el concepto de incertidumbre. Indicadores tales como volumen de producción, ingresos por ventas, costos de inversión y costos de materias primas y materiales requieren ser examinados con una mayor precisión, ya que son variables cuyos valores están sujetos a mayores variaciones. Para ello se realizan los análisis de riesgo.

Estos análisis se pueden realizar mediante tres pasos o etapas:

- Análisis de umbral de rentabilidad
- Análisis de sensibilidad
- Análisis de probabilidad

Cada propuesta de proyecto debe ser examinada de forma independiente, para determinar si es necesario realizar los tres pasos. Se aconseja que sólo si existen inquietudes fundamentadas en cuanto a la viabilidad de un proyecto importante, es necesario realizar este análisis de forma completa (Ramírez, 2009).

2.5.8.- ESTADOS FINANCIEROS

Los estados financieros, también denominados estados contables, informes financieros o cuentas anuales, son informes que utilizan las instituciones para informar de la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o periodo determinado. Esta información resulta útil para la Administración, gestores, reguladores y otros tipos de interesados como los accionistas, acreedores o propietarios (García, 1999).

Según Zapata, (2002) los principales estados financieros tienen como objetivo informar sobre la situación financiera de la empresa en una fecha determinada, sobre los resultados de sus operaciones y el flujo del efectivo.

Los estados financieros deben servir para:

- Tomar decisiones de inversión y crédito
- Evaluar la gestión gerencial, la solvencia y la liquidez de la empresa, así como su capacidad para generar fondos.
- Conocer el origen y las características de sus recursos, para estimar la capacidad financiera de crecimiento.
- Formularse un juicio sobre los resultados financieros de la administración, en cuanto a la rentabilidad, solvencia, generación de fondos y capacidad de desarrollo empresarial.

2.5.9.- FLUJO DE CAJA PARA LA PLANIFICACIÓN FINANCIERA

Para el análisis financiero de todo proyecto se requiere la elaboración del Flujo de caja para la planificación financiera, en el que se indican todas las entradas y salidas de fondos en efectivo, tanto en la fase de la ejecución de la inversión como en el período operacional. La planificación que se muestre en este flujo de fondos debe velar porque los ingresos en efectivo tanto por las fuentes como por los ingresos por las ventas sean suficientes para cubrir todos los gastos en que se requiere incurrir dados por los costos de inversión,

reinversiones, obligaciones por el servicio de la deuda, costos de operación, obligaciones impositivas y reservas, entre otras (Martínez, 1997).

2.5.10.- FLUJOS DE CAJA PARA EL CÁLCULO DE LOS INDICADORES DE RENTABILIDAD ACTUALIZADOS

Cuando se hace referencia al análisis de rentabilidad se parte de la elaboración de los Flujos de caja con y sin financiamiento. A partir de los saldos que resultan de los mismos se calculan los indicadores de rentabilidad actualizados, VAN y TIR, de cuyos resultados se puede determinar si es conveniente invertir en el proyecto que se analiza. Por lo general se obtienen mejores resultados en el flujo con financiamiento ya que existe un desplazamiento en el tiempo. Independientemente de las restricciones financieras de la economía cubana, que conlleva a la necesidad de recurrir a recursos financieros externos, es conveniente la realización de ambos flujos para determinar qué incidencia tienen el gasto por financiamiento y analizar la conveniencia o no de recurrir a éste (Martínez, 1997).

2.5.11.- ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Muestran los efectos de las operaciones de una empresa y su resultado final, ya sea de ganancia o de pérdida. Muestra también un resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución de patrimonio de la entidad durante un periodo determinado. Es dinámico, ya que expresa en forma acumulativa las cifras de ingreso costos y gastos resultantes de un periodo determinado (Zapata, 2002).

2.5.12.- BALANCE GENERAL

Un balance es un estado financiero en el que se indica el desarrollo proyectado de los activos acumulados de una entidad y la forma en que se financia ese

patrimonio. Las fuentes de financiación se tratan como los pasivos globales de la entidad frente a quienes proporcionan financiación, o sea el inversionista y los acreedores. Las dos partes del balance que representan el activo y el pasivo son iguales por definición (Martínez, 1997).

CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO

3.1.- UBICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación se realizó en tres fases donde se estableció un análisis de campo en la ciudad de Calceta mediante una muestra aleatoria; la segunda fase un estudio técnico para analizar la parte operativa del producto y la tercera un estudio financiero (VER ANEXO 1).

3.2.-VARIABLE DE ESTUDIO

3.2.1.-VARIABLE DEPENDIENTE

Factibilidad para la comercialización de presas seleccionadas.

3.2.2.-VARIABLES INDEPENDIENTE

- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Estudio Económico - Financiero

3.3.- MÉTODOS Y TÉCNICAS

3.3.1.- MÉTODO DESCRIPTIVO

Se empleó el método descriptivo que permitió, describir el proceso del producto de la mejor manera en la parte operativa.

3.3.2.- MÉTODO CUANTITATIVO

Se aplicó el método cuantitativo el mismo que permitió examinar los datos que proyectaron las encuestas dando a conocer los resultados mediante gráficos

estadísticos así mismo los datos que proyectaron los estados financieros, del TIR y VAN.

3.3.3.- TÉCNICA

Se utilizó la encuesta con muestras aleatorias, donde se identificaron los gustos y exigencias de los consumidores mediante un muestreo poblacional de la ciudad de Calceta, Cantón Bolívar, Provincia de Manabí. (VER ANEXO 2).

3.3.4.- HERRAMIENTAS

- ✓ FODA.
- ✓ VAN
- ✓ FLUJO DE CAJA
- ✓ ESTADOS FINANCIEROS

3.4.- TÉCNICAS ESTADÍSTICAS

3.4.1.- POBLACIÓN

Según el programa el redatam la cabecera cantonal del Cantón Bolívar cuenta con una población aproximadamente de 33,415 Hab.

3.4.2.- MUESTREO

3.4.2.1.- CÁLCULO DE LA MUESTRA

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

Dónde:

n: Es el tamaño de la muestra que lo obtendremos una vez aplicada la fórmula (anteriormente expresada); conociendo la población y el porcentaje de cada una de las variables que intervienen.

Z γ : Es el nivel de confianza; para nuestro proyecto será del 95% ya que es rentable el mercado en el que queremos incursionar.

p: Es la variabilidad positiva, aquí utilizaremos una probabilidad de éxito del 95%.

q: Es la variabilidad negativa; se refiere básicamente a la probabilidad de fracaso de nuestro proyecto que será del 5%.

N: Es el tamaño de la población; el cual ha sido obtenido del número de personas registradas en las últimas elecciones en el cantón Bolívar según el Tribunal Supremo Electoral.

E: Es la precisión o el error, para nuestro proyecto hemos fijado un error del 5%.

3.5.-MANEJO DE LA INVESTIGACIÓN

3.5.1.- ETAPA 1. (ESTUDIO DE MERCADO)

Se realizó el análisis del estudio de mercado en sus diferentes funciones; mercado proveedor, distribuidor, competidor y consumidor, en este último se realizó una encuesta para conocer a los clientes que consumen el producto. También dentro de este objetivo se reflejaron las estrategias que tendremos en relación con los competidores, la oferta y demanda del mismo.

3.5.2.- ETAPA 2. (ESTUDIO TÉCNICO)

En el estudio técnico se elaboró el producto, se detalló el proceso desde la materia prima hasta su producto final, reflejando la cantidad necesaria para su comercialización, también se consideró la selección de las maquinarias y equipos así mismo el costo de estos y el recurso humano necesario y el diseño de planta la parte organizacional.

3.5.3.- ETAPA 3. (ESTUDIO ECONÓMICO)

Seguidamente se desarrolló un análisis sobre la situación económica en sus tres estados primordiales que son el Estado de pérdidas y ganancias, el Balance General y el Flujo de efectivo proyectados a nueve meses para su mejor entendimiento y la forma de financiamiento que se utilizó para la realización de este proyecto.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1.- ESTUDIO DE MERCADO

4.1.1.- TAMAÑO DE LA MUESTRA

Según el programa el redatam la cabecera cantonal del Cantón Bolívar cuenta con una población aproximadamente de 33,415 Hab.

Una vez aplicada la fórmula para el cálculo de la muestra del proyecto se obtuvieron los siguientes resultados:

$$n: \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(33415)}{(0.05)^2(33415 - 1) + (0.5)}$$

n: 382 Encuestas Aproximadamente

El tamaño de la muestra es de 382 personas que se encuestaron de una manera aleatoria; el método que se usó en la recolección de datos fue la encuesta diseñada especialmente para cumplir con los objetivos planteados en la investigación de mercado, dichas encuestas fueron aplicadas a las personas que acostumbran a comercializar y a consumir este tipo de carne .

4.2.- DATOS ESTADÍSTICOS DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS EN LA CIUDAD DE CALCETA CON UN MUESTREO ALEATORIO

1.- ¿Qué tipo de carne considera Ud. más sana?

Cuadro 4.1.- Datos de frecuencia

N	Válidos	382
	Perdidos	0
Media		2,6021
Mediana		2,0000

FUENTE: Pequeña muestra habitantes de Calceta
AUTORAS: Sindy Párraga y Virginia Vera

Cuadro 4.1.1.- Tipo de carne que consumen las personas encuestadas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	RES	61	16,0	16,0	16,0
	POLLO	145	38,0	38,0	53,9
	PESCADO	69	18,1	18,1	72,0
	MARISCOS	99	25,9	25,9	97,9
	OTROS	8	2,1	2,1	100,0
	Total	382	100,0	100,0	

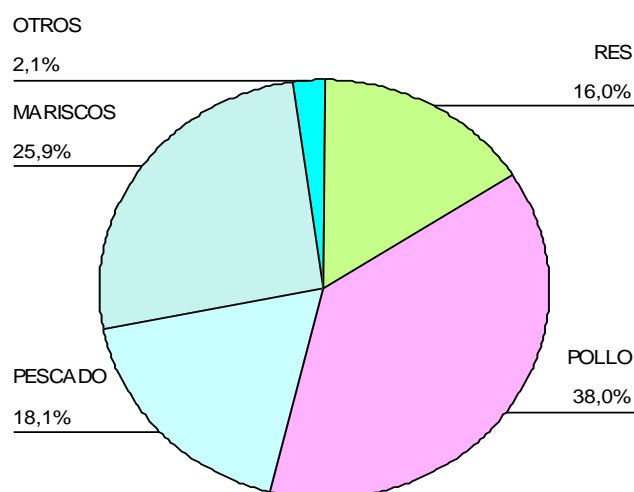


Gráfico 4.1.- Diagnóstico del tipo de carne consumida

ANÁLISIS:

Podemos observar que el 38% de encuestados, consideraron que la carne más sana es la de pollo, ya que esta tiene un sinnúmero de bondades alimenticias que proporcionan grandes vitaminas y propiedades al organismo.

Lo cual demuestra la gran aceptación de la carne de pollo en el medio, lo que indica una gran perspectiva de éxito de este presente proyecto.

En segundo lugar consideraron a los mariscos con 25%, cabe destacar que no todos los mariscos son buenos para la alimentación cotidiana. Y en tercer lugar se consideró a la carne de pescado con 18%, la cual brinda un sin número de bondades.

2.- ¿Le gusta a Ud. la carne de pollo?

Cuadro 4.2.- Datos de frecuencia

N	Válidos	382
	Perdidos	0
Media		1,0000
Mediana		1,0000

FUENTE: Pequeña muestra habitantes de Calceta
AUTORAS: Sindy Párraga y Virginia Vera

Cuadro 4.2.1.- Le gusta la carne de pollo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	382	100,0	100,0	100,0

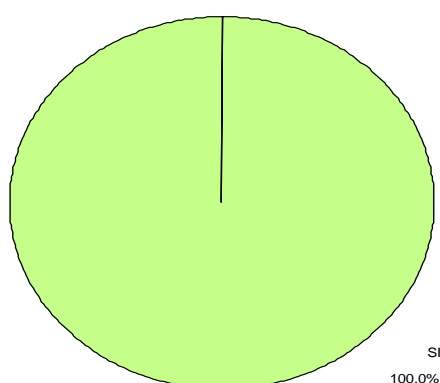


Gráfico 4.2.- Diagnóstico de la carne de pollo

ANÁLISIS:

El 100% de los encuestados si les gustaría consumir la carne pollo, sin tomar en cuenta si es la más sana o no es la más sana.

Se consideró relevante hacer esta pregunta por cuanto la persona que determinara los alimentos que se comprar en el hogar tomara la decisión dependiendo de sus gustos. Es decir, se partió del supuesto de que a los consumidores no les gusta la carne de pollo, no la comprara, por lo cual al obtener una respuesta negativa se daba por finalizada la encuesta en dicho instante.

3. ¿Qué parte del pollo compra habitualmente?

Cuadro 4.3.- Datos de frecuencia

N	Válidos	382
	Perdidos	0
Media		2,2042
Mediana		2,0000

FUENTE: Pequeña muestra habitantes de Calceta
AUTORAS: Sindy Párraga y Virginia Vera

Cuadro 4.3.1.- Que parte del pollo compra habitualmente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	PIERNAS	144	37,7	37,7	37,7
	PECHUGAS	92	24,1	24,1	61,8
	ALITAS	81	21,2	21,2	83,0
	CADERA	54	14,1	14,1	97,1
	OTRAS	11	2,9	2,9	100,0
	Total	382	100,0	100,0	

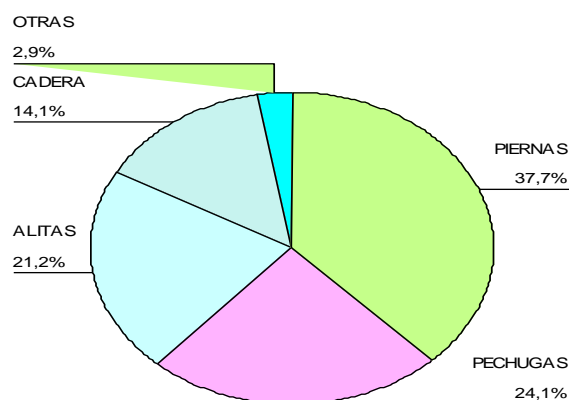


Gráfico 4.3.- Diagnóstico de las partes del pollo

ANALISIS:

Con respecto a que parte de pollo compran habitualmente los consumidores, los resultados que se obtuvo fue que 38% compran piernas por que la consideran como la parte más carnosa y sana, pechugas el 24% la consideran como una presa con mayor sabor y aceptación para los niños, el 21% consume alitas es un porcentaje muy bien aceptado por los consumidores y poca variación con el 14% que consume cadera, 3% consume otras.

4.- ¿Cuantos pollos consume a la semana?

Cuadro 4.4.- Datos de frecuencia

N	Válidos	382
	Perdidos	0
Media		3,1073
Mediana		3,0000

FUENTE: Pequeña muestra habitantes de Calceta
AUTORAS: Sindy Párraga y Virginia Vera

Cuadro 4.4.1.- Cuantos pollos consume a la semana

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	UNO	59	15,4	15,4	15,4
	DOS	19	5,0	5,0	20,4
	TRES	126	33,0	33,0	53,4
	POR PRESAS	178	46,6	46,6	100,0
	Total	382	100,0	100,0	

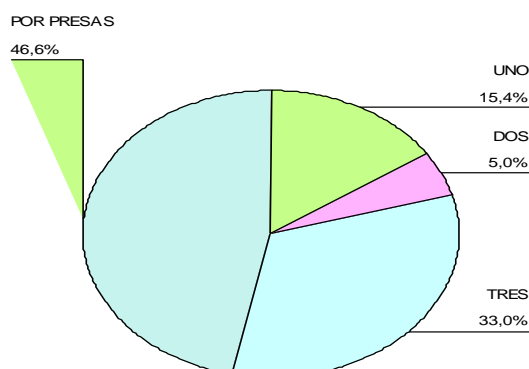


Gráfico 4.4.- Diagnóstico del consumo de pollo

ANÁLISIS:

Con respecto a la cantidad de pollos consumidos en la semana, un 46% de los encuestados respondió que su familia consume pollo por presas, el 33% consume tres pollos, el 15% consume un pollo y el 5% consume dos pollos. Esta pregunta la relacionamos con la pregunta 3 que presas compra habitualmente, los consumidores consumen pechugas y piernas.

5. ¿Qué marca o tipo de pollo consume habitualmente?

Cuadro 4.5.- Datos de frecuencia

N	Válidos	382
	Perdidos	0
Media		1,3455
Mediana		1,0000

FUENTE: Pequeña muestra habitantes de Calceta
AUTORAS: Sindy Párraga y Virginia Vera

Cuadro 4.5.1.- Que marca o tipo de pollo consume habitualmente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	POLLOS CRIOLLOS	250	65,4	65,4	65,4
	MR. POLLO	132	34,6	34,6	100,0
	Total	382	100,0	100,0	

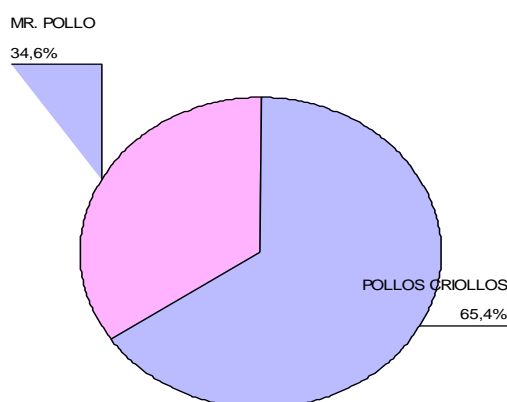


Gráfico 4.5.- Diagnóstico del tipo de marca de pollo que consume

ANÁLISIS:

En primer lugar, con un 65.4% pollos criollos, reconocidos en la ciudad de Calceta por familias que lo vende en los mercados y no le dan valor agregado es lo que se pretende llegar a ocupar el primer lugar dentro de nuestros clientes mediante campañas publicitarias en los diversos medios de comunicación y un eficiente sistemas de comercialización y distribución, para lograr conquistar el mercado nacional.

A pesar de ser la marca más comprada y más conocida, aun cuando mediante la observación se comprobó que sus precios son los más altos del mercado, es Mr. Pollo con un 34.6% de la preferencia de los encuestados.

6. ¿Cómo le gustaría la presentación del producto?

Cuadro 4.6.- Datos de frecuencia

N	Válidos	382
	Perdidos	0
Media		2,9686
Mediana		3,0000

FUENTE: Pequeña muestra habitantes de Calceta
AUTORAS: Sindy Párraga y Virginia Vera

Cuadro 4.6.1.- Cómo le gustaría la presentación del producto

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Pollo Completo Con Menudencia	59	15,4	15,4	15,4
Pollo Entero Sin Menudencia	78	20,4	20,4	35,9
Kilo De Pechuga	93	24,3	24,3	60,2
Pierna	120	31,4	31,4	91,6
Todas Las Anteriores	32	8,4	8,4	100,0
Total	382	100,0	100,0	

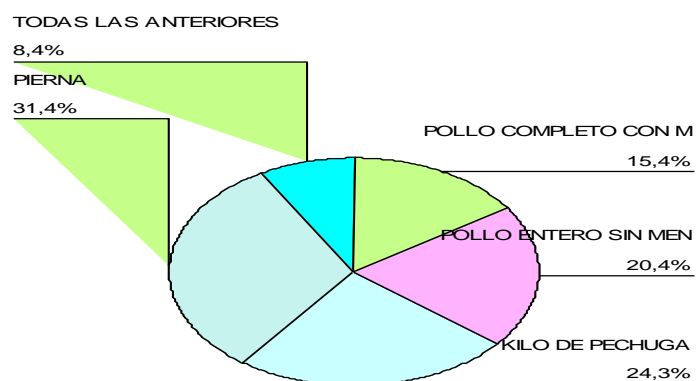


Gráfico 4.6.- Diagnóstico de la presentación del producto

ANÁLISIS:

Con relación al empaque será la adecuada presentación que tendrá el producto, y según el consumidor el 32% se inclinaron por una presentación de piernas, 25% kilo de pechuga, 20% pollo completo sin menudencia que la mayoría de competidores brinda a los consumidores y por ultimo tenemos el 15% prefieren pollos con menudencia y 8% todas las anteriores.

7. ¿A qué lugar acude regularmente a comprar pollos?

Cuadro 4.7.- Datos de frecuencia

N	Válidos	382
	Perdidos	0
Media		2,0916
Mediana		2,0000

FUENTE: Pequeña muestra habitantes de Calceta
AUTORAS: Sindy Párraga y Virginia Vera

Cuadro 4.7.1.- A qué lugar acude regularmente a comprar el pollo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MERCADOS	146	38,2	38,2	38,2
	TIENDA DE ABARROTOS	102	26,7	26,7	64,9
	SUPERMERCADOS	87	22,8	22,8	87,7
	AVICOLAS	47	12,3	12,3	100,0
	Total	382	100,0	100,0	



Gráfico 4.7.- Diagnóstico del lugar de adquisición del pollo

ANÁLISIS:

Como podemos observar, 38% de personas encuestadas acuden a comprar en mercados, 27% tiendas de abasto, 22% supermercados, y 13% acuden a las avícolas a comprar.- Lo que indica que distribuyendo el producto en mercados y tiendas de abasto se garantiza una gran probabilidad de éxito para este proyecto.

8. ¿Cuál de estas características es importante para Ud. al comprar un pollo?

Cuadro 4.8.- Datos de frecuencia

N	Válidos	382
	Perdidos	0
Media		2,4843
Mediana		2,0000

FUENTE: Pequeña muestra habitantes de Calceta
AUTORAS: Sindy Párraga y Virginia Vera

Cuadro 4.8.1.- Cuál de estas características es importante para Ud.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	CALIDAD DE LA CARNE	110	28,8	28,8	28,8
	PRECIO	91	23,8	23,8	52,6
	PESO	86	22,5	22,5	75,1
	EMPAQUE	76	19,9	19,9	95,0
	MARCA	19	5,0	5,0	100,0
	Total	382	100,0	100,0	

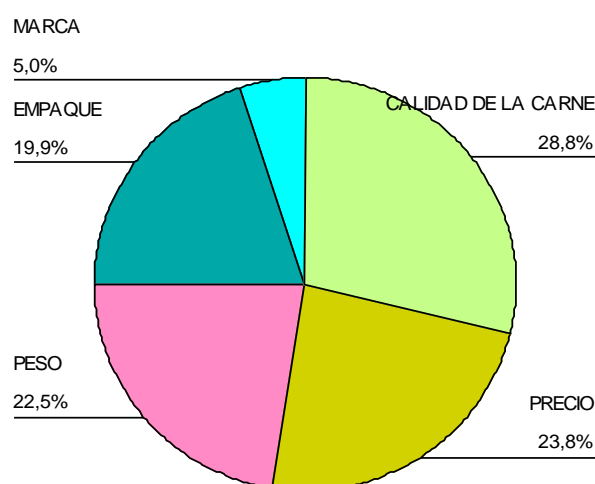


Gráfico 4.8.- Diagnóstico de las características del pollo

ANÁLISIS:

Esta pregunta estaba destinada a hacernos conocer lo que para el consumidor es más importante y sobretodo conocer si existe fidelidad hacia una marca en especial, lo que constituiría una fuerte barrera de entrada para este tipo de negocio. Contrario a lo que se podría pensar al competir con una marca tan importante como Mr. Pollo, pudimos comprobar que tan solo un 5% de los consumidores son fieles a una marca sin importar el precio.

Las respuestas fueron orientadas a una característica en especial y que es lo que influye a la compra, la calidad de la carne 28%, es decir, que al consumidor antes del peso, marca, precio, o empaque, es importante la calidad de la carne

de pollo, pues identifican a este color con una alimentación del pollo mas sana basada en maiz y no enbalanceado.

Para obtener mayores posibilidades de éxito en este proyecto utilizaremos como estrategia la identificación de un color en nuestro producto, haciendo que el consumidor perciba inmediatamente que se trata de un producto mas sano.

9. ¿Al adquirir su pollo cuál de estas características no les han gustado?

Cuadro 4.9.- Datos de frecuencia

N	Válidos	382
	Perdidos	0
Media		2,5000
Mediana		2,0000

FUENTE: Pequeña muestra habitantes de Calceta
AUTORAS: Sindy Párraga y Virginia Vera

Cuadro 4.9.1.- Al adquirir el producto cual característica no les ha gustado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	POCO PESO	114	29,8	29,8	29,8
	MUCHA GRASA	94	24,6	24,6	54,5
	CARNE MUY BLANCA	76	19,9	19,9	74,3
	OLOR DE LAIMENTO O BALANCEADO	65	17,0	17,0	91,4
	POR HIGIENE	33	8,6	8,6	100,0
	Total	382	100,0	100,0	

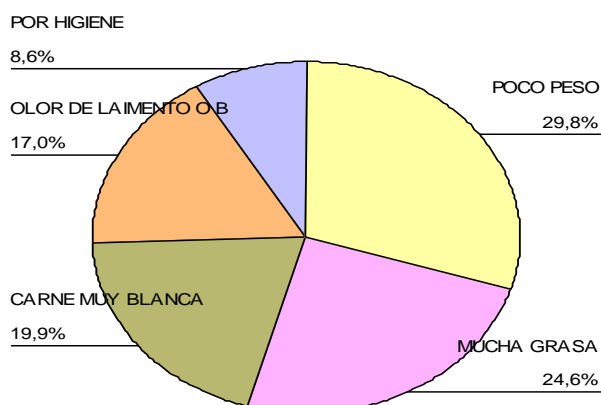


Gráfico 4.9.- Diagnóstico de características de pollo que no le ha gustado

ANÁLISIS:

Los resultados obtenidos, que el poco peso es la característica que ha desagradado más al 30% de los consumidores, mientras que otras características como carne muy blanca, por higiene u olor alimento balanceado obtuvieron menores porcentajes.

4.2.1.- ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA

Para la determinación de la demanda insatisfecha potencial se ha considerado a 382 personas mediante una muestra aleatoria, 100% de ellas afirmaron que les gusta la carne de pollo; a su vez 94 encuestados manifestaron su desagrado por la excesiva cantidad de grasa que encuentran en el mismo. Por esta razón se determinó que el producto sin excesos de grasa, de carne amarilla se la obtiene de una alimentación balanceada sana basada en maíz.

Concentrar, en primera instancia, a posicionarnos en aquellos clientes que consumen pollos enteros de marcas como Mr .Pollo, y otros; y principalmente a aquellos que consumen pollos sin ninguna marca registradas es decir, según los resultados , 27% de la muestra seleccionada.

Para el uso posterior de la planificación estratégica, hemos tomado las respuestas brindadas por estas personas.

Cuadro 4.10. Análisis de la Oferta y la demanda en la compra de pollo

¿A qué lugar acude regularmente a comprar pollos?			
VALIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
MERCADOS	146	38%	38%
TIENDAS DE ABASTO	102	26%	64%
SUPERMERCADOS	85	22%	86%
AVICOLAS	52	14%	100%
TOTAL	385	100%	
Elaborado por las autoras			

Con respecto a la pregunta 3, cuantos pollos consume a la semana, determinamos la siguiente información:

Cuadro 4.11. Análisis de la Oferta y la demanda en consumo a la semana

VALIDO	PERSONAS	NUMERO DE POLLOS	TOTAL POLLOS A LA SEMANA
UNO	36	1	36
DOS	26	2	52
TRES	4	3	12
TOTAL	66		100

Se concluye que las 66 familias consumen 100 pollos a la semana o 5200 pollos al año, 238.889 familias consumiran 3619.53 pollos a la semana o 188215.56 pollos anuales.

Para el primer año de operaciones determinamos, apropiado la construcción de 3 galpones con capacidad de 8000 aves cada una, de esta manera estaremos en la posibilidad de satisfacer un 1.82% de demanda insatisfecha. Lo que estimamos es una proporción razonable para una empresa nueva.

4.2.1.1.- ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Las principales empresas con sus respectivas marcas que se consumen a nivel de mercado son las siguientes, con su porcentaje:

Cuadro 4.12. Análisis de la Competencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	POLLOS CRIOLLOS	250	65,4	65,4	65,4
	MR. POLLO	132	34,6	34,6	100,0
	Total	382	100,0	100,0	

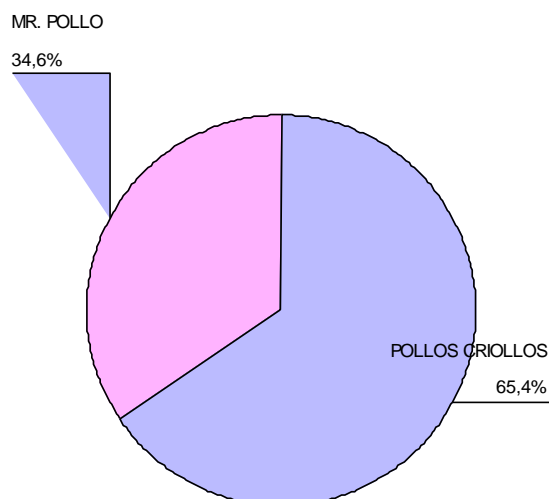


Gráfico 4.10.- Diagnostico de la competencia

Es importante destacar la mayor competitividad que presentan aquellas empresas avícolas, pues se abastecen en casi toda la materia prima necesaria por lo que registran una importante participación del mercado.

Una de las herramientas de las grandes empresas para mantener su posición de mercado está relacionada con lograr la fidelidad del consumidor y originalidad e identificación de su producto con una marca que lo relaciona con la calidad e imagen. A todas aquellas empresas que no poseen estas condiciones les resulta difícil, por no decir imposible, penetrar en el mercado y lograr la fidelidad del consumidor que exige calidad antes que el precio.

4.2.1.2.- ANÁLISIS DE LA DEMANDA INTERNA

Los precios superiores de otra carnes (res, porcino, ovino y pescado), el incremento del ingreso de la población y una mayor disponibilidad de carne de pollo. Justifican el aumento del consumo de este producto; de ahí que para el año 2009, la demanda interna de carne de pollo llegará a 129.243,21 TM.

En lo que se refiere a las exportaciones registradas en este mismo año, esta alcanzaran los 4.629,79, por el lado de las importaciones registraron 51 TM.,

volumen que tiene como principal país oferente a Estados Unidos, sin tener mayor incidencia en el consumo per-capital.

Para la obtención del consumo interno de la carne de pollo, se utilizó datos proporcionados por la Corporación Nacional de Avicultores del Ecuador 1998-2008, el cual determina que:

Consumo Interno de carne de pollo = Producción Nacional – Exportaciones + Importaciones

De 1998 a 2000, el consumo per-capital de carne de pollo mantuvo un promedio de 7.87kg/ha/año; incrementándose a 11.6Kg en 2004; 13.4 kg en 2005 y 14.kg para 2006. Sin embargo para 2007 se registra una brusca disminución explicada sin duda por los hechos económicos que convulsionaron al país en dicho año, ya en el año 2008 se vio una recuperación, lo que da muestra de un panorama favorable para el sector.

El aumento ocurrido durante el periodo 2011-2012 está acorde con el comportamiento avícola a nivel mundial. En Asia el crecimiento ha sido de 400% y en América del Sur del 100%, así mismo la producción de carne de pollo en los Estados Unidos presenta una tendencia creciente.

4.2.1.3.- ANÁLISIS DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Aun cuando el mercado cuenta con una producción que cubre, cuantitativamente, la demanda de los consumidores, no ocurre lo mismo cualitativamente; de esta forma para la determinación de la demanda insatisfecha se optado por la realización de encuestas, identificar el lugar donde realizan los consumidores sus compras de carne de pollo y que marca es la más seleccionada, y empaque que adquieren con frecuencia.

Finalmente se pretendió definir las características de los consumidores como por ejemplo sexo, y determinar la relación que existe entre estas variables y los

usuarios del producto; conocer las ventajas e inconvenientes que presentan las diferentes alternativas en cuanto a población, ingresos per- cápita, tamaño de la familia y cualquier otra característica que pudiera considerarse importante para una penetración con éxito del producto.

4.2.1.4.- PROVEEDORES

Con los resultados obtenidos en un muestreo aleatorio que se realizaron a los varios productores de pollos de los sitios el Limón, el Gramal, las Cañitas y el Arrastradero; los cuales serán los principales proveedores de este producto, para la comercialización de presas seleccionadas de pollos selladas al vacío se puede concluir que se puede contar con la producción de estos proveedores ya que ellos crían una cantidad aceptable de pollos cada 6 meses.

4.2.2.- CARACTERÍSTICAS Y PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO



El tipo de pollo que se planea comercializar es el pollo criollo con peso entre 4.5 lb. y 5 lb. Se cría en el campo. Tiene una presentación de fundas de propileno con su respectiva marca así mismo las presas seleccionadas.

La carne de pollo es rica en vitamina A y Tiamina; es buena fuente de hierro, fósforo y ácido nicotínico. El pollo en la alimentación es una carne de fácil digestión, suave y magnífica que protege la salud.

4.2.3.- COMERCIALIZACIÓN Y PRECIOS

El sistema de comercialización avícola presenta formas, en donde parte de lo producido se expende en el plantel y otra parte se comercializa directamente en los mercados. La producción restante continua con el proceso industrial en donde el producto adquiere nuevas características de formas.

Cabe mencionar, que hasta no hace mucho tiempo atrás, las empresas comercializadores y productoras, entregaban a los mayorista el producto para que ellos lo comercialicen pero con el pasar del tiempo, estas empresas se dieron cuenta de que los mayoristas tenían un mayor margen de utilidad e imponían el precio, lo que trajo como consecuencias que sean las mismas empresas productoras las que tomen a su cargo la comercialización del pollo.

Las empresas han desarrollado una serie de estrategias que benefician y satisfacen tanto a productores, mayoristas como a los consumidores.

Algunas de estas tácticas han sido por ejemplo la publicidad; el uso de una marca que las identifique; abriendo puntos de venta propios de una marca que las identifique; abriendo puntos de venta propios lo que minimiza a los intermediarios; brindando mayor valor agregado pues se comercializan el pollo en distintas presentaciones; enteros por unidad, con marca y sin marca; por presas empacados en bandejas o por kilos en fundas dependiendo de las necesidades del distribuidor, así como también por kilos y en fundas, las menudencias, las patas y cabezas.

Para este proyecto se venderán los pollos en presas seleccionadas con marca. La producción se venderá a tiendas de abastos, tercenas, frigoríficos y supermercados. Con relación a los precios de este producto, estos están determinados por la oferta y demanda del mercado principalmente.

Sin embargo, es un factor crítico para el establecimiento de los precios el comportamiento y estabilidad del precio en las materias primas básicas, como es el maíz amarillo duro y la pastas de soya que se utiliza en la formulación de balance. Para el año 2000 se comprobó que los precios de la carne de pollo se mantuvieron estables debido a que la producción del maíz fue a su vez estable lo que permitió que el productor obtenga su margen de utilidad.

Haciendo una revisión histórica de los precios de este producto se llega a la conclusión de que tienen un comportamiento creciente si se analizan en

sucres, pero si se realizan en dólares el comportamiento es inestable, lo que significa que la situación macroeconómica no fue apropiada en definitiva ni para el sector productor ni para el sector consumidor.

Los precios en dólares presentan durante el periodo 2006 - 2008 tanto crecimientos como decrecimientos, que contrastan significativamente con la tentación siempre al alza de los precios en sucres que se explica por los niveles de inflación experimentados durante dicha época, sin embargo, el comportamiento irregular de los precios dolarizados estarían explicados por las constantes devaluaciones de la moneda nacional sean estas mini o macro devaluadas, dependiendo de la política monetaria de cada gobierno.

4.3.- ANÁLISIS FODA DEL SECTOR AVÍCOLA

Este análisis se lo hizo a través de entrevistas con productores reuniendo información, clasificándola y escogiendo las mejores o las que tienen ideas comunes.

4.3.1.- BANCO DE FUERZAS ACTUANTES INTERNAS DEL SECTOR AVÍCOLA

4.3.1.1.- FORTALEZAS

- F1.-Producto de alta calidad.
- F2.-Productos con mejores condiciones nutritivas.
- F3.-Producto con mayor facilidad para su crianza.
- F4.-Producto con corto plazo de cría.
- F5.-Producto con mejor segmentación para su consumo.

4.3.1.2.- DEBILIDADES

- D1.-Insuficiente publicidad.
- D2.-Falta de contacto con proveedores.

D3.-No se cuenta con personal con experiencia

D4.-Desconocimiento de mecanismos para la distribución del producto.

4.3.2.- BANCOS DE FUERZAS ACTUANTES EXTERNAS DEL SECTOR AVÍCOLA

4.3.2.1.- OPORTUNIDADES

O1.- Se conoce los gustos y preferencias de los clientes.

O2.-Existencia de mercados cercanos

O3.-Tendencia al incremento de este tipo de carne por el hecho que es sana

O4.-Existen variedad de lugares donde existen normas establecidas.

4.3.2.2.- AMENAZAS

A1.-El mercado local no conoce l las bondades

A2.-Existe mucha competencia.

A3.-Ausencia de organizaciones que promuevan investigaciones sobre el producto.

A4.-Falta de políticas que propicien la creación de cooperativas avícolas en el sector.

Cuadro 4.13. Datos del FODA fuerzas actuantes internas del sector Avícola

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS (MEFI)			
FACTORES CRITICOS	PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL
FORTALEZAS			
F1	0.05	3	0.15
F2	0.25	4	1
F3	0.03	3	0.09
F4	0.02	3	0.06
F5	0.25	4	
DEBILIDADES			
D1	0.05	3	0.15
D2	0.10	4	0.40
D3	0.15	4	0.60
D4	0.20	4	0.80
TOTAL MEFI			3.8

Elaboración: Sindy del Rocío Párraga Delgado y Virginia Vera Ganchozo

De acuerdo con la evaluación de los factores internos se puede concluir que la empresa ocupa una buena posición en lo concerniente a las fortalezas y debilidades con las que se cuenta, esto permite augurar un muy buen desarrollo de la organización dentro de este nuevo mercado.

Cuadro 4.14. Datos del FODA fuerzas actuantes externas del sector Avícola

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS (MEFE)			
FACTORES CRITICOS	PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL
AMENAZAS			
A1	0.15	3	0.45
A2	0.10	3	0.30
A3	0.15	3	0.45
A4	0.12	3	0.36
OPORTUNIDADES			
O1	0.20	3	0.60
O2	0.30	4	1.20
O3	0.15	4	0.60
O4	0.10	4	0.40
TOTAL MEFI			3.55

Elaboración: Sindy del Rocío Párraga Delgado y Virginia Vera Ganchozo

Los factores externos en los que están clasificadas las oportunidades y amenazas presentan grandes oportunidades para la organización, sin embargo es importante trabajar de manera constante para mejorar y potencializar las oportunidades hasta el momento descubiertas teniendo en cuenta que este es un mercado muy competitivo en el que no es posible dejar de lado ningún detalle.

4.3.2.- ANÁLISIS FODA DEL PRODUCTO

4.3.2.1.- FORTALEZAS

F1.-Se cuenta con maquinaria de última tecnología

F2.-Corto periodo de tiempo que puede llegar al producto al consumidor

F3.-Producto que no se descompone con mayor facilidad

4.3.2.2.- DEBILIDADES:

D1.-Desconocimiento del comportamiento del consumidor.

D2.-Actualmente tienen mala presentación, no es la correcta.

D3.-Poca fiabilidad de los vendedores

4.3.2.3.-OPORTUNIDADES

O1.-Existe demanda

O2.-Tendencia a consumir productos sanos en la población.

O3.-Tendencia a promover el desarrollo local y nacional.

.

4.3.2.4.- AMENAZAS

A1.- Entradas de productos a nivel Internacional

A2.- La tendencia de los vendedores que acepten los productos con marcas registradas.

A3.- Campañas publicitarias en favor de productos ya establecidas.

Cuadro 4.15. Datos del FODA fuerzas actuantes internas del producto

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS (MEFI)			
FACTORES CRITICOS	PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL
FORTALEZAS			
F1	0.05	3	0.15
F2	0.25	4	1
F3	0.03	3	0.09
DEBILIDADES			
D1	0.05	3	0.15
D2	0.10	4	0.40
D3	0.10	4	0.40
TOTAL MEFI			3.8

Elaboración: Sindy del Rocío Párraga Delgado y Virginia Vera Ganchozo

De acuerdo con la evaluación de los factores internos se puede concluir que la empresa ocupa una buena posición en lo concerniente a las fortalezas y

debilidades con las que se cuenta, esto permite augurar un muy buen desarrollo de la organización dentro de este nuevo mercado.

Cuadro 4.16. Datos del FODA fuerzas actuantes externas del producto

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS (MEFE)			
FACTORES CRITICOS	PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL
AMENAZAS			
A1	0.15	3	0.45
A2	0.10	3	0.30
A3	0.10	3	0.30
OPORTUNIDADES			
O1	0.20	3	0.60
O2	0.30	4	1.20
O3	0.15	4	0.60
TOTAL MEFI			3.55

Elaboración: Sindy del Rocío Párraga Delgado y Virginia Vera Ganchozo

Los factores externos en los que están clasificadas las oportunidades y amenazas presentan grandes oportunidades para la organización, sin embargo es importante trabajar de manera constante para mejorar y potencializar las oportunidades hasta el momento descubiertas teniendo en cuenta que este es un mercado muy competitivo en el que no es posible dejar de lado ningún detalle.

4.4.- ESTUDIO TÉCNICO O DE INGENIERIA

4.4.1.- ANTECEDENTES DEL ESTUDIO TÉCNICO

En el estudio técnico se describirá y detallará los procesos que se utilizan en el proceso productivo y de comercialización, todos los materiales y maquinarias que se utilizan para el óptimo funcionamiento del proyecto propuesto, es decir la inversión en equipamiento.

4.4.1.- BALANCE DE EQUIPOS

Se realizará un balance de las maquinarias y utensilios que permita saber el tiempo de recuperación de la inversión realizada al momento de la compra de la maquinaria y sus costos luego de su depreciación para calcular los ingresos por venta de los equipos.

Cuadro 4.17.- Presupuesto de los equipos

MAQUINARIAS Y EQUIPOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
MINI PROCESADOR DE POLLOS	2	500	1000
CUARTO DE REFRIGERACIÓN	1	420	420
MARMITA DE ACERO INOXIDABLE	1	550	550
CENTRIFUGADORA	1	120	120
MOLINO TRITURADOR	1	350	350
MOLINO DE EXTRUCCION	1	110	110
HORNO PARA SECADO	1	478	478
MEZCLADOR-TANQUE CON AGITADOR	1	650	650
FILTRO DE ARENA	1	380	380
CALDERA TIPO HORIZONTAL	1	623	623
CHAROLAS DE ACERO INOXIDABLE	30	15	450
CUCHILLOS	10	5	50
TERMOMETRO	6	12	72
COSTO TOTAL		4213	5253

Elaboración: Sindy del Rocío Párraga Delgado y Virginia Vera Ganchozo

4.4.2.- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE FAENAMIENTO

4.4.2.1.- CUIDADO ANTES DE LA MATANZA

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

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

4.4.2.2.- MATANZA

La matanza de las aves se las realiza en tempranas horas de la madrugada, colocados en un lugar adecuado como son las gavetas, para sí el producto se mantenga fresco para dicho comercialización, se colocan ventiladores ubicados estratégicamente a fin de minimizar esta merma lo menos posible. El sobrecalentamiento o la falta de oxígeno pueden producir sangrado deficiente, lo que producirá carnes azuladas y descoloridas.

4.4.2.3.- BANCO DE DESANGRADO

Se colocan las aves boca abajo en el banco Desangrado. Luego la cabeza se sostiene con una mano y se ala hacia abajo con ligera tensión para que el ave no se mueva. Se corta la vena yugular con un cuchillo, cortado el cuello atrás de las mandíbulas.

Una vez efectuado dicha acción, se debe tener cuidado en el proceso de sangrado. Los pollos deberán ser sujetados de la cabeza utilizando el peso suspendido en el pico inferior. De igual forma, se debe evitar el batir de las alas hasta que dure el sangrado (VER ANEXO 3)

4.4.2.4.- ESCALADORA

Para este proceso se utilizará una maquina escaladora de doble paso agitada por aire en la que los pollos son sometidos a movimiento de ascenso y descenso causado por difusores de aire colocados en el fondo del tanque. Este movimiento permite la penetración del agua caliente hasta la raíz de las plumas, ablandándolas y aflojando el plumaje (VER ANEXO 4).

4.4.2.5.- DESPLUMADORA DE POLLO

Para facilitar el desplume se utiliza la maquina desplumadora de discos, en donde esta remoción de plumas se realice por la acción de los dedos de caucho sobre discos - giratorios de aluminio que giran a alta velocidad.

Si luego de este proceso han quedado cañones, estos serán raspados con un cuchillo (VER ANEXO 5).

4.4.2.6.- EVISCERACIÓN

Luego de las aves han sido desplumadas, por razones higiénicas, deberán ser sometidas a un exhaustivo lavado. Con este procedimiento están listas para el evisceramiento.

Siguiendo con la línea de procesos, la evisceración se lleva a cabo sobre un canal provisto con duchas de agua abundante para lavar la parte interna del

pollo. Una vez que el ave ha sido eviscerada se traslada los pollos para llevar a cabo la selección del tamaño - de acuerdo al peso.

4.4.2.7.- COLGADO

Luego se pasa por la ducha; en este sector se lavan y sus patas son cortadas por una cuchilla para caer en una cinta sin fin, donde los operarios realizan un repaso final; consiste sacar una o más plumas.

Por último se los seca colgados en otra "cadena mecánica" y se los envasa para su comercialización (VER ANEXO 7).

4.4.2.8.- CONGELADO

Después son colocados en congeladores para mantenerlos frescos (VER ANEXO 8).

4.4.2.9.- EMPACADO

Luego son empacados, para llevarlos directamente al cuarto frío hasta el momento de distribución y comercialización (VER ANEXO 9).

4.4.2.10.- CUCHILLOS

Normalmente se utiliza cualquier tipo de cuchillos, siempre y cuando se encuentren lo suficientemente afilados. Existen cuchillos especiales para matar, deshuesar y sujetar.

4.4.2.11.- TERMÓMETRO

Resulta de mucha importancia la precisión de la temperatura para el procesamiento en el desplume de las aves, es por ello que debe poseer un termómetro resistente tipo flotante, para que registre con precisión la temperatura entre 120 a 212°F.

4.4.2.12.- FLUJO DEL PROCESO DE FAENAMIENTO DE AVES



Figura 1.- Diagrama de Flujo del Proceso de faenamiento de pollos.

4.4.3.- TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

El tamaño corresponde a 20.900 pollos/año lo que equivale a 475 pollos/semana. La nueva planta estará ubicada en los terrenos aledaños al actual galpón avícola.

4.4.3.1.- SELECCIÓN DE LA TECNOLOGÍA

El tipo de tecnología seleccionado es la tecnología semi-manual, debido a que el volumen de producción es bajo y al alto costo de la maquinaria.

4.4.3.2.- PLANIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

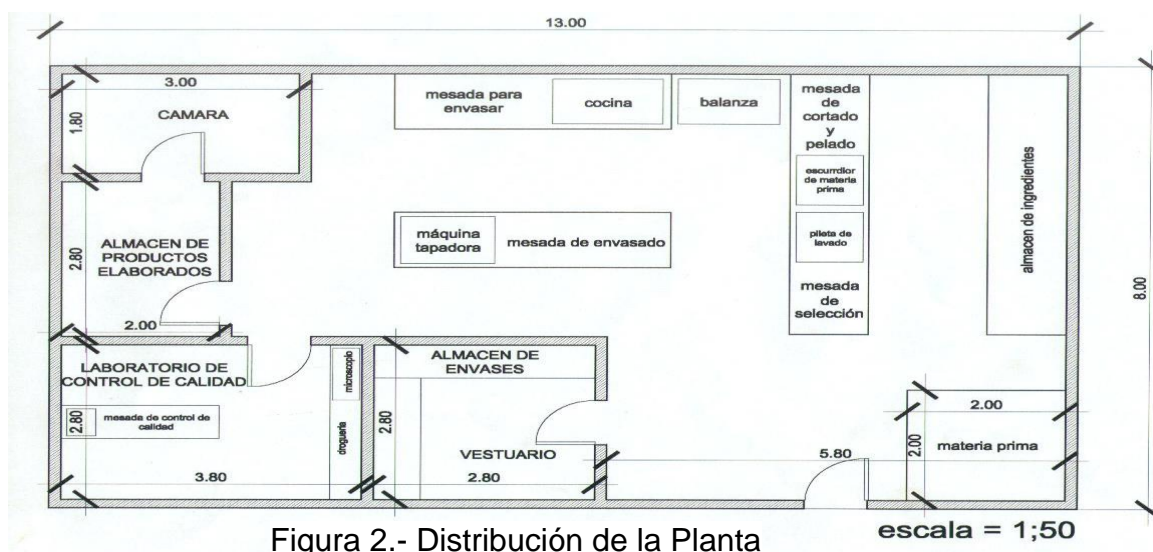
Se planificaron las actividades y operaciones necesarias para cumplir con la producción semanal de 475 pollos, los cuales se podrán ofrecer 44 semanas del año. Para cubrir la producción se requieren 3 galpones avícolas, debido al 5% de tasa de mortalidad. Debido a que el requerimiento de pollos es semanal, se dividirá los galpones en 2 o 3 secciones en total existirán 8 divisiones para albergar a 500 pollos, considerando el porcentaje de mortalidad al cabo de las 7 semanas se obtendrá 475 pollos, los pollos ingresarán a cada sección con una semana de diferencia.

4.4.3.3.- BALANCEO DE LÍNEA.

Se realizó el balanceo entre el trabajo y la velocidad, con lo cual se determinó que los operarios necesarios para el área de faenamiento son dos personas con un porcentaje de utilización del 88% y que la velocidad del proceso será 26 pollos/hora, para cubrir la producción semanal de 475 pollos, se requieren aproximadamente 18 horas y 15 minutos de producción neta.

4.4.3.4.- DISTRIBUCIÓN GENERAL DE LA PLANTA

A base del diagrama de relaciones de las áreas de la planta se realizó un esquema general con la ubicación de cada una.



En el siguiente balance se detallará todos los rubros de costos por mano de obra de personal de la comercialización de pollos, que nos permitirá ordenar la información de la mano de obra requerida y el cálculo de la remuneración total del periodo.

A continuación se detalla los costos por mano de obra del personal de la empresa.

Cuadro 4.18.- Balance del Personal Administrativo

PERSONAL ADMINISTRATIVO				
DENOMINACIÓN	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	TOTAL	ANUAL
gerente	1	2500	2500	30000
guardia de seguridad	1	750	750	9000
TOTAL			3250	39000

Cuadro 4.19.- Balance del Personal de Mano de Obra

MANO DE OBRA				
MANO DE OBRA DIRECTA				
DENOMINACIÓN	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	total	ANUAL
OPERARIOS	3	1000	3000	36000
MANO DE OBRA INDIRECTA				
CHOFER	1	700	700	8400
TOTAL				44400

4.4.3.6.- BALANCE DE OBRAS FISICAS

En este balance se detallan los rubros de los costos de construcción del lugar donde se va realizar todo el proceso para realizar la comercialización y distribución de los pollos faenados; clasificados por secciones a realizarse en un período de tiempo de 4 meses.

Cuadro 4.20.- Balance del Obras físicas

TERRENO	
DENOMINACIÓN	VALOR
TERENO (100M2)	13000
TOTAL	13000

Cuadro 4.21.- Balance de construcción

CONSTRUCCIÓN CIVIL	
DENOMINACIÓN	VALOR
CONSTRUCCIÓN CIVIL	60000
TOTAL	60000

4.4.3.7.- DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO

Una vez establecido la ubicación de la Planta se podrá realizar el estudio de determinación de tamaño del proyecto, este análisis estará relacionado con la capacidad de planta, costos anuales que se incurre en el desarrollo del proyecto, y la inversión inicial por la compra de la maquinaria

Se tomará en consideración la implementación tecnológica, pero hay que recalcar que de acuerdo a la inversión que se realice será la tecnología que involucre en la producción.

Este tipo de análisis se tomara en cuenta la opción que mayor valor neto se pueda obtener, que se realizará de acuerdo a un flujo de 5 periodos.

La demanda se considera creciente, debido a que se aspira, que podamos abarcar mercado, en el ámbito de faenado de pollos. El porcentaje de aspiración de mercado está dado en unidades vendidas al año, y su crecimiento se hará en un ratio de 20% anual.

4.4.4.- ESTUDIO ORGANIZACIONAL

4.4.4.1.- MISIÓN

Satisfacer las necesidades de los consumidores y coadyuvar al desarrollo económico de la comunidad del cantón Bolívar.

4.4.4.2.- VISIÓN

Ser reconocida como una microempresa por la alta calidad del producto e incursionar en los mercados a nivel provincial integrando a un equipo humano de experiencias y conductas éticas integrales.

4.4.4.3.- ORGANIGRAMA

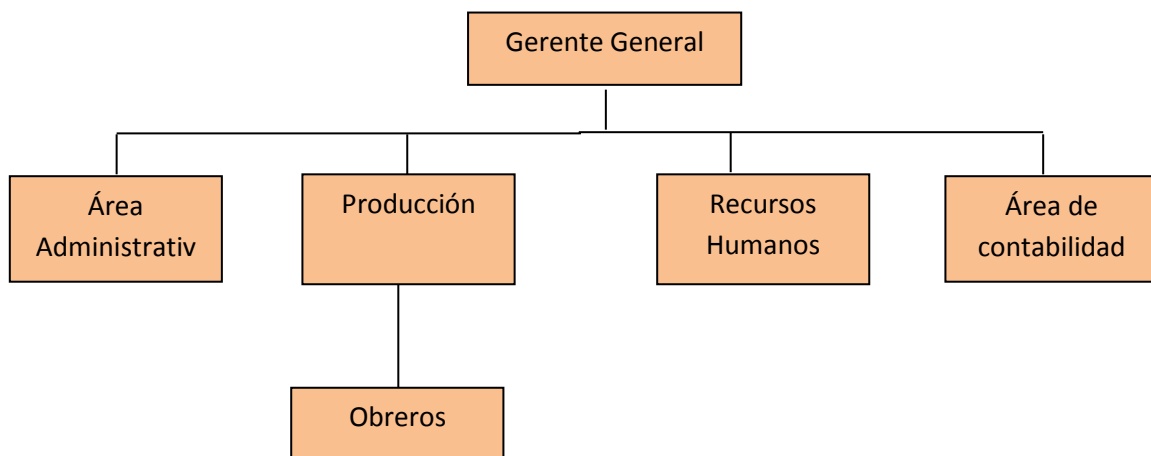


Figura 3.- Organigrama de la planta

4.4.4.4.- OBJETIVOS DE LA EMPRESA

- Obtener utilidades a partir de la comercialización.
- Lograr integrar un equipo de trabajo con altos conocimientos para la elaboración del producto.



4.4.4.5.- MARCO LEGAL

Basado en los códigos legales de la Constitución de la República del Ecuador, específicamente en el Código de Trabajo, la Ley de Compañías y la Ley de Régimen Tributario interno. Las mismas que fortalecen todos los aspectos legales de acuerdo a sus tipificaciones expresas en cuanto a este tipo de comercialización de pollos.

Amparados en las diferentes leyes de establecimientos tributarios, también es necesario cumplir con los de Régimen Municipal que están preestablecidos como el caso de: permiso de funcionamiento municipal, permiso de exposición publicitaria en la vía pública, prevención de incendios en el cuerpo de bomberos, registro único del contribuyente, y facturación acorde con establecido por el SRI.

Además deberá tener en cuenta los siguientes procedimientos:

- CUENTA DE INTEGRACIÓN
- ESCRITURA PÚBLICA DE LA CONSTITUCIÓN
- AFILIACIÓN A UNA DE LAS CÁMARA DE LA PRODUCCIÓN
- SOLICITUD DE APROBACIÓN EN LA SUPERINTENDENCIA DE
- COMPAÑÍAS.

- ✓ CERTIFICACIÓN DE NOMBRE
- ✓ REQUISITOS PARA PERSONAS JURÍDICAS

- EMISIÓN DEL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC)
- SOLICITUD DE MATRÍCULA DE COMERCIO (DE ACUERDO AL
- JUZGADO)
- PAGO DE TASA DE MATRÍCULA DE COMERCIO.
- PERMISOS

- ✓ Permisos al Municipio
- ✓ Permisos de Bomberos
- ✓ Certificados Sanitarios
- ✓ Elaboración de Facturas
- ✓ Patentes
- ✓ Afiliación a Cámaras

4.4.4.6.- DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO DE TRABAJO

GERENTE GENERAL

Entre las funciones del gerente general están la del control regulado y verificación de las actividades del negocio.

- ✚ Designar y remover funcionarios.
- ✚ Presentar al décimo mes de cada año el presupuesto de la compañía.
- ✚ Manejar los fondos de la compañía bajo su responsabilidad, abrir, manejar cuentas corrientes y efectuar toda clase de operaciones bancarias, civiles y mercantiles.
- ✚ Supervigilar la contabilidad, archivo y correspondencia de la sociedad y velar por una buena marcha de su entidad.
- ✚ La remuneración mensual para esta función es de \$2500.00.

ENCARGADO DE LOGÍSTICA Y OPERACIONES

Las instrucciones para el encargado de Logística de Operaciones serán las siguientes:

- ✓ Reportes al gerente general de sus actividades
- ✓ Organizar mediante un cronograma el proceso de matanza de los pollos de tal manera que se optimicen tiempo y espacio, dependiendo siempre de la información provista por los vendedores con respecto a las cantidades vendidas.
- ✓ Control del proceso de distribución del producto.
- ✓ Verificación y control del peso de la producción que se distribuirá.

PERSONAL TÉCNICO

Funciones para el personal Técnico son las siguientes:

- ✓ Selección del proveedor de los pollos, para su respectivo Faenamiento.
- ✓ Recepción y ubicación de los pollos en los galpones.
- ✓ Determinación de las cantidades de pollos que serán faenados diariamente, y la realización de reportes para el Gerente General.
- ✓ Control del proceso de distribución del producto.
- ✓ Verificación y control del peso de la producción que se distribuirá.
- ✓ Organizar mediante un cronograma el proceso de matanza de los pollos, de tal manera que se optimicen tiempo y espacio, dependiendo siempre de la información provista por los vendedores con respecto a las cantidades vendidas.

CHOFERES

- ✓ Los vendedores deberán proveer de una lista con la dirección de los clientes y la cantidad de pollos que deben ser entregados; es obligación del chofer cumplir con totalidad de estos listados diariamente.
- ✓ El sueldo estipulado para los choferes es de \$700.00 mensual.

4.5.- ESTUDIO FINANCIERO Y ECONÓMICO

El análisis económico y financiero de la microempresa se requiere de una inversión de capitales estimada según las respectivas formulas aplicadas a lo largo del estudio de mercado para poder medir la rentabilidad de la microempresa, para ello se emplean las siguientes técnicas:

4.5.1.- INVERSIÓN DEL PROYECTO

La inversión del proyecto es de \$ 232.352,10 se compone del capital fijo y de trabajo, el que se distribuye de la forma que se detalla a continuación de los cuales el 70% es decir \$ 162.646,47 serán financiado por la CFN y 30% restante \$ 69.705,63 por los accionistas.

Cuadro 4.22.- Inversión del proyecto

DENOMINACIÓN	VALOR
ACTIVOS FIJOS	131.897,00
ACTIVOS DIFERIDOS	1.800,00
CAPITAL DE TRABAJO	87.590,71
SUBTOTAL	221.287,71
IMPREVISTOS (5%)	11.064,39
TOTAL	232.352.10

4.5.1.1.- ACTIVOS FIJOS

Los activos fijos tienen un valor de \$ 131.897,00 y comprenden la adquisición de terreno, construcción civil, maquinarias y equipos, vehículo, equipos de oficina y muebles y enseres. La cual compone una parte esencial en la inversión inicial.

Cuadro 4. 23.- Activos fijos de la Inversión

ACTIVOS FIJOS	VALOR ANUAL
TERRENO	13.000,00
CONSTRUCCIÓN CIVIL	60.000,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	25.247,00
MUEBLES Y ENSERES	1.150,00
VEHICULO	30.000,00
EQUIPOS DE OFICINA	2.500,00
TOTAL	131.897,00

4.5.1.2.- TERRENO

Este rubro comprende el costo de terreno es de \$ 13.000,00 que servirá para la construcción de infraestructura de la planta procesadora de pollos criollos sellados al vacío.

Cuadro 4.24.- Terreno

DENOMINACIÓN	VALOR
TERENO (100M2)	13.000,00
TOTAL	13.000,00

4.5.1.3.-CONSTRUCCIÓN CIVIL

La infraestructura está constituida por las obras civiles de la empresa cuyo valor asciende a \$ 60.000,00. La infraestructura será destinada para la construcción de la planta.

Cuadro 4.25.- Construcción Civil

DENOMINACIÓN	VALOR
CONSTRUCCIÓN CIVIL	60.000,00
TOTAL	60.000,00

4.5.1.4.- MAQUINARIAS Y EQUIPOS

El valor de las maquinarias y los equipos para el proceso de pollos criollos es de \$ 25.247,00 de acuerdo a las cotizaciones entregadas por las casas distribuidoras, destacando que estos precios podrían aumentar ya que las propuestas dadas por los proveedores tienen cierta validez de tiempo.

Cuadro 4.26.-Maquinarias y equipos.

MAQUINARIAS Y EQUIPOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
MINI PROCESADOR DE POLLOS	2	1.000,00	2.000,00
CUARTO DE REFRIGERACIÓN	1	500,00	500,00
MARMITA DE ACERO INOXIDABLE	1	550,00	550,00
CENTRIFUGADORA	1	200,00	200,00
MOLINO TRITURADOR	1	300,00	300,00
MOLINO DE EXTRUCCION	1	300,00	300,00
HORNO PARA SECADO	1	678,00	678,00
MEZCLADOR-TANQUE CON AGITADOR	1	789,00	789,00
FILTRO DE ARENA	1	576,00	576,00
CALDERA TIPO HORIZONTAL	1	1.000,00	1000,00
CHAROLAS DE ACERO INOXIDABLE	30	590,00	17.700,00
CUCHILLOS	10	45,00	450,00
TERMOMETRO	6	34,00	204,00
COSTO TOTAL		6.562,00	25.247,00

4.5.1.5.-MUEBLES Y ENSERES

El valor de este rubro es de \$ 1.150,00 en el cual se encuentran detallados los muebles y enseres que serán parte del área administrativa y el área de producción para mejorar el desempeño de cada uno de los trabajadores.

Cuadro 4.27.-Muebles y enseres

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UN ITARIO	VALOR TOTAL
MODULAR +SILLON+2 SILLAS	2	280,00	560,00
ARCHIVADORES DE GAVETAS	2	156,00	312,00
MESA+6 SILLAS	1	180,00	180,00
ESTANTERIAS DE 5 PISOS	1	83,00	83,00
TECHO PLASTICO	3	5,00	15,00
TOTAL			1.150,00

4.5.1.6.- VEHÍCULO

El valor de un vehículo que será destinado para el transporte del producto Terminado es de \$ 30.000,00

Cuadro 4.28.- Vehículo

DENOMINACIÓN	VALOR
Vehículo camioneta	30.000,00
TOTAL	30.000,00

4.5.1.7.- EQUIPO DE OFICINA

El valor de los equipos de oficina es de \$ 2.500,00 en el siguiente cuadro esta detallado los diferentes equipos de oficina para las distintas áreas.

Cuadro 4.29.-Equipo de Oficina

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
LAPTOP HP+IMPRESORAS	3	620,00	1.860,00
AIRE ACONDICIONADO	2	320,00	640,00
TOTAL			2.500,00

4.5.2.- ACTIVOS DIFERIDOS

Los activos diferidos tienen un valor de \$ 1.800,00 que corresponden en este proyecto, únicamente a los estudios para la constitución de la microempresa.

Cuadro 4.30.-Activos Diferidos

DENOMINACIÓN	VALOR
ESTUDIOS PRELIMINARES	1.800,00
TOTAL	1.800,00

4.5.3.- CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo está constituido por los recursos disponibles con que cuenta la empresa para su buen funcionamiento y tiene un valor de \$ 87.590,71 de los cuales \$ 82.790,71 en materia prima y \$ 4.800,00 en mano de obra.

Cuadro 4.31.- Capital de Trabajo

DENOMINACIÓN	VALOR
MATERIA PRIMA E INSUMOS	82.790,71
MANO DE OBRA directa e indirecta	4,800.00
TOTAL	87.590,71

4.5.3.1.- MATERIA PRIMA E INSUMOS POR 3 MESES

Cuadro 4.32.- Materia Prima e Insumos

DENOMINACIÓN	UNIDAD	CANTIDAD DE POLLOS	VALOR UNI. POR POLLO	VALOR MEN.	POR 3 MESES
POLLO	Pollos entero	4.369,94	3,2	13.983,81	41.951,43
MAIZ	Kg	2.427,28	5	12.136,40	36.409,20
NITRITO	Kg	0,8	3,5	2,80	8,40
FOSFATO	Kg	2,42	3,2	7,74	23,32
MATERIALES DE LIMPIEZA	UNIDADES	1	100	100,00	300,00
MATERIALES DE OFICINA	UNIDADES	1	50	50,00	150,00
EMPAQUES FUNDAS	ROLLO	323	0,05	16,15	48,45
TOTAL					82.790,71

4.5.3.2.- MANO DE OBRA POR 3 MESES

Cuadro 4.33.- Mano de Obra

DENOMINACION	CANTIDAD DE PERSONAS	VALOR MENSUAL	VALOR TOTAL	VALOR POR 3 MESES
OPERARIOS	2	800,00	1.600,00	4.800,00
TOTAL				4.800,00

4.5.4.- COSTO DE PRODUCCIÓN TOTAL

Con el fin de establecer el precio de venta, se hace necesario conocer el costo de producción total que para el presente caso estará compuesto por

- Materia prima Directa
- Mano de Obra Directa
- Costos Indirectos de Fabricación
- Gastos de Operación (Venta, Administrativos y Financieros)

4.5.4.1.- MATERIA PRIMA E INSUMOS POR UN AÑO

Se describen detalladamente cada una de las materias primas e insumos que se utilizaran mensual y anualmente para la elaboración del producto.

Cuadro 4.34.- Materia Prima e Insumos por año

DENOMINACIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNI.	VALOR MEN.	VALOR TOTAL ANUAL
CARNE DE POLLO	Por pollo	4369,94	3,2	13.983,81	167.805,70
MAIZ	Kg	2427,28	5	12.136,40	145.636,80
NITRITO	Kg	0,8	3,5	2,80	33,60
FOSFATO	Kg	2,42	3,2	7,74	92,93
MATERIALES DE LIMPIEZA	UNIDADES	1	100	100,00	1.200,00
MATERIALES DE OFICINA	UNIDADES	1	50	50,00	600,00
EMPAQUES FUNDAS	ROLLO	323	0,05	16,15	193,8
TOTAL					315.562,82

Cuadro 4.35.- Materias Primas e insumos proyectados a 5 años.

DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CARNE DE POLLO	167.805,70	170.322,78	172.877,62	175.470,79	178.102,85
MAIZ	145.636,80	147.821,35	150.038,67	152.289,25	154.573,59
NITRITO	33,60	34,10	34,62	35,13	35,66
FOSFATO	92,93	94,32	95,74	97,17	98,63
MATERIALES DE LIMPIEZA	1.200,00	1.218,00	1.236,27	1.254,81	1.273,64
MATERIALES DE OFICINA	600,00	609,00	618,14	627,41	636,82
EMPAQUES FUNDAS	193,80	196,70	199,65	202,64	205,67
TOTAL	315.562,82	320.296,25	325.100,71	329.977,20	334.926,86

Se proyectó la materia prima e insumos a 5 años con una tasa de crecimiento anual del 1,5 %.

4.5.4.2.- MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA ANUAL.

Se describe la composición no solo en cantidad en el personal, sino también en valores monetarios de sueldos a nivel de mano de obra directa.

Cuadro 4.36.- Mano de obra directa e indirecta

DENOMINACIÓN	MANO DE OBRA DIRECTA			
	CANTIDAD DE PERSONAS	SUELDO MENSUAL	Total	ANUAL
OPERARIOS	3	800,00	2.400,00	28.800,00
MANO DE OBRA INDIRECTA				6.000,00
CHOFER	1	500,00	500,00	
TOTAL				34.800,00

- MANO DE OBRA DIRECTA

Cuadro 4.37.- Mano de Obra Directa.

MANO DE OBRA				
MANO DE OBRA DIRECTA				
DENOMINACIÓN	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	Total	ANUAL
OPERARIOS	3	800	2400	28800

4.5.4.3.- COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN

Cuadro 4.38.- Costos indirectos de producción

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	VALOR ANUAL
MATERIA PRIMA INDIRECTA	126,53
MANO DE OBRA INDIRECTA	6000,00
OTROS COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	
DEPRE. MAQUINARIA Y EQUIPO	5049,40
SEGURO DE VEHICULO	900,00
ARRIENDO DE PLANTA	1200,00
ENEGIA ELECTRICA DE PLANTA	900,00
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS Y MAQUINARIAS	852,47
SEGURO DE INSENDIO	700,00
Total	15.728,40

✓ MATERIA PRIMA INDIRECTA

Cuadro 4.39.- Materia prima indirecta

DENOMINACIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNI.	VALOR MEN.	VALOR TOTAL ANUAL
NITRITO	Kg	0,8	3,5	2,80	33,60
FOSFATO	Kg	2,42	3,2	7,74	92,93
Total					126.53

✓ MANO DE OBRA INDIRECTA

Cuadro 4.40.- Mano de Obra Indirecta

MANO DE OBRA INDIRECTA	CANTIDAD DE PERSONAS	VALOR MENSUAL	6.000,00
CHOFER	1	500,00	

✓ DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO

Cuadro 4.41.- Depreciación de Maquinaria y Equipo

DENOMINACIÓN	VALOR	AÑOS	VALOR TOTAL
DEPRE.MAQUI Y EQUIPO	25247	5	5049,4
TOTAL			5049,4

✓ **SEGURO DE VEHICULO**

Cuadro 4.42.- Seguro de Vehículo

DETALLE	VALOR	CUOTA MENSUAL	ANUAL
INDIRECTO			
VEHICULO CAMIONETA	30.000,00	3%	900,00
TOTAL			900,00

✓ **ARRIENDO DE LA PLANTA**

Cuadro 4.43.- Arriendo de la Planta

DENOMINACIÒN	VALOR	MESES	VALOR TOTAL
ARRIENDO DE PLANTA	100	12	1200
TOTAL			1200

✓ **MANTENIMIENTO DE EQUIPOS Y MÀQUINARIAS**

Cuadro 4.44.- Mantenimiento de Equipos y Maquinaria

DESCRIPCIÒN	VALOR	%	MANTENIMIENTO
COSTOS INDIRECTOS			
CONSTRUCCIÒN CIVIL	60.000,00	1%	600,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	25.247,00	1%	252,47
SUB TOTAL			852,47

✓ **SEGURO DE INCENDIO**

Cuadro 4.45.- Seguro de Incendio

DENOMINACIÒN	VALOR	MESES	VALOR TOTAL
SEGURO DE INCENDIO	58.33	12	700
TOTAL			700

4.5.4.4.- COSTOS DE PRODUCCIÒN

Cuadro 4.46.- Costos de producción

DESCRIPCIÒN	VALOR ANUAL
MATERIA PRIMA DIRECTA	315.436,30
MANO DE OBRA DIRECTA	28.800,00
COSTOS INDIRECTOS DE FABRI.	15.728,40
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÒN	359.964,70

4.5.5.- GASTOS OPERATIVOS

4.5.5.1.-GASTOS ADMINISTRATIVOS.

Cuadro 4.47.- Gastos Administrativos

GASTOS DE ADMINISTRACIÒN	
DENOMINACIÒN	VALOR
PERSONAL ADMINISTRATIVO	39.000,00
DEPRECIACIÒN	6.730,00
SERVICIOS BÀSICOS	7.092,00
GASTOS DE OFICINA	1.800,00
TOTAL	54.622,00

✓ PERSONAL ADMINISTRATIVO

Se describe la cantidad de personal administrativo y los valores monetarios de sueldo.

Cuadro 4.48.- Personal Administrativo

DENOMINACIÒN	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	TOTAL	ANUAL
Gerente	1	2.500	2.500	30.000,00
guardia de seguridad	1	750	750	9.000,00
TOTAL			3.250,00	39.000,00

✓ DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS

La depreciación de los activos fijos se realizó de acuerdo a la naturaleza de los bienes.

Cuadro 4.49.- Depreciación de los Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	VALOR	AÑOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4	AÑO5
CONSTRUCCIÓN CIVIL	60.000,00	20	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
VEHICULO	30.000,00	10	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
ADMINISTRATIVO							
MUEBLES Y ENSERES	1.150,00	5	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00
EQUIPOS DE OFICINA	2.500,00	5	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
TOTAL	93.650,00		6.730,00	6.730,00	6.730,00	6.730,00	6.730,00

Cuadro 4.50.- Depreciación de los activos fijos proyectada a 5 años

ACTIVOS FIJOS	VALOR	AÑOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
CONSTRUCCIÓN CIVIL	60.000,00	20	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
VEHICULO	30.000,00	10	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
ADMINISTRATIVO							
MUEBLES Y ENSERES	1.150,00	5	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00
EQUIPOS DE OFICINA	2.500,00	5	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
TOTAL	93.650,00		6.730,00	6.730,00	6.730,00	6.730,00	6.730,00

4.5.5.4.- SERVICIOS BÁSICOS

En este cuadro se muestran los valores estimados de \$ 7.092,00, de los cuales el valor de la energía eléctrica \$ 1.800,00 se dividirá para los costos indirectos de fabricación. \$900,00 y servicios básicos \$900,00.

Cuadro 4.51.- Servicios Básicos

SERVICIOS BASICOS					
DETALLE	UNIDAD	COST. UNI.	CONSUMO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
AGUA	M3	12	40	480,00	5.760,00
LUZ	Kw	0,15	1000	150,00	900,00
TELEFONO	Tarifa	15	1	15,00	180,00
INTERNET	Tarifa	21	1	21,00	252,00
TOTAL				666,00	7.092,00

4.5.5.5.- GASTOS DE OFICINA

Se refiere a los costos de los materiales de oficina y a la depreciación de los mismos.

Cuadro 4.52.- Gastos Equipos de Oficina

GASTOS DE OFICINA	VALOR	PORCENTAJE	MENSUAL ANUAL
SUMINISTROS DE OFICINA	2202	1%	22,02
UTILES DE OFICINA	1140	1%	11,4
SUBTOTAL			33,42
TOTAL			401,04

4.5.6.- GASTOS DE VENTAS

Cuadro 4.53.- Gastos de ventas

DENOMINACIÓN	VALOR ANUAL
CHOFER	4.800,00
COMBUSTIBLE	600,00
PUBLICIDAD	1.800,00
VENDEDOR	3.000,00
COMISIONES DE VENTAS	840,00
TOTAL	11.040,00

4.5.7.- GASTOS FINANCIEROS

Se realiza un crédito a la Corporación Financiera Nacional CFN un 70%, cuyo valor corresponde a \$ 162.646,47 a 5 años con una tasa efectiva de 11,0202 % y una tasa de interés del 10,50%.

Cuadro. 4.54.- Tabla de amortización

BENEFICIARIO					
INSTIT. FINANCIERA CFN					
MONTO EN USD					
		-			
TASA DE INTERES		10,50%		T. EFECTIVA	11,0203%
PLAZO		5	años		
GRACIA		0	años		
FECHA DE INICIO		15/03/2013			
MONEDA		162.646,47			
AMORTIZACION CADA		30	días		
Número de períodos		60	para amortizar capital		
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		162.646,47			
1	14-abr-2013	164.069,63	1.423,16	-1.423,16	0,00
2	14-may-2013	165.505,24	1.435,61	-1.435,61	0,00
3	13-jun-2013	166.953,41	1.448,17	-1.448,17	0,00
4	13-jul-2013	168.414,25	1.460,84	-1.460,84	0,00
5	12-ago-2013	169.887,87	1.473,62	-1.473,62	0,00
6	11-sep-2013	171.374,39	1.486,52	-1.486,52	0,00
7	11-oct-2013	172.873,92	1.499,53	-1.499,53	0,00
8	10-nov-2013	174.386,57	1.512,65	-1.512,65	0,00
9	10-dic-2013	175.912,45	1.525,88	-1.525,88	0,00
10	09-ene-2014	177.451,68	1.539,23	-1.539,23	0,00
11	08-feb-2014	179.004,38	1.552,70	-1.552,70	0,00
12	10-mar-2014	180.570,67	1.566,29	-1.566,29	0,00
13	09-abr-2014	182.150,67	1.579,99	-1.579,99	0,00
14	09-may-2014	183.744,48	1.593,82	-1.593,82	0,00
15	08-jun-2014	185.352,25	1.607,76	-1.607,76	0,00
16	08-jul-2014	186.974,08	1.621,83	-1.621,83	0,00
17	07-ago-2014	188.610,10	1.636,02	-1.636,02	0,00
18	06-sep-2014	190.260,44	1.650,34	-1.650,34	0,00
19	06-oct-2014	191.925,22	1.664,78	-1.664,78	0,00
20	05-nov-2014	193.604,57	1.679,35	-1.679,35	0,00
21	05-dic-2014	195.298,61	1.694,04	-1.694,04	0,00
22	04-ene-2015	197.007,47	1.708,86	-1.708,86	0,00
23	03-feb-2015	198.731,28	1.723,82	-1.723,82	0,00
24	05-mar-2015	200.470,18	1.738,90	-1.738,90	0,00
25	04-abr-2015	202.224,30	1.754,11	-1.754,11	0,00
26	04-may-2015	203.993,76	1.769,46	-1.769,46	0,00
27	03-jun-2015	205.778,71	1.784,95	-1.784,95	0,00
28	03-jul-2015	207.579,27	1.800,56	-1.800,56	0,00

29	02-ago-2015	209.395,59	1.816,32	-1.816,32	0,00
30	01-sep-2015	211.227,80	1.832,21	-1.832,21	0,00
31	01-oct-2015	213.076,04	1.848,24	-1.848,24	0,00
32	31-oct-2015	214.940,46	1.864,42	-1.864,42	0,00
33	30-nov-2015	216.821,19	1.880,73	-1.880,73	0,00
34	30-dic-2015	218.718,37	1.897,19	-1.897,19	0,00
35	29-ene-2016	220.632,16	1.913,79	-1.913,79	0,00
36	28-feb-2016	222.562,69	1.930,53	-1.930,53	0,00
37	29-mar-2016	224.510,11	1.947,42	-1.947,42	0,00
38	28-abr-2016	226.474,58	1.964,46	-1.964,46	0,00
39	28-may-2016	228.456,23	1.981,65	-1.981,65	0,00
40	27-jun-2016	230.455,22	1.998,99	-1.998,99	0,00
41	27-jul-2016	232.471,70	2.016,48	-2.016,48	0,00
42	26-ago-2016	234.505,83	2.034,13	-2.034,13	0,00
43	25-sep-2016	236.557,76	2.051,93	-2.051,93	0,00
44	25-oct-2016	238.627,64	2.069,88	-2.069,88	0,00
45	24-nov-2016	240.715,63	2.087,99	-2.087,99	0,00
46	24-dic-2016	242.821,89	2.106,26	-2.106,26	0,00
47	23-ene-2017	244.946,58	2.124,69	-2.124,69	0,00
48	22-feb-2017	247.089,87	2.143,28	-2.143,28	0,00
49	24-mar-2017	249.251,90	2.162,04	-2.162,04	0,00
50	23-abr-2017	251.432,86	2.180,95	-2.180,95	0,00
51	23-may-2017	253.632,89	2.200,04	-2.200,04	0,00
52	22-jun-2017	255.852,18	2.219,29	-2.219,29	0,00
53	22-jul-2017	258.090,89	2.238,71	-2.238,71	0,00
54	21-ago-2017	260.349,18	2.258,30	-2.258,30	0,00
55	20-sep-2017	262.627,24	2.278,06	-2.278,06	0,00
56	20-oct-2017	264.925,23	2.297,99	-2.297,99	0,00
57	19-nov-2017	267.243,32	2.318,10	-2.318,10	0,00
58	19-dic-2017	269.561,42	2.338,38	-2.338,38	0,00
59	18-ene-2018	271.899,80	2.358,66	-2.358,66	0,00
60	17-feb-2018	274.258,46	2.379,12	-2.379,12	0,00
				-111.673,02	0,00
			111.673,02	-223.346,03	0,00

Cuadro 4.55.- Gastos de Intereses

PERIODOS	AÑO 1	PERIODOS	AÑO 2	PERIODOS	AÑO 3	PERIODOS	AÑO 4	PERIODOS	AÑO 5	
14-abr-13	1.423,16	09-ene-14	1.539,23	04-ene-15	1.708,86	29-ene-16	1.913,79	23-ene-17	2.124,69	
14-may-13	1.435,61	08-feb-14	1.552,70	03-feb-15	1.723,82	28-feb-16	1.930,53	22-feb-17	2.143,28	
13-jun-13	1.448,17	10-mar-14	1.566,29	05-mar-15	1.738,90	29-mar-16	1.947,42	24-mar-17	2.162,04	
13-jul-13	1.460,84	09-abr-14	1.579,99	04-abr-15	1.754,11	28-abr-16	1.964,46	23-abr-17	2.180,95	
12-ago-13	1.473,62	09-may-14	1.593,82	04-may-15	1.769,46	28-may-16	1.981,65	23-may-17	2.200,04	
11-sep-13	1.486,52	08-jun-14	1.607,76	03-jun-15	1.784,95	27-jun-16	1.998,99	22-jun-17	2.219,29	
11-oct-13	1.499,53	08-jul-14	1.621,83	03-jul-15	1.800,56	27-jul-16	2.016,48	22-jul-17	2.238,71	
10-nov-13	1.512,65	07-ago-14	1.636,02	02-ago-15	1.816,32	26-ago-16	2.034,13	21-ago-17	2.258,30	
10-dic-13	1.525,88	06-sep-14	1.650,34	01-sep-15	1.832,21	25-sep-16	2.051,93	20-sep-17	2.278,06	
		06-oct-14	1.664,78	01-oct-15	1.848,24	25-oct-16	2.069,88	20-oct-17	2.297,99	
		05-nov-14	1.679,35	31-oct-15	1.864,42	24-nov-16	2.087,99	19-nov-17	2.318,10	
		05-dic-14	1.694,04	30-nov-15	1.880,73	24-dic-16	2.106,26	19-dic-17	2.338,38	
				30-dic-15	1.897,19			18-ene-18	2.358,66	
								17-feb-18	2.379,12	
	13.265,98		19.386,15		23.419,77		24.103,51		31.497,61	111.673,02

4.5.8.-RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS

Cuadro 4.56.- Costos y gastos totales

COSTOS Y GASTOS TOTALES	
DENOMINACIÓN	VALOR ANUAL
COSTOS DE FABRICACIÓN	359.964,70
GASTOS DE ADMINIS	54.622,00
GASTOS DE VENTAS	11.040,00
GASTOS FINANCIEROS	13.265,98
TOTAL	438.892,68

4.5.9.- CALCULO DE LOS INGRESOS DE OPERACIÓN

Los ingresos operacionales como se indica en la parte técnica del proyecto es la planificación de la producción se proyecta para el primer año que se va a tener una capacidad de venta 4.369.94 libras por mes y al año $22.800 * 12$ meses dando un resultado de 183.537,48 libras al año a un precio de \$ 2,90 cada libra de pollo criollo sellado al vacío.

Cuadro 4.57.- Total ingresos operacionales

INGRESOS OPERACIONALES	VALOR ANUAL
Libras de pollo	183 537.48
Valor de libra de pollo a la venta.	2.90
Total ANUAL	532 258.69

Cuadro 4.58.- Proyección de Ingresos Operacionales

INGRESOS					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LIBRAS DE POLLO	183 537.48	201 891.23	222 080.35	244 288.39	268 717.23
VALOR LIBRAS DE POLLO	2.90	2.90	2.90	2.90	2.90

VALOR TOTAL INGRESOS	532 258.69	612 097.49	703 912.13	809 498.95	930 923.81
-----------------------------	------------	------------	------------	------------	------------

Para el cálculo de los ingresos, se debe recordar, que la empresa es nueva en el mercado y por tal, tanto marca como producto aún no tiene un posicionamiento claramente establecido en los consumidores, es por eso que el consumo no será alto en los primeros meses, por ello se tendrá un criterio conservador en el cual el crecimiento de la producción y comercialización anual para los años de proyección será para cálculos financieros del 10%, siguiendo el criterio de Porter.

El presente estado de Situación Económica nos ha permitido obtener las utilidades que generará el proyecto.

Cuadro 4.59.- Estado de Pérdidas y Ganancias

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANACIAS					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL DE INGRESOS	532 258.69	612 097.49	703 912.13	809 498.95	930 923.81
EGRESOS COSTOS Y GASTOS	438 892.68	500 690.25	566 304.89	640 035.58	730 910.86
UTILIDAD BRUTA	93 366.01	111 407.24	137 607.24	169 463.37	200 012.95
15% PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	14 004.90	16 711.09	20 641.09	25 419.51	30 001.94
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	79 361.11	94 696.15	116 966.15	144 043.87	170 011.01
22% IMPUESTO A LA RENTA	17 459.44	20 833.15	25 732.55	31 689.65	37 402.42
UTILIDAD NETA	61 901.67	73 863.00	91 233.60	112 354.22	132 608.59

El presente cuadro se refleja el cálculo del flujo de caja y la determinación del Valor Actual Neto, así como la Tasa Interna de Retorno.

Cuadro 4.60.- Flujo de Caja Proyectado a 5 años.

FLUJO DE EFECTIVO NETO						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(-)INVERSIÓN FIJA	-232 352.1					
(-)CAPITAL DE TRABAJO	-87 590.71					
(+)PRESTAMOS	162 646.47					

INGRESO POR VENTAS						
PRECIO		2.9	2.9	2.9	2.9	2.9
CANTIDAD		183 537.48	201 891.23	222 080.35	244 288.39	268 717.23
(+)TOTAL INGRESOS POR VENTAS		532 258,69	612 097.49	703 912.13	809 498.95	930 923.81
EGRESOS						
TOTAL COSTOS Y GASTOS		438 892.68	500 690.25	566 304.89	640 035.58	730 910.86
TOTAL INGRESOS – COSTOS		93 366.01	111 407.24	137 607.24	169 463.37	200 012.95
15% PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES		14 004.90	16 711.09	20 641.09	25 419.51	30 001.94
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		79 361.11	94 696.15	116 966.15	144 043.87	170 011.01
22% IMPUESTO A LA RENTA		17 459.44	20 833.15	25 732.55	31 689.65	37 402.42
UTILIDAD NETA		61 901.67	73 863.00	91 233.60	112 354.22	132 608.59
(-)INTERESES POR PRESTAMO		13 265.98	19 386.15	23 419.77	24 103.51	31 497.61
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-157 296.34	48 635 .69	54 476.85	67 813.83	88 250.71	101 110.98
TIR	30%					
VAN	44 722.45					
TASA DE DESCUENTO	19.76%					

Partiendo de los parámetros señalado respectivamente se contabilizaron y estimaron los mismos según el producto diseñado (pollos criollos sellados al vacío). Se utilizó la prueba piloto para la estimación de cada uno de los gastos y se determinó el costo de producción realizado en los cálculos pertinente que se deben efectuar, se demostró que los resultado son favorable, por lo que el procedimiento está en capacidad de ocupar una posesión competitiva en el mercado del cantón al obtener los ingresos operacionales como se indica en la planificación de la producción, se proyecta para el primer año que se va a mantener una capacidad de venta de \$ 4 369.94 pollos al mes por 3.5 libras peso promedio del Pollo y esto equivale a \$ 15 294.79 libras mensuales multiplicadas por los 12 meses del año se conseguirá \$ 183.537,48 libras al año con un precio de \$2,90 c/u obteniendo USD. 532.258,69.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1.- CONCLUSIONES

- Se concluye que:
- El estudio teórico realizado permitió sustentar la necesidad del estudio de factibilidad para la propuesta del producto.
- De los resultados obtenidos del diagnóstico realizado a los habitantes de la ciudad de Calceta se comprobó que es aceptable para la comercialización de presas seleccionadas selladas al vacío en pollos criollos.
- Para identificar la demanda y las preferencias de los consumidores se realizó una encuesta de mercado; a base de la información recabada en ésta, se determinó el volumen de producción, las características del producto y posteriormente se determinó la demanda. Se identificaron los principales costos y se determinó la rentabilidad financiera del proyecto.
- Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto.
- En el análisis del estudio de mercado se determinó que todos están dispuestos a consumir la carne de pollo y que los proveedores de la materia prima serán los productores de la parroquia de Calceta.
- Con el estudio técnico por medio de la prueba piloto se determinó el proceso minucioso de las presas de pollos selladas al vacío sin errores en el mismo.

- El estudio financiero refleja la factibilidad del proyecto ya que se estima un VAN de \$ 44 722.45 una TIR del 30%, lo que permite afirmar que es un negocio rentable.
- Con lo cual se puede concluir que en caso de variabilidad de los factores pertinentes (precios, cantidades y tasa de descuento) el proyecto sigue siendo rentable para los posibles inversionistas.

5.2.- RECOMENDACIONES

- Se recomienda continuar estudiando el mercado para así conocer si el Producto está satisfaciendo las necesidades de los demandantes.
- Sociabilizar los resultados del presente trabajo que tributa o proyecta el desarrollo local.
- Para el tratamiento de los desechos líquidos se debe contratar a Empresas avícolas lo que permitirá el uso de los mismos en la plantas de tratamiento de aguas industriales para que ellos soporten el desarrollo de esta actividad.

BIBLIOGRAFÍA

- Abad, C. 2000. Comportamiento alimentario. En línea (EC). Consultado el 15 - 07-2012. Formato (PDF). Disponible en http://minnie.uab.es/~veteri/102629/GUIA%20AVICULTURA_castella.pdf
- Andrade, s. 2012. Que es la oferta. En línea (EC). Consultado el 24- 01- 2013. Formato HTML. Disponible en <http://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>
- Barrera, A. 2004. Clasificación científica. En línea (Mex). Consultado el 16- 07- 2012. Formato (PDF). Disponible en. <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=75612898003>
- Barros, N. 2010. La avicultura en el Ecuador. En línea. (EC). Consultado el 18- 07-2012. Formato (PDF). Disponible en. <http://dspace.epoch.edu.ec/bitstream/123456789/63/1/17T0921.pdf>
- Bartolomé, U.1951. Curso de granja e industrialización de subproductos. Tomo I. Buenos Aires, Artes Gráficas. Consultado el 22- 07- 2012. Formato (PHP). Disponible en. http://www.ecured.cu/index.php/Aves_de_corral
- Blanco, R. 2001.formulacion y evaluación de proyectos. En línea. (EC) consultado el 22-08-2012. Formato (HTML). Disponible en. http://www.oocities.org/es/ninoskadorante/marco_teorico.html
- Bello, L., Vázquez, R. y Trespalcios, J. A. (1993): Investigación de mercados y Estrategias de marketing. Ed. Cívitas. Madrid.
- Briceño, J y Pacheco, R. (1984). Características físicas de las aves de corral. En línea. (Costa. Rica). Consultado el 16- 06-2012. Formato (PDF). Disponible en <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=4362520>

Brito, J. (1991). Aporte nutricional, crianza. Xii congreso latinoamericano de avicultura Quito Ecuador. Editorial Universidad de Costa Rica. pág. 17

Bonino, M y Azcona, J. 1992. Avicultura de campo. Biblioteca práctica revista chacra e INTA. Consultado el 22- 08- 2012.

Calvo, A; Rodríguez, L; Parejo, J; y Cuervo, A. (2002). Manual de Sistemas Financiero Español. Ariel. 15 ed. Pág. 92

Castello, J.1995. Enfermedades de las aves. En línea (EC). Consultado el 18-07-2012. Formato (http) Disponible en. <http://es.scribd.com/doc/38417537/Guia-para-la-crianza-de-gallinas-ponedoras>.

Carrillo, G. 2003. Contabilidad Financiera. 18 ed. Corcas Editores. Bogotá Colombia. pág. 155.

Chang, A. 2009. La avicultura en el Ecuador. En línea. (EC). Consultado el -18-07-2012. Formato (PDF). Disponible en. www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/743/1/1392.pdf

Charles, H. 2007. Contabilidad de costo.12 ed. México. Pearson Education. Pag. 59

CONAVE: Estadística del Sector Avícola del Ecuador 2000-2009.

CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL. Estudio del Sector Avícola en Ecuador.

Dale, E. 1990. Administración, estructura organizacional. 5ta, ed. México. Pág. 333

Eliano, E. 1989. Origen de las aves. En línea (EC). Consultado el 15- 07-2012. Formato (HTML). Disponible en <http://www.historiacocina.com/historia/articulos/gallina.htm>

Esteban Talaya, Águeda 1996. Aspectos para el estudio de mercado. En línea (EC). Consultado el 20-08-2012. Formato (pdf). Disponible en http://www.uax.es/fileadmin/templates/fundacion/docs/Estudio_de_Mercado.pdf.

Fernández, R; Sol, J; Ramírez, A. 2002. Aves de corral. En línea. (Venezuela). Consultado el 18-07-2012. Formato (PDF). Disponible en. <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=95914408>

Fernández, N. 2007. Alimentación de las aves de corral. En línea (EC). Consultado el 20- 07-2012. Formato (HTML). Disponible en. <http://www.infogranja.com.ar/alimentacion.htm>

Francesch, A. 2006. "Gallinas de raza". En línea (EC). Consultado el 14- 07-2012. Formato (pdf). Disponible en http://minnie.uab.es/~veteri/102629/GUIA%20AVICULTURA_castella.pdf

Fisher, L y Espejo, J 2012. Definición de demanda. Consultado el 24- 01-2013. Formato HTML. Disponible en <http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>

Gamboa, R. 1988. Factibilidad. En línea. (EC) consultado el 22-08-2012. Formato (HTML). Disponible en. http://www.oocities.org/es/ninoskadorante/marco_teorico.html

Gallego, S y Tamames, R. 1998. Diccionario de economía y Finanzas.11 ed. Rústica. Alianza Editorial. Pág. 158

García, L. 2012.estudiante de Doctorado, Instituto de Recursos Genéticos y Productividad, Especialidad de Ganadería, Colegio de Postgraduados en Ciencias Agrícolas, Montecillo, México, 56230. Disponible en.

García, O. 1999. Contabilidad financiera y sus estados financieros. Cali Colombia. 8va ed. Pág. 105.

Gélvez, A. 2009. Avicultura de campo. Biblioteca práctica revista chacra e INTA. Consultado el 22- 08- 2012.

Gil, G. 1986. Sistema Financiero Español. Estructura y Organización 8va. Ed. Thomson. Pág. 96.

INEC / LIDERES; Derechos reservados ® 2012 EDITORES ECUATORIANOS C.A.

Juárez, C; Manríquez, A y Segura, C. 2000. Nombre científico. En línea (Mex). Consultado el 15- 07-2012. Formato (PDF). Disponible en <http://www.tecnicapecuaria.org.mx/trabajos/200212174953.pdf>

Lambin, J. 1997: Marketing Estratégico, Editorial McGraw-Hill. En línea (EC). Consultado el 18- 08- 2012. Formato (pdf). Disponible en. http://www.uax.es/fileadmin/templates/fundacion/docs/Estudio_de_Mercado.pdf.

Méndez, R. (2004) Formulación y evaluación de proyectos. Enfoque para Emprendedores. Tercera edición. Editorial QuebecorWorld.Colombia. Pág. 304

Narváez, S y Oñate, G. (2002). Avicultura en el Ecuador. En línea Ec. Consultado el 16/01/2013. Formato pdf. Disponible en http://www.agrocalidad.gob.ec/agrocalidad/images/Agrocalidad/Contenido/SanidadAnimal/docs/programa_de_preveni%C3%B3n_de_influenza_aviar.pdf

Peter, D. 1988. Estudio de mercado, 5ta ed. Chicago. M.C.Graw Hill. pág. 5

Quinn, H. 2012. Estructura del estudio de factibilidad. En línea (EC). Consultado el 18-08-2012.formato (HTML) disponible en <http://www.monografias.com/trabajos5/esfa/esfa.shtml>.

Ramírez A, Vidal M. y Domínguez R.2009. En línea (EC) consultado el 18-08-2012. Formato (pdf). Disponible en http://www.uax.es/fileadmin/templates/fundacion/docs/Estudio_de_Mercado.pdf

Ramírez, A. Vidal M. y Domínguez R.2009. Estructura del estudio de factibilidad. En línea. (EC). Consultado el 20- 07-2012. Formato (HTML). Disponible en <http://www.eumed.net/ce/2009a/amr.htm>

Talaya, E.1996. Principios de Marketing, Editorial ESIC. En línea (EC). Consultado el 12- 08-2012. Formato (pdf). Disponible en http://www.uax.es/fileadmin/templates/fundacion/docs/Estudio_de_Mercado.pdf.

Triola, M. 1997. Estadística Elemental, Estudio de Mercado. 7ma, ed. México. Pearson Educación. Pág. 288

Villamizar, J. 2009 avicultura en el Ecuador. En línea (EC). Formato HTML. Consultado el 18-08-2012. Disponible en www.conave.org/.../INFORME%20PRESIDENTE%20CONAVE.doc de word

Terán, M. (2003) Mercadotecnia de la investigación científica, segunda edición quito 2003 Ecuador

Ramírez A, Vidal M. y Domínguez R. (2009).análisis de los precios. En línea (EC). Consultado el 24-08-2012. Formato (HTML). Disponible en <http://ciberconta.unizar.es/leccion/fin004/910.HTM>

.

Sánchez, J. (1997). Curso de bolsa y mercado financiero10 ed. | Rústica | Editorial Ariel pag. 59

Polanco, L. 2007. Contabilidad de costos. 8va ed. Bogotá. ECO ediciones pág. 95

Sinisterra, G. 2007. Contabilidad Administrativa. 2da ed. Bogotá. Ecoe ediciones Pág. 105.

Zapata, P. 2002. Contabilidad general. Estados financieros, estado de pérdidas y ganancia. 5 ed. México. Mc Graw hill. Pág. 70

ANEXOS

ANEXO 1

UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL CANTÓN BOLIVAR



ANEXO 2

DISEÑO DE LA ENCUESTA APLICADA A LA POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE CALCETA

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÌ “MFL”

SEXO: F M

1.- ¿Qué tipo de carne considera usted más sana? Elija solo 1 alternativa.

() De res () De pollo () De pescado () Mariscos () Otros

2.- ¿Le gustaría a Ud. La carne de pollos?

Si NO (solo continúe SI --su respuesta es positiva)

3.- ¿Qué parte del pollo compra habitualmente? (puede elegir más de una opción)

() Piernas () Pechuga () Cadera () Alitas () Otras

4.- ¿Cuántos Pollos Consume a la semana? (puede marcar más de una opción).

() Uno () Dos () Tres () Por presas

5. ¿Podría decirnos la marca de pollo que consume habitualmente? (Puede marcar más de una posible respuesta)

() Pollos Piedra () Mr. Pollo () Otros

6.- ¿Como le gustaría la presentación del empaque del producto?

() Pollo completo con menudencia () Pollo entero sin menudencia

() Kilo de Pechuga () Piernas () Todas las anteriores

7.- ¿A qué lugar acude regularmente a comprar pollos? (Puede marcar más de una posible respuesta)

() Mercados () Tiendas de Abastos

() Supermercados () Avícolas

ANEXO 03

EQUIPO DE DESANGRADO DE POLLO



ANEXO 04

ESCALADORA DE POLLO



ANEXO 0.5

DESPLUMADORA DE POLLO



ANEXO 0.6
COLGADO DE POLLO



ANEXO 0.8
CONGELADO



ANEXO 0.9
EMPACADORA DE POLLO

