



CARRERA: ADMINISTRACIÓN

TEMA:

“Proyecto de factibilidad para la implementación de una granja avícola para la producción y comercialización de pollos en el Cantón Lago Agrio provincia de Sucumbíos.”

Proyecto de Plan de Negocio previo a la obtención del título de Tecnólogo Superior en Administración

AUTORA:

Verónica Alexandra Mullo Cárdenas

TUTOR:

Ing. Fernando Razo

D.M. Quito, 15 de septiembre 2021

DEDICATORIA

El presente trabajo de grado lo dedico principalmente a Dios, quien como guía estuvo presente en el caminar de mi vida, bendiciéndome y dándome fuerzas para continuar con este proceso y permitirme llegar hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi esposo por haber sido mi apoyo a lo largo de toda mi carrera, a mis hijos, a mi madre por demostrarme su cariño y apoyo incondicional en continuar con este camino. A mi hermana por estar siempre presente animándome sin importar nuestras diferencias de opiniones.

AGRADECIMIENTO

Mi gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre mi vida y a toda mi familia por estar siempre presentes.

Mis agradecimientos profundos al Instituto Tecnológico Internacional ITI, a las autoridades y personal que forman parte de esta noble institución en especial al Sr. Rector Msc. Mario Román por el apoyo con una beca estudiantil, que gracias a eso también fue posible este proceso de formación profesional.

De igual manera mis agradecimientos a la carrera de Administración bajo la coordinación del Msc. Christian Carvajal quien con su conocimiento, enseñanza, motivación y colaboración permitió el desarrollo de este trabajo.

Finalmente, y de manera especial a mi tutor de tesis, por haberme guiado no solo en la elaboración de este trabajo de titulación, sino a lo largo de mi carrera, y a todos los docentes que con su sabiduría, conocimiento, apoyo y profesionalismo me guiaron académicamente.

AUTORIA

Yo, Verónica Alexandra Mullo Cárdenas autora del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

Verónica Alexandra Mullo Cárdenas

D.M. Quito, 15 de septiembre 2021

Ing. Fernando Razo.

Tutor de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

Ing. Fernando Razo

D.M. Quito, 15 de septiembre. 2021

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: El **Ing. Fernando Razo** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y la Sra. Verónica Alexandra Mullo Cárdenas por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO.- La Sra. Verónica Alexandra Mullo Cárdenas realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la implementación de una granja avícola para la producción y comercialización de pollos en el Cantón Lago Agrio Provincia de Sucumbíos.”**, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **Ing. Fernando Razo**.

DOS.- Es política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, **Ing. Fernando Razo** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la Sra. Verónica Alexandra Mullo Cárdenas como autora del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la implementación de una granja avícola para la producción y comercialización de pollos en el Cantón Lago Agrio Provincia de Sucumbíos.”** y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

Ing. Fernando Razo

Verónica Alexandra Mullo Cárdenas

D.M. Quito, 15 de septiembre 2021

Índice de Contenido

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
AUTORIA.....	iv
CERTIFICACIÓN.....	v
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA	vi
Índice de Tablas	x
Índice de Figuras.....	xii
Índice de Ilustraciones.....	xiii
Resumen.....	xiv
Capítulo 2. Fundamentación.....	15
2.1. Introducción	15
2.2. Nombre de la Empresa	16
2.3. Descripción de la Empresa.....	16
2.4. Tipo de Empresa	17
2.5. Localización de la Empresa	17
2.6. Filosofía Empresarial	18
2.6.1. Misión	18
2.6.2. Visión.....	18
2.6.3. Objetivos	18
2.7. Planificación Estratégica Empresarial	18
2.7.1. Meta	18
Capítulo 3. Proceso de Investigación de Mercados y Marketing.....	30
3.1 Objetivo de Mercadotecnia	30
3.2 Investigación de Mercado	30
3.2.1 Modalidad.....	30
3.3 Plan de Muestreo	30
3.4 Análisis de las Encuestas	32
3.4.1. Pregunta 1	32
3.4.2. Pregunta 2	33
3.4.3. Pregunta 3	34
3.4.4. Pregunta 4	35
3.4.5. Pregunta 5	36

3.4.6.	<i>Pregunta 6</i>	37
3.4.7.	<i>Pregunta 7</i>	38
3.4.8.	<i>Pregunta 8</i>	39
3.4.9.	<i>Pregunta 9</i>	40
3.4.10.	<i>Análisis General</i>	40
3.5.	Entorno Empresarial	41
3.5.1.	<i>Microentorno Externo</i>	41
3.5.2.	<i>Macroentorno</i>	43
3.6.	Producto y Servicio	45
3.6.1	<i>Producto Esencial</i>	45
3.6.2	<i>Producto Real</i>	45
3.6.3	<i>Características</i>	46
3.6.4	<i>Calidad</i>	46
3.7	Marca	47
3.7.1	<i>Producto Aumentado</i>	47
3.8	Plan de Introducción al Mercado	47
3.8.1	<i>Distintivos y Uniformes</i>	47
3.8.2	<i>Materiales de Identificación</i>	47
3.8.3	<i>Canal de Distribución y Puntos de Ventas</i>	50
3.8.4	<i>Riesgo y Oportunidades del Negocio</i>	51
3.9	Fijación de Precios	52
3.10	Implementación del Negocio	53
3.11	Estudio Arquitectónico	57
	Capítulo 4. Proceso derecho empresarial	58
4.1.	Trámites y Permisos	58
	Capítulo 5. Proceso de Impacto Ambiental y Social	63
5.1	Objetivo de Área	63
5.2	Impacto Ambiental	64
5.3	Impacto Social	65
	Capítulo 6. Proceso Financiero	66
6.1.	Introducción	66
6.2.	Inversiones	66
6.3.	Activos Fijos	666

6.4. Activos Diferidos.....	666
6.5. Capital de Trabajo.....	67
6.6. Sueldos	68
6.7. Depreciación Activos Fijos.....	70
6.8. Amortizaciones.....	70
6.9. Estructura Capital.....	71
6.10. Tabla de Amortización	71
6.11. Punto de Equilibrio.....	73
6.12. Estado de Pérdida y Ganancias	74
6.13. Flujo de Caja	75
6.14. Cálculo del TIR y el VAN	76
6.14.1. VAN (Valor Actual Neto).....	76
6.14.2. TIR (Tasa Interna de Retorno).....	76
CONCLUSIONES.....	777
RECOMENDACIONES	788
Bibliografía	79
Anexo.....	822

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Análisis FODA</i>	19
Tabla 2 <i>Estrategias FODA</i>	20
Tabla 3 <i>Población de establecimientos</i>	31
Tabla 4 <i>Pregunta 1</i>	32
Tabla 5 <i>Pregunta 2</i>	33
Tabla 6 <i>Pregunta 3</i>	34
Tabla 7 <i>Pregunta 4</i>	35
Tabla 8 <i>Pregunta 5</i>	36
Tabla 9 <i>Pregunta 6</i>	37
Tabla 10 <i>Pregunta 7</i>	38
Tabla 11 <i>Pregunta 8</i>	39
Tabla 12 <i>Pregunta 9</i>	40
Tabla 13 <i>Financiamiento publicidad</i>	51
Tabla 14 <i>Pollo entero. Tabla estándar de costos</i>	53
Tabla 15 <i>Arriendo del local</i>	54
Tabla 16 <i>Maquinaria y Equipos</i>	54
Tabla 17 <i>Equipos de computación</i>	54
Tabla 18 <i>Herramientas</i>	54
Tabla 19 <i>Muebles y enseres</i>	55
Tabla 20 <i>Equipos industriales de seguridad</i>	55
Tabla 21 <i>Suministros de oficina</i>	56
Tabla 22 <i>Servicios básicos</i>	56
Tabla 23 <i>Materiales de limpieza</i>	57
Tabla 24 <i>Activos Fijos</i>	666
Tabla 25 <i>Activos Diferidos</i>	67
Tabla 26 <i>Capital de Trabajo</i>	677
Tabla 27 <i>Detalle de Inversiones</i>	68
Tabla 28 <i>Sueldos</i>	688
Tabla 29 <i>Décimos</i>	69
Tabla 30 <i>Sueldos Totales</i>	69
Tabla 31 <i>Depreciación de Activos Fijos</i>	70
Tabla 32 <i>Amortizaciones</i>	70
Tabla 33 <i>Estructura del Capital</i>	71

Tabla 34 <i>Tabla de Amortización</i>	71
Tabla 35 <i>Datos Punto de Equilibrio</i>	73
Tabla 36 <i>Margen de contribución</i>	73
Tabla 37 <i>Punto de Equilibrio</i>	73
Tabla 38 <i>Estado de Pérdidas y Ganancias</i>	74
Tabla 39 <i>Flujo de Caja</i>	75
Tabla 40 <i>Cálculo del TIR y VAN</i>	76

Índice de Figuras

Figura 1 <i>Ubicación geográfica</i>	17
Figura 2 <i>Mapa de Procesos Avilago</i>	21
Figura 3 <i>Organigrama</i>	22
Figura 4 <i>Pregunta 1, gráfico circular</i>	32
Figura 5 <i>Pregunta 2, gráfico circular</i>	33
Figura 6 <i>Pregunta 3, gráfico circular</i>	34
Figura 7 <i>Pregunta 4, gráfico circular</i>	35
Figura 8 <i>Pregunta 5, gráfico de barras</i>	36
Figura 9 <i>Pregunta 6, gráfico circular</i>	37
Figura 10 <i>Pregunta 7, gráfico de barras</i>	38
Figura 11 <i>Pregunta 8, gráfico de barras</i>	39
Figura 12 <i>Pregunta 9, gráfico circular</i>	40
Figura 13 <i>Esquema microentorno Granja Avilago</i>	42

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 <i>Imagotipo Avilago</i>	48
Ilustración 2 <i>Anverso tarjeta de presentación</i>	49
Ilustración 3 <i>Reverso tarjeta de presentación</i>	49
Ilustración 4 <i>Hoja membretada</i>	49
Ilustración 5 <i>Estructura del establecimiento</i>	57

“Proyecto de factibilidad para la implementación de una granja avícola para la producción y comercialización de pollos en el Cantón Lago Agrio Provincia de Sucumbíos.”

Verónica Alexandra Mullo Cárdenas

Ing. Fernando Razo

D.M. Quito 15 de septiembre 2021

Resumen

En este proyecto se analizó la viabilidad para establecer una microempresa de granja avícola bajo el nombre de Avilago, en el centro poblado de la ciudad El Dorado del cantón Cáscales, provincia de Sucumbíos. Para el presente estudio se realizó una contextualización de la conformación de la granja avícola Avilago, una descripción de la planificación estratégica que deberá realizarse, un análisis de los factores internos y externos que pueden influir en el funcionamiento del proyecto, y una descripción de la estructura organizacional con los perfiles de cargo que conformarán el capital humano. Para la investigación de mercado, se recolectó la información con la implementación de la técnica de encuesta a 114 establecimientos que forman parte del mercado, cuyo resultado dio a conocer que la población parte del estudio está dispuesta a consumir otro pollo comercializado dentro del mercado. Seguido se realizó una explicación del entorno empresarial, definiendo el producto y servicio que brindará la organización. Finalizando con un detalle de todos los recursos físicos que se necesitarán para una adecuada introducción de la granja avícola en el mercado, proceso derecho empresarial, el impacto ambiental y social que tendrá su implementación; y su respectivo análisis financiero. Como resultado, se llegó a la conclusión que el proyecto si es factible con las condiciones propuestas con una ganancia de \$3.46 por pollo entero vendido, y con la obtención de un TIR del 21.51% y VAN de \$5985.08.

Capítulo 2. FUNDAMENTACIÓN

2.1. Introducción

Fundamentalmente, la creación de una empresa recae en la interconexión de la estructura social y económica de la entidad empresarial, los cuales son los cimientos de la organización, conjuntamente con la sensibilización y la instrucción para el desarrollo de ideas, para su posterior edificación (Arango, 2017), en ese sentido, ineludiblemente una organización es entendida como la unidad de economía y social, con propósitos lucrativos, en el que los insumos propios, el capital, la tecnología, la viabilidad y sujetos, coordinan procedimentalmente para realizar la producción social y conveniente de la empresa, conforme las necesidades de un bien común (Mora et al., 2016); o también es entendida como una organización de carácter público o privado, cuyo propósito es construir y dinamizar el producto o suministrar servicios a las agrupaciones o una proporción de ella por medio del pago de los mismos (Universidad Militar Nueva Granada, 2017).

Desde ese punto de vista, la edificación de una empresa se somete a distintos aspectos que convergen en las instancias de un ente organizacional, es así como, una empresa brinda el potenciamiento del producto o servicio que será ofertado. De esa manera, a partir desde esas perspectivas, nace la inventiva del presente trabajo, el mismo que se suscita en la creación de la empresa “Avilago” en la provincia de Sucumbíos. Dado que, en el mismo sector, tanto el desempleo como el subempleo son característicos de un problema social (Maldonado Erazo, 2015), no obstante, el desarrollo de proyectos productivos son el marco y motor del incremento de una región o país, como también constituyen el acrecentamiento económico y beneficiario social (Japón Japón, 2016).

La actividad avícola se está incorporando geográficamente de manera apresurada, interconectándose en muchas compañías de nivel mundial (FAO, s.f.), en ese aspecto, la

construcción de empresas representa un factor importante que propicia el trabajo y complacencia del mercado, generando el potenciamiento económico nacional por medio del beneficio de productos convencionales que gozan de mayor cantidad de aportación de perspectiva para el consumo de cualquier sujeto (Maldonado Erazo, 2015); así el emprendimiento es un ámbito que se ha ido desarrollando en todas las adversidades de la cotidianeidad (Pico, Del Rio, Trujillo, & Arias, 2017).

Por ende, la industria avícola se ha desarrollado significante en los últimos años en el Ecuador, por la gran aportación nutricional que brinda a distintos individuos, el valor proteínico del pollo es alto y es de un bajo precio; y se halla vinculada en todos los hogares de condiciones medias y bajas, de esa manera, se transforma en el alimento de primera necesidad del consumidor ecuatoriano (Chugchilán Guashca, 2016). En ese sentido, el dinamismo avícola es clave para combatir el hambre y acrecentar la ingesta de alimentos proteínicos (CEDRSSA, 2019).

2.2. Nombre de la Empresa

Avilago, para este nombre se pensó en la ciudad de la provincia de Sucumbíos (Lago Agrio).

2.3. Descripción de la Empresa

Avilago es una organización pequeña que se dedica a la crianza, engorde y comercialización de pollos broiler basados en una alimentación sana a base de maíz, harina de soja para las proteínas, vitaminas y suplementos minerales, siendo estos balanceados sin la adición de medicamentos.

2.4. Tipo de Empresa

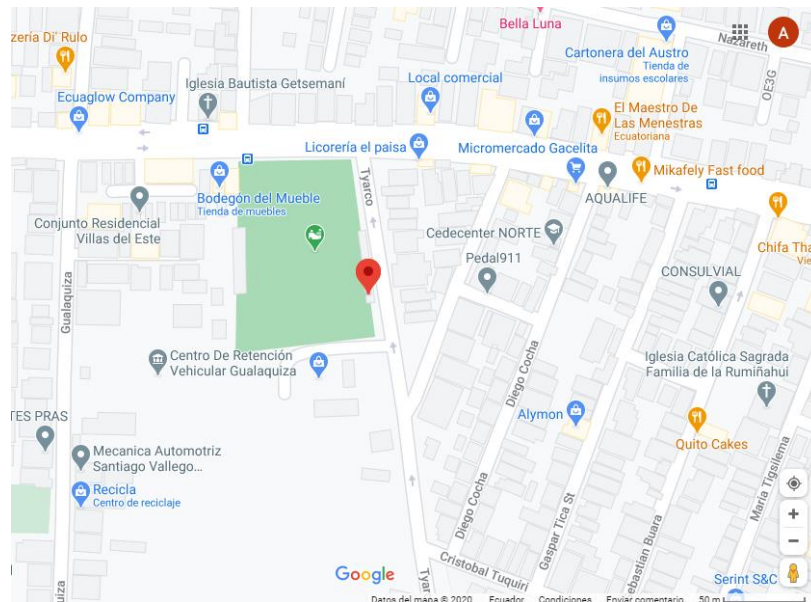
Las empresas se basan en una clasificación dependiendo de su tamaño para lo cual es importante considerar los aspectos: número de empleados, facturación, patrimonio e innovación tecnológica (Banco Pichincha, 2021). Para lo cual, para la propuesta, se definirá como una empresa pequeña de modo que sus colaboradores estarán dentro del rango de 10 a 49 personas, con una estimación de ingresos entre \$100.001,00 a \$1.000.000,00 debido a su funcionamiento organizacional.

2.5. Localización de la Empresa

Avilago estará ubicado en el km 3 del centro poblado en la ciudad El Dorado de Cáscales, cabecera cantonal de Cáscales, provincia de Sucumbíos, Ecuador. Para lo cual se detalla la ubicación en la figura 1.

Figura 1

Ubicación geográfica



Fuente: Google maps (s.f.)

2.6.Filosofía Empresarial

2.6.1. Misión

Desarrollar y comercializar alimentos de excelencia por medio de tecnología moderna, utilizando los recursos profesionales calificados, sustentados en la eco-productividad, para complacer las exigencias de nuestra clientela y el desarrollo de nuestros colaboradores.

2.6.2. Visión

Conseguir el reconocimiento Provincial y Nacional como organización potenciadora de pollos, industrializado por medio del progreso productivo consecutivo y beneficioso.

2.6.3. Objetivos

- Aumentar el índice de satisfacción del cliente
- Mantener la calidad de los pollos
- Incrementar la rentabilidad del negocio
- Mantener un personal competente

2.7.Planificación Estratégica Empresarial

2.7.1. Meta

Contar con una granja avícola para la crianza y comercialización de pollos, que satisfaga las necesidades de las familias que buscan un producto sano, y de calidad y pueda generar los suficientes ingresos para cubrir las necesidades de la empresa y lograr una constante rentabilidad para cumplir con las obligaciones de los empleados.

2.7.2. Análisis FODA

Tabla 1

Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
• Temperaturas de la zona favorables para la crianza de pollos • Crecimiento de la producción por la capacidad de la granja. • Precios competitivos • Cumplimiento de normas sanitarias y ambientales	• Escasos competidores de granjas avícolas a nivel local. • Crecimiento del consumo de alimentos de primera necesidad durante la pandemia. • Apertura de nuevos mercados • Acceso a créditos bancarios • Innovación tecnológica en el mercado
Debilidades	Amenazas
• Falta de experiencia en el negocio. • Dependencia de proveedores para la alimentación de pollos. • Falta de recursos económicos	• Presencia de competidores de granjas avícolas a nivel provincial y nacional • Fluctuación de la economía de forma imprecisa, es decir, inestabilidad en el ámbito social, económico y político que vive año tras año el país. • Posibles enfermedades aviarias que reduzca la producción • Volatilidad en los precios de los proveedores.

2.7.3. Estrategias FODA

Una vez realizado la matriz FODA, se tomaron en cuenta cada uno de los aspectos para generar las estrategias permitirán solventar cada uno de ellos, los cuales se exponen a continuación.

Tabla 2*Estrategias FODA*

	Fortalezas (F)	Debilidades (D)
	1. Temperaturas de la zona favorables para la crianza de pollos 2. Crecimiento de la producción por la capacidad de la granja. 3. Precios competitivos 4. Cumplimiento de normas sanitarias y ambientales	1. Falta de experiencia en el negocio. 2. Dependencia de proveedores para la alimentación de pollos. 3. Falta de recursos económicos
Oportunidades (O)	Estrategias FO	Estrategias DO
1. Escasos competidores de granjas avícolas a nivel local. 2. Crecimiento del consumo de alimentos de primera necesidad durante la pandemia. 3. Apertura de nuevos mercados 4. Acceso a créditos bancarios 5. Innovación tecnológica	Incrementar las ventas (F2, F3, O1, O2, O3) Promoción para el posicionamiento de la marca (F3, F4, O2, O3) Impulsar propuestas, procedimientos y sistemas para la innovación tecnológica (F2, O5)	Contratar personal capacitado (D1, O3)
Amenazas (A)	Estrategias FA	Estrategias DA
1. Presencia de competidores de granjas avícolas a nivel provincial y nacional 2. Fluctuación de la economía de forma imprecisa, es decir, inestabilidad en el ámbito social, económico y político que vive año tras año el país. 3. Posibles enfermedades aviarias que reduzca la producción 4. Volatilidad en los precios de los proveedores.	Establecer un plan de marketing (A1, F2) Control ambiental y de la producción por medio de personal competente (F4, A3)	Elaboración propia de alimento para pollos (D2, A3, A4)

2.8.Estructura Organizacional

Para la estructura organizacional se establecerá las actividades de la empresa por medio del enfoque gestión por procesos, para lo cual se definen lo siguiente.

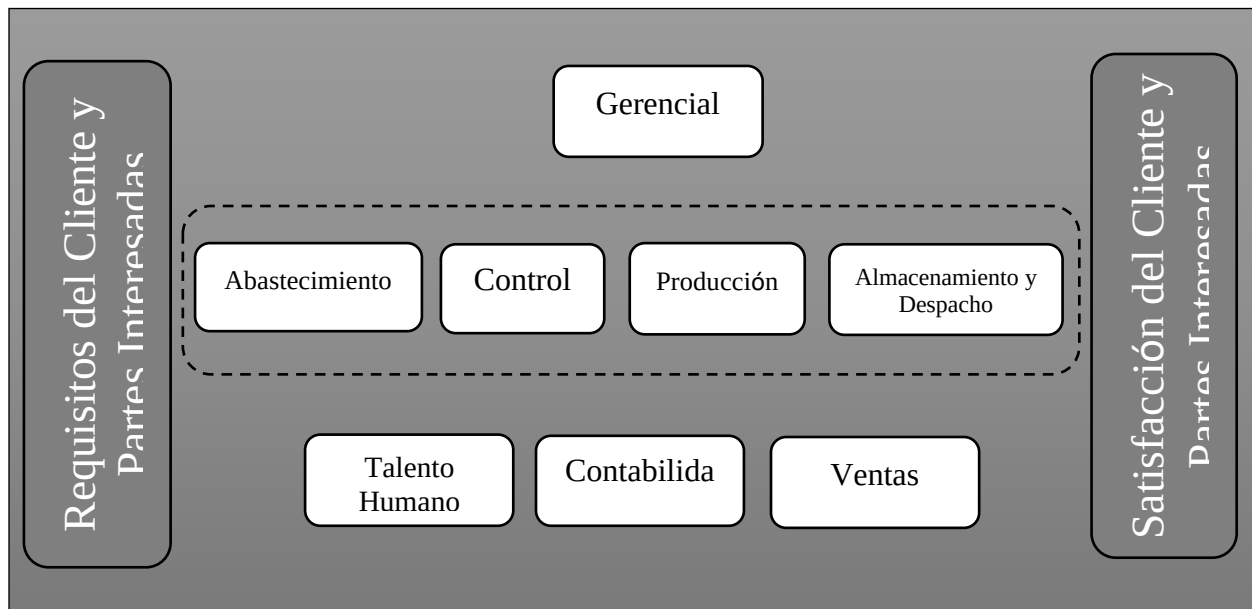


Figura 2 Mapa de Procesos Avilago

Como se visualiza en la Figura 2 la organización responderá a los procesos de organización clasificados en los operacionales, estratégicos y de apoyo.

Proceso estratégico

- Gerencial: administración general de la granja Avilago.

Procesos operacionales

- Abastecimiento: a cargo de las compras de insumos, materiales, medicación, equipos entre otros para el desarrollo de la organización.

- Control de Calidad, a cargo del control de peso y salud de los pollos para su faenamiento y comercialización.
- Producción, proceso en el cual se encuentran los subprocesos de balanceado, crianza y faenamiento.
- Almacenamiento y Despacho, a cargo del almacenamiento, custodio y despacho de los pollos, como producto final además de insumos, materiales, medicación, entre otros.

Procesos de apoyo

- Talento Humano, a cargo del control del personal como salarios, capacitaciones y cumplimiento de beneficios.
- Contabilidad, a cargo de la administración de los recursos económicos, además de facturación y desembolsos.
- Ventas, a cargo de la recopilación de pedidos y relación con los clientes

2.9.Organigrama Empresarial

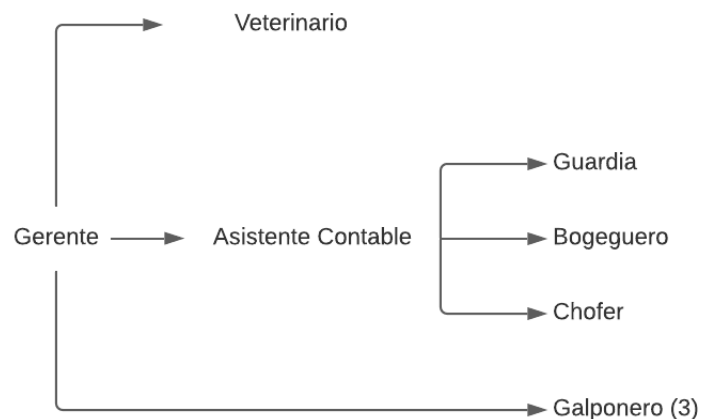


Figura 3 Organigrama

2.10. Funciones Específicas del Puesto

2.10.1. Gerente

Procesos: Gerencia, Producción y Talento Humano

Misión: Planear, dirigir y controlar el crecimiento y desarrollo de la Organización a corto, mediano y largo plazo, de acuerdo con las políticas y objetivos establecidos, así como ejercer la representación legal, comercial y administrativa de la misma.

Requerimientos del cargo:

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Administración en empresas. Gestión financiera Análisis de inversiones Afines	Mínima 3-4 años en el cargo de Gerente-general, administrador financiero o como gestor financiero.	Conocimiento administrativo Metodología para la calidad	Liderazgo Iniciativa Toma de decisiones Pensamiento analítico Metodología para la calidad

Funciones del cargo:

- Verificación General del personal y producción
- Verificación General de la CALIDAD DEL PRODUCTO
- Control de la maquinaria
- Selección y capacitación del personal
- Reunión con proveedores y clientes potenciales
- Representar a la organización en los distintos eventos

2.10.2. Asistente Contable

Procesos: Abastecimiento, Ventas, Talento Humano y Contabilidad.

Misión: Proporcionar a la Gerencia información financiera confiable, valiosa y oportuna para la toma de decisiones y el control gerencial.

Requerimientos del cargo:

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Contabilidad Informática Derecho tributario Finanzas	Mínima 3 a 4 años como contador, manejando libros contables, estados financieros y declaración de impuestos Compra a proveedores	Manejo de sistemas contables. Presupuestos, contabilidad y tesorería. Derecho tributario	Habilidad analítica Pensamiento analítico Expresión escrita, Pensamiento conceptual Destreza matemática Integridad Planificación y organización Comunicación eficaz

Funciones del cargo:

- Contabilizar y codificar los diferentes de activos, pasivos, ingresos y egresos, actualización de los soportes adecuados para cada caso, sobre las distintas partidas del movimiento contable y que otorgan designio a los balances y el resto de los informes financieros.
- Manejar mensualmente los libros de Compras y Ventas, por medio del registro de facturas realizadas y receptadas a fin de ejecutar la declaración de IVA.
- Desarrollar y presentar informes sobre la situación financiera que exijan los entes de control y mensualmente entregar al jefe Administrador financiero, un balance de comprobación.
- Organizar y certificar los estados financieros de fin de ejercicio con sus correspondientes notas, de conformidad con lo estipulado en las normas actuales.

2.10.3. Veterinario

Procesos: Control de Calidad

Misión: Responsable de atender, examinar y controlar la producción avícola dentro de la empresa.

Requerimientos del cargo:

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Médico veterinario.	Por lo menos de 2 a 3 años de práctica.	Control de plagas. Procesos de planeamiento y gestión. Formulación de balanceados	Adaptabilidad. Comunicación. Compromiso. Trabajo en equipo Innovación Razonamiento deductivo

Funciones del cargo:

- Aplicar rigurosos controles sanitarios para la precaución del pollo.
- Brindar adecuadamente los medicamentos y vacunas necesarias para su abastecimiento.
- Diseñar planificaciones mensuales de requerimientos fundamentales para la alimentación y la protección veterinaria avícola.
- Realizar el mantenimiento del criadero de virus, enfermedades que atenten al desarrollo avícola y potenciamiento.
- Brindar la información adecuada hacia los trabajadores, para eludir enfermedades y plagas dentro de la organización.

2.10.4. Bodeguero

Proceso: Almacenamiento y Despacho

Misión: Controlar las entradas y salidas de insumos, materiales, materia prima y productos terminados o en proceso, asegurando su preservación y custodia, así como el abastecimiento oportuno y la información disponible y confiable sobre las existencias diarias, para retroalimentar a los procesos interesados. Manejar un óptimo flujo de bodega considerando espacios y destinos de manera que se mantenga buenas prácticas de almacenamiento en espacios que brinden seguridad y apego a las normativas.

Requerimientos del cargo:

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Conocimiento contables y manejo de bodegas	Por lo menos 2 años de práctica, en cargos a fines.	Atención al cliente. Control de inventario.	Trabajo en equipo. Conciencia organizacional. Dinamismo y energía. Calidad de trabajo Resolución de problemas Capacidad de planificación y organización

Funciones del cargo:

- Comprobar los estados de seguridad en las dependencias del establecimiento, realiza vigilancia en el recinto de la institución, disposición por la conservación y el orden de la institución.
- Recibir los insumos y materiales que se utilizaran en la granja, como ingresar los productos al sistema informático que dispone la microempresa.
- Propiciar la organización de la bodega y almacenamiento de los productos y proteger su integridad como la del resto de participantes.

- Establecer los mecanismos de control y niveles de autorización, que considere pertinentes, en el ámbito de su gestión y enmarcado dentro de los procedimientos establecidos por la empresa.
- Aceptar o rechazar los insumos, materias primas o materiales que esté siendo transportada por un vehículo que no cumpla las condiciones y ponga en riesgo las especificaciones del producto.
- Reportar los no conformes detectados en materias primas, materiales e insumos.

2.10.5. Chofer

Proceso: Ventas

Misión: Realizar las labores de mensajería de los trámites que se requieran interna y externamente, y brindar apoyo en diferentes eventos de logística de la empresa.

Requerimientos del cargo:

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Bachiller Licencia profesional tipo E	Por lo menos 2 años de práctica, en cargos a fines. Conducción de vehículo con carga de alimentos.	Mecánica básica.	Credibilidad técnica Calidad de trabajo Precisión psicomotriz Orientación al cliente Desarrollo del equipo

Funciones del cargo:

- Estar al servicio de los diferentes departamentos en los trámites que se requieran.
- Efectuar eficientemente los trámites encomendados.

- Cumplir con los requisitos exigidos por el Sistema de Gestión Integral, de acuerdo con la autoridad y responsabilidad asignadas.
- Actividades relacionadas o a fines con el contexto de su función.

2.10.6. Galponero

Proceso: Producción

Misión: Realizar las actividades establecidas en el proceso de producción asignado, velando por el cumplimiento de especificaciones de calidad e inocuidad del producto, el programa de producción establecido y las normas de Seguridad y Salud Laboral.

Requisitos del cargo:

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Educación básica	Por lo menos 1 año de práctica, en cargos a fines.	Procesos de inocuidad Responsabilidad ambiental	Trabajo en equipo Desarrollo en equipo Flexibilidad Calidad del trabajo Autocontrol Adaptabilidad al cambio Orientación a los resultados Preocupación por el orden y claridad.

Funciones del cargo:

- Verificar las condiciones de cada ave, así como la alimentación de aves, limpieza de bebederos, control del agua, limpieza de áreas comunes, mantenimiento del galpón y todas aquellas adicionales que establezca el administrador de la granja.
- Dar cumplimiento a normas y procedimientos (calidad e inocuidad del producto y proceso, medio ambiente, seguridad, mantenimiento y políticas de personal).
- Acondicionar equipos y elementos para la elaboración o fabricación.

- Preparación y montaje de equipos
- Revisar especificaciones del producto que se está procesando.
- Registrar e informar de los problemas al supervisor de turno o al Inspector de calidad, como cualquier fallo en el producto o cambios en los procedimientos estándar.
- Reportar novedades en la calidad de los insumos y material durante el proceso de producción.
- Realizar correcciones del proceso si es necesario.

Capítulo 3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

3.1 Objetivo de Mercadotecnia

Dar a conocer la marca de Granja Avilago en su público objetivo, por medio de la promoción de la imagen y productos que se oferta, a través de recursos físicos y digitales, que permitan obtener los resultados esperados.

3.2 Investigación de Mercado

Granja Avilago consideró la investigación de campo para la recolección de información sobre su mercado objetivo, a través de la aplicación para la recolección de datos en la técnica encuesta.

3.2.1 Modalidad

La recolección de datos a través de encuestas se realizó de forma presencial, la población de estudio es de 161, y en donde se visitó a los clientes potenciales que formaron parte de la muestra, es decir, 114 establecimientos de forma aleatoria, esta encuesta constó de 8 preguntas cerradas y 1 abierta. El diseño de la encuesta se estipula en el anexo.

3.3 Plan de Muestreo

Para el estudio de mercado, se tomaron en cuenta a supermercados, frigoríficos, tiendas, mercados, y centros de faenamiento de pollos del cantón Lago Agrio, puesto que este emprendimiento va dirigido a establecimientos donde acuden las personas a abastecerse de productos cárnicos, la clasificación se presenta en la Tabla 3.

Tabla 3

Población de establecimientos

Establecimiento	Cantidad
Centros de faenamiento	4
Mercado	16
Minimarket	11
Supermercados	4
Frigoríficos	9
Tiendas	114
Total	161

Para discriminar el número total de encuestas a realizar se aplicó la siguiente fórmula:

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

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{161 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (161 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 114$$

3.4 Análisis de las Encuestas

3.4.1. Pregunta 1

Tabla 4

Pregunta 1

Tipo de establecimiento	Cantidad	%
Centro de faenamiento	2	1,75%
Frigorífico	35	30,70%
Mercado	16	14,04%
Tienda	61	53,51%

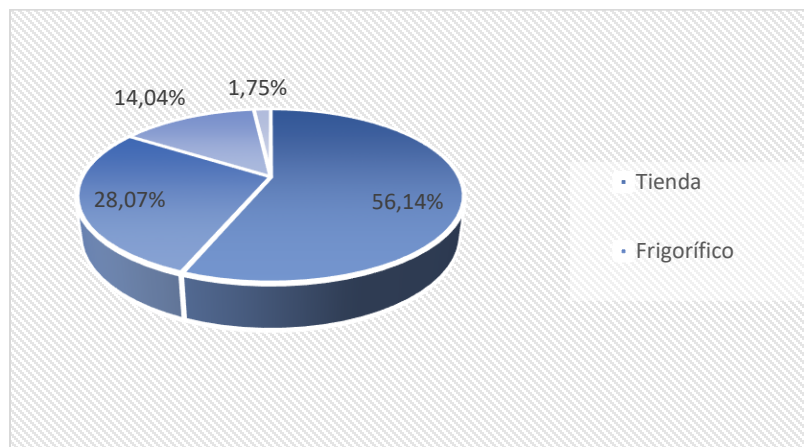


Figura 4 Pregunta 1, gráfica circular

Análisis: Los encuestados manifestaron en su mayoría que tiene un establecimiento de Tienda con el 56,14%, esto permite determinar el establecimiento para el cual nuestro target va dirigido, por lo que considerando que existe una gran cantidad de Tiendas en la zona, beneficiaría esto a Avilago.

3.4.2. Pregunta 2

Tabla 5

Pregunta 2

¿Adquiere carne de pollo para la comercialización en su establecimiento?

Respuesta	Cantidad	%
Si	114	100%
No	0	0%
Total	114	100%

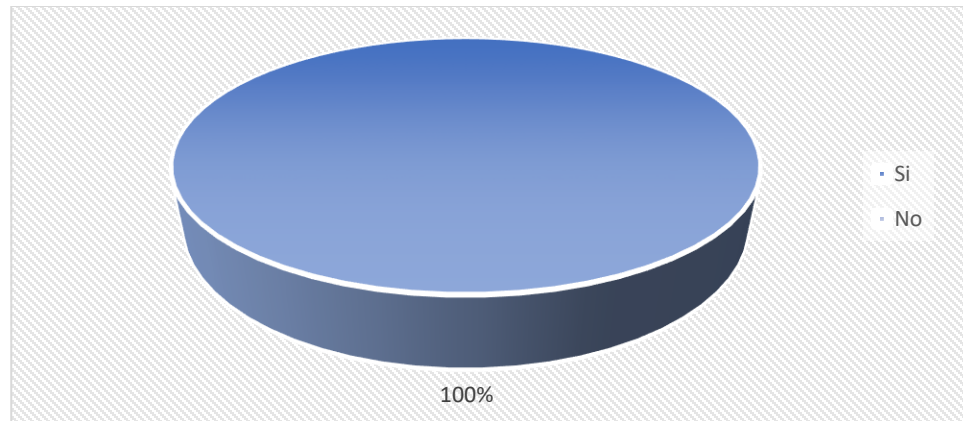


Figura 5 Pregunta 2, gráfica circular

Análisis: De los 114 encuestados el 100% manifestaron que, si adquieren carne de pollo para la comercialización en su establecimiento, esto es de gran aporte, puesto que en base a los datos presentados los establecimientos si adquirieran nuestro producto.

3.4.3. Pregunta 3

Tabla 6

Pregunta 3

Indique su frecuencia de compra de pollo		
Respuesta	Cantidad	%
Diario	94	82,46%
Semanal	20	17,54%
Quincenal	0	0%
Mensual	0	0%
Total	114	100%

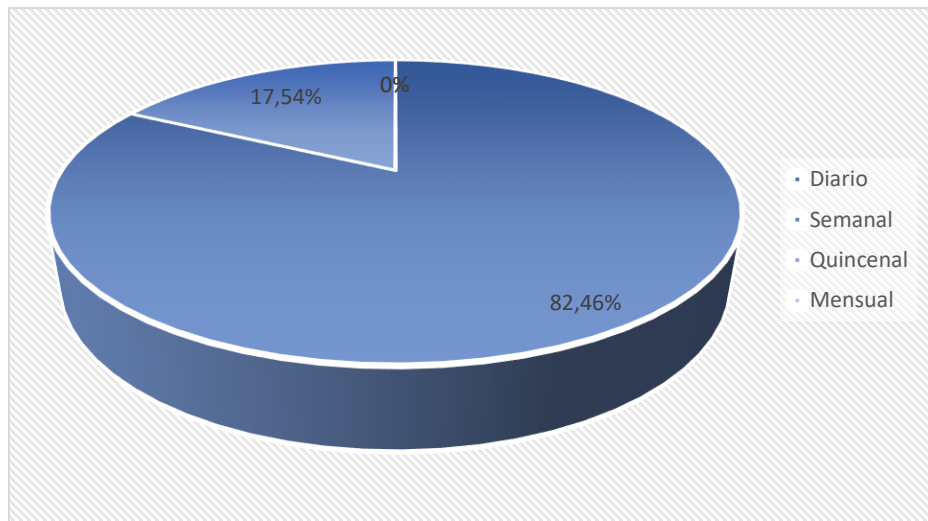


Figura 6 Pregunta 3, gráfica circular

Análisis: De los 114 encuestados en su gran mayoría respondió que compran diario y semanal, esto ayuda a Avilago a atraer clientes potenciales todos los días.

3.4.4. Pregunta 4

Tabla 7

Pregunta 4

¿Cuántas libras de pollo promedio compra habitualmente?		
Respuesta	Cantidad	%
5 libras	1	0,88%
6 libras	0	0%
7 libras	0	0%
8 libras o más	113	99,12%
TOTAL	114	100%

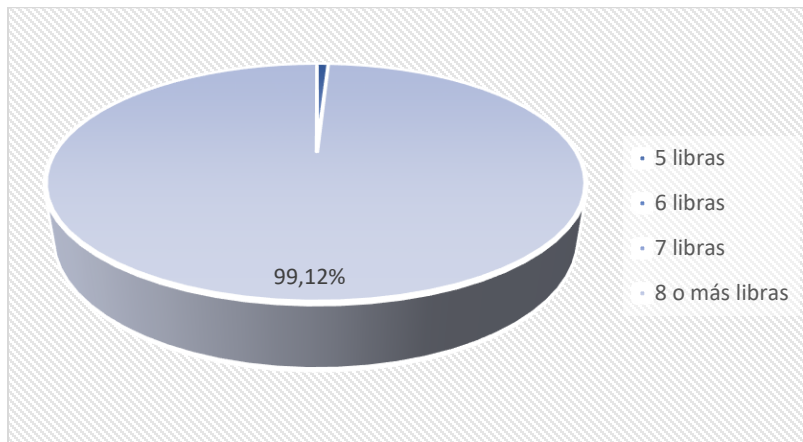


Figura 7 Pregunta 4, gráfica circular

Análisis: De los 114 encuestados el 99,12% respondió que adquiere más de 8 libras para su establecimiento, lo cual resulta favorable para Avilago para vender en grandes proporciones a los establecimientos.

3.4.5. Pregunta 5

Tabla 8

Pregunta 5

Indique el precio en el que adquiere la libra de pollo		
Respuesta	Cantidad	%
Menos de \$1,00	3	2,63%
\$1,01 - \$1,05	0	0,00%
\$1,06 - \$1,10	8	7,02%
\$1,11 - \$1,15	7	6,14%
\$1,16 - \$1,20	75	65,79%
\$1,21 - \$1,25	14	12,28%
\$1,25 - \$1,30	6	5,26%
\$1,31 - \$1,35	1	0,88%
TOTAL	114	100%

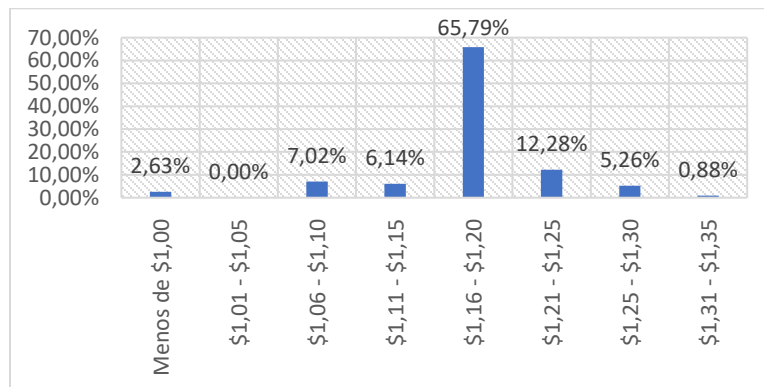


Figura 8 Pregunta 5, gráfica de barras

Análisis: De los 114 encuestados el 65,79% respondió que adquieren la libra de pollo en un rango de \$1,16 a \$1,20, para lo cual se debe considerar como estrategia competir en ese rango de precio para ofertar en el mercado.

3.4.6. Pregunta 6

Tabla 9

Pregunta 6

¿Cuál es su preferencia al comprar la carne de pollo?		
Respuesta	Cantidad	%
Entero	112	98,25%
En pie	2	1,75%
Despresado	0	0%
TOTAL	114	100%

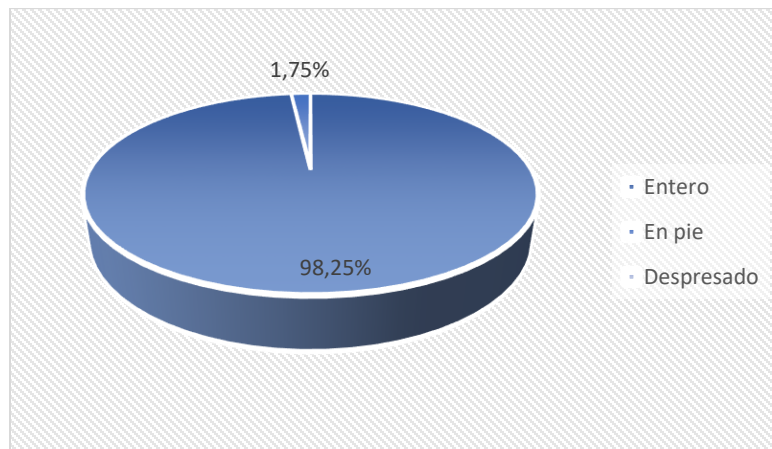


Figura 9 Pregunta 6, gráfica circular

Análisis: De los 100 encuestados en su gran mayoría, los establecimientos adquieren el pollo entero, siendo esto un factor a considerar la forma de entrega del producto.

3.4.7. Pregunta 7

Tabla 10

Pregunta 7

**Si hubiera un proveedor de pollos califique del 1 al 5 los aspectos que considere.
Siendo 1 menos importante y 5 muy importante.**

Aspecto	1	2	3	4	5
Precio	0	0	1	10	103
Calidad del pollo	0	0	0	2	112
Entrega oportuna	0	2	13	27	72
Promociones	26	13	17	26	32
Servicio	0	1	8	30	75

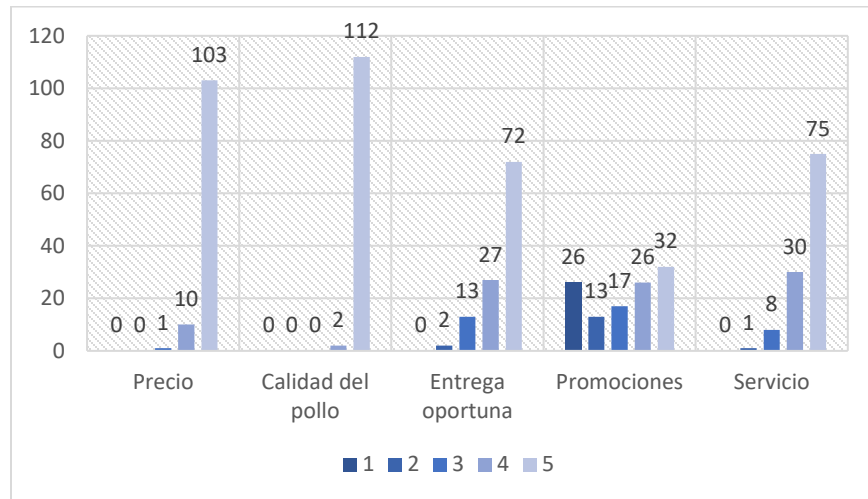


Figura 10 Pregunta 7, gráfica de barras

Análisis: De los 114 encuestados, la mayoría da mayor calificación en los aspectos de calidad del pollo, y precio, siendo así que se deben considerar estos al momento de la promoción, sin dejar de considerar también a la entrega oportuna y servicio. Además, las promociones no es un aspecto tan relevante que consideran los encuestados al momento de escoger un nuevo proveedor.

3.4.8. Pregunta 8

Tabla 11

Pregunta 8

Califique del 1 al 5 las características según su importancia al momento de comprar el pollo. Siendo 1 menos importante y 5 muy importante.

Aspecto	1	2	3	4	5
Marca	14	21	29	22	28
Precio	0	0	0	2	112
Empaque	18	19	30	20	27
Higiene	0	0	0	2	114

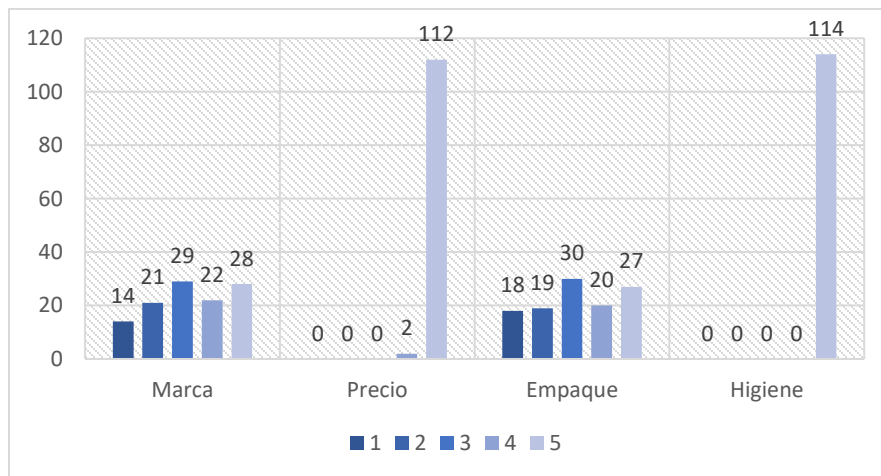


Figura 11 Pregunta 8, gráfica de barras

Análisis: De todos los encuestados en su mayoría considera muy importante las características de precio e higiene para la compra de pollo, además de que el empaque se considera importante para 70 encuestados, siendo esto relevante a considerar para la comercialización y distribución del producto.

3.4.9. Pregunta 9

Tabla 12

Pregunta 9

¿Estaría dispuesta a comprar pollo que se produce en la granja Avilago?

Respuesta	Cantidad	%
Si	113	99,12%
No	1	0,88%
Total	114	100%

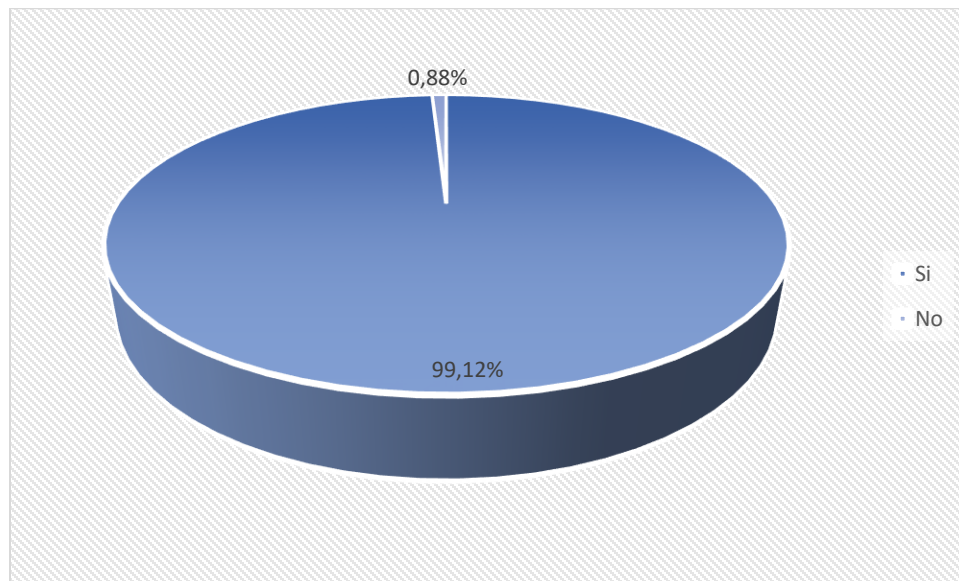


Figura 12 Pregunta 9, gráfica circular

Análisis: Casi el 100% de los encuestados estarían de acuerdo con la adquisición del pollo en Avilago, por lo cual, esto indica que existe la apertura del mercado para la apertura de Avilago.

3.4.10. Análisis General

El target al cual va dirigido la empresa son los establecimientos de tiendas, los cuales realizan compras del pollo diario y semanalmente, en cantidades mayores a 8 libras, lo cual es

importante su satisfacción, si se cumplen y superan las necesidades de nuestros clientes directos, estos atraerán también a clientes indirectos, como son los frigoríficos, mercados y centros de faenamiento.

Es importante recalcar la promoción que se debe realizar, donde en la actualidad priman las redes sociales y la tecnología para el intercambio de bienes y servicios, por lo cual Avilago debe considerar varios canales para su promoción como distribuidor. Además de que se observa, los aspectos que consideran importantes para la selección de un nuevo proveedor es el precio que sea accesible y la calidad del pollo garantizada, además de la higiene e inocuidad en el producto y seguridad del empaque.

Lo más importante a destacar es la acogida que pueda tener una granja avícola del sector, donde el porcentaje de aceptación llega casi al 100%. En conclusión, tras analizar los datos se establece que Avilago es un negocio viable por la aceptación del mercado estudiado.

3.5.Entorno Empresarial

3.5.1. *Microentorno Externo*

Avilago, considera su microentorno a todo aquello que le rodea sobre lo cual hay un control efectivo para el funcionamiento óptimo.



Figura 13 Esquema microentorno Granja Avilago

Competencia directa

Luego de realizar una búsqueda en la página web de Agrocalidad sobre de las granjas avícolas ubicadas en el sector de Lago Agrio no se pudo encontrar un competidor cercano para lo cual se amplió la búsqueda hasta la provincia de Sucumbíos, donde tampoco se evidenció un competidor directo (Agrocalidad, s.f.).

Competencia indirecta

Existen algunos establecimientos a considerarse competencia indirecta en el sector que se encuentran alrededor del cantón Lago Agrio donde va a funcionar Avilago.

- Se encuentran seis centros de faenamiento de aves

- **Sustitutos**

El producto sustituto del pollo, en este caso sería la adquisición de otro tipo de proteína como carne de res o cerdo.

Proveedores

Teniendo en cuenta que la calidad en el producto es uno de los principios fundamentales con los que trabaja Avilago, trabaja con como proveedor de la propia empresa. Al realizar de forma interna el balanceado para alimento de los pollos.

Clientes

Avilago es una empresa dirigida a establecimientos que adquieren pollo al por mayor para la venta al consumidor final, asegurando la calidad e inocuidad en su producto.

3.5.2. Macroentorno

Son los factores externos que pueden afectar a Avilago e influir en el funcionamiento de la organización.

3.5.2.1. Factor Político.

Existe una inestabilidad política, por lo que puede existir una variación de precios, influyendo así en los costos de producción y valor de venta final del producto. Los entes reguladores gubernamentales son relevantes en el funcionamiento, como el control del ARCSA y al Ministerio de Salud Pública que emite regulaciones en cuanto a inocuidad alimentaria y BPM. Además, con la pandemia que atraviesa el mundo, en Ecuador están bajo una estricta vigilancia sanitaria por lo cual se debe contar con un protocolo de Bioseguridad para el funcionamiento idóneo e inocuo.

3.5.2.2. Factor Económico.

El Ecuador sufrió una gran caída referente al sector económico, donde sus causantes fueron la emergencia sanitaria que se vivió por el Covid-19 y corrupción. Donde el sector alimentario fue uno de los más beneficiados, debido a la restricción de movilidad que se dio en el país. Donde además con el cambio de gobierno, se evidencia una mejora en el valor riesgo país, siendo ese un referente de la mejora de la economía, llevándose esta mejora a pasos cortos, por lo que Avilago se encuentra sujeto al desarrollo económico que presente el país respecto a la fijación de precios en su producto y variantes dependiendo de la tasa inflacionaria anual que presente el Ecuador, así como de la variación en los precios de la materia prima.

3.5.2.3. Factor Sociocultural.

El pollo, es una de las proteínas de mayor consumo en los hogares, siendo este de mayor distribución en tiendas de barrio, supermercados, minimercados y otros establecimientos de venta de alimentos para el consumo humano; por los valores nutricionales que ofrece además de que nuestros pollos broiler son alimentados con un balanceado elaborado por la organización con el fin de asegurar la excelente alimentación, con granos ecuatorianos y de gran calidad.

3.5.2.4. Factor Tecnológico.

Con el transcurso de los años la innovación tecnológica, es uno de los factores que siempre se encuentra en desarrollo, en donde siempre se buscan maquinaria o equipos que faciliten y agilicen el trabajo que se realice, sin dejar atrás a las granjas avícolas. En donde se busca que la innovación permita la reducción de costos y tiempos, por lo que este es un factor importante que Avilago toma a consideración en la implementación de su proceso de producción.

3.6.Producto y Servicio

Avilago es una granja avícola dedicada a la crianza de pollos broiler, se enfoca básicamente en su crianza y faenamiento, por medio de la innovación tecnológica y el control de calidad e inocuidad en los procesos de producción. Ofreciendo a su mercado pollo entero, despresado y en pie, con la entrega del producto directo en sus establecimientos asegurando así el transporte seguro e inocuo.

3.6.1 *Producto Esencial*

En la actualidad los clientes mayoristas buscan que los pollos que venden al consumidor final sean saludables, alimentados con granos y que no hayan tenido alguna enfermedad en la etapa de crecimiento para asegurar así que sea inocuo, y con excelentes precios. Además de que buscan que la atención que reciban por parte de sus proveedores sea excelente, además de que la entrega sea oportuna, y que se ofrezcan promociones por sus compras. Los factores positivos dentro del análisis son el sociocultural, tecnológico y el económico los cuales permitirán que el proyecto obtenga una viabilidad positiva y beneficiosa; mientras que el factor negativo es el político por las barreras y controles gubernamentales que dificultarían el funcionamiento de la granja avícola.

3.6.2 *Producto Real*

Avilago ofrece su producto (pollos broiler) para la venta al por mayor a su segmento de mercado.

3.6.3 Características

Para la entrega de un pollo que aporte de calidad, saludable y de gran sabor, Avilago tiene el compromiso de cada uno de los que conforman la organización, para lo cual se sigue con rigurosidad los manuales BPM, bioseguridad e inocuidad con el fin de brindar a los clientes la garantía del producto final.

3.6.4 Calidad

Para el aseguramiento del producto se tiene en cuenta los Manuales de BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) adaptados y diseñados minuciosamente dentro de la empresa, además de otros aspectos inherentes dentro del proceso de producción, en los que se toma en cuenta indicadores de calidad tales como:

- Sistema de almacenamiento (FIFO).
- Aseo personal de los empleados.
- Higienización y saneamiento del área de trabajo.
- Higienización y saneamiento de utensilios y maquinaria
- Análisis de puntos críticos de control.
- Puntos críticos de las ETAS (Enfermedades Transmitidas por Alimentos).
- Tipos y medios de contaminación de alimentos.
- Cadena de frío del producto final.
- Control de salud de los pollos broiler

3.7 Marca

Avilago se encuentra formado por las palabras “Avícola” siendo esta la naturaleza de la organización y “Lago” siendo este último una referencia al cantón Lago Agrio, brindando un producto inocuo garantizado por medio de sus procesos, siendo una organización responsable con su personal y el medio ambiente.

3.7.1 *Producto Aumentado*

Lo que diferencia a Avilago de su competencia es su concepto y estilo innovador, en donde los clientes pueden obtener un producto de calidad y que garantice la seguridad alimentaria para el consumidor final, con un precio competitivo y entrega oportuna.

3.8 Plan de Introducción al Mercado

3.8.1 *Distintivos y Uniformes*

3.8.1.1. Área de Producción.

El personal operativo utilizará un uniforme que presente el distintivo de la organización, lo cual se presenta a continuación.

Galponero

- Indumentaria blanca con el logo de la organización.
- Pantalón blanco
- Botas de caucho blancas.
- Mandil de plástico

3.8.2 *Materiales de Identificación*

3.8.2.1. Imagotipo.



Ilustración 1 Imagotipo Avilago

Elementos que destacar:

- La gallina representa el producto de la organización.
- Una cinta con el nombre de la organización.
- El logotipo de la organización “Avilago”
- Los colores usados:
 - Fondo transparente.
 - Color rojo, amarillo, café y crema, colores de una gallina
 - Cinta de color rojo para resaltar las letras del nombre de la organización.

3.8.2.2. Tarjetas de Presentación.

En el anverso puede apreciarse el Isotipo de la empresa



Ilustración 2 Anverso tarjeta de presentación

En el reverso hay datos de contacto, en este caso, del Gerente, se observa los medios de contacto, dirección del establecimiento y se pueden observar elementos como el logotipo de la empresa y código QR donde se brinda de forma digital la misma información.



Ilustración 3 Reverso tarjeta de presentación

3.8.2.3. Hoja Membretada.

Otro elemento de la identidad corporativa será la papelería, esto servirá para usar en asuntos como oficios, cartas y declaraciones formales a empresas o socios, para ello se ha elaborado una hoja membretada presentada a continuación:



Ilustración 4 Hoja membretada

3.8.3 Canal de Distribución y Puntos de Ventas

El canal de distribución y punto de venta físico de Avilago es su establecimiento ubicado a 3 km del centro poblado de la ciudad de El Dorado.

- Promoción.
 - El principal canal de promoción serán las redes sociales WhatsApp y Telegram y Facebook.
 - Una vez el negocio esté mejor posicionado en el mercado, se optará por medios de promoción tradicionales como radio o vallas publicitarias.
- Contacto.
 - Tarjetas de presentación.
 - E-mail.
 - WhatsApp.
 - Telegram
 - Facebook.
 - Correspondencia.
 - A través de mail corporativo.
- Negociación.
 - Directa en el establecimiento con cita previa con el Gerente.
 - Vía telefónica.
- Financiamiento.

Tabla 13

Financiamiento publicidad

Descripción	Cantidad	Valor
Tarjetas de presentación	1000 unidades	\$30.00

3.8.4 Riesgo y Oportunidades del Negocio

Dentro de los riesgos que puede afrontar Avilago, es la complejidad para la obtención de los permisos inherentes para la organización, además de la falta de apoyo por parte de entes gubernamentales, para el apoyo en las actividades agropecuarias, para la reducción o descuento en impuestos donde podría verse afectado los costos de producción, por ende, se dará una variabilidad con respecto a la fijación de precios de oferta del producto.

La oportunidad que tiene el negocio es que debido a la emergencia por el Covid-19 la alimentación es uno de los factores que mayor crecimiento ha tenido, donde se evidenció que el consumo de alimentos creció durante el confinamiento, y para reducción del contacto las redes sociales han tomado auge por lo que se puede incentivar estos medios para obtener una mayor participación en el mercado, además de otros beneficios que existe como la posibilidad de realizar pagos mediante banca móvil o transferencias bancarias, sin dejar de resaltar la gran ayuda que brindan las redes sociales para una publicidad digital que puede llegar a centenares de personas.

3.9 Fijación de Precios

Los precios en las variaciones presentadas a continuación han sido calculados por libra. Se toma en cuenta el costo de los productos usados dentro del proceso de producción, y la referencia es el costo por libra del producto. A este valor se le van a sumar porcentajes de diversos factores que intervienen en el momento de la producción, por ejemplo:

- Imprevistos
- Mano de obra
- Gastos de fabricación (referente a servicios básicos)
- Gastos administrativos

- Utilidad

A continuación, se presentan los costos de la crianza del producto pollo con un peso promedio de 7 libras:

Tabla 14

Pollo entero. Tabla estándar de costos

 Tecnológico Internacional		Ficha técnica de producción		
		Tabla estándar de costos		
Nombre del producto: Pollo entero		Código: 001		
Fecha de actualización: 29/8/2021		Gerente: Verónica Mullo		
Materia prima	Medida	Costo unitario	Cantidad	Total
Pollitos Bebé	Unidad	\$0.400	2000	\$800.00
Balanceado inicial	Quintal	\$20.00	37.5	\$750.00
Balanceado de engorde	Quintal	\$10.00	162.5	\$1625.00
Consumo de agua	Metros cúbicos	\$0.15	1849	\$277.35
FOTOGRAFÍA			Total bruto	\$3452.35
			10% imprevistos	\$345.235
			Total neto	\$3797.585
			Gasto de fab.	\$569.637
			15%	
			Factor costo	\$1265.735
			33,33%	
			M.O. 45%	\$1708.91
			G. Admin 12%	\$455.710
			Subtotal	\$7797.58
			Total	\$3,89

3.10 Implementación del Negocio

- Arriendo del local.

Tabla 15

Arriendo del local

ARRIENDO DEL GALPÓN		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$450	\$2700	\$5400

- **Maquinaria y equipos.**

Tabla 16

Maquinaria y Equipos

MAQUINARIA Y EQUIPOS			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Criadoras	10	\$90.00	\$900.00
Bomba estacionaria de GMP	1	\$450.00	\$450.00
Cortina suco x 100 mt.	1	\$150.00	\$150.00
Tanque 500 Lts.	1	\$480.00	\$480.00
Balanza digital	1	\$150.00	\$150.00
TOTAL			\$2130.00

- **Equipos de computación.**

Tabla 17

Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Laptop Core I5	3	\$520.00	\$1560.00
Impresora	1	\$70.00	\$70.00
TOTAL			\$1630.00

- **Herramientas.**

Tabla 18

Herramientas

HERRAMIENTAS			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Comederos BB	40	\$2.99	\$119.60
Bebedores automáticos	30	\$20.00	\$60.00
Comederos para pollos grandes	40	\$13.50	\$540.00

Bebedores por 5 Lts.	40	\$7.50	\$300.00
Termómetros	10	\$10.00	\$100.00
Rastrillos	3	\$12.00	\$36.00
Flameadores a gas	3	\$25.00	\$75.00
Focos	40	\$4.50	\$180.00
Balde trapeador	3	\$3.90	\$11.70
Baldes plásticos	7	\$3.50	\$24.50
Bandeja de Recibimiento	20	\$10.00	\$200.00
Aturdidor eléctrico	2	\$3000.00	\$6000.00
Escaldadora	2	\$4000.00	\$8000.00
Desplumadora	2	\$500.00	\$1000.00
Selladora	2	\$250.00	\$500.00
Conos de sacrificio	30	\$12.00	\$24.00
TOTAL			\$17170.80

- **Muebles y enseres.**

Tabla 19

Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Estantería metálica	2	\$45.00	\$90.00
Mesa de acero inoxidable	1	\$120.00	\$120.00
Coches de carga	5	\$50.00	\$250.00
Tabla de picar grande	3	\$15.00	\$45.00
Chuchillos	5	\$19.99	\$99.95
Bandeja acero inoxidable	3	\$25.99	\$77.97
Escritorio de oficina	3	\$140.00	\$420.00
Estantes MDF	3	\$80.00	\$240.00
Sillas de oficina	6	\$50.00	\$300.00
TOTAL			\$1642.92

- **Equipos industriales de seguridad.**

Tabla 20

Equipos industriales de seguridad

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor (polvo seco) 10 Lb	4	\$18.00	\$72.00

Bomba de mano desinfectante	1	\$7.00	\$7.00
Equipo toma de temperatura	1	\$18.00	\$18.00
Rótulos de señalética	10	\$1.80	\$18.00
TOTAL			\$61.00

- **Suministros de oficina.**

Tabla 21

Suministros de oficina

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Papel bond, 1 resma	2	\$3.40	\$6.80
Grapadora	3	\$4.50	\$13.50
Grapas (caja)	2	\$1.15	\$2.30
Caja 3 resaltadores	1	\$1.80	\$1.80
Esferos (azul)	6	\$0.40	\$2.40
Perforadora	2	\$3.00	\$6.00
Libreta	3	\$0.57	\$1.71
Calculadora	3	\$6.50	\$19.50
Carpeta de cartón	10	\$0.22	\$2.20
Tijera	3	\$0.45	\$1.35
TOTAL			\$57.56

- **Servicios básicos.**

Tabla 22

Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	Pago Mensual
Agua	\$200.00
Luz	\$50.00
Teléfono	\$10.00
Internet	\$30.00
TOTAL	\$290.00
TOTAL ANUAL	\$3480.00

- **Materiales de limpieza.**

Tabla 23

Materiales de limpieza

MATERIALES DE LIMPIEZA (ANUAL)			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba	10	\$2.20	\$22.00
Trapeador	6	\$3.00	\$18.00
Detergente 5 Kg	20	\$8.00	\$160.00
Basurero	6	\$3.50	\$21.00
Cloro 1 Gal	8	\$4.95	\$39.60
Desinfectante amonio cuaternario 1 Gal	6	\$12.00	\$72.00
Fundas basura industriales (10 unidades)	9	\$1.50	\$13.50
Recogedor	2	\$1.50	\$3.00
Jabón líquido manos 1 Gal	3	\$2.99	\$8.97
Papel higiénico jumbo 200 metros	18	\$1.00	\$18.00
Toalla de papel	18	\$3.50	\$63.00
Alcohol antiséptico gel 1 Gal	6	\$9.50	\$58.80
TOTAL			\$497.87

3.11 Estudio Arquitectónico

Se toma en cuenta para el diseño del galpón la capacidad instalada, el número de trabajadores que va a tener la empresa y demás instalaciones.

Estructura del establecimiento

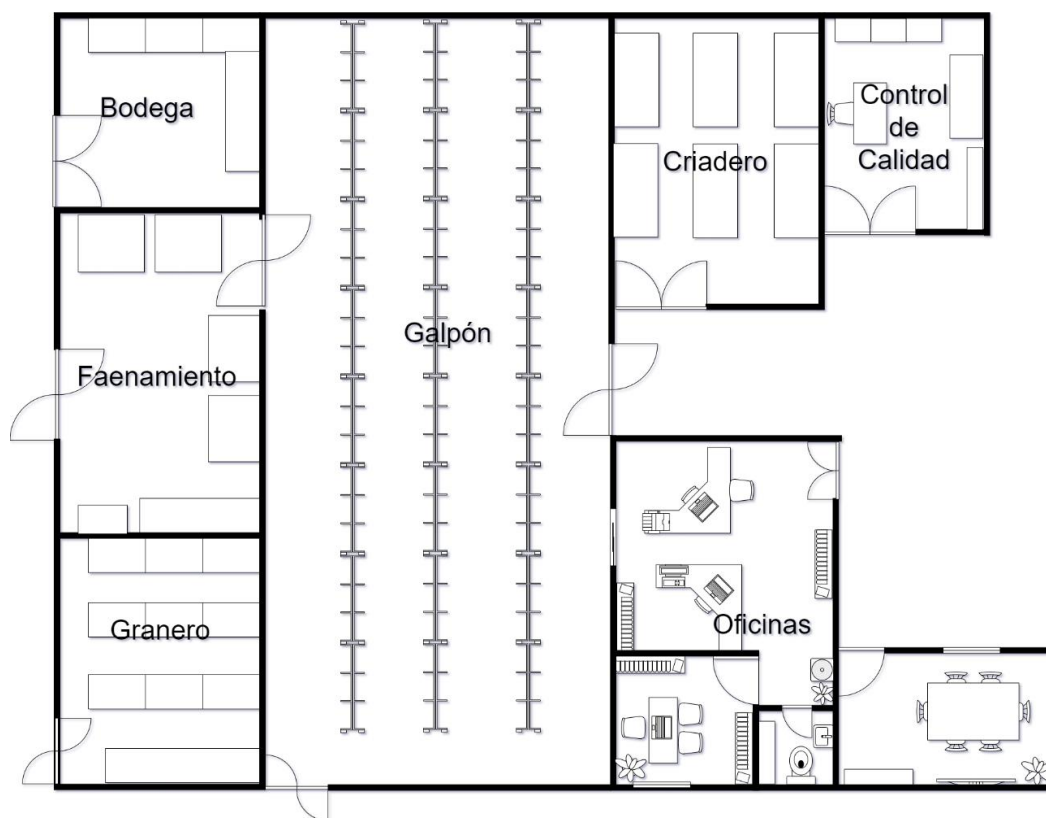


Ilustración 5 Estructura del establecimiento

Capítulo 4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

4.1.Trámites y Permisos

Para la legalización de Avilago, se presentan los trámites y permisos pertinentes.

- ***Servicio de Rentas Internas / SRI***

Para la obtención del RUC (Registro Único de Contribuyente) no tiene ningún costo (Servicio de Rentas Internas, s.f.). Para lo cual se presentan los requisitos a cumplir:

- Cédula de identidad
- Certificado de votación

- Documento que evidencia la dirección del establecimiento (Planilla de servicio básico, pago del impuesto predial, entre otros.).

- ***Permiso del Cuerpo de Bomberos***

Para la obtención del permiso de funcionamiento es necesario contar con este documento para lo cual se presentan los requisitos (Cuerpo de Bombero de Cascales, s.f.):

- Solicitud de inspección del establecimiento
- Copia de cédula de identidad y RUC
- Informe positivo de comprobación realizado por el personal acreditado por la Unidad de Prevención del Cuerpo de Bomberos del Cantón Cáscales

- ***Patente Municipal***

La patente municipal se paga una vez por año y su valor está calculado por cada municipio. Los requisitos que se solicitan son (Municipio de Cascales, s.f.):

- Cuestionario de la exposición de Patente Municipal precisamente lleno.
- Copia de la identificación y certificado de votación.
- Copia del RUC.
- Copia del documento de funcionamiento de bomberos.

- ***Agencia de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria / ARCSA***

Para poder obtener el permiso que emite la entidad ARCSA, se debe cancelar un valor de \$0 al ser categorizado como microempresa, y los requisitos que solicitan son (ARCSA, s.f.):

- Cédula de identidad.
- Certificado RUC.
- Calificación del Ministerio de Industrias y Productividad, si fuera el caso.

- ***IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social)***

El Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral, se obtiene en el IESS y no tiene ningún costo, se realiza en la plataforma digital de la institución (IESS, s.f.):

- Acceder a la página www.iess.gob.ec.
- Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.
- Introducir la serie del RUC o identificación ciudadana y seleccionar el área al que pertenece (privado, público o doméstico).
- Introducir los respectivos datos imprescindibles que se están señalados con asterisco.
- Finiquitar con el padrón patronal, imprimir la petición del código y el acuerdo de la utilización de la información.
- Ubicarse en las oficinas del IESS a los lugares de Atención Universal, trasladando los escritos que han sido requeridos, para conseguir el código patronal.

- ***IEPI (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual)***

La gestión de peticiones de padrón, inscripción o concesión de derecho de Marcas \$ 208,00. El salvaguardo de la marca posee un tiempo de 10 años y puede ser actualizada indeterminadamente, la actualización se la puede ejecutar en los seis meses antes de la fecha de plazo (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, s.f.). El proceso que se debe ejecutar es el siguiente:

- Acceder al sitio del SENADI: www.derechosintelectuales.gob.ec
- Seleccionar PROGRAMA/SERVICIOS, ingresar en la opción CASILLERO VIRTUAL, registrar los datos que peticionan en el CASILLERO VIRTUAL.
- Finiquitado este procedimiento; antepóngase a la página inicial; y acceder a SOLICITUDES EN LINEA.
- Ingresar con el usuario y contraseña, seleccionar la opción PAGOS, opción TRAMITES NO EN LINEA y GENERAR COMPROBANTE
- Se extiende una lista la cual debe introducir los datos; le peticionan que acceda el código o por lo menos 3 condiciones de la presentación de la Tasa de Pago: (Ingresa el código 1.1.10.)
- Introduzca los datos y Botón REALIZAR COMPROBANTE e imprimir el comprobante
- Dirigirse al BANCO DEL PACIFICO a cancelar la tasa de \$16,00 o ejecute la transacción en línea (Manual de uso)
- Escanee la documentación del movimiento (el que realizó el IEPI, como también el que le otorgaron en el Banco del Pacífico posterior haber pagado)

- Efectué el envío por medio del mail a la dirección foneticoquito@senadi.gob.ec, así como el NOMBRE EXACTO DE LA MARCA, que desea comprobar.

- ***Registro Sanitario emitido por Agrocalidad***

Para la obtención del Registro como Operador, se debe presentar los siguientes requisitos (Agrocalidad, s.f.):

- Ingresar al Sistema Guía en el enlace: guía.agrocalidad.gob.ec/
- RUC o Número de Cédula
- Colocar los datos generales (Razón Social, Representante Legal, Representante Técnico)
- Datos de la oficina (Provincia, Cantón, Parroquia, Dirección del establecimiento, Número de teléfono, Número de celular y email)
- Colocar una clave de acceso
- Comprobar la cuenta por medio de un mail.
- Una vez ingresado en el portal seleccionar administración de sitios y áreas
- Colocar la información del sitio.

Capítulo 5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

5.1 Objetivo de Área

La industria avícola es un sector que tiene un alto impacto con el medio ambiente, debido a los desechos y químicos que pueden generarse en el cumplimiento de actividades, por lo que puede generar algún daño o impacto al medio ambiente.

Es así como, Avilago tiene como objetivo prevenir y restaurar los daños que se pueda ocasionar al medio ambiente en la crianza y faenamiento de pollos broiler.

Dentro de la producción de Avilago, se utilizará un alimento para los pollos sin ningún químico en sus componentes, con el fin evitar contaminación ambiental alguna. Además de que se precautelaré en la salud de los pollos para evitar enfermedades que perjudiquen al personal que labore en Avilago y a la comunidad de El Dorado. Además de que la recolección de desechos será diaria.

El impacto social es aplicable para la comunidad de la ciudad de El Dorado en el cantón Cáscales donde está ubicado Avilago, por lo cual se identificará aspectos positivos y negativos para el funcionamiento de la granja avícola.

5.2 Impacto Ambiental

Identificación de impactos ambientales que pueda ocasionar la granja avícola.

- **Contaminación que ocasiona la basura:** La basura que puede generarse en control de calidad por medicamentos. Los desechos sólidos que se genere de los pollos no generan contaminación al medio ambiente.
- **Contaminación al momento de limpiar las instalaciones:** cuando se realiza la limpieza de pisos, utensilios de cocina y demás se lo realiza con productos químicos que al mezclarse con agua se convierten en aguas residuales y si no se evacuan por tuberías con el tiempo provocará contaminación al medio ambiente.
- **Consumo de electricidad:** el cuarto frío donde se preserva los pollos para la comercialización consume mucha energía.
- **Consumo de agua:** al momento de realizar la limpieza del establecimiento y los utensilios de cocina si no se realiza un control del agua se generará un desperdicio del líquido vital de manera irresponsable.
- **Contaminación por el faenamiento:** por las emisiones de aire por el olor que provienen de la actividad bacteriana y de los restos del pollo como sangre, plumas, piel, entre otros que se generan en el proceso.

Medidas para contrarrestar los impactos generados por la granja avícola.

- Los desechos generados por los pollos (Heces), pueden ser utilizados como abono.
- Utilizar productos amigables para el medio ambiente.

- Para la basura generada en todas las instalaciones se colocarán tachos de basura en cada área que estén visibles.
- Comprobar que la tubería que desemboca en el alcantarillado este en buen estado.
- Mantener la instalación del cuarto frío conectado a un adaptador de consumo de energía para economizar su consumo.
- Mantener un control en el proceso de faenamiento para gestionar los desechos generados y resguardar en tachos con rótulos visibles para estos ser correctamente despachadas sin generar el mayor impacto ambiental.

5.3 Impacto Social

Generar empleo

Avilago generará empleos a personas de la comunidad apoyando a la economía del cantón Cáscales.

Retención de empleados

Mediante una política que incluya una gestión organizacional que sea sostenible y responsable, para el bienestar del personal, brindado la seguridad, y apoyo para el personal mejorando la productividad en la organización.

Capítulo 6. PROCESO FINANCIERO

6.1.Introducción

En el presente capítulo se desarrollará un análisis financiero para la granja avícola Avilago, donde se visualizará desde la perspectiva del factor económico, donde se evalúa cada punto financiero hasta llegar a la inversión total que se requiere para lograr insertar la granja avícola en el mercado.

6.2.Inversiones

Una inversión emplea recursos con la expectativa de que se generen beneficios económicos positivos o que se incremente el valor de estos (Gitman & Joehnk, 2009).

6.3.Activos Fijos

Comprende la maquinaria y equipos, herramientas, equipos de computación y muebles – enseres, y vehículo sumando como total de activos fijos \$30002.00.

Tabla 24

Activos Fijos

INVERSIONES	
ACTIVOS FIJOS	Valor
Vehículo	\$ 7500.00
Maquinaria y equipos	\$ 2130.00
Herramientas	\$17170.00
Equipos de Computación	\$ 1560.00
Muebles / Enseres	\$ 1642.00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$30002.00

6.4.Activos Diferidos

Comprende en los gastos para la constitución de la empresa. Donde los activos diferidos se determinan dentro de los Gastos de Constitución, el cual se presenta con un valor de \$400.00 destinado para pagar la obtención de permisos de funcionamiento.

Tabla 25*Activos Diferidos*

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	\$ 400.00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 400.00

6.5.Capital de Trabajo

Son todos los recursos económicos por utilizar dentro del período de un año como: sueldos, servicios básicos, entre otros. Para lo cual, dentro del período mencionado se dispone a pagar un total en sueldos con \$56496.00, servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet) el valor de \$3480.00, suministros de oficina con el valor de \$57.56, materiales de limpieza con \$497.87, arriendo del establecimiento por \$5400.00, publicidad con \$600.00, costo de materia prima de quinientos treinta dólares con cuarenta centavos , gastos financieros dos mil ochocientos dólares, dándonos un total de treinta y nueve mil trecientos cuarenta y siete con treinta centavos.

Tabla 26*Capital de Trabajo*

CAPITAL DE TRABAJO	
Sueldos	\$ 56496.00
Servicios Básicos	\$ 3480.00
Sumistros de oficina	\$ 57.56
Material limpieza	\$ 497.87
Alquiler local	\$ 5400.00
Publicidad	\$ 600.00
Adquisición de materia prima	\$ 19050.00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$85581.43

Tabla 27*Detalle de Inversiones***TOTAL DE INVERSIÓN**

Total Activos Fijos	\$	30002.00
Total Activos Diferidos	\$	400.00
Total Capital de Trabajo	\$	85581.43
TOTAL INVERSION	\$	115983.43

Inversión total teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo es de \$138361.43

6.6.Sueldos

A continuación, se detalla el cuadro de sueldos con todos los beneficios legales.

Tabla 28*Sueldos*

Personal	Sueldos	Anual	IESS Empleado	IESS Empresa	Gasto Sueldos Anual
Gerente	\$ 800.00	\$ 9600.00	\$ 907.20	\$ 1166.40	\$ 9859.20
Veterinario	\$ 750.00	\$ 9000.00	\$ 850.50	\$ 1093.50	\$ 9243.00
Asistente contable	\$ 450.00	\$ 5400.00	\$ 510.30	\$ 656.10	\$ 5545.80
Bodeguero	\$ 400.00	\$ 4800.00	\$ 453.60	\$ 583.20	\$ 4929.60
Chofer	\$ 400.00	\$ 4800.00	\$ 453.60	\$ 583.20	\$ 4929.60
Galponero	\$ 1200.00	\$ 14400.00	\$ 1360.60	\$ 1749.60	\$ 14788.80
(3)					
TOTAL	\$ 3200.00	\$ 38400.00	\$ 3628.80	\$ 4665.60	\$ 49296.00

Tabla 29*Décimos*

Personal	Sueldos	Décimo 4°	Décimo 3°	Total Décimos
Gerente	\$ 800.00	\$ 400.00	\$ 800.00	\$ 1200.00
Veterinario	\$ 750.00	\$ 400.00	\$ 750.00	\$ 1150.00
Asistente contable	\$ 450.00	\$ 400.00	\$ 450.00	\$ 850.00
Bodeguero	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 800.00
Chofer	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 800.00
Galponero (3)	\$ 1200.00	\$ 1200.00	\$ 1200.00	\$ 2400.00
TOTAL	\$ 4000.00	\$ 3200.00	\$ 4000.00	\$ 7200.00

Tabla 30*Sueldos Totales*

Total sueldos	Total Décimos	Total Anual
\$ 49296.00	\$ 7200.00	\$ 56496.00

El total de sueldos del personal a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$56496,00 anual.

6.7.Depreciación Activos Fijos

En esta **Tabla 31** se visualiza, el valor económico de la depreciación por el transcurso del tiempo de los activos fijos, los cuales son los siguientes: Vehículo con el 20%, equipos de computación con un 33.33 % y muebles y enseres con el 10 %, y maquinaria y equipos con el 10%; dando así un valor total de \$2397.15

Tabla 31

Depreciación de Activos Fijos

Activo fijo	Valor	Vida útil	% depreciación	Depreciación
Vehículo	\$ 7500.00	5 años	(100% / 5) = 20%	\$ 1500.00
Equipos de computación	\$ 1560.00	3 años	(100% / 3) = 33.33%	\$ 519.95
Muebles y enseres	\$ 1642.00	10 años	(100% / 10) = 10%	\$ 164.20
Maquinaria y equipos	\$ 2130.00	10 años	(100% / 10) = 10%	\$ 213.00
Total				\$ 2397.15

6.8.Amortizaciones

Este es el valor que recupera la empresa por su constitución. La Amortización de la organización es de un 20% dando un equivalente de \$ 80.00.

Tabla 32

Amortizaciones

AMORTIZACIONES			
PORCENTAJE AMORTIZACIÓN			
Gastos de Constitución	\$ 400.00	20%	\$ 80.00

6.9. Estructura Capital

La estructuración de capital para la granja avícola Avilago se encuentra conformado de la siguiente manera: Capital Propio con la suma de \$95983.43 que equivale a una estructura del 82.75%; seguido del Capital Financiero con un valor de \$20000.00 con una estructura del 17.25%; dando un valor Total de Inversión de \$115983.43 que en la suma total nos da una estructura del 100%.

Tabla 33

Estructura del Capital

	Valor	Estructura
Capital Propio	\$ 95983.43	82.75%
Capital Financiero	\$ 20000.00	17.25%
TOTAL INVERSIÓN	\$ 115983.43	100%

6.10. Tabla de Amortización

Pues bien, se dará a conocer la tabla de amortización para el capital financiero:

Tabla 34

Tabla de Amortización

Monto	20000			
Tasa	12.5%			
Plazo	36			
Periodo	Dividendo	Pago interés	Pago capital	Saldo
0				\$20000.00
1	\$763.89	\$208.33	\$555.56	\$19444.44
2	\$758.10	\$202.55	\$555.56	\$18888.89
3	\$752.31	\$196.76	\$555.56	\$18333.33
4	\$746.53	\$190.97	\$555.56	\$17777.78
5	\$740.74	\$185.19	\$555.56	\$17222.22
6	\$734.95	\$179.40	\$555.56	\$16666.67
7	\$729.17	\$173.61	\$555.56	\$16111.11
8	\$723.38	\$167.82	\$555.56	\$15555.56
9	\$717.59	\$162.04	\$555.56	\$15000.00

10	\$711.81	\$156.25	\$555.56	\$14444.44
11	\$706.02	\$150.46	\$555.56	\$13888.89
12	\$700.23	\$144.68	\$555.56	\$13333.33
13	\$694.44	\$138.89	\$555.56	\$12777.78
14	\$688.66	\$133.10	\$555.56	\$12222.22
15	\$682.87	\$127.31	\$555.56	\$11666.67
16	\$677.08	\$121.53	\$555.56	\$11111.11
17	\$671.30	\$115.74	\$555.56	\$10555.56
18	\$665.51	\$109.95	\$555.56	\$10000.00
19	\$659.72	\$104.17	\$555.56	\$9444.44
20	\$653.94	\$98.38	\$555.56	\$8888.89
21	\$648.15	\$92.59	\$555.56	\$8333.33
22	\$642.36	\$86.81	\$555.56	\$7777.78
23	\$636.57	\$81.02	\$555.56	\$7222.22
24	\$630.79	\$75.23	\$555.56	\$6666.67
25	\$625.00	\$69.44	\$555.56	\$6111.11
26	\$619.21	\$63.66	\$555.56	\$5555.56
27	\$613.43	\$57.87	\$555.56	\$5000.00
28	\$607.64	\$52.08	\$555.56	\$4444.44
29	\$601.85	\$46.30	\$555.56	\$3888.89
30	\$596.06	\$40.51	\$555.56	\$3333.33
31	\$590.28	\$34.72	\$555.56	\$2777.78
32	\$584.49	\$28.94	\$555.56	\$2222.22
33	\$578.70	\$23.15	\$555.56	\$1666.67
34	\$572.92	\$17.36	\$555.56	\$1111.11
35	\$567.13	\$11.57	\$555.56	\$555.56
36	\$561.34	\$5.79	\$555.56	\$0.00

La tabla de amortización utilizada es la Alemana, siendo esta que utiliza un capital fijo e interés variable, donde se indica el manejo de pago de la suma de \$20000.00, con una tasa del 12.5 % en un plazo de 36 meses; lo que con lleva al pago de interés de \$3854.17.

6.11. Punto de Equilibrio

Tabla 35

Datos Punto de Equilibrio

Costos Fijos	
Arriendo	\$ 450.00
Sueldos	\$ 4708.00
Ser. Básicos	\$ 290.00
T. Costos Fijos	\$ 5448.00

Tabla 36

Margen de contribución

Precio Pollo entero	\$7.35	
Costo Pollo entero	\$3.89	
Ganancia	\$3.46	Margen De Contribución

Tabla 37

Punto de Equilibrio

Detalle	Pollo entero
Precio Unitario	\$ 7.35
Costo variable unitario	\$ 3.89
Costos Fijos Totales	\$ 5448.00
Punto de equilibrio en unidades	1574,57
PE x P	\$ 11573.06

En el punto de equilibrio se establece la cantidad de pollos a vender para poder tener una rentabilidad, tomando en consideración que el peso promedio del pollo será de 7 libras, y dando a \$1.05 la libra de venta al mercado (Tiendas de barrio, supermercados, mercados y minimarkets), siendo este valor que se lo debe realizar mensualmente.

6.12. Estado de Pérdida y Ganancias

El estado de pérdidas y ganancias está considerado en un período de cinco años en el cual, se presenta también información sobre las ventas para conocer el monto del primer año de operación.

Tabla 38

Estado de Pérdidas y Ganancias

	0	1	2	3	4	5
VENTAS	\$ 176400.00	\$181709.6 4	\$187179.1 0	\$192813.1 9	\$198616.8 7	
COSTO DE VENTAS	\$ 93360.00	\$ 96170.14	\$ 99064.86	\$102046.7 1	\$105118.3 2	
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 83040.00	\$ 85539.50	\$ 88114.24	\$ 90766.48	\$ 93498.55	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 56496.00	\$ 58196.53	\$ 59948.25	\$ 61752.69	\$ 63611.44	
SERVICIOS BASICOS	\$ 3480.00	\$ 3584.75	\$ 3692.65	\$ 3803.80	\$ 3918.29	
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEA	\$ 57.56	\$ 59.29	\$ 61.08	\$ 62.92	\$ 64.81	
ALQUILER	\$ 5400.00	\$ 5562.54	\$ 5729.97	\$ 5902.44	\$ 6080.11	
PUBLICIDAD	\$ 600.00	\$ 618.06	\$ 636.66	\$ 655.83	\$ 675.57	
DEPRECIACIONES	\$ 2397.15	\$ 2397.15	\$ 2397.15	\$ 2397.15	\$ 2397.15	
AMORTIZACIONES	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 14529.29	\$ 15041.18	\$ 15568.49	\$ 16111.66	\$ 16671.18	
GASTOS FINANCIEROS	\$ 2118.06	\$ 1284.72	\$ 451.39	\$ -	\$ -	
UAII	\$ 12411.23	\$ 13756.46	\$ 15117.10	\$ 16111.66	\$ 16671.18	
BASE IMPOSITIVA	\$ 4499.07	\$ 4986.72	\$ 5479.95	\$ 5840.48	\$ 6043.30	
UTILIDAD NETA	\$ 7912.16	\$ 8769.75	\$ 9637.15	\$ 10271.18	\$ 10627.88	

La **Tabla 38** es contemplada a 5 años con un crecimiento país del 1% aproximadamente, las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de \$7912.16, mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$10627.88.

6.13. Flujo de Caja

El flujo de caja corresponde en finanzas como los flujos de entradas y salidas de efectivo o caja en un periodo determinado, accediendo llevar el control de ingresos como egresos para de esta manera saber el nivel de fluidez que posee la empresa.

Tabla 39

Flujo de Caja

	0	1	2	3	4	5
Utilidad operativa		\$14.529,29	\$15.041,18	\$15.568,49	\$16.111,66	\$16.671,18
Depreciación		\$ 2397.15	\$ 2397.15	\$ 2397.15	\$ 2397.15	\$ 2397.15
Amortización		\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00
- base impositiva		\$ 4499.07	\$ 4986.72	\$ 5479.95	\$ 5840.48	\$ 6043.30
- gastos financieros		\$ 2.118,06	\$ 1284.72	\$ 451.39	\$ -	\$ -
- pago capital		\$ 6666.67	\$ 6666.67	\$ 6666.67		
+ valor de salvamento						
+ capital de trabajo						
- reposición de activos						
= flujo neto de caja	\$-20000.00	\$ 3722.64	\$ 4580.23	\$ 5447.63	\$12748.33	\$13105.03

Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$3722.64, mientras que para el quinto año presentará un valor de \$13105.03.

6.14. Cálculo del TIR y el VAN

Para culminar con el análisis financiero se realiza el cálculo del VAN y el TIR.

6.14.1. VAN (*Valor Actual Neto*)

Este es un indicador de rentabilidad de un proyecto, evidenciando que a mayor TIR, mayor rentabilidad. El VAN es calculado a partir del flujo de caja anual, al traer el valor presente de las proyecciones en el período de 5 años, el VAN en la empresa es de \$5985.08 lo que indica que el VAN es bueno por ser mayor a cero.

6.14.2. TIR (*Tasa Interna de Retorno*)

La tasa interna de retorno de una inversión permite decidir sobre analizar la factibilidad de un negocio, y decidir sobre su desarrollo. Donde el TIR valor porcentual del flujo de caja de la empresa entrega un valor de 21.51% que en resumen brinda utilidad y rentabilidad considerable a la organización.

Tabla 40

Cálculo del TIR y VAN

Cálculo del TIR y el VAN	
VAN	\$5985.08
TIR	21.51%

CONCLUSIONES

- Para analizar la aceptabilidad que presenta el pollo se realizó el levantamiento de información mediante una encuesta, demostrando que el 99.12% de la población evaluada está dispuesta a consumir un nuevo pollo. Por lo tanto, se pudo corroborar que existe un número significativo de la población que está dispuesta a consumir el producto. Para ello, se logra contemplar que en la ciudad de Lago Agrio existen posibilidades para la comercialización de un nuevo pollo.
- Por otra parte, se pudo determinar la ubicación exacta de la empresa, el producto y servicio a brindar, el plan de introducción en el mercado y los recursos necesarios para la implementación del negocio, estos siendo los físicos, reglamentarios y el establecimiento de los recursos humanos pertinentes para la empresa, consolidados por 3 3 galponeros, 1 chofer, 1 bodeguero, 1 veterinario y 2 personas con el área administrativa (1 gerente y 1 asistente contable).
- Finalmente, se determinó la factibilidad financiera para la producción y comercialización de pollo entero en la ciudad de Lago Agrio; en ese prospecto para responder al objetivo, se analizó la factibilidad financiera, con la producción anual de 24.000 pollos y una inversión dividida en dos valores: capital propio con una cantidad de \$95983.43 y un valor a financiar de \$20000.00 con una tasa de interés del 12.5%. Con esos factores numéricos se solventaría las necesidades para elaborar el producto. Con todo lo mencionado, se evaluó la viabilidad por medio de estado de resultados de pérdidas y ganancias a 5 años, el flujo de caja, VAN y TIR. Para lo cual, en los últimos mencionados, se evidenciaron valores de un 21.51% para el TIR y \$5985.08 para el VAN, en base a una tasa del 12.5%, en ese sentido, se indica que es una representación positiva del proyecto bajo las condiciones propuestas.

RECOMENDACIONES

En base a los resultados de la investigación del mercado, se logra percibir que el producto (pollo entero) puede llegar a tener una gran apertura por parte de los establecimientos minoristas, en ese sentido, es importante potencializar el desarrollo del producto a gran escala, para lo cual se podrán generar ingresos que superen a los costos y gastos de inversión. Para lo cual, se podría definir estrategias comerciales que impulsen el aumento de ventas y una mayor rentabilidad del negocio. Para acotar, las encuestas permitieron la obtención de información clara sobre las necesidades del mercado, es por esto que, también se recomienda realizar encuestas a la población en tiempos prolongados, dado que, las tendencias del mercado pueden variar, lo cual permitirá la adaptación del producto a las necesidades del mercado

Bibliografía

- Agrocalidad. (s.f.). *Manual Para el Usuario de Agrocalidad*. Obtenido de [http://biotech-global.com/fumiga/files/manual%20usuario%20revision%20final%20\(1\).pdf](http://biotech-global.com/fumiga/files/manual%20usuario%20revision%20final%20(1).pdf)
- Arango Benjumea, J. J. (2017). Identificación de factores esenciales para la creación de empresas desde la perspectiva del emprendedor: el caso del Parque del Emprendimiento. *Cuaderno de Contabilidad*, 18(45), 110-124. Obtenido de [https://revistas.javeriana.edu.co/files-articulos/CC/18-45%20\(2017\)/151555055007/](https://revistas.javeriana.edu.co/files-articulos/CC/18-45%20(2017)/151555055007/)
- ARCSA. (s.f.). *Guía de Requisitos que se requieren para la Obtención del Permiso de Funcionamiento de los establecimientos sujetos a Vigilancia y Control Sanitario*. Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/>
- Banco Pichincha. (7 de Mayo de 2021). *¿Cómo se clasifican las empresas según su tamaño en Ecuador?* Recuperado el 8 de Agosto de 2021, de <https://www.pichincha.com/portal/blog/post/clasificacion-empresas-por-tamano#:~:text=Microempresa,son%20emprendimientos%20o%20negocios%20familiares>
- CEDRSSA. (5 de Agosto de 2019). *La importancia de la industria avícola en México*. Recuperado el 5 de Agosto de 2021, de Centros de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria: http://www.cedrssa.gob.mx/post_la_importancia_de_la_n-industria_avn-cola-n_en_mn-xico.htm
- Chugchilán Guashca, C. M. (2016). Estudio de factibilidad de la creación de un galpón para la producción y comercialización avícola en el Cantón Pedro Vicente Maldonado, recinto El Progreso en la Hacienda San Isidro. *Universidad Central del Ecuador*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/11006/1/T-UCE-0018-AG009-2016.pdf>
- Cuerpo de Bombero de Cascales. (s.f.). *Requisitos previo a la obtención del permiso de funcionamiento 2019-2020. Permisos de Funcionamiento*. Obtenido de Cuerpo de Bomberos de Cascales: <https://bomberoscascales.gob.ec/permisos-de-funcionamiento/>
- FAO. (s.f.). *Producción y productos avícolas. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura*. Obtenido de <http://www.fao.org/poultry-production-products/socio-economic-aspects/economic-aspects/es/>

- Flores-Aguilar, E., & Cárdenas-Gutiérrez, A. (2019). Crianza de pollos con alimentos naturales en zonas periurbanas como contribución al acceso a alimentos. *Ciencia y Agricultura*, 16(2), 93-104. doi:<https://doi.org/10.19053/01228420.v16.n2.2019.9172>
- Gitman, L., & Joehnk, M. (2009). *Fundamentos de Inversiones*. México: Pearson Education. Obtenido de <https://www.uv.mx/personal/clelanda/files/2016/03/Gitman-y-Joehnk-2009-Fundamentos-de-inversiones.pdf>
- Google Maps. (s.f.). *Ubicación de Google*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/place/0%C2%B007'26.0%22S+78%C2%B029'24.2%22W/@-0.1239368,-78.491189,18z/data=!4m6!3m5!1s0x91d585692e05ecc9:0x9506191179b6e70!7e2!8m2!3d-0.1238788!4d-78.4900785>
- IESS. (s.f.). *Registro de Nuevo Empleador*. Obtenido de IESS: <https://www.iesgob.ec/es/web/empleador/registro-de-empleador>
- Japón Japón, V. P. (2016). Proyecto de Factibilidad para la creación de una Empresa Avícola para la crianza de pollos en el Cantón Catamayo, Provincia de Loja. *Universidad Nacional de Loja*. Obtenido de <https://dspace.unl.edu.ec/bitstream/123456789/14147/1/Ver%C3%B3nica%20Patricia%20Jap%C3%B3n%20Jap%C3%B3n.pdf>
- Maldonado Erazo, A. E. (2015). Proyecto de factibilidad para la implementación de un camal avícola pollos para la ciudad de Lago Agrio, provincia de Sucumbíos. *Universidad Nacional de Loja*. Obtenido de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/8960/1/Alexandra%20Elizabeth%20Maldonado%20Erazo.pdf>
- Mora Pisco, L. L., Duran Vasco, M. E., & Zambrano Loor, J. G. (2016). Consideraciones actuales sobre gestión empresarial. *Ciencias económicas y empresariales Dom. Cien.*, 2, 511-520. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5802891.pdf>
- Municipio de Cascales. (s.f.). *Ordenanzas Municipales*. Obtenido de Municipio de Cascales: <https://vlex.ec/vid/canton-cascales-regula-funcionamiento-654942349>
- Pico, A. A., Del Rio, J., Trujillo, R. S., & Arias, C. R. (2017). ¿El emprendimiento como estrategia para el desarrollo humano y social? *Saber, ciencia y libertad*, 12(1), 107-123. doi:<https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/saber/article/view/1470>

Servicio de Rentas Internas. (s.f.). *Inscripción del Registro Único de Contribuyente (RUC) Régimen General para Personal Natural Ecuatoriana y Extranjera Residente. Trámites.*

Obtenido de Servicio de Rentas Internas: <https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-regimen-general-persona-natural-ecuatoriana-extranjera-residente>

Servicio Nacional de Derechos Intelectuales. (s.f.). *¿Cómo registro una marca?* . Obtenido de Servicio Nacional de Derechos Intelectuales: <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/>

Universidad Militar Nueva Granada. (2017). *La empresa y el empresario. Facultad de Estudios a Distancia.* Obtenido de http://virtual.umng.edu.co/distancia/ecosistema/ovas/administracion_empresas/administracion_i/unidad_4/DM.pdf

Anexo

Modelo encuesta

Estudio de mercado para la Avícola D'Lago

Buen día, le solicitamos de la manera más comedida que nos brinde unos minutos de su tiempo llenando la siguiente encuesta.

¡Agradecemos su colaboración!

1. Indique el tipo de establecimiento

☐ Tiendas

☐ Frigoríficos

☐ Mercados

☐ Supermercado

☐ Centro de faenamiento

2. ¿Adquiere carne de pollo para la comercialización en su establecimiento

☐ Si ☐ No

3. Indique su frecuencia de compra de pollo

☐ Diario

☐ Semanal

☐ Quincenal

☐ Mensual

4. ¿Cuántas libras de pollo promedio compra habitualmente?

☐ 5 libras

☐ 6 libras

☐ 7 libras

☐ 8 libras o más

5. Indique el precio en el que adquiere la libra de pollo

6. ¿Cuál es su preferencia al comprar la carne de pollo?

- ☐)Entero
- ☐)Despresado
- ☐)En pie

7. Si hubiera un nuevo proveedor de pollos califique del 1 al 5 los aspectos que considere usted. Siendo 1 menos importante y 5 muy importante

- ☐)Precio
- ☐)Calidad del pollo
- ☐)Entrega oportuna
- ☐)Promociones
- ☐)Servicio

8. Califique del 1 al 5 las características según su importancia al momento de comprar pollo. Siendo 1 de menor importancia y 5 con mayor importancia

- ☐)Marca
- ☐)Precio
- ☐)Empaque
- ☐)Higiene

9. ¿Estaría dispuesto a comprar pollo que se produce en la granja Avilago?

- ☐)Si ☐)No

¡Muchas gracias por su respuesta!