



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA FINANZAS

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA AVÍCOLA EN LA MATRIZ DEL CANTÓN GUAMOTE PROVINCIA DE CHIMBORAZO PERÍODO 2021-2025.

Trabajo de titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar el grado académico de:

INGENIERA EN FINANZAS

AUTOR:

JHOMAYRA MARITZA LOGROÑO BASANTES

Riobamba-Ecuador

2022



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA FINANZAS

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA AVÍCOLA EN LA MATRIZ DEL CANTÓN GUAMOTE PROVINCIA DE CHIMBORAZO PERÍODO 2021-2025.

Trabajo de titulación

Tipo: Proyecto de investigación

Presentado para optar el grado académico de:

INGENIERA EN FINANZAS

AUTORA: JHOMAYRA MARITZA LOGROÑO BASANTES

DIRECTORA: Ing. CARMEN AMELIA SAMANIEGO ERAZO

Riobamba – Ecuador

2022

2022, Jhomayra Maritza Logroño Basantes

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho del Autor.

Yo, Jhomayra Maritza Logroño Basantes, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 13 enero del 2022

Jhomayra Maritza Logroño Basantes

C.C: 065044634-7

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA FINANZAS

El Tribunal del Trabajo de Titulación/Integración Curricular certifica que: El trabajo de titulación/Integración Curricular; tipo: Proyecto de investigación, **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA AVÍCOLA EN LA MATRIZ DEL CANTÓN GUAMOTE PROVINCIA DE CHIMBORAZO PERÍODO 2021-2025**, realizado por la señorita: **JHOMAYRA MARITZA LOGROÑO BASANTES**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Trabajo de Titulación/ Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Victor Oswaldo Cevallos Vique PRESIDENTE DEL TRIBUNAL	 Firmado electrónicamente por: VICTOR OSWALDO CEVALLOS VIQUE	2022-01-13
Ing. Carmen Amelia Samaniego Erazo DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN	 Firmado electrónicamente por: CARMEN AMELIA SAMANIEGO ERAZO	2022-01-13
Lcda. María Fernanda Herrera Chico MIEMBRO DEL TRIBUNAL	 Firmado electrónicamente por: MARIA FERNANDA HERRERA CHICO	2022-01-13

DEDICATORIA

A mis padres que han sido mi pilar fundamental los que me han apoyado y guiado en cada paso que he dado en el transcurso de mi vida por enseñarme a ser una mujer que luche por sus sueños pese a las dificultades que se presenten en la vida.

Jhomayra

AGRADECIMIENTO

Expreso mi más sincero agradecimiento a dios, a mis padres por darme fuerza y guiarme en mi caminar y a los docentes de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad Administración de Empresas, Carrera de Finanzas por brindarme los conocimientos apropiados y óptimos logrando cumplir mi gran aspiración de ser una gran profesional en beneficio de la sociedad.

Jhomayra

TABLA DE CONTENIDO

INDICE DE TABLAS -----	XII
INDICE DE GRAFICOS -----	XV
ÍNDICE DE FIGURAS -----	XVI
ÍNDICE DE ANEXOS -----	XVII
RESUMEN-----	XVIII
ABSTRACT -----	XIX
INTRODUCCIÓN -----	1

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL -----	2
1.1 Antecedentes de la investigación-----	2
1.2 Marco teórico -----	3
1.2.1 Proyecto	3
1.2.2 La avicultura	9
1.2.3 Definición de avicultura	11
1.2.4 Recursos necesarios para la producción avícola	13
1.2.5 Que es un pollo de engorde.....	13
1.2.6 Razas de Pollo de Engorde	14
1.2.7 Enfermedades que puedes sufrir.....	14
1.2.8 Como criar pollos.....	15
1.2.9 Vacunas para los pollos	15
1.2.10 Vitaminas para los pollos.....	15
1.2.11 Factores para la crianza avícola	16
1.2.12 Beneficios de consumir carne de pollo	17
1.3 Marco conceptual -----	17
1.3.1 Análisis de competitividad.....	17

1.3.2	<i>Análisis de mercado</i>	17
1.3.3	<i>Comercialización</i>	17
1.3.4	<i>Capital</i>	17
1.3.5	<i>Demanda</i>	17
1.3.6	<i>Efectividad</i>	18
1.3.7	<i>Estudio de factibilidad</i>	18
1.3.8	<i>Gestión de calidad</i>	18
1.3.9	<i>Indicadores</i>	18
1.3.10	<i>Oferta</i>	18
1.3.11	<i>Valor actual neto</i>	18
1.3.12	<i>Tasa interna de retorno</i>	18

CAPÍTULO II

2.	MARCO METODOLÓGICO -----	19
2.1	Enfoque de investigación -----	19
2.2	Nivel de investigación -----	19
2.3	Diseño de investigación -----	19
2.4	Tipo de estudio -----	20
2.5	Población y muestra -----	20
2.5.1	<i>Población</i>	20
2.5.2	<i>Muestra</i>	21
2.6	Métodos, técnicas e instrumentos de investigación -----	23
2.6.1	<i>Métodos</i>	23
2.6.2	<i>Técnicas e instrumento</i>	24

CAPITULO III

3.	MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS -----	25
3.1	Resultados y discusión de resultados -----	25
3.1.1	<i>Análisis e interpretación de resultados encuesta</i>	25

3.2	Análisis e interpretación de resultados entrevista -----	43
3.2.1	<i>Resultados obtenidos de las entrevistas</i>	51
3.3	Marco propositivo -----	53
3.3.1	<i>Estudio de mercado</i>	53
3.4	Estudio técnico -----	63
3.4.1	<i>Ingeniería del proyecto</i>	63
3.5	Estudio administrativo -----	74
3.5.1	<i>Misión</i>	74
3.5.2	<i>Visión</i>	75
3.5.3	<i>Principios</i>	75
3.5.4	<i>Valores</i>	75
3.5.5	<i>Políticas</i>	75
3.5.6	<i>Estrategias</i>	76
3.5.7	<i>FODA</i>	76
3.5.8	<i>Organigrama estructural</i>	77
3.5.9	<i>Manual de funciones</i>	78
3.6	Estudio legal -----	83
3.6.1	<i>Entes reguladores</i>	83
3.6.2	<i>Reglamento de AGROCALIDAD y MAGAP</i>	83
3.7	Estudio impacto ambiental -----	84
3.7.1	<i>Medidas sanitarias a los pollos de engorde</i>	84
3.8	Estudio financiero -----	84
3.8.1	<i>Inversión y Financiamiento</i>	84
3.8.2	<i>Costos</i>	92
3.8.3	<i>Gastos</i>	94
3.8.4	<i>Ventas</i>	97
3.8.5	<i>Ingresos Totales</i>	98
3.8.6	<i>Costo unitario de producción</i>	100
3.8.7	<i>Estado de pérdidas y ganancias</i>	102
3.8.8	<i>Flujo de caja proyectado</i>	104
3.8.9	<i>Tasa mínima aceptable de retorno (Rendimiento)</i>	107

3.8.10	<i>Valor actual neto (VAN)</i>	107
3.8.11	<i>Tasa interna de retorno (TIR)</i>	108
3.8.12	<i>Razón beneficio/costo</i>	108
3.8.13	<i>Periodo real de recuperación de la inversión</i>	110
3.8.14	<i>Punto de equilibrio</i>	111
	CONCLUSIONES -----	113
	RECOMENDACIONES -----	114
	BIBLIOGRAFÍA	
	ANEXOS	

INDICE DE TABLAS

Tabla 1-3:	Vitaminas para los pollos.....	15
Tabla 2-3:	Población de la matriz del cantón Guamote	21
Tabla 3-3:	Género	25
Tabla 4-3:	Edad.....	26
Tabla 5-3:	¿Por cuántas personas está conformada su familia?	28
Tabla 6-3:	¿A la hora de conseguir pollo fresco y de calidad se le dificulta?	30
Tabla 7-3:	Qué carne de pollo consume más?	31
Tabla 8-3:	¿Con qué frecuencia consume carne de pollo?.....	32
Tabla 9-3:	¿Cuántas libras de carne de pollo compra semanalmente?	33
Tabla 10-3:	¿Por qué usted consume la carne de pollo?	35
Tabla 11-3:	¿Cómo le gustaría adquirir el pollo?	35
Tabla 12-3:	¿Al comprar carne de pollo cuál es su expectativa?	37
Tabla 13-3:	¿En qué lugar adquiere usted este producto?.....	38
Tabla 14-3:	¿Qué tipo de envoltura le gustaría a usted que tenga el pollo?	39
Tabla 15-3:	¿A qué precio adquiere usted la libra de pollo?.....	40
Tabla 16-3:	¿Por qué, medio de comunicación le gustaría obtener información?	42
Tabla 17-3:	Demandantes potenciales.....	53
Tabla 18-3:	Demanda potencial	54
Tabla 19-3:	Demanda real	55
Tabla 20-3:	Demanda efectiva	55
Tabla 21-3:	Demanda efectiva por consumo	56
Tabla 22-3:	Análisis de la oferta	57
Tabla 23-3:	Demanda insatisfecha	57
Tabla 24-3:	Mortalidad	58
Tabla 25-3:	Vacunación	71
Tabla 26-3:	Consumo de agua.....	74
Tabla 27-3:	Consumo de alimento	74
Tabla 28-3:	FODA	76
Tabla 29-3:	Funciones del director.....	78
Tabla 30-3:	Funciones del Galponero	79
Tabla 31-3:	Funciones del veterinario	80
Tabla 32-3:	Funciones del vendedor	81
Tabla 33-3:	Funciones del Contador/Financiero	82

Tabla 34-3:	Activos fijos.....	85
Tabla 35-3:	Muebles y enseres.....	85
Tabla 36-3:	Equipo de oficina.....	85
Tabla 37-3:	Equipo de computo.....	86
Tabla 38-3:	Menaje de faenadora.....	86
Tabla 39-3:	Maquinaria y equipo.....	86
Tabla 40-3:	Vehículo.....	87
Tabla 41-3:	Activos diferidos.....	87
Tabla 42-3:	Permisos y patentes.....	87
Tabla 43-3:	Capital de trabajo.....	88
Tabla 44-3:	Materia prima directa.....	88
Tabla 45-3:	Materia prima indirecta.....	88
Tabla 46-3:	Inversión inicial.....	89
Tabla 47-3:	Financiamiento.....	90
Tabla 48-3:	Depreciaciones de activos fijos.....	90
Tabla 49-3:	Amortización de activos diferidos.....	91
Tabla 50-3:	Reparación y mantenimiento.....	91
Tabla 51-3:	Mano de obra directa.....	92
Tabla 52-3:	Mano de obra indirecta.....	92
Tabla 53-3:	Costos variables.....	93
Tabla 54-3:	Costos indirectos de fabricación.....	93
Tabla 55-3:	Suministros.....	94
Tabla 56-3:	Arriendo de oficina.....	94
Tabla 57-3:	Gastos administrativos.....	94
Tabla 58-3:	Gastos de oficina.....	95
Tabla 59-3:	Servicios básicos.....	95
Tabla 60-3:	Gastos de ventas.....	96
Tabla 61-3:	Propaganda y publicidad.....	96
Tabla 62-3:	Ventas.....	97
Tabla 63-3:	Ingresos totales.....	98
Tabla 64-3:	Costo unitario de producción.....	100
Tabla 65-3:	Estado de pérdidas y ganancias.....	102
Tabla 66-3:	Flujo de caja proyectado.....	104
Tabla 67-3:	Tasa mínima aceptable de retorno (Rendimiento).....	107
Tabla 68-3:	Valor actual neto.....	107
Tabla 69-3:	Tasa interna de retorno.....	108

Tabla 70-3: Razón beneficio/costo	108
Tabla 71-3: Periodo real de recuperación de la inversión.....	110

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1-1:	Proceso de preparación y evaluación de proyectos	4
Gráfico 2-1:	Ciclo del proyecto	6
Gráfico 3-1:	Clasificación de las empresas.....	7
Gráfico 4-1:	Tamaño de las empresas	8
Gráfico 5-1:	Tipos de microempresas	9
Gráfico 6-1:	Organigrama de la Corporación Nacional de Avicultores del Ecuador	10
Gráfico 7-3:	Género	25
Gráfico 8-3:	Edad.....	26
Gráfico 9-3:	¿Por cuántas personas está conformada su familia?	28
Gráfico 10-3:	¿A la hora de conseguir pollo fresco y de calidad se le dificulta?	30
Gráfico 11-3:	¿Qué carne de pollo consume más?	31
Gráfico 12-3:	¿Con qué frecuencia consume carne de pollo?.....	32
Gráfico 13-3:	¿Cuántas libras de carne de pollo compra semanalmente?	33
Gráfico 14-3:	¿Por qué usted consume la carne de pollo?.....	35
Gráfico 15-3:	¿Cómo le gustaría adquirir el pollo?	36
Gráfico 16-3:	¿Al comprar carne de pollo cuál es su expectativa?	37
Gráfico 17-3:	¿En qué lugar adquiere usted este producto?	38
Gráfico 18-3:	¿Qué tipo de envoltura le gustaría a usted que tenga el pollo?	39
Gráfico 19-3:	¿A qué precio adquiere usted la libra de pollo?.....	40
Gráfico 20-3:	¿Por qué, medio de comunicación le gustaría obtener información?.....	42
Gráfico 21-3:	Canales de distribución	59
Gráfico 22-3:	Organigrama estructural.....	77

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-1:	Gallinocultura.....	11
Figura 2-1:	Anacultura.....	12
Figura 3-1:	Cotornicultura	12
Figura 4-1:	Ansericultura	12
Figura 5-1:	Colombicultura.....	13
Figura 6-1:	Estruticultura	13
Figura 7-3:	Redes sociales	60
Figura 8-3:	Volantes	61
Figura 9-3:	Logotipo de la empresa	61
Figura 10-3:	Slogan de la empresa.....	62
Figura 11-3:	Etiqueta	63
Figura 12-3:	Empaque.....	63
Figura 13-3:	Macro localización Provincia de Chimborazo	64
Figura 14-3:	Cantón Guamote.....	65
Figura 15-3:	Micro localización.....	65
Figura 16-3:	Distribución de la planta local	69
Figura 17-3:	Distribución de la planta empresa avícola	69

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE LA MATRIZ DEL CANTÓN
GUAMOTE

ANEXO C: TABLA DE AMORTIZACIÓN

ANEXO D: ROL DE PAGOS

ANEXO E: ROL DE PROVISIONES

ANEXO F: EVIDENCIAS FOTOGRAFICAS

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo efectuar el proyecto de factibilidad para la creación de una empresa avícola en la matriz del cantón Guamote, determinando los aspectos y requerimientos necesarios para llevar a cabo dicha actividad, el cantón Guamote reconocido como un sector altamente productivo presenta una gran problemática al momento de conseguir pollo fresco y de calidad se les dificulta, con este proyecto se pretende ayudar al desarrollo económico, sustentable y eficiente de las familias, para esto se desarrolla el estudio de mercado con información actualizada y verídica determinando la oferta, demanda y segmentación en el mercado, el estudio técnico abarca la operatividad del uso eficiente de los recursos para la producción, estudio administrativo selección del personal teniendo eficiencia para ser reflejadas en las ventas, el estudio financiero considera todos los parámetros económicos para determinar si dicho proyecto es rentable o no, en las encuestas realizadas se pudo observar que la mayoría de la población de la matriz del cantón Guamote consume diariamente carne de pollo mostrando acogida en el proyecto planteado, los principales clientes las tiendas de barrio y familias, teniendo un precio referencial para el consumidor final de \$1,10 hasta \$1,25 para las tiendas de barrio de \$0,85 a \$1,15 la libra de carne de pollo, en días festivos como navidad el precio incrementa hasta \$1,50, se ofrecerá el producto en empaque hermético para prolongar la vida útil, el principal medio de información serán las redes sociales como Facebook e Instagram y la radio 102,9 FM, la producción se iniciará con la adquisición de pollos bebés con una tasa de mortalidad de 1% mensual, el proceso de producción durará 50-60 días llegando a un peso de 5 libras, compra de activos fijos, materia prima, gastos de organización, se determinó una inversión inicial de \$ 48327,39, se aplican los indicadores financieros dando como resultado un VAN de 205,372, TIR de 30,39% con una recuperación de la inversión de 1 año 11 meses y 16 días y un beneficio costo de 1,34%, estos resultados indican que el proyecto es viable.

Palabras clave: <PROYECTO>, <FACTIBILIDAD>, <MERCADO>, <RENTABILIDAD>, <SEGMENTACIÓN DE MERCADO>, <INVERSIÓN>.

ABSTRACT

The objective of this study was to carry out a feasibility project for the creation of a poultry company in Guamate canton, determining the aspects and requirements necessary to carry out this activity. The canton, recognized as a highly productive sector presented a major problem when it came to obtaining fresh and quality chicken. This project is intended to help the economic, sustainable, and efficient development of the families, for this purpose, a market study is developed with updated and accurate information determining the supply, demand, and segmentation in the market. The technical study covers the operability of the efficient use of resources for production, administrative study, and selection of personnel having the efficiency to be reflected in sales. The financial study considers all economic parameters to determine whether the project is profitable or not. In the surveys conducted, it was observed that the majority of the population of Guamate canton consumes chicken meat daily, showing acceptance of the proposed project. The main customers are neighborhood stores and families, with a reference price for the final consumer of \$1.10 to \$1.25 and neighborhood stores of \$0.85 to \$1.15 per pound of chicken meat. On holidays, such as Christmas, the price increases to \$1.50. The product will be offered in airtight packaging to prolong shelf life. The main means of information will be social networks such as Facebook and Instagram and radio 102.9 FM. Production will start with the purchase of baby chickens with a mortality rate of 1% per month. The production process will last from 50 to 60 days reaching a weight of 5 pounds, as well as the purchase of fixed assets, raw material, and organizational expenses. An initial investment of \$ 48,327.39 was determined. The financial indicators were applied resulting in an NPV of 205.372, IRR of 30.39% with an investment recovery of 1 year or 11 months and 16 days, and a benefit-cost of 1.34%. These results indicate that the project is feasible.

Keywords: <PROJECT>, <FEASIBILITY>, <MARKETING>, <PROFITABILITY>, <MARKET SEGMENT>, <INVESTMENT>.



INTRODUCCIÓN

La finalidad de un proyecto es indagar, recopilar información para proceder analizarla de forma detallada y minuciosa los factores o elementos que se relacionan con el tema dando a conocer la factibilidad de dicho proyecto.

En el presente trabajo de titulación denominado **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA AVÍCOLA EN LA MATRIZ DEL CANTÓN GUAMOTE PROVINCIA DE CHIMBORAZO PERÍODO 2021-2025.**

El proyecto de factibilidad servirá de aporte para la población ya que genera fuentes de empleo y ayuda al desarrollo del cantón, para cumplir con los objetivos propuestos se basará en fuentes bibliográficas con el fin de sustentar el trabajo investigativo, creando una ventaja competitiva en el proyecto puesto a que recolecta la mayor cantidad de antecedentes e información veraz para que el inversor pueda tener la opción de colocar su dinero teniendo resultados positivos y con un bajo riesgo de poder quebrar o no ser sostenible con el pasar del tiempo.

En consecuencia, el presente trabajo cuenta con tres capítulos que se detallan a continuación:

Capítulo I Marco teórico referencial contiene planteamiento, formulación y sistematización del problema, justificación, objetivo general, objetivos específicos.

Capítulo II Marco metodológico contiene métodos, técnicas e instrumentos utilizados en el trabajo de investigación.

Capítulo III Marco de resultados y discusión de resultados contiene la tabulación de encuestas, análisis de las entrevistas que permite la obtención de información más cercana a la realidad ayudo para conocer la viabilidad del proyecto, estudio de mercado, estudio técnico, estudio legal, estudio ambiental y estudio financiero es la parte más importante por cuanto se determina la factibilidad del proyecto.

Conclusiones contesta a los objetivos planteados en un inicio.

Recomendaciones son posibles alternativas para mejorar el desarrollo del proyecto o en la puesta en marcha.

Bibliografía es la parte teórica basada en fuentes bibliográficas como en sitios web, libros, revistas etc.

Anexos contiene tablas, formato de encuesta, formato de entrevistas, fotos para sustentar la veracidad de las encuesta y entrevista

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1 Antecedentes de la investigación

Para el presente trabajo se realizó una investigación bibliográfica en los repositorios de biblioteca de las diferentes universidades del Ecuador donde muestran proyectos con temáticas similares con el fin de ser una guía para el proyecto planteado en el inicio.

Tema: Proyecto para la creación de una planta avícola en la parroquia San Francisco de Borja, cantón Quijos, con el auspicio del GAD Municipal, período 2016- 2017

Autor: Bertila Marianela Díaz Ango.

Año de publicación: 15 junio del 2017

Link <http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/7746/1/22T0411.pdf>

Conclusión

Es un proyecto de factibilidad que ayuda a comprender los diferentes aspectos sociales y ambientales para la toma de decisiones, reflejados en resultados positivos.

Se concluye con este trabajo que la creación de un plan de contingencia es muy importante para reducir el impacto social y ambiental ayudando a optimizar agua y energía sin afectar a la producción, teniendo en cuenta un buen manejo de los desechos y la utilización de empaques que cuiden el medio ambiente.

Tema: Estudio de factibilidad para la creación de una granja avícola de crianza y faenamiento de pollos en la parroquia González Suárez – comunidad Pijal.

Autor: Alex Darío Toapanta Mullo

Año de publicación: 24 abril del 2018

Link

<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/8157/1/04%20IND%20116%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf>

Conclusión

La presente tesis es una guía para establecer los procesos productivos y normas de seguridad cumpliendo los niveles de producción basado en estándares de calidad, concluimos que es muy importante plantear procesos técnicos para precautelar la salud de los pollitos bebés hasta el día de su faenamiento, es fundamental capacitar al personal así adoptando una cultura de seguridad y prevención de riesgos con el fin de alcanzar altos niveles de productividad generando una gestión eficiente.

Tema: Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa avícola para la crianza de pollos en el cantón Catamayo, provincia de Loja.

Autor: Verónica Patricia Japón Japón

Año de publicación: 2016

Link

<https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/14147/1/Ver%c3%b3nica%20Patricia%20Jap%c3%b3n%20Jap%c3%b3n.pdf>

Conclusión:

El presente trabajo aporta al desarrollo de la investigación siendo una guía para la recolección de datos en cuanto a la materia prima necesaria para poder operar dependiendo de la capacidad que tenga la empresa, todos los costos y gastos que representa el giro de negocio ayudando así a determinar la rentabilidad del proyecto planteado.

1.2 Marco teórico

1.2.1 Proyecto

Surge de una idea con el fin de satisfacer alguna necesidad, se recopila información veraz y sistemática dando solución a la problemática, asignando recursos necesarios que ayuden al cumplimiento de los objetivos planteados. (Wallace, 2014)

1.2.1.1 Objetivos de un proyecto

- Promover la investigación basada en experiencias y en fuentes bibliográficas confiables.
- Ayudar al desarrollo socioeconómico y ambiental creando nuevas plazas de empleo sin perjudicar ni alterar el ecosistema.
- Dar solución a la población para la adquisición eficiente y eficaz de los productos y servicios que necesiten.

1.2.1.2 Características de un proyecto

- Plantea un objetivo es decir que se quiere lograr.
- Determina un tiempo límite con el fin de estimar un buen desempeño.
- Atento al riesgo que pueda sufrir en el transcurso.
- Implementa, diseña y planifica métodos y fases a seguir.
- Definir la población beneficiada.
- Determinación de la inversión. (Pimentel, 2008)

1.2.1.3 Importancia de los proyectos

En cualquier momento a cualquier hora y circunstancia las personas ofrecen productos y servicios para satisfacer alguna necesidad, una inversión inteligente necesita de un buen estudio para saber la cantidad exacta de inversión económica y su utilidad a ganar por cada bien o servicio brindado. (Urbina, 2010)

1.2.1.4 Proceso de preparación y evaluación de proyectos



Gráfico 1-1 Proceso de preparación y evaluación de proyectos

Fuente: (Calva, 2007)

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

1.2.1.5 Objetivos

Se definen los objetivos a través de metas que se desean alcanzar a un pequeño, mediano y largo plazo, deben estar enfocados en la realidad para medir o cuantificar el éxito o fracaso del proyecto.

El tiempo para alcanzar un objetivo en caso de:

- 1 día a 1 año= corto plazo
- 1 año a 5 años= mediano plazo
- Mayor a 5 años= largo plazo

Los tipos de objetivos que se plantea son dos el general se propone las metas máximas que se desea alcanzar en un largo plazo y el específico pequeñas metas que son complementarias para alcanzar el objetivo general dado en un corto o mediano plazo.

1.2.1.6 Análisis del mercado

Determina la oferta y demanda del producto o servicio que se va a ofrecer, también suministra información de los clientes y la competencia, teniendo en cuenta los factores que influyen en el éxito del proyecto como es el tamaño de mercado, tasa de crecimiento tanto de las ventas como del precio, canales de distribución etc.

El estudio de mercado identifica oportunidades partiendo de una necesidad para poder satisfacerla e identificar los posibles riesgos que pueda sufrir, para ello se realiza encuestas, entrevistas u observación para la recolección de información optima y precisa.

Debe estar centralizado en condiciones de capacidad es decir contar con los recursos económicos, humanos y técnicos, es importante llevar una organización interna mostrando una estructura organizacional de manera jerárquica y una estructura funcional identificando las actividades que cada trabajador debe realizar ayudando a un mejor desempeño creando ventajas competitivas.

1.2.1.7 Análisis técnico operativo:

Luego de analizar, cuantificarla la oferta y demanda, se procede a realizar un análisis técnico operativo que consiste en determinar el proceso de producción del producto o servicio que se ofrece:

- Diseñar el proceso. – detalla las actividades de forma ordenada desde la adquisición de la materia prima hasta la entrega al cliente final.
- Sistema de producción. – relacionado al volumen de producto necesario para satisfacer a la demanda en relación a los costos y gastos para poder operar.

1.2.1.8 Análisis económico y financiero

Establece los recursos humanos, tecnológicos, costos, gastos y el beneficio a tener en un tiempo determinado, tiene la finalidad de presupuestar el monto necesario para poder operar, se requiere tener claro la misión, visión de la empresa para ello es necesario contar con los estados financieros en caso de un proyecto se propone los estados financieros a fin de analizar en el momento oportuno la rentabilidad, solvencia, liquidez y el patrimonio con el que se cuenta para poder tomar decisiones, para ello es necesario calcular:

- VAN

El valor actual neto es un indicador que ayuda a determinar la ganancia en función a la inversión inicial, costos y gastos.

- TIR

La tasa interna de retorno está representada de manera porcentual indicando la tasa de rentabilidad que se obtiene.

- Punto de equilibrio

Muestra el punto para no tener ni perdida ni ganancias indicando el nivel de ventas óptimos para cubrir los costos, determinando la solvencia y rentabilidad de dicha empresa.

- Beneficio costo

Conocida como una herramienta financiera que compara los costos con los beneficios para determinar la viabilidad del proyecto.

- Después de calcular los indicadores se procede analizar e interpretar para tomar la decisión sobre el proyecto si se invierte o no.

1.2.1.9 *Análisis legal e impacto ambiental:*

Indaga sobre las leyes, reglamentos y estatutos que rigen actualmente en el Ecuador para cumplir evitando problemas, es importante tener en cuenta las instituciones que se vinculan al giro de negocio.

El impacto ambiental son efectos que causa por realizar alguna actividad perjudicando a nuestro entorno por ende al medio ambiente para ello se debe tener claro qué tipo de impacto se está causando y cómo podemos dar solución a ese problema.

1.2.1.10 *Conclusiones y recomendaciones*

Las conclusiones van acorde a los objetivos planteados en un inicio mostrando la resolución final si es factible o no poner en marcha dicho proyecto.

Las recomendaciones se van obteniendo a lo largo de la investigación dependiendo del punto e vista, enfocadas en corregir o mejorar.

(Calva, 2007)

1.2.1.11 *Ciclo del proyecto*

En toda ocasión suscitada se tiene un principio y un fin para eso se necesita recorrer las diferentes etapas de un proyecto que muestran los resultados obtenidos en el largo de la investigación.

(Orozco, 2010)

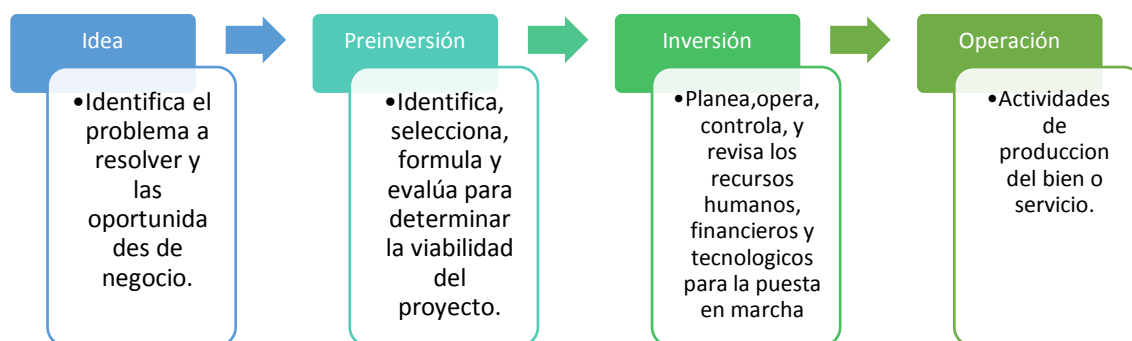


Gráfico 2-1 Ciclo del proyecto

Fuente: (Orozco, 2010)

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

1.2.1.12 Empresa

Es una organización social dedicada a desarrollar alguna actividad comercial o productividad con el fin de obtener beneficio económico.

1.2.1.13 Clasificación de las empresas

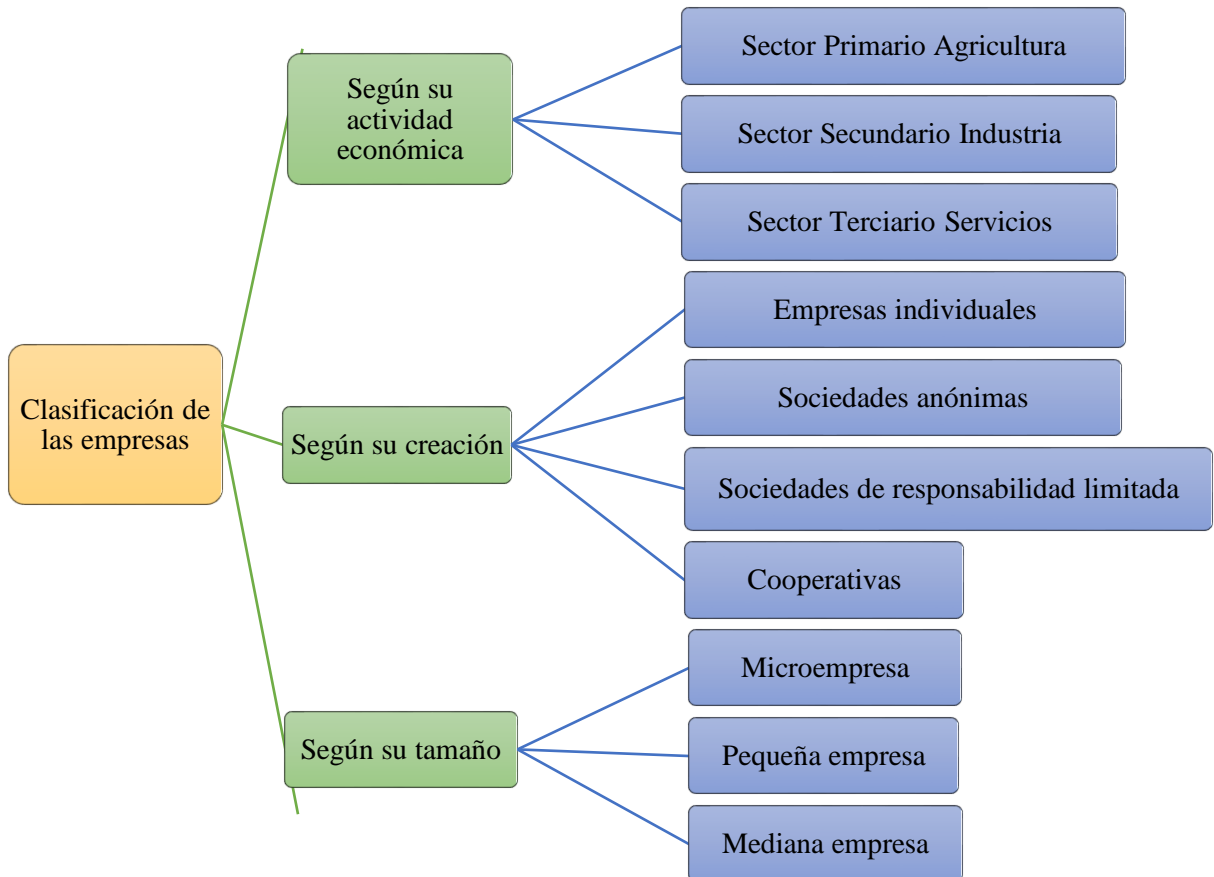


Gráfico 3-1 Clasificación de las empresas

Fuente: (DerechoEcuador, 2020)

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

1.2.1.14 Empresas según su creación

Sociedades anónimas

- Creada mediante escritura pública.
- Su capital dividido en acciones.
- Requiere al menos de dos accionistas al momento de su constitución.
- Administrada por la junta general formada por los accionistas.

Sociedades de responsabilidad limitada

- Requiere mínimo de 3 y máximo 15 socios.
- Capital mínimo de 400 dólares
- Utilizada entre pequeñas y medianas empresas.

Cooperativas

- Asociación voluntaria de personas para desarrollar un negocio.
- Requieren de máximo 11 miembros fundadores.
- El objetivo de una cooperativa es compartir el riesgo y beneficiarse del apoyo mutuo.

(DerechoEcuador, 2020)

1.2.1.15 Tamaño de las empresas

La categorización de las empresas depende de los números de trabajadores y los activos totales con los salarios mínimos mensuales legales vigentes. (Hernández, 2009)

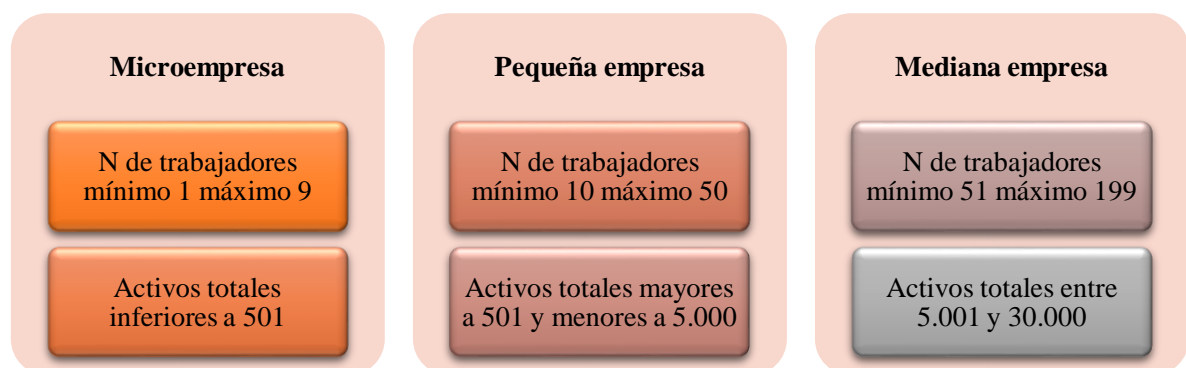


Gráfico 4-1 Tamaño de las empresas

Fuente: (Hernández, 2009)

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

1.2.1.16 Tipos de microempresas

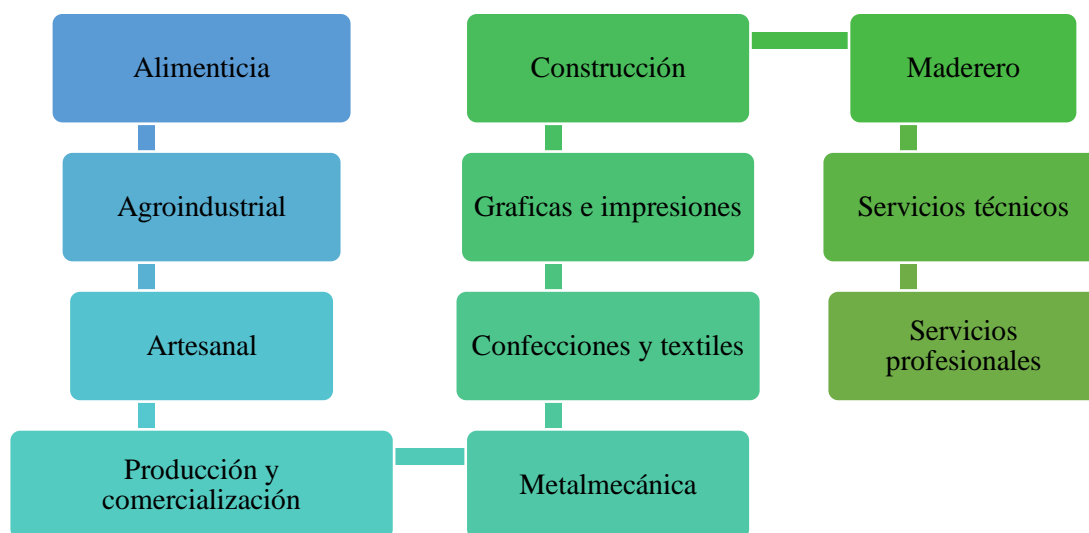


Gráfico 5-1 Tipos de microempresas

Fuente: (Monteros, 2015)

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

1.2.2 La avicultura

1.2.2.1 Historia

En la prehistoria las gallinas se consideraban aves de caza con el pasar del tiempo se fueron domesticando y empezaron a consumir sus huevos sin ser sacrificadas.

La avícola artesanal se da en 1940 en esa época era un producto de lujo por su elevado precio solo se consumía en días festivos.

- En 1955 se inicia la producción avícola
- En 1956 se empieza a exportar las crías de las gallinas a Estados Unidos para la venta y distribución en la zona.
- En 1999 el sector avícola fue afectado por la gripe aviar ya que tuvieron que sacrificar a las aves y las personas redujeron el consumo de la carne de pollo. (López, 2015)

1.2.2.2 Sector avícola a nivel mundial

La producción mundial de carne avícola entre 1961 y 2017 se incrementó de 9 a 122 millones de toneladas siendo Estados Unidos el mayor productor de carne avícola con el 18% de la producción mundial, consecutivamente China, Brasil y Rusia.

El sector avícola continuamente va creciendo e industrializándose a nivel mundial por el crecimiento demográfico, el aumento de poder adquisitivo y los procesos de urbanización.

(FAO, 2019)

1.2.2.3 Sector avícola en Ecuador

Dentro del sector agropecuario ecuatoriano la avicultura es uno de los más importantes ya que tiene un futuro comprometedor por la aceptación de la población al consumir la carne de pollo por los nutrientes que brinda y un precio accesible comparado a otros cárnicos. (Tobar, 2008)

- En el año 2015 produjeron 155 millones de pollos de engorde.
- En el año 2017 produjeron 25'318.904 de pollos de engorde
- En el año 2019 se produjo 279 millones de pollos de engorde.

(MAGAP, 2006)

1.2.2.4 Conave

Es el gremio de todas las empresas aviar creada en 1994; son los encargados en manejar cifras, orden sanitario, ambiental, promoción de consumo de proteína y generación de empleo directo e indirecto a un amplio sector del país. (CONAVE, 2020)

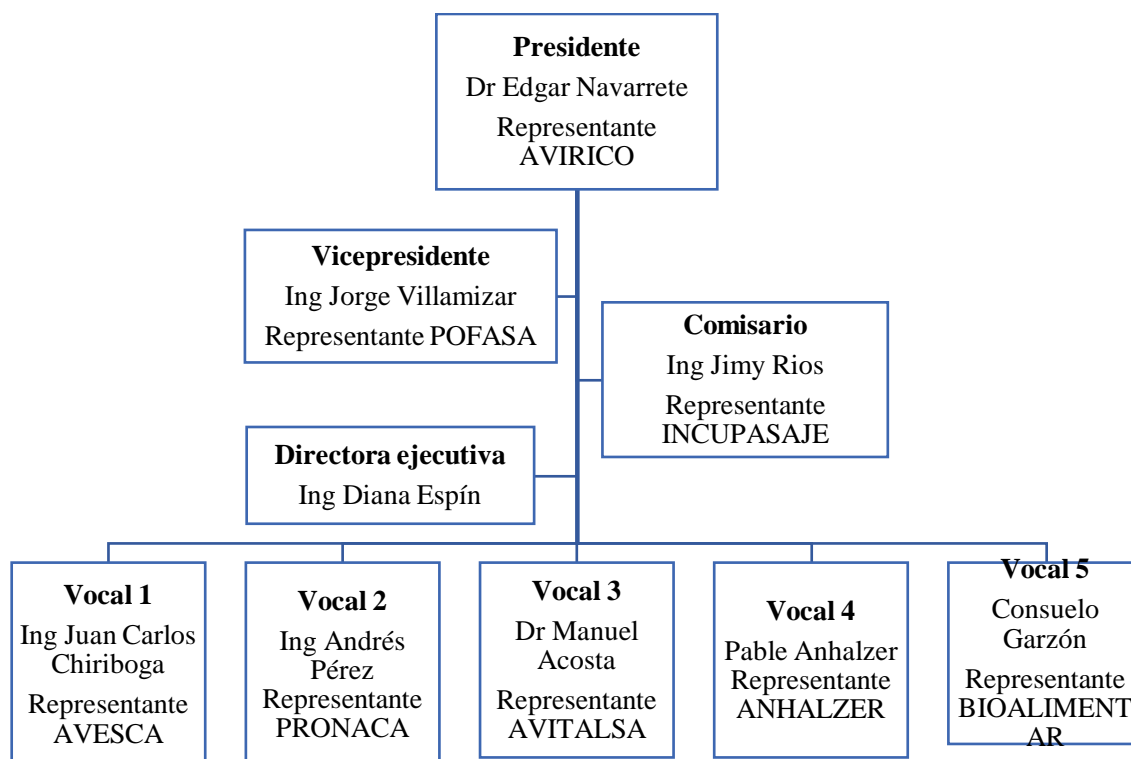


Gráfico 6-1 Organigrama de la Corporación Nacional de Avicultores del Ecuador

Fuente: (CONAVE, 2020)

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

1.2.3 Definición de avicultura

Es una actividad pecuaria que proporciona productos como carne y huevos provenientes de las aves. (Pérez, 2017)

1.2.3.1 Ventajas de la producción avícola

- Demandan de muy poco espacio para la crianza de los pollos.
- Las utilidades se reflejan a un corto tiempo ya que los pollos de engorde se pueden empezar a explotar a las siete semanas de vida y las gallinas ponedoras empiezan su madurez sexual a las dieciocho o veinte semanas de vida.
- Requiere de muy poca mano de obra.
- Se adapta la tecnología a la crianza de los pollos.
- El mercado avícola es regularizado y estable. (Molfese, 2020)

1.2.3.2 Ramas de la producción avícola

Es la rama que comprende la reproducción, cría y explotación de algunas especies. (Friedmann, 2010)

Gallinocultura

Producción y comercialización de las diferentes especies de gallina.



Figura 1-1 Gallinocultura

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Anacultura

Producción, comercialización de pavos y patos



Figura 2-1 Anacultura

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020



Cotornicultura

Producción y comercialización de codornices



Figura 3-1 Cotornicultura

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Ansericultura

Producción y comercialización de gansos.



Figura 4-1 Ansericultura

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Colombicultura

Producción y comercialización de palomas



Figura 5-1 Colombicultura

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Estrutiocultura

Producción y comercialización de avestruces



Figura 6-1 Estrutiocultura

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

1.2.4 Recursos necesarios para la producción avícola

- Verificar los insumos y términos de abrigos.
- Llevar un control de enfermedades.
- Mantener una alimentación suplementaria para una eficiente productividad.
- Desarrollar estrategias de comercialización.

(Vaca, 2014)

1.2.5 Que es un pollo de engorde

Es un pollo criado específicamente para la producción de carne se caracterizan por tener plumas blancas y piel amarilla, siendo explotadas a la cuarta o séptima semanas de vida ya que tienen un crecimiento rápido; pueden llegar a pesar de 1.8 kg o 2.26 kg a 4.53 Kg.

1.2.6 Razas de Pollo de Engorde

1.2.6.1 La cruz de Cornualles

Es una ave pesada y musculosa de una altura mediana la cresta es roja y voluminosa, el pico es corto y fuerte la gallina puede pesar de 2 a 3 kg y el gallo de 3,5 kg a 4,5 kg, alcanza su madurez de 30 a 36 semanas, pero no son recomendadas para lugares de climas fríos.

1.2.6.2 El Jersey Gigante

Es un ave de tamaño grande muy dóciles, tardan de 8 a 9 meses en desarrollarse, se adapta a climas fríos pero su alimentación representa un costo muy alto.

1.2.6.3 El Bresse

Es un ave que se adapta al campo abierto tiene un plumaje teñido puede llegar a pesar el gallo de 2,5kg a 3kg y la gallina de 2kg a 2,5kg, su carne es de buena calidad por su blancura y su buen sabor.

1.2.6.4 Orpington

Es un ave muy dócil de contextura pesada puede llegar a pesar el gallo de 3,5kg a 4kg y la gallina de 3kg a 3,5kg, su desarrollo es lento.

1.2.6.5 Freedom Rangers

Son aves criadas para el mercado mismo es la raza más solicitada ya que son alimentadas con pasto y su carne es libre de pesticidas y su alimentación es baja en proteínas ofreciendo una carne sana y de calidad.

1.2.7 Enfermedades que puedes sufrir

1.2.7.1 Disfunción esquelética

Sus pechugas se hinchan mostrando una malformación al momento de caminar causando estrés en sus caderas y piernas.

1.2.7.2 Disfunción cardiovascular

Los más propensos a sufrir son los gallos por su desarrollo rápido que causan trastornos metabólicos asiendo que pierdan el equilibrio hasta llegar a la muerte.

1.2.7.3 Lesiones de integridad

Dada por la inactividad ya que las aves pasan mucho tiempo acostados y sentados sufriendo daños como quemaduras, ampollas en su epidermis.

1.2.8 Como criar pollos

Es una actividad que conlleva dedicación, tiempo y responsabilidad ya que los pollitos en sus primeros días de vida necesitan mucho cuidado se les debe brindar un ambiente adecuado con todas las medidas sanitarias, para esto se necesita seguir los siguientes pasos:

- Establecer un espacio adecuado dependiendo el número de pollos teniendo en cuenta 5 pollos por cada metro cuadrado.
- Desinfectar el espacio se puede realizar con Cal.
- Preparar las camas con algún material que no sea toxico a 10 cm de profundidad.
- Adquirir un micro clima o lámparas de 60 a 120 watts para conservar la temperatura de 30⁰ centígrados.
- Colocar comederos y bebedores para proporcionar una buena alimentación ayudando al desarrollo, madurez y reproducción.

(LaSemilladeOro, 2019)

1.2.9 Vacunas para los pollos

Con la finalidad de desarrollar un sistema inmune maduro y para proteger de algunas enfermedades es necesario ponerles las siguientes vacunas.

- Vacuna contra la bronquitis
- Vacuna contra Marek
- Vacuna contra la viruela
- Vacuna contra encefalomiелitis aviar
- Vacuna contra la enfermedad infecciosa de la Bursa

(HablemosdeAves, 2019)

1.2.10 Vitaminas para los pollos

Son importantes para llevar a cabo una buena alimentación.

Tabla 1-1 Vitaminas para los pollos

Vitaminas solubles en grasa	Vitaminas solubles en agua	Minerales
Vitamina A	Tiamina (B1)	Calcio
Vitamina D	Riboflavina (B2)	Fósforo
Vitamina E	Ácido pantoténico	Magnesio-Manganeso
Vitamina K	Niacina	Hierro
	Vitamina B12	Cobre
	Ácido fólico	Yodo
		Zinc
		Cobalto

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

1.2.11 Factores para la crianza avícola

1.2.11.1 Galpón

Puede ser de cemento, madera, metálico tela o de forma combinada todo depende del número de aves y del clima.

1.2.11.2 Cama

En los galpones se debe tener una cama avícola puede ser de cascara de girasol, arroz, maní, viruta de madera, arena, paja picada o desmenuzada con el fin de regular la temperatura, absorber la humedad y evitar la adherencia de excrementos.

1.2.11.3 Bebederos

Es importante para hidratar a las aves, estos bebederos pueden ser de dos clases para el piso que se utiliza botellas invertidas siendo difíciles de mantener limpios ya que meten partículas de las camas y para las jaulas que tienen una válvula estable facilitando el llenado y su limpieza.

1.2.11.4 Comederos

Se puede realizar a base de reciclaje ya sea de tinas, valdes, tubos, llantas, de bambú etc. va dependiendo de la cantidad de los pollos.

1.2.11.5 Criadores

Son maquinas que proveen calor artificial ya sea de gas de petróleo, eléctricas o rayos infrarrojos.

1.2.11.6 Bioseguridad

Son las normas a seguir para evitar la transmisión de agentes patógenos que afecte a la sanidad de las aves.

(Irisarri, 2017)

1.2.12 Beneficios de consumir carne de pollo

Es importante el consumo del pollo desde los primeros meses que se puede consumir comida sólida ya que brinda nutriente, proteínas, hierro, fósforo, zinc omega 3-4 ayudando al desarrollo y crecimiento con una buena calidad de vida, a las personas que practique algún deporte ayuda a tener energías para un mejor rendimiento y desempeño.

1.3 Marco conceptual

1.3.1 Análisis de competitividad

Es un proceso que ayuda a determinar las fortalezas oportunidades debilidades y amenazas, es la base para diseñar estrategias.

1.3.2 Análisis de mercado

Proporciona información de los clientes, competencia, tendencias, entorno social factores internos y externos que permitan identificar oportunidades y los riesgos que presenta.

1.3.3 Comercialización

Conjunto de actividades para facilitar la compra y venta de un bien agilizando la llegada a las manos del consumidor final.

1.3.4 Capital

Comprenden todos los recursos económicos y financieros para llevar a cabo la producción para generar utilidad.

1.3.5 Demanda

Es la cantidad total de un producto o servicio que adquieren las personas a un determinado precio para cubrir sus necesidades.

1.3.6 Efectividad

Habilidad que tiene una empresa para optimizar procedimientos logrando buenos resultados.

1.3.7 Estudio de factibilidad

Identifica las ventajas y desventajas que tiene el proyecto al momento de poner en marcha, para esto se necesita tener información veraz basada en fuentes confiables y reglamentarias, ayuda a una planeación estratégica para reducir el riesgo a sufrir; se realiza la matriz FODA dando a conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para ser aprovechadas con el fin de mejorar los productos o servicios a brindar basada en estándares de calidad.

1.3.8 Gestión de calidad

Es un grupo de acciones con el fin de evitar posibles errores o desviaciones en el proceso de producción.

1.3.9 Indicadores

Miden de forma cuantitativa y cualitativa el desempeño y en que medida están cumpliendo los objetivos planteados.

1.3.10 Oferta

Es la cantidad de productos o servicios que se ofrecen al mercado para satisfacer a la demanda con el uso adecuado de los recursos.

1.3.11 Valor actual neto

Es una herramienta que permite conocer si se va a ganar o perder en dicha inversión.

1.3.12 Tasa interna de retorno

Representado en porcentaje del beneficio o pérdida que tiene dicha inversión.

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1 Enfoque de investigación

El enfoque de investigación es el proceso investigativo de todas las etapas, primero se plantea metas para tener claro el panorama investigativo y lógica en el proceso dando paso a la recolección de datos, se realizará

Enfoque cualitativo estudia las realidades y fenómenos con naturaleza subjetiva encargada de explicar, describir y predecir.

Enfoque cuantitativo estudia las realidades y hechos de la naturaleza objetiva encargada en buscar, describir, comprender e interpretar.

Se utilizará estos dos enfoques con el objetivo de dar resultados reales y óptimos mediante una indagación los mismos que permitirán determinar las respectivas conclusiones y recomendaciones.

2.2 Nivel de investigación

El nivel de investigación es el grado de profundidad que estudia ciertos hechos basados en la realidad en esta investigación se utilizara

Nivel exploratorio orientado en la recolección de información pertinente para fines investigativos en fuentes bibliográficas de autores.

Nivel descriptivo examina la principal problemática del proyecto abordado para llevar a cabo una investigación clara y completa.

Se utilizará los dos niveles de investigación puesto que ayuda a diagnosticar y analizar las necesidades o problemas fundamentadas en la interpretación teórica.

2.3 Diseño de investigación

El diseño de la investigación o de estudio son métodos y técnicas para resolver el problema de manera eficaz y eficiente fundamentada en la recolección, medición y respectivo análisis de los datos obtenidos, en el presente trabajo de investigación se utilizará

No experimental el diseño de investigación según la manipulación intencionada de la variable independiente enfocada en la no experimental ya que no existe la manipulación o control de variables independientes, se observa y recopila tal y como se presentan en los diferentes entornos como productivo, comercial, social, económico, financiero, cultural, político de la sociedad en general con diferentes técnicas e instrumentos y según el número de intervenciones en el trabajo

de campo enfocada en la transversal realiza una sola intervención en el trabajo de campo, recopila datos en un entorno definido de investigación se lo hace por una sola vez.

Se utilizará la variable independiente porque nos ayuda a orientarnos en la realidad y proporcionan un enfoque directo para tener mayor validez en el desarrollo del proyecto a investigar.

2.4 Tipo de estudio

Tipo de investigación o estudio son métodos o técnicas que utiliza el investigador para recolectar datos e información más cercana a la realidad para proceder con el análisis e interpretación de los resultados.

Se utilizará el estudio según el contexto de generación del conocimiento la aplicada en la cual tiene como objetivo la resolución de problemas de todo ámbito como productivos, comerciales, sociales, económicos, financieros, culturales, políticos de la sociedad dada de manera fáctico, su intención de estudio, realidades inmediatas del entorno social en general dando solución a los problemas analizados y según las fuentes de información para generar conocimiento basada en la documental utiliza artículos científicos originales y de revisión, informe final de tesis de grado y posgrado, revistas especializadas, informes de fuentes empresariales públicas y privadas, entre otras fuentes, para la generación de conocimiento para recopilar información de proyectos relacionados a nuestro tema de investigación y de campo que obtiene información a través de la recopilación de datos del mercado o trabajo de campo, acudiendo a fuentes como consumidores, usuarios, distribuidores, autoridades Gads provinciales, municipales, instituciones del Estado, empresas privadas industriales, comerciales, productivas, se recolectará información a través de encuestas realizadas por los investigadores. (Namakforoosh, 2005)

Se utilizará estos tipos de estudio con el objetivo de conocer el comportamiento que tienen los habitantes para la recopilación de información confiable y veras que ayude a tomar decisiones para la creación de la empresa.

2.5 Población y muestra

2.5.1 Población

Esta técnica se aplicará para conocer el número de personas a encuestar centrada en la población de algún lugar predeterminado.

Se tomará en cuenta a la población total de la matriz del cantón Guamate, la población económicamente activa del año 2001 y del año 2010.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) muestra los siguientes datos:

Gráfico 8-2 Población de la matriz del cantón Guamote

Tabla 2-2 Población de la matriz del cantón Guamote

	2001	2010
Población de la matriz del cantón Guamote	1912	2648
PEA %	64,36%	58,86%
PEA	767	1558

Fuente: (INEC, 2010)

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

2.5.2 Muestra

Cuando se conoce datos precisos de la población de estudio, permite que el cálculo de la muestra resulte con mayor precisión, en la mayoría de casos de investigaciones de mercado en marketing en el entorno de las organizaciones empresariales, se trabaja con muestras simples, es decir, se toma únicamente una muestra de una población, para el cálculo de las estadísticas descriptivas e inferenciales, bajo condiciones para determinar conclusiones, las muestras deben ser representativas y lo suficientemente grandes, mayores de 30 elementos., claro está dependiendo de la población de estudio, se sugieren que en trabajos de investigación con niveles o alcances como mínimo descriptivos de poblaciones finitas (de fácil identificación y acceso o hasta 100.00 elementos muestrales), debe trabajarse con la siguiente formula:

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

El significado de los términos es:

n= Tamaño de la muestra

Z = Margen de confiabilidad, 95% constante 1,96;

p = Probabilidad de que el evento ocurra

q = Probabilidad de que el evento no ocurra

E = Error de estimación o error muestral 1% al 3% y del 5% al 6%

N = Población o universo de estudio

N-1 = Factor de corrección.

	2001	2010
Población de la matriz del cantón Guamote	1912	2648
PEA %	64,36%	58,86%

PEA	767	1558
------------	-----	------

Fuente: (INEC, 2010)

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

$$i = \frac{Pf - Pi}{Pi} * 100$$

i	Incremento	
Pi	Población inicial 2001	1912
Pf	Población final 2010	2648

$$i = \frac{2648 - 1912}{1912} * 100$$

$$i = \frac{736}{1912} * 100$$

$$i = 38,49\%$$

$$38,49/9 = 4,28/100 = 0,0428$$

$$Pf = Pi(1 + i)^n$$

Pf	Población final 2010	
Pi	Población inicial (PEA 2010)	1558
i	Incremento	0,0428
n	Años, a calcular	10

$$Pf = 1558(1 + 0,0428)^{10}$$

$$Pf = 1558(1,52058333)$$

$$Pf_{2020} = 2369$$

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

n	Tamaño de la muestra	
Z	Margen de confiabilidad	95% 1,96
p	Probabilidad de que el evento ocurra	0,5
q	Probabilidad de que el evento no ocurra	0,5
E	Error de estimación o error muestral	0,05
N	Población o universo de estudio	2369

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 2369}{0,05^2 (2369 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{2369 * 3,8416 * 0,25}{5,92 + 0,9604}$$

$$n = \frac{2275}{6,8804}$$

n = 331

2.6 Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

2.6.1 Métodos

Los métodos analizan, describen procedimientos y criterios utilizados en la investigación, en el presente trabajo se utilizará:

- Método inductivo basado en el razonamiento que ayuda a obtener conclusiones y son fundamentadas teóricamente
- Método deductivo analiza las conclusiones para dar solución al problema planteado
- Método analítico descompone minuciosamente para ser estudiadas de forma individual
- Método sintético recopila y discierne información valida que aporte a la investigación.

Se va a utilizar estos métodos que ayuden analizar todos los aspectos que giran alrededor del producto que se ofertan.

(Cegarra, 2012)

2.6.2 *Técnicas e instrumento*

Las técnicas de investigación son herramientas para obtener información acercada a la realidad, a cada técnica le corresponde un instrumento en este caso se utilizará:

- Técnica de la encuesta con el cuestionario de instrumento para evidenciar la técnica se usan cuestionarios estructurados y no disfrazados con preguntas cerradas dicotómicas, de múltiple selección y de escala, el cuestionario es eficiente ya que tiene validez por usar el criterio de expertos o la validez de contenido que van acorde a los objetivos de investigación y confiabilidad que determina con los coeficientes estadísticos para realizar un cálculo efectivo el cuestionario debe tener como mínimo 10 preguntas,
- Técnica de observación al definir el instrumento de esta técnica es necesario indicar que la técnica puede ser participativa y no participativa se trata de comprender, describir y detallar todo lo que gira al entorno que aporte a la investigación para esto es recomendable utilizar una guía de observación que es un formato que contiene los objetivos de la investigación plasmados en parámetros, factores, aspectos o elementos a ser observados en su comportamiento y un registro de observaciones para evidenciar ya sea con imágenes, videos, audios etc.

Se utilizará estas técnicas e instrumento con el objetivo de recopilar información real que ayuden al desarrollo de nuestra investigación dentro del estudio de mercado.

(Gil, 2016)

CAPITULO III

3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

3.1 Resultados y discusión de resultados

3.1.1 *Análisis e interpretación de resultados encuesta*

Tabla 3-3 Género

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
Masculino	125	38%
Femenino	206	62%
Total	331	100%

Fuente: Encuesta de datos

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

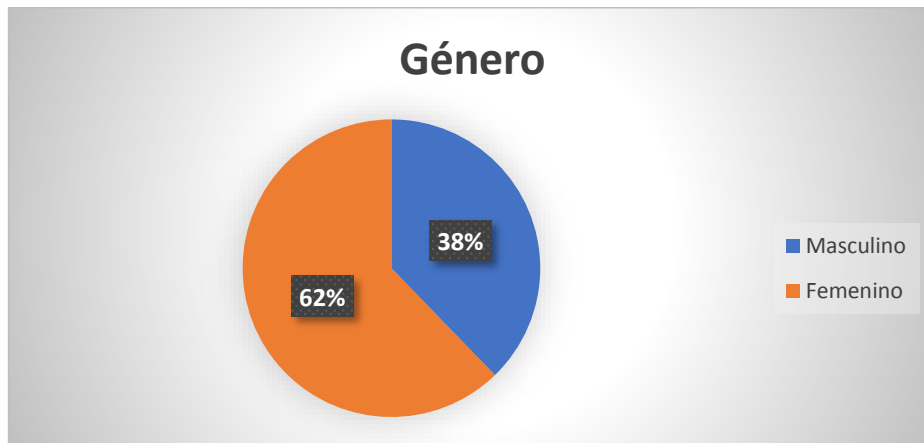


Gráfico 7-3 Género

Fuente: Encuesta de datos

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Análisis

El gráfico muestra que de los 331 encuestados que representan el 100%, 125 son masculinos representando el 38% y 206 son de sexo femenino representando el 62%

Interpretación

Con los datos obtenidos mediante las encuestas da a entender que la población de Guamote está conformada en su mayoría por el género femenino.

Edad

Tabla 4-3 Edad

Edad	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
20-25	36	11%
26-30	43	13%
31-35	44	13%
36-40	52	16%
41-45	56	17%
46-50	51	15%
51-55	32	10%
56-60	15	5%
61-64	1	0%
66-70	1	0%
Total	331	100%

Fuente: Encuesta de datos

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

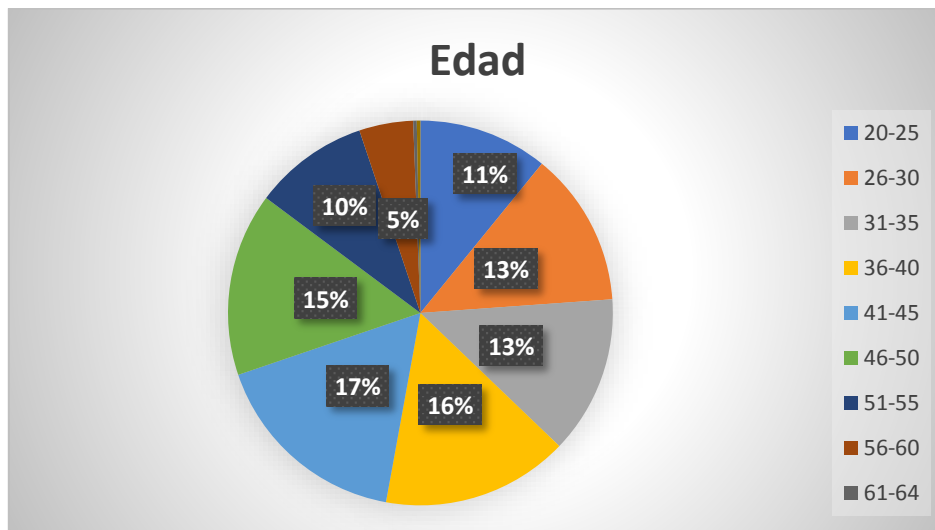


Gráfico 8-3 Edad

Fuente: Encuesta de datos

Realizado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Análisis

De las 331 personas encuestadas que representan el 100%, 36 tienen edades entre 20 y 25 años representando el 11%, 43 personas tienen edades entre 26 a 30 años representando el 13%, 44 personas tienen edades entre 31 a 35 años representando el 13%, 52 personas tienen edades entre

36 a 40 años representando el 16% ,56 personas tienen edades entre 41 a 45 años representando el 17%, 51 personas tienen edades entre 46 a 50 años representando el 15% , 32 personas tienen edades entre 51-55 representando el 10%, 15 personas tienen edades entre 56 a 60 años representando el 5% , 1 persona tiene de 61 a 64 años y de 66 a 70 años una persona representando el 0% .

Interpretación

Las personas encuestadas es la población económicamente activa en la cual muestra que en la matriz del cantón Guamote esta entre las edades de 36 a 50 años, reflejando a nuestros posibles clientes.

1. ¿Por cuántas personas está conformada su familia?

Tabla 5-3 ¿Por cuántas personas está conformada su familia?

Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
2	32	10%
3	65	20%
4	138	42%
5	62	19%
6	23	7%
7	4	1%
8	7	2%
Total	331	100%

Fuente: Encuesta de datos

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020



Gráfico 9-3 ¿Por cuántas personas está conformada su familia?

Fuente: Encuesta de datos

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Análisis

Se puede observar en el gráfico que de las 331 encuestados que representa el 100% , 32 están conformados de 2 personas su familia representando el 10%, 65 están conformados de 3 personas su familia representando el 20%, 138 están conformados su familia de 4 personas representando el 42%, 62 están conformados su familia de 5 personas representando el 19%, 23 están conformados su familia de 6 personas representando el 7%, 4 están conformados su familia de 7 personas representando el 1%, 7 están conformados su familia de 8 personas representando el 2%.

Interpretación

La mayor parte de las familias en la matriz del cantón Guamote están conformadas por 4 miembros lo cual coincide con los datos establecidos por la INEC.

2.- ¿A la hora de conseguir pollo fresco y de calidad se le dificulta?

Tabla 6-3 ¿A la hora de conseguir pollo fresco y de calidad se le dificulta?

Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
Si	251	76%
No	80	24%
Total	331	100%

Fuente: Encuesta de datos

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020



Gráfico 10-3 ¿A la hora de conseguir pollo fresco y de calidad se le dificulta?

Fuente: Encuesta de datos

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Análisis

Los resultados evidencian que de los 331 encuestados 251 personas representando el 76% se les dificulta conseguir pollo fresco y de calidad en cambio a 80 personas representando el 24% no se le dificulta.

Interpretación

Los resultados obtenidos arrojan que la mayoría de los pobladores tienen problemas al momento de conseguir pollo fresco en la cual nos ayuda a determinar la demanda de nuestro producto.

3.- ¿Qué carne de pollo consume más?

Tabla 7-3 Qué carne de pollo consume más?

Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
De campo	51	15%
Balanceado	280	85%
Total	331	100%

Fuente: Encuesta de datos

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

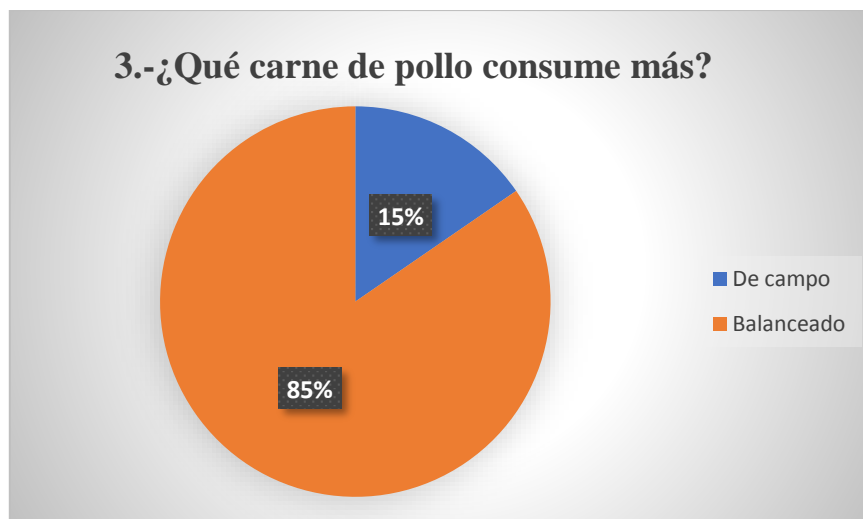


Gráfico 11-3 Qué carne de pollo consume más?

Fuente: Encuesta de datos

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Análisis

Se puede observar que de los 331 encuestados 51 prefieren pollo de campo representando el 15% y 280 prefieren consumir pollo criado a base de balanceado representando el 85%.

Interpretación

Según los datos obtenidos a través de las encuestas se evidencia que la mayoría de habitantes de la matriz del cantón Guamote consume pollo criado a base de balanceado y una pequeña parte de la población consume pollo de campo, ayuda a determinar la preferencia de los posibles clientes.

4.- ¿Con qué frecuencia consume carne de pollo?

Tabla 8-3 ¿Con qué frecuencia consume carne de pollo?

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
Diario	199	60%
Semanal	114	35%
Quincenal	14	4%
Mensual	4	1%
Total	331	100%

Fuente: Encuesta de datos

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

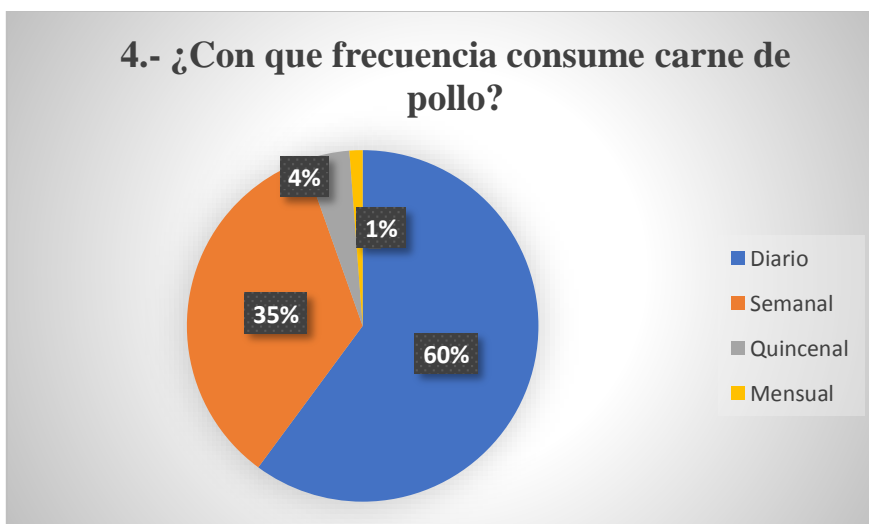


Gráfico 12-3 ¿Con qué frecuencia consume carne de pollo?

Fuente: Encuesta de datos

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Análisis

De las 331 encuestas realizada a los pobladores de la matriz del cantón Guamote se determina que 199 personas consumen diariamente carne de pollo representando el 60%, 114 personas consumen semanalmente carne de pollo representando el 35%, 14 personas consumen quincenalmente carne de pollo representando el 4% y 4 personas consumen mensualmente carne de pollo representando el 1%.

Interpretación

Se determina que la mayoría de la población de la matriz del cantón Guamote consume diariamente carne de pollo dato que nos sirve para determinar la demanda y demanda insatisfecha para la realización del proyecto.

5. ¿Cuántas libras de carne de pollo compra semanalmente?

Tabla 9-3 ¿Cuántas libras de carne de pollo compra semanalmente?

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
1 lb	5	2%
2 lb	31	9%
3 lb	41	12%
4 lb	51	16%
5 lb	80	24%
6 lb	57	17%
7 lb	24	7%
8 lb	42	13%
Total	331	100%

Fuente: Encuesta de datos

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

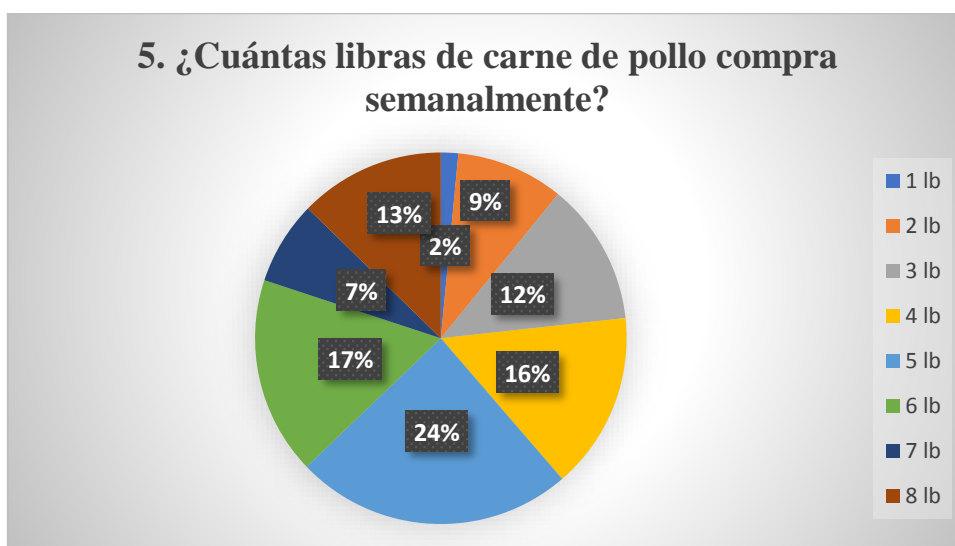


Gráfico 13-3 ¿Cuántas libras de carne de pollo compra semanalmente?

Fuente: Encuesta de datos

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Análisis

Los resultados de la encuesta indican que 5 personas compran semanalmente 1 libra de pollo representando el 2%, 31 personas compran semanalmente 2 libras de pollo representando el 9%, 41 personas compran semanalmente 3 libras de pollo representando el 12%, 51 personas compran semanalmente 4 libras de pollo representando el 16%, 80 personas compran semanalmente 5 libras de pollo representando el 24%, 57 personas compran semanalmente 6 libras de pollo

representando el 17%, 24 personas compran semanalmente 7 libras de pollo representando el 7% y 42 personas compran semanalmente 8 libras de pollo representando el 13%.

Interpretación

El consumo de carne de pollo en la matriz del cantón Guamote es muy bueno ya que existen personas que semanalmente consumen 5 hasta 8 libras de pollo, dando a entender que existe una alta demanda del producto siendo aceptable la realización del proyecto.

6. ¿Por qué usted consume la carne de pollo?

Tabla 10-3 ¿Por qué usted consume la carne de pollo?

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
Precio	41	12%
Sabor	147	44%
Nutrición	78	24%
Salud	65	20%
Total	331	100%

Fuente: Encuesta de datos

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

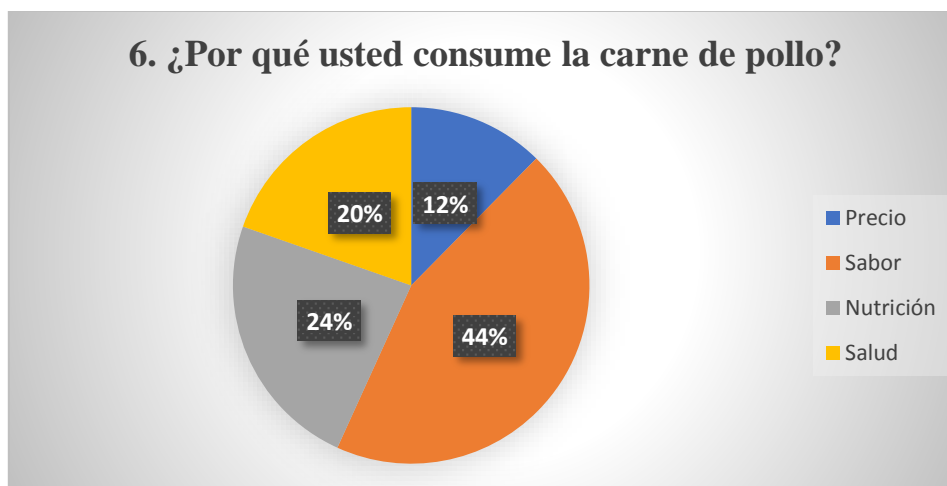


Gráfico 14-3 ¿Por qué usted consume la carne de pollo?

Fuente: Encuesta de datos

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Análisis

Los resultados de las 331 encuestas arrojan que 44 personas consumen carne de pollo por el precio representando el 12%, 147 personas consumen carne de pollo por el sabor representando el 44%, 78 personas consumen carne de pollo por nutrición representando el 24% y 65 personas consumen carne de pollo por salud representando el 20%.

Interpretación

Con los resultados obtenidos en las encuestas se determina que la mayoría de la población de la matriz del cantón Guamate busca comprar carne de pollo por el sabor y valor nutricional.

7. ¿Cómo le gustaría adquirir el pollo?

Tabla 11-3 ¿Cómo le gustaría adquirir el pollo?

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
En pie	15	5%
Pelado	223	67%
En presas	93	28%
Total	331	100%

Fuente: Encuesta de datos

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

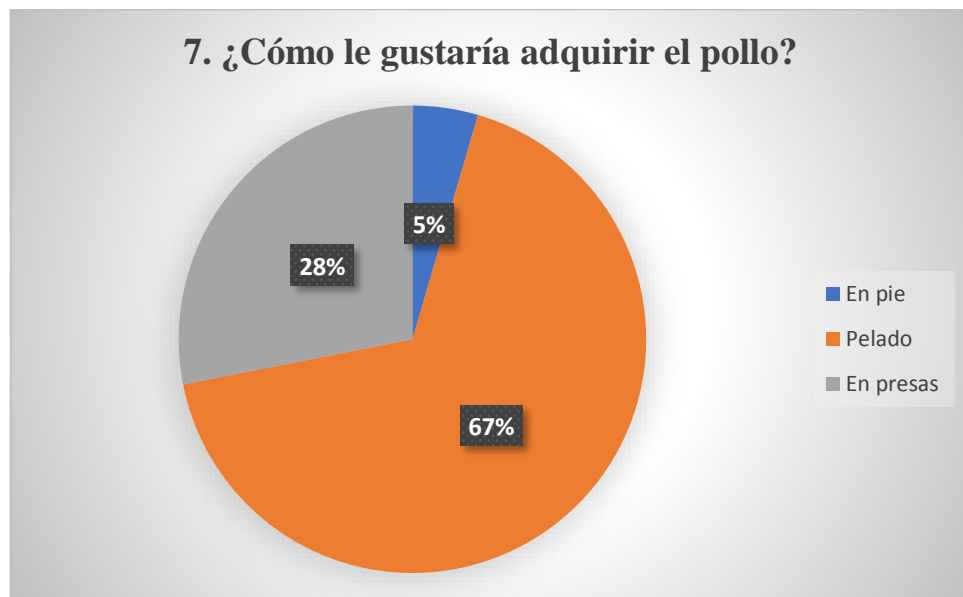


Gráfico 15-3 ¿Cómo le gustaría adquirir el pollo?

Fuente: Encuesta de datos

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Análisis

Se puede observar que de las 331 personas encuestadas 15 prefieren adquirir pollo en pie representando a penas el 5%, 223 personas prefieren pollo pelado representando el 67% y 93 personas prefieren el pollo en presas representando el 28%.

Interpretación

Los datos obtenidos a través de las encuestas dieron a entender que la población de la matriz del cantón Guamote prefiere el pollo pelado.

8. ¿Al comprar carne de pollo cuál es su expectativa?

Tabla 12-3 ¿Al comprar carne de pollo cuál es su expectativa?

Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
Bajos precios	49	15%
Promociones	119	36%
Calidad	163	49%
Total	331	100%

Fuente: Encuesta de datos

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

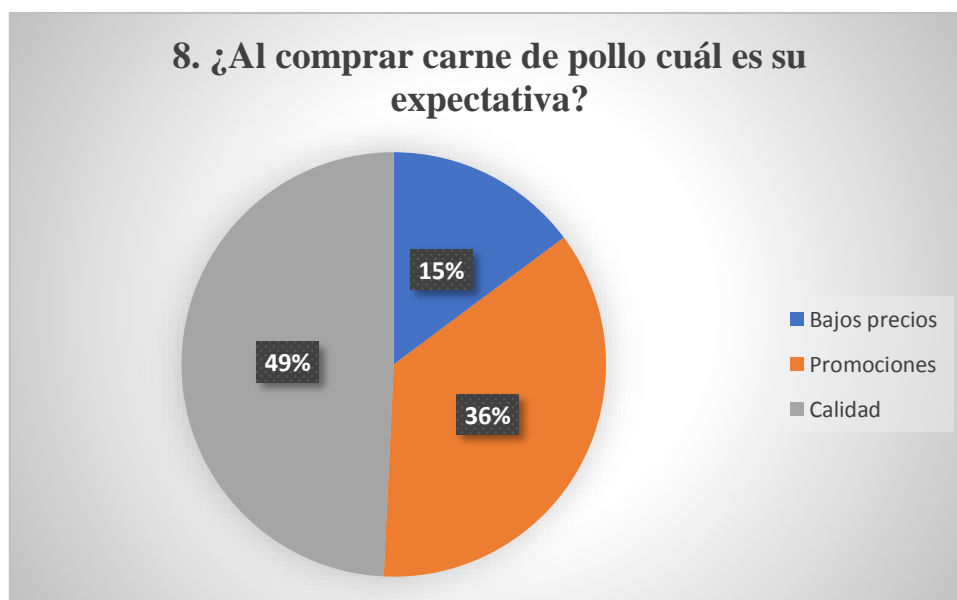


Gráfico 16-3 ¿Al comprar carne de pollo cuál es su expectativa?

Fuente: Encuesta de datos

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Análisis

Se puede observar que al comprar carne de pollo de los 331 encuestados 49 personas representando el 15% su expectativa es bajos precios, 119 personas representando el 36% su expectativa son las promociones y 163 personas representando el 49% su expectativa al comprar carne de pollo es la calidad.

Interpretación

Con los datos obtenidos se determina que la población de la matriz del cantón Guamote al adquirir carne de pollo lo primero que observan es la calidad y las promociones, esto permite identificar los gustos y preferencias para ofrecer un buen producto teniendo acogida en el mercado.

9.- ¿En qué lugar adquiere usted este producto?

Tabla 13-3 ¿En qué lugar adquiere usted este producto?

Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
Supermercados	37	11%
Tiendas de barrio	206	62%
Mercados	69	21%
Ferias	19	6%
Total	331	100%

Fuente: Encuesta de datos

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

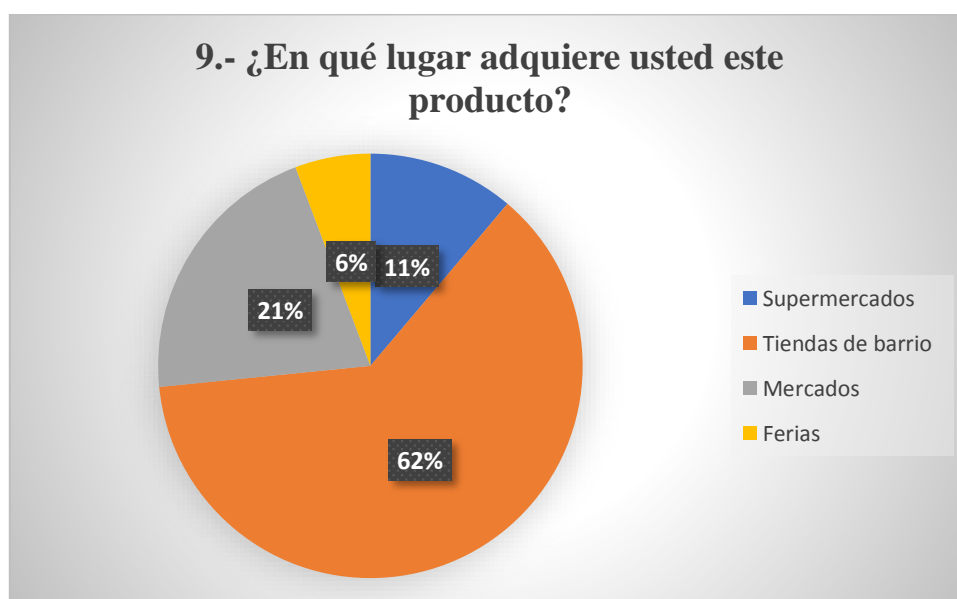


Gráfico 17-3 ¿En qué lugar adquiere usted este producto?

Fuente: Encuesta de datos

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Análisis

De acuerdo a los encuestados 367 personas adquieren el producto en supermercados representando el 11%, 206 adquieren el producto en tiendas de barrio representando el 62%, 69 personas adquieren pollo en los mercados representando el 21% y 19 personas adquieren el producto en ferias representando apenas el 6%.

Interpretación

Se determina que el pollo adquiere en las tiendas de barrio indicando de este modo el canal de distribución más apropiado a emplearse para la venta del producto.

10. ¿Qué tipo de envoltura le gustaría a usted que tenga el pollo?

Tabla 14-3 ¿Qué tipo de envoltura le gustaría a usted que tenga el pollo?

Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
Bandeja	70	21%
Empaque hermético	223	67%
Fundas plásticas	38	12%
Total	331	100%

Fuente: Encuesta de datos

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

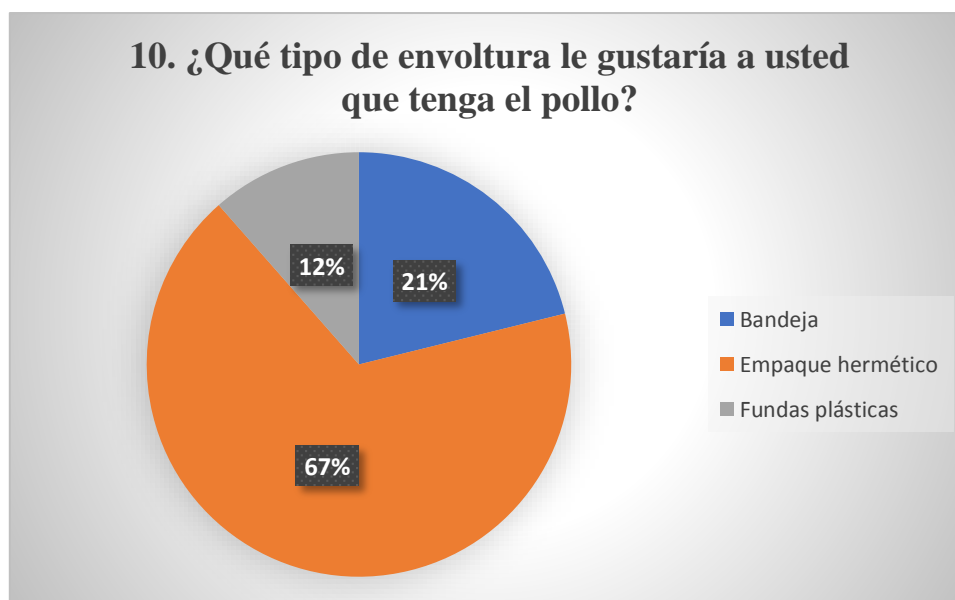


Gráfico 18-3 ¿Qué tipo de envoltura le gustaría a usted que tenga el pollo?

Fuente: Encuesta de datos

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Análisis

De las 331 encuestas realizadas a la población de la matriz del cantón Guamote el tipo de envoltura le gustaría para adquirir el pollo 223 personas representando 67% opto por empaque hermético, 38 personas representando el 12% le gustaría en funda plástica y 70 personas representando el 21% optaron por bandeja.

Interpretación

Se determinó que el tipo de envoltura que le gustaría que tenga el pollo es un empaque hermético ya que ayuda a mantener el pollo fresco a un largo tiempo y así también cuida el medio ambiente.

11. ¿A qué precio adquiere usted la libra de pollo?

Tabla 15-3 ¿A qué precio adquiere usted la libra de pollo?

Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
0,70-0,80	1	0%
0,81-0,90	41	12%
0,91-1,00	127	38%
1,01-1,10	78	24%
1,11-1-20	40	12%
1,21-1.30	31	9%
1,31-1,40	8	2%
1,41-1,50	5	3%
Total	331	100%

Fuente: Encuesta de datos

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

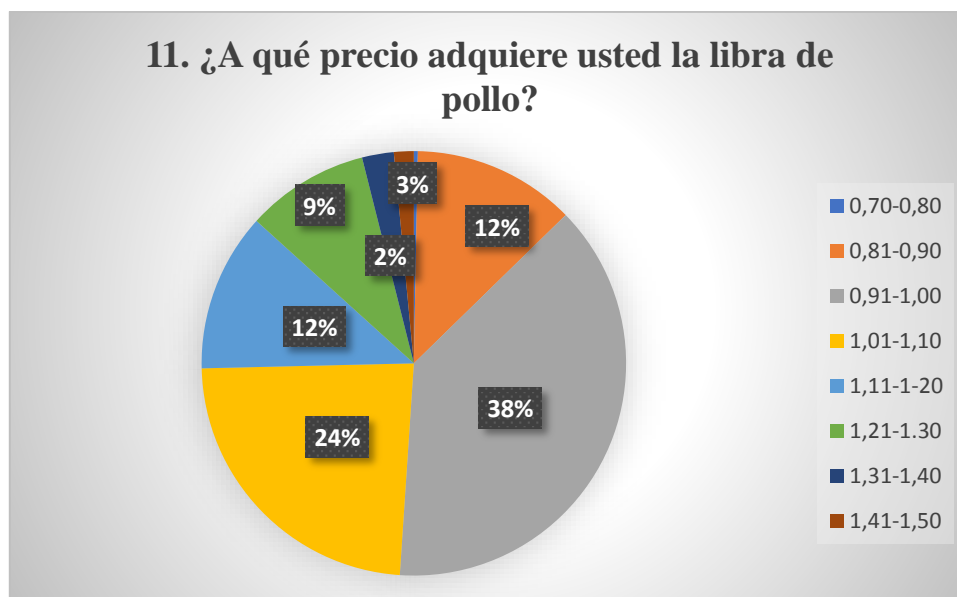


Gráfico 19-3 ¿A qué precio adquiere usted la libra de pollo?

Fuente: Encuesta de datos

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Análisis

De los 331 encuestados 41 personas adquieren la libra de pollo de \$0,81-\$0,90 representando el 12%, 127 personas adquieren la libra de pollo de \$0,91-\$1,00 representando el 38%, 78 personas adquieren la libra de pollo de \$1,01-\$1,10 representando el 24%, 40 personas adquieren la libra

de pollo de \$1,11-\$1,20 representando el 12%, 31 personas adquieren la libra de pollo de \$1,21-\$1,30 representando el 9%, 8 personas adquieren la libra de pollo de \$1,31-\$1,40 representando el 2%, 5 personas adquieren la libra de pollo de \$1,41- \$1,50 representando el 3%.

Interpretación

Se determina que la mayoría de la población adquieren la libra de pollo en estas fechas \$0,91 a \$1,00 ya que en otras fechas como en navidad alcanza hasta 1,50 la libra de carne de pollo existiendo variación de precios por segmentación de mercado.

12. ¿Por qué, medio de comunicación le gustaría obtener información de la avícola?

Tabla 16-3 ¿Por qué, medio de comunicación le gustaría obtener información de la avícola?

Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
Radio	59	18%
Redes sociales	238	72%
Ferias y eventos	34	10%
Total	331	100%

Fuente: Encuesta de datos

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020



Gráfico 20-3 ¿Por qué, medio de comunicación le gustaría obtener información de la avícola?

Fuente: Encuesta de datos

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Análisis

De los 331 encuestados 59 personas les gustaría obtener información mediante radio representando el 18%, 238 personas les gustaría obtener información mediante redes sociales representando el 72% y 34 personas les gustaría obtener información mediante las ferias y eventos representando el 10%.

Interpretación

A la mayoría de la población encuestada le gustaría obtener información por las redes sociales y la radio ya que son medios de comunicación que más utilizan los pobladores de la matriz del cantón Guamote es si esto ayuda a determinar el principal medio de comunicación para llegar con facilidad a los clientes.

3.2 Análisis e interpretación de resultados entrevista

Nombre del Local: Mega Pollo

Nombre de la propietaria: Karina Caiza

1. ¿Si se implementara una empresa avícola estaría dispuesto a adquirir nuestro producto?
Si, porque el producto que compramos como el pollo es más consumido en este cantón entonces si se necesitaría, por mi parte garantizaría su producto.

2. ¿Usted estaría de acuerdo que se implemente una empresa avícola en el cantón Guamote?
Si porque no muchos venden pollos y si venden es en mal estado y necesitamos una tienda donde administren bien.

3. ¿El pollo que actualmente se consume en este cantón cumple con sus expectativas?
La mayoría de veces, si

4. ¿A qué precio adquiere la libra de pollo?
Depende de muchas cosas, hay temporadas que bajan el pollo y en temporadas que suben pueden llegar a costar hasta 1,25 la libra de pollo cuando baja llega a costar 0,95 la libra de pollo.

5. ¿Usted a qué precio vende la libra de pollo?
Actualmente está bajando el precio en la cual se da a \$1,10 la libra de pollo, antes de la pandemia subió, los productores no podían llegar a dejar los pollos llegando a costar 1,35 la libra de pollo.

6. ¿Cuál es el peso del pollo que adquiere?
Dependiendo de 4 1/2 libras hasta 7 libras

7. ¿Usted cada que tiempo adquiere pollos?
Todos los días, ya que somos una distribuidora grande

8. ¿Usted cuántas libras de carne de pollo vende semanalmente?
Los jueves se vende 200 pollos, y los demás días 120 pollos.

9. ¿Usted donde adquiere los pollos?
En la ciudad de Riobamba, referencia por la media luna.

10. ¿Usted tiene proveedor estable?
Vamos cambiando de proveedores, dependiendo de cual da un precio económico para poder a dar a un precio económico.

11. ¿Es conveniente para usted el precio que le entrega su proveedor actual?
Si porque, nosotros ganamos tanto como a la gente les damos a un precio conveniente.

12. ¿A usted le gustaría que el pollo le dejen en su tienda en el momento que usted requiera?
Si porque no tenemos donde coger y sacar el producto y perdemos clientes y lo que queremos es beneficiar a los clientes

13. ¿Usted ha tenido problemas con su proveedor por incumplimiento de entrega de los pollos en cuanto al tiempo, cantidad o calidad?

Si porque vienen de varios lugares la empresa y no vienen dejar y quedo mal con los clientes y se molestan con uno.

14. ¿Cuáles son los factores de decisión para comprar pollos en una empresa vs otra?

Dependiendo de los precios.

Nombre del Local: Aylin

Nombre de la propietaria: Emma Caizaguano

1. ¿Si se implementara una empresa avícola estaría dispuesto a adquirir nuestro producto?

Si

2. ¿Usted estaría de acuerdo que se implemente una empresa avícola en el cantón Guamote?

Claro porque vienen de otro lado a dejar, Quito.

3. ¿El pollo que actualmente se consume en este cantón cumple con sus expectativas?

Si cumple con las expectativas

4. ¿A qué precio adquiere la libra de pollo?

A 1,10 la libra de pollo

5. ¿Usted a qué precio vende la libra de pollo?

1,15 y a 1,20 la libra de pollo

6. ¿Usted de cuantas libras adquiere los pollos?

Mínimo de 5 libras máximo de 6, pero más se vende de 5 libras.

7. ¿Usted cada que tiempo adquiere pollos?

Cada día, porque la gente quiere pollo fresco.

8. ¿Usted cuántas libras de carne de pollo vende semanalmente?

5 pollos diarios, con excepción del día, jueves por la feria que se vende de 10 a 15 pollos.

9. ¿Usted donde adquiere los pollos?

Una empresa avícola de la ciudad de Riobamba que viene a Guamote a ofrecer pollo.

10. ¿Usted tiene proveedor estable?

No tengo proveedor estable, si alguien viene a ofrecer más barato se compra.

11. ¿Es conveniente para usted el precio que le entrega su proveedor actual?

Claro porque ellos saben decir cuando bajan nos baja el precio cuando sube nos suben el precio no es estable el precio.

12. ¿A usted le gustaría que el pollo le dejen en su tienda en el momento que usted requiera?

Claro, porque se hace el pedido para el siguiente día y le entregan

13. ¿Usted ha tenido problemas con su proveedor por incumplimiento de entrega de los pollos en cuanto al tiempo, cantidad o calidad?

Claro a veces se hacen muy de día porque dicen que los carros no llegan breve, a veces llegan al medio día, y nos viene en menor cantidad de lo que pedimos.

14. ¿Cuáles son los factores de decisión para comprar pollos en una empresa vs otra?

Por el precio ya que si me dan más barato yo compro.

Nombre del Local: Sin Nombre S/N

Nombre de la propietaria: María Lema

1. ¿Si se implementara una empresa avícola estaría dispuesto a adquirir nuestro producto?

Si

2. ¿Usted estaría de acuerdo que se implemente una empresa avícola en el cantón Guamote?

Si

3. ¿El pollo que actualmente se consume en este cantón cumple con sus expectativas?

Si cumple con las expectativas

4. ¿A qué precio adquiere la libra de pollo?

Actualmente compro a 1,15 la libra de pollo

5. ¿Usted a qué precio vende la libra de pollo?

Actualmente vendo a 1,25 la libra de pollo, dependiendo a veces baja otras suben.

6. ¿Usted de cuantas libras adquiere los pollos?

Mínimo 5 y máximo a 5 ½, en feriados se venden pollos grandes, pero diariamente no.

7. ¿Usted cada que tiempo adquiere pollos?

Todos los días.

8. ¿Usted cuantas libras de carne de pollo vende semanalmente?

De 10 a 15 pollos vendo semanalmente.

9. ¿Usted donde adquiere los pollos?

Vienen a dejar en mi local.

10. ¿Usted tiene proveedor estable?

Si el señor Bernardo Bermeo.

11. ¿Es conveniente para usted el precio que le entrega su proveedor actual?

Mas o menos

12. ¿A usted le gustaría que el pollo le dejen en su tienda en el momento que usted requiera?

Si

13. ¿Usted ha tenido problemas con su proveedor por incumplimiento de entrega de los pollos en cuanto al tiempo, cantidad o calidad?

En tiempo y en calidad ya que no llega fresco y los pollos me han venido golpeados.

14. ¿Cuáles son los factores de decisión para comprar pollos en una empresa vs otra?

Por el precio.

Nombre del Local: Pollo fresco

Nombre de la propietaria: Carmita Apugllon

1. ¿Si se implementara una empresa avícola estaría dispuesto a adquirir nuestro producto?

Si

2. ¿Usted estaría de acuerdo que se implemente una empresa avícola en el cantón Guamote?

Si

3. ¿El pollo que actualmente se consume en este cantón cumple con sus expectativas?

Si porque yo mismo me encargo de faenar.

4. ¿A qué precio adquiere la libra de pollo?

Adquiero a 0,90 la libra de pollo.

5. ¿Usted a qué precio vende la libra de pollo?

Vendo a 1,10 la libra de pollo.

6. ¿Usted de cuantas libras adquiere los pollos?

Mínimo 5 libras máximo de 7 libras.

7. ¿Usted cada que tiempo adquiere pollos?

Todos los días

8. ¿Usted cuantas libras de carne de pollo vende semanalmente?

2000 pollos semanalmente.

9. ¿Usted donde adquiere los pollos?

En Riobamba por la plaza de las hiervas.

10. ¿Usted tiene proveedor estable?

Si

11. ¿Es conveniente para usted el precio que le entrega su proveedor actual?

Si ellos entregan a todos igual.

12. ¿A usted le gustaría que el pollo le dejen en su tienda en el momento que usted requiera?

Si

13. ¿Usted ha tenido problemas con su proveedor por incumplimiento de entrega de los pollos en cuanto al tiempo, cantidad o calidad?

A veces si

14. ¿Cuáles son los factores de decisión para comprar pollos en una empresa vs otra?

Realizan descuento por eso compro el pollo ahí.

Nombre del Local: Comercial Bermeo

Nombre de la propietaria: Susana Lozano

1. ¿Si se implementara una empresa avícola estaría dispuesto a adquirir nuestro producto?

Si

2. ¿Usted estaría de acuerdo que se implemente una empresa avícola en el cantón Guamote?

Si

3. ¿El pollo que actualmente se consume en este cantón cumple con sus expectativas?

Si

4. ¿A qué precio adquiere la libra de pollo?

A 0,90 centavos la libra de pollo.

5. ¿Usted a qué precio vende la libra de pollo?

A 1,10 la libra de pollo

6. ¿Usted de cuantas libras adquiere los pollos?

De 5,5 libras hasta 6,5 libras.

7. ¿Usted cada que tiempo adquiere pollos?

Cada 8 días.

8. ¿Usted cuantas libras de carne de pollo vende semanalmente?

700 pollos

9. ¿Usted donde adquiere los pollos?

De Quito vienen a dejar los pollos.

10. ¿Usted tiene proveedor estable?

Si

11. ¿Es conveniente para usted el precio que le entrega su proveedor actual?

Si

12. ¿A usted le gustaría que el pollo le dejen en su tienda en el momento que usted requiera?

Si

13. ¿Usted ha tenido problemas con su proveedor por incumplimiento de entrega de los pollos en cuanto al tiempo, cantidad o calidad?

No

14. ¿Cuáles son los factores de decisión para comprar pollos en una empresa vs otra?

Por el precio.

Nombre del Local:

Nombre de la propietaria: Mónica Poma

1. ¿Si se implementara una empresa avícola estaría dispuesto a adquirir nuestro producto?

Si

2. ¿Usted estaría de acuerdo que se implemente una empresa avícola en el cantón Guamote?

Si

3. ¿El pollo que actualmente se consume en este cantón cumple con sus expectativas?

Si

4. ¿A qué precio adquiere la libra de pollo?

0,85 centavos

5. ¿Usted a qué precio vende la libra de pollo?

A 1,10

6. ¿Usted de cuantas libras adquiere los pollos?

Hasta de 5 libras

7. ¿Usted cada que tiempo adquiere pollos?

Todos los días

8. ¿Usted cuantas libras de carne de pollo vende semanalmente?

Al día 400 libras

9. ¿Usted donde adquiere los pollos?

Una empresa de Quito viene a dejar en el cantón Guamote.

10. ¿Usted tiene proveedor estable?

Si

11. ¿Es conveniente para usted el precio que le entrega su proveedor actual?

No, sería más barato para poder obtener ganancia.

12. ¿A usted le gustaría que el pollo le dejen en su tienda en el momento que usted requiera?

Si

13. ¿Usted ha tenido problemas con su proveedor por incumplimiento de entrega de los pollos en cuanto al tiempo, cantidad o calidad?

No, ningún problema

14. ¿Cuáles son los factores de decisión para comprar pollos en una empresa vs otra?

Porque no hay otro que venga a dejar todos los días.

Nombre del Local: Comercial Guaraca

Nombre de la propietaria: Luis Guaraca

1. ¿Si se implementara una empresa avícola estaría dispuesto a adquirir nuestro producto?

Si

2. ¿Usted estaría de acuerdo que se implemente una empresa avícola en el cantón Guamote?

Si

3. ¿El pollo que actualmente se consume en este cantón cumple con sus expectativas?

No, porque falta aseo, una cámara de frigos muchas cosas ya que ahí mismo es chanchera, pelada de pollos ahí mismo todo.

4. ¿A qué precio adquiere la libra de pollo?

A 1,15 la libra de pollo

5. ¿Usted a qué precio vende la libra de pollo?

A 1,25 la libra de pollo

6. ¿Usted de cuantas libras adquiere los pollos?

Mínimo 4 máximo 5 libras

7. ¿Usted cada que tiempo adquiere pollos?

Todos los días

8. ¿Usted cuantas libras de carne de pollo vende semanalmente?

Unas 500 libras semanalmente

9. ¿Usted donde adquiere los pollos?

Vienen a entregarme aquí en el cantón Guamote.

10. ¿Usted tiene proveedor estable?

Si

11. ¿Es conveniente para usted el precio que le entrega su proveedor actual?

Si

12. ¿A usted le gustaría que el pollo le dejen en su tienda en el momento que usted requiera?

Si

13. ¿Usted ha tenido problemas con su proveedor por incumplimiento de entrega de los pollos en cuanto al tiempo, cantidad o calidad?

He tenido problemas en el tiempo a veces no llegan y la gente me reclama a mi y en la calidad porque vienen moreteados y no muy fresco el pollo.

14. ¿Cuáles son los factores de decisión para comprar pollos en una empresa vs otra?

Por el precio y es el único que viene al cantón a dejar el producto.

Nombre del Local: S/N

Nombre de la propietaria: Carmen Tambo

1. ¿Si se implementara una empresa avícola estaría dispuesto a adquirir nuestro producto?

Si

2. ¿Usted estaría de acuerdo que se implemente una empresa avícola en el cantón Guamote?

Si

3. ¿El pollo que actualmente se consume en este cantón cumple con sus expectativas?

Mas o menos

4. ¿A qué precio adquiere la libra de pollo?

A 1,15 la libra de pollo

5. ¿Usted a qué precio vende la libra de pollo?

A 1,25 la libra de pollo

6. ¿Usted de cuantas libras adquiere los pollos?

4¹/₂ y 6 libras

7. ¿Usted cada que tiempo adquiere pollos?

Diario

8. ¿Usted cuantas libras de carne de pollo vende semanalmente?

Adquiero de 8 a 10 pollos diarios, 240 libras aproximadamente vendo semanalmente.

9. ¿Usted donde adquiere los pollos?

Me vienen a dejar de la ciudad de Riobamba

10. ¿Usted tiene proveedor estable?

Si

11. ¿Es conveniente para usted el precio que le entrega su proveedor actual?

Si

12. ¿A usted le gustaría que el pollo le dejen en su tienda en el momento que usted requiera?

Si

13. ¿Usted ha tenido problemas con su proveedor por incumplimiento de entrega de los pollos en cuanto al tiempo, cantidad o calidad?

Si he tenido problemas, no viene a dejar breve y en menos cantidades.

14. ¿Cuáles son los factores de decisión para comprar pollos en una empresa vs otra?

Por lo que vienen a dejarme en mi tienda

3.2.1 Resultados obtenidos de las entrevistas

Con las entrevistas realizada a 8 tiendas de barrio de la matriz del cantón Guamote se determinó que si es factible implementar una empresa avícola en el cantón, están dispuesto adquirir nuestro producto ya que el pollo es el más consumido en este cantón, en su mayoría el pollo que venden

actualmente cumplen sus expectativas, también se pudo determinar que la libra de pollo les cuesta mínimo 0,85 centavos y máximo a \$1,15 y venden normalmente a la ciudadanía la libra de pollo mínimo a \$1,10 hasta \$1,25, ya que los precios no son estables va variando depende la temporada, manifestaron que en días festivos se vende a un precio mayor.

En su mayoría adquieren pollos todos los días entre 5 y 6 libras muy pocos de 7 y 8 libras lo que varía es en la cantidad que compran ya que algunos son distribuidores grandes, medianos y pequeñas tiendas de barrio en la cual venden semanalmente 85 libras de carne de pollo hasta 1200 libras de carne de pollo aproximadamente incluyendo que por motivo de feria los días, jueves hay un incremento de ventas del producto.

La gran parte obtiene el pollo de proveedores estables ya que acuden a dejar en las tiendas debido a que no cuenta con un vehículo para transportar de forma segura y para mantener fresco el producto, presenta diferentes problemas con sus proveedores puesto a que no llegan a tiempo, el pollo no es fresco y suelen llegar moreteados dando una mala impresión a los clientes, los factores de decisión para comprar pollos en una empresa versus en otra es el precio que les ofrece y la facilidad de entrega en las tiendas.

3.3 Marco propositivo

3.3.1 Estudio de mercado

3.3.1.1 Descripción del proyecto

El cantón Guamote ubicado en la provincia de Chimborazo, es considerado un sector altamente productivo, la mayoría de su población se dedica a la agricultura como papas, maíz, cebada y a la crianza de ovinos, porcinos, ganado vacuno, aves tanto para consumo propio o para la comercialización en pequeñas cantidades.

El estudio de factibilidad pretende la creación de una empresa avícola en la matriz del cantón Guamote, brindando un producto con valores nutricionales basados en estándares de calidad la misma que mejorara la calidad de vida de las personas contribuyendo al bien común y al desarrollo del cantón y provincia.

La producción se iniciará con la adquisición de pollos bebes para proceder al engorde y la adquisición de los materiales adecuados como las camas, comederos y bebederos para su respectiva instalación y un buen alimento para las aves con sus respectivas vitaminas.

A los pollos se les alimentará de manera progresiva hasta la quinta semana con balanceado inicial para fortificar su desarrollo y crecimiento a partir de la semana sexta se alimentará con balanceado de engorde que permitirá alcanzar su máximo peso para proceder con la venta.

3.3.1.2 Perfil del cliente

- Tiendas

Centro de expendio de varios productos que se encuentran en la matriz del cantón Guamote y son recorridos por las pobladoras, se receptan pedidos al por mayor.

- Familias

Hace referencia a las familias de la matriz del cantón Guamote de diferentes estatus económicos que adquirirían directo de la empresa y se receptaran pedidos al por menor.

3.3.1.3 Análisis de la demanda

Demandantes potenciales

Tabla 17-3 Demandantes potenciales

				Crecimiento	
Años	Población Cebadas y Guamote	%	Total	1,38%	Total
2021	13712	21,11%	2895	40	2935
2022	14059	21,11%	2968	41	3009

2023	14415	21,11%	3043	42	3085
2024	14779	21,11%	3120	43	3163
2025	15153	21,11%	3199	44	3243

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Para calcular la demanda potencial nos basamos en el proyecto rehabilitación de la vía Guamote siendo beneficiarios la parroquia Cebadas y la matriz del cantón Guamote que representa el 21,11% y la parroquia Cebadas el 78,89% realiza la proyección de la población de la matriz del cantón Guamote de acuerdo, a las estadísticas del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2010 a una tasa de crecimiento de 1,38%. (Guamote, Plan estratégico Institucional 2016-2019, 2016) (MTOPI, 2017)

Demanda potencial

Pregunta 3.- ¿Qué carne de pollo consume más?

Tabla 7-3 ¿Que carne de pollo consume más?

Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
De campo	51	15%
Balanceado	280	85%
Total	331	100%

Fuente: Encuesta de datos

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Tabla 18-3 Demanda potencial

Año	Demandantes potenciales	85%
2021	2935	2494
2022	3009	2557
2023	3085	2622
2024	3163	2688
2025	3243	2757

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

El siguiente cuadro fue proyectado para 5 años de vida útil, son los que tienen capacidad para consumir nuestro producto, con la cual obtenemos el crecimiento poblacional y se multiplica con la demanda potencial que es el 85% dando un valor en el primer año de 2494 personas que consumen carne de pollo balanceado.

Demanda real

Pregunta 2.- ¿A la hora de conseguir pollo fresco y de calidad se le dificulta?

Tabla 6-3 ¿A la hora de conseguir pollo fresco y de calidad se le dificulta?

Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
Si	251	76%
No	80	24%
Total	331	100%

Fuente: Encuesta de datos

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Tabla 19-3 Demanda real

Año	Demanda potencial	76%
2021	2494	1896
2022	2557	1944
2023	2622	1993
2024	2688	2043
2025	2757	2095

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Una vez realizado el cálculo de la demanda potencial procedemos a calcular la demanda real en la cual multiplicamos por el 76% dando un total en el primer año de 1896.

Demanda efectiva

Pregunta 7. ¿Cómo le gustaría adquirir el pollo?

Tabla 11-3 ¿Cómo le gustaría adquirir el pollo?

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
En pie	15	5%
Pelado	223	67%
En presas	93	28%
Total	331	100%

Fuente: Encuesta de datos

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Tabla 20-3 Demanda efectiva

Año	Demanda real	100%
2021	1896	1896
2022	1944	1944
2023	1993	1993
2024	2043	2043

2025	2095	2095
------	------	------

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

La empresa tiene planta faenadora en la cual ofrece pollos pelados y en presas, y en pie dando un total de 100% de la demanda efectiva.

Demanda efectiva por consumo

Pregunta 4.- ¿Con qué frecuencia consume carne de pollo?

Tabla 8-3 ¿Con qué frecuencia consume carne de pollo?

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
Diario	199	60%
Semanal	114	35%
Quincenal	14	4%
Mensual	4	1%
Total	331	100%

Fuente: Encuesta de datos

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Tabla 21-3 Demanda efectiva por consumo

Año	Semanal	Mensual	Anual
2021	664	2654	138008
2022	680	2721	141501
2023	698	2790	145084
2024	715	2861	148747
2025	733	2933	152512

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Para calcular la demanda efectiva por consumo sacamos el 35% de la demanda efectiva dando un total en el año 1 de 664 para determinar mensualmente multiplicamos por 4 semanas que tiene el mes y anual multiplicamos por 52 semanas que tiene el año.

3.3.1.4 Análisis de la oferta

Pregunta 9.- ¿En qué lugar adquiere usted este producto?

Tabla 13-3 ¿En qué lugar adquiere usted este producto?

Opción	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
Supermercados	37	11%
Tiendas de barrio	206	62%
Mercados	69	21%
Ferias	19	6%
Total	331	100%

Fuente: Encuesta de datos

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Tabla 22-3 Análisis de la oferta

Año	D. Efectiva *consumo	62%
2021	138008	85565
2022	141501	87730
2023	145084	89952
2024	148747	92223
2025	152512	94557

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Para calcular la oferta se ha tomado en cuenta la competencia con mayor porcentaje son las tiendas de barrio, siendo nuestros posibles clientes.

3.3.1.5 Demanda insatisfecha

Tabla 23-3 Demanda insatisfecha

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2021	138008	85565	52443
2022	141501	87730	53770
2023	145084	89952	55132
2024	148747	92223	56524
2025	152512	94557	57954

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

La demanda insatisfecha hace referencia a las personas que tienen dificultad para acceder al producto, para obtener la demanda insatisfecha se resta la oferta de la demanda.

3.3.1.6 Mortalidad

Tabla 24-3 Mortalidad

		Mortalidad 1% mensual		5. ¿Cuántas libras de carne de pollo compra semanalmente?
Año	Anual	12%	Total	Libras (5)
2021	52443	6293	46150	230750
2022	53770	6452	47318	236589
2023	55132	6616	48516	242580
2024	56524	6783	49741	248706
2025	57954	6955	51000	254999

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Debemos tener en cuenta que la mortalidad es la cantidad de pollos que mueren en un periodo determinado con el fin de mejorar la eficiencia productiva, según (Avinew, 2017) el promedio de mortalidad en pollos de engorde es del 1% mensual es decir 12% anual.

Para ver las libras a comprar tomamos en cuenta la pregunta 5 de la encuesta realizada ya que el 24% adquiere 5 libras de carne de pollo semanalmente ese es el promedio de peso mínimo que alcanzara nuestro producto.

3.3.1.7 Análisis de precios

El precio es la cantidad monetaria en que se está dispuesto a vender y a comprar el producto, mediante las encuestas y entrevistas realizadas en la matriz del cantón Guamote se determinó que el precio varía dependiendo del lugar y las fechas de compra ya que en navidad es alto el consumo por ende suben el precio para la cual compran las tiendas de barrio mínimo 0,85 centavos máximo a \$1,15 la libra de pollo y el precio al consumidor final va de \$1,10 hasta 1,25 la libra de pollo.

3.3.1.8 Comercialización del producto

3.3.1.9 Características del producto y presentación

Producto

Pollo de engorde Boiler produce carne en poco tiempo alcanzando un peso de 1,8Kg máximo 7 semanas.

Información nutricional

La carne de pollo posee proporciona 1/6 kcal de energía y tiene valores nutricionales como:

- Proteínas 32,7 gramos
- Grasas 5,0 gramos

- Sodio 91 miligramos
- Potasio 496 miligramos
- Fosforo 323 miligramos
- Hierro 0,7 miligramos

3.3.1.10 Canales de distribución

La comercialización se realizará mediante una distribución directa e indirecta ya que el producto se ofrecerá desde un local ubicado en la calle 5 de junio y Mariano Curicama facilitando la adquisición del producto y por otro lado se distribuirá a las diferentes tiendas de la matriz del cantón Guamote.



Gráfico 21-3 Canales de distribución

Elaborado por: **Logroño, Jhomayra, 2020**

3.3.1.11 Estrategias de mercadeo

Primero se necesita dar a conocer en el mercado al que quiere entrar, para eso se necesita ingeniar estrategias de mercado que va de acuerdo, al giro de negocio y esto requiere de promociones y publicidad para que en el transcurso de tiempo vaya dándose a descubrir mediante:

3.3.1.12 Publicidad

La publicidad crea reconocimiento en el mercado atrayendo nuevos clientes por ende va mejorando la imagen de la empresa.

Las estrategias de publicidad que se ha optado para dar a conocer nuestro producto a los pobladores de la matriz del cantón Guamote son: radio, redes sociales, volantes, ferias y eventos.

Radio

En el cantón Guamote la radio es el medio de información más utilizado por eso se ha tomado la decisión de utilizar cuñas publicitarias que oferten nuestro producto en la 102,09 FM.

¡¡Atención!!

Llegaron pollos frescos y de calidad directos de la empresa a tu mesa, a un buen precio y del tamaño que usted escoja solo encuentran en la empresa GranPollo que está ubicado en la calle 5 de junio y Mariano Curicama frente al registro civil, para no perderse y la pregunta del millón ¿Está listo para degustar un gran pollo?

Redes sociales

Las redes sociales es un mundo virtual o en línea que se da a conocer información en tiempo real, también sirve para interactuar entre vendedores y clientes.

En este caso se utilizará redes sociales como Facebook e Instagram ya que son las más utilizadas por la población de Guamote, se brindará información sobre horarios de atención, promociones etc.



Figura 7-3 Redes sociales

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Volantes

Es una forma de publicidad por medio de hojas, folleto abordando temas referentes al producto, se entregada a las personas en diferentes puntos como en las avenidas, ferias o en algún evento.



Figura 8-3 Volantes

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

3.3.1.13 Marca de la empresa

La empresa avícola se llamará "GranPollo" dando gran realce comercial permitiendo posicionarse en la mente del consumidor, es un nombre de fácil aprendizaje y pronunciación que hace referencia al tamaño del pollo.

3.3.1.14 Logotipo de la empresa



Figura 9-3 Logotipo de la empresa

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020



Anaranjado. - Es un color muy encendido en la cual representa felicidad, creatividad, éxito y entusiasmo mostrando sentimientos de fuerza y determinación.



Amarillo. - Es un color que muestra alegría, sabiduría y agilidad



Rojo. – Es un color muy llamativo que muestra el lado positivo significa poder vinculado a la efectividad.



Rosado. – Es un color que muestra belleza, frescura y juventud.



Pollo. – Es nuestro icono principal, representado por un pollo de raza broiler robusto y con buenas características.



Corona de flores. – Muestra pureza y poder.

3.3.1.15 Slogan de la empresa

Presentamos la frase que va a llamar la atención de nuestros clientes, hace referencia al tamaño, calidad y sabor que tiene nuestro producto.



Figura 10-3 Slogan de la empresa

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

3.3.1.16 Etiqueta

Mostrará los datos nutricionales de nuestro producto junto al logotipo que caracteriza a la empresa.



Figura 11-3 Etiqueta

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

3.3.1.17 *Empaque*

En las encuestas realizadas a la población de la matriz del cantón Guamote se planteó la pregunta N.10, para ver la preferencia de empaque que desea nuestros clientes y con un total de 123 personas escogieron empaque hermético en la cual se dará nuestro producto de la siguiente manera:



Figura 12-3 Empaque

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Empaque hermético es una funda plástica más sofisticada, ayuda a mantener fresco el producto en un largo tiempo, las medidas van de acuerdo, al tamaño del pollo que solicite.

3.4 Estudio técnico

3.4.1 *Ingeniería del proyecto*

3.4.1.1 *Tamaño del proyecto*

Muestra la capacidad de producción en un lapso, de tiempo determinado, se debe tener en cuenta la naturaleza del proyecto así asegurando una buena rentabilidad, teniendo en cuenta factores muy importantes como:

- Capacidad de financiamiento o capital propio
- Tecnología
- Disponibilidad de insumos
- Cantidad de la demanda a satisfacer
-

3.4.1.2 Localización

Macro localización

El proyecto de la empresa avícola se encontrará ubicado en la provincia de Chimborazo en la matriz del cantón Guamote.

Provincia de Chimborazo

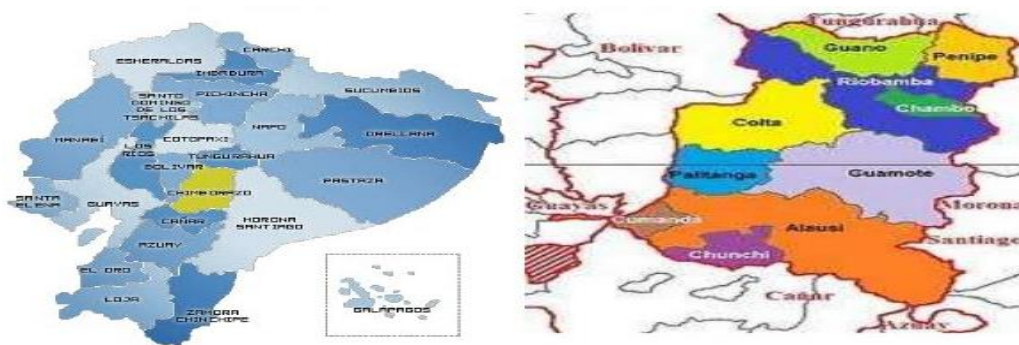


Figura 13-3 Macro localización Provincia de Chimborazo

Fuente: (Roldan, 2019)

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

- En la provincia de Chimborazo se sitúa el nevado más alto de Ecuador
- Se divide en 10 cantones, 61 parroquias siendo 45 rurales y 16 urbanas,
- Tiene clima frío y templado llegando a una temperatura de 13 grados centígrados
- Las actividades a que se dedican su población son: ganadería, yacimientos de plata, cobre, mármol, hierro, piedra, ladrillos, y a la agricultura de maíz, cebada, papa, cebolla, trigo, haba, chocho, melloco

(Chimborazo, 2020)

Cantón Guamote



Figura 14-3 Cantón Guamote

Fuente: Google maps

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

- Está ubicada en el centro- oriente de la provincia a una altitud de 3500 metros sobre el nivel del mar.
- Limita al norte con los cantones Riobamba y Colta, por el oeste y sudoeste con el cantón Pallatanga, al sur con Alausí y al este con la provincia de Morona Santiago
- Es el segundo cantón más extenso.
- Tiene un clima de 10 grados centígrados a 20 grados centígrados.
- Su cantonización fue el 1 de agosto de 1944

(Guamote, Gobierno Autónomo descentralizado Guamote, 2019)

Micro localización

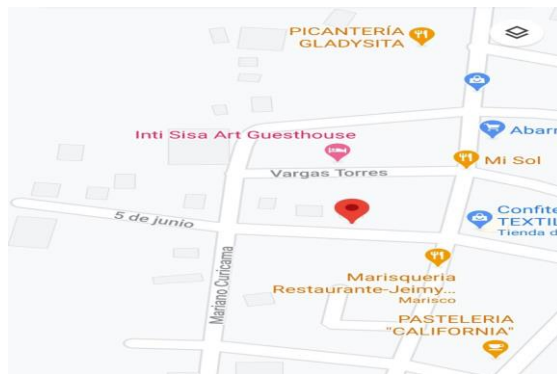


Figura 15-3 Micro localización

Fuente: Google maps

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Para la localización de nuestro producto se ha tomado en cuenta los siguientes factores:

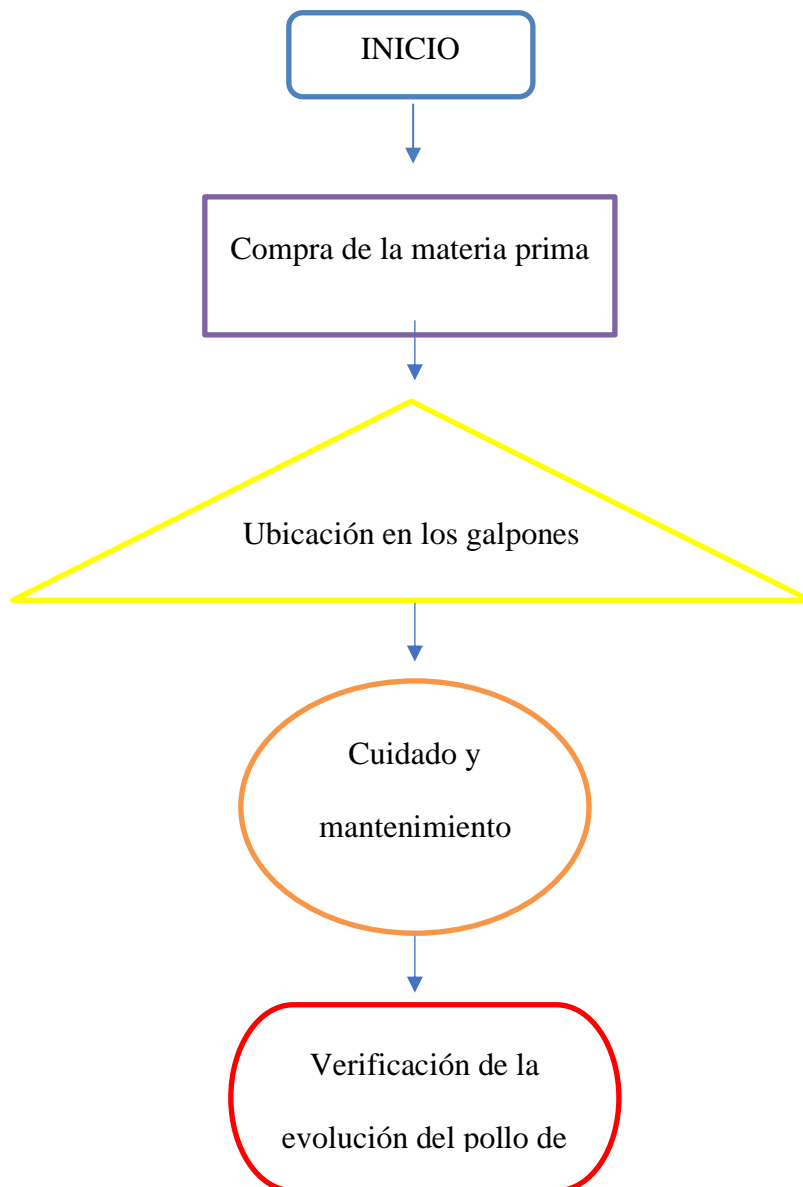
- Mercado

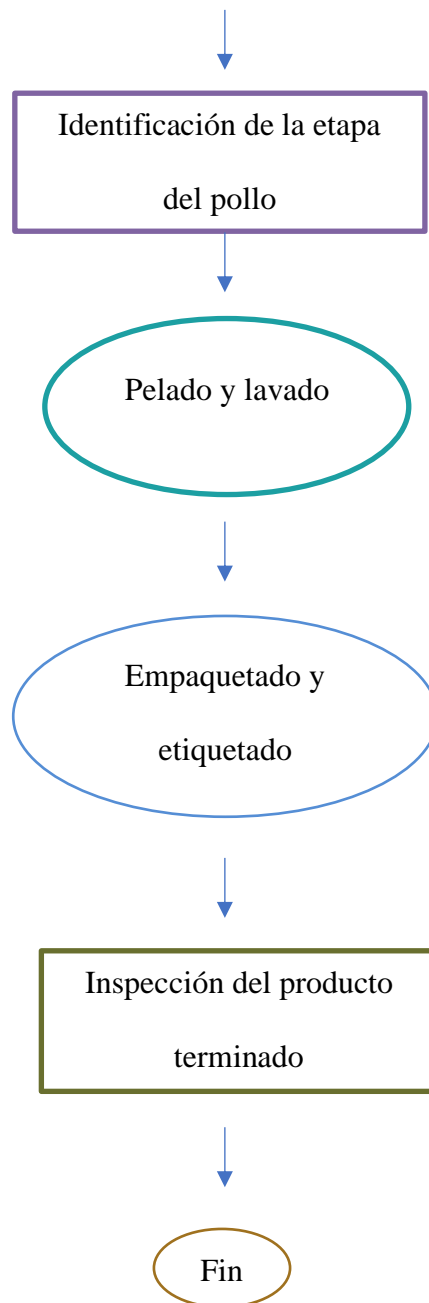
- Transporte
- Acceso de servicios básicos luz, agua
- Fácil acceso
- Cuidado del medio ambiente
- Características del lugar

El local donde se proporcionará el producto estará ubicado en la calle 5 de junio y Mariano Curicama ya que es un lugar seguro y de fácil acceso.

La empresa avícola estará ubicada a 5 km de la matriz del cantón Guamote por la comunidad Mancero.

3.4.1.3 Flujograma de proceso





3.4.1.4 Descripción del proceso

Inicia con la compra de la materia prima que son los pollitos bebes, luego procedemos a ubicarlos en los galpones, brindando un adecuado cuidado, permanente mantenimiento, suministro de vacunas y vitaminas acorde a la etapa para brindar garantía necesaria al consumidor, con el pasar de las semanas verificamos la evolución del pollo identificando el peso ideal para proceder al faenamiento, pelado y lavado después revisamos el producto terminado para constatar que sea apto para el consumo humano, procediendo al empaclado y etiquetado para ponerlo en venta.

Proceso de faenamiento

Es el proceso de sacrificio, pelado, lavado, empaquetado y etiquetado del pollo para proceder con la comercialización.

Primero se debe pesar a los pollos para verificar si están en el peso adecuado para proceder al sacrificio de las aves, es recomendado realizar en horas tempranas.

Cuidado antes de la matanza

Antes de ser sacrificados los pollos 12 horas aproximadamente no deben ingerir ningún alimento solo agua para facilitar la limpieza de las evisceraciones, el proceso a seguir es el siguiente:

Primero se sujeta las patas, procediendo al corte en la vena yugular logrando la muerte inmediata de los pollos sin sufrimiento y dejando caer la sangre por un canal

Una vez que se haya sacrificado a los pollos se coloca en agua caliente máximo dos minutos para suavizar el plumaje.

Se procede a un exhaustivo lavado, sacando primeramente la hiel y el resto de viseras tanto las que no sirven, como las menudencias.

Se realiza el empaquetado y etiquetado mostrando su valor nutricional y peso exacto para colocar en el frigorífico a una temperatura de 20C y 50C para la preservación fresca de la carne de pollo.

3.4.1.5 Capacidad instalada

La capacidad es de tres galpones con medidas de 5 metros de ancho y 40 metros de largo las paredes serán recubiertas con lonas de 150 m, se cubrirá con malla metálica para evitar el ingreso de otros animales y que permita oxigenar el ambiente, en el interior y exterior se colocará 2 cortinas laterales independientemente esto con el fin de proteger el ingreso de polvo, moscos, considerados como agentes contaminantes., en cada galpón estarán 1600 pollos de engorde con una tasa de mortalidad de 1% mensual dando a 1584 pollos con una diferencia de 2 semanas para producir, comercializar y distribuir, a una altura de 2,30 metros por el clima frio va de dirección norte-sur, durará 60 días el proceso de producción llegando a un peso de 5 libras, se realizará 24 veces al año.

3.4.1.6 Distribución de la planta

El espacio físico será distribuido de manera equivalente es decir de acuerdo, a la cantidad de pollos se proporcionará el espacio, también se designa áreas para la respectiva operatividad de dicho proyecto.

Local



Figura 16-3 Distribución de la planta local

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Empresa avícola

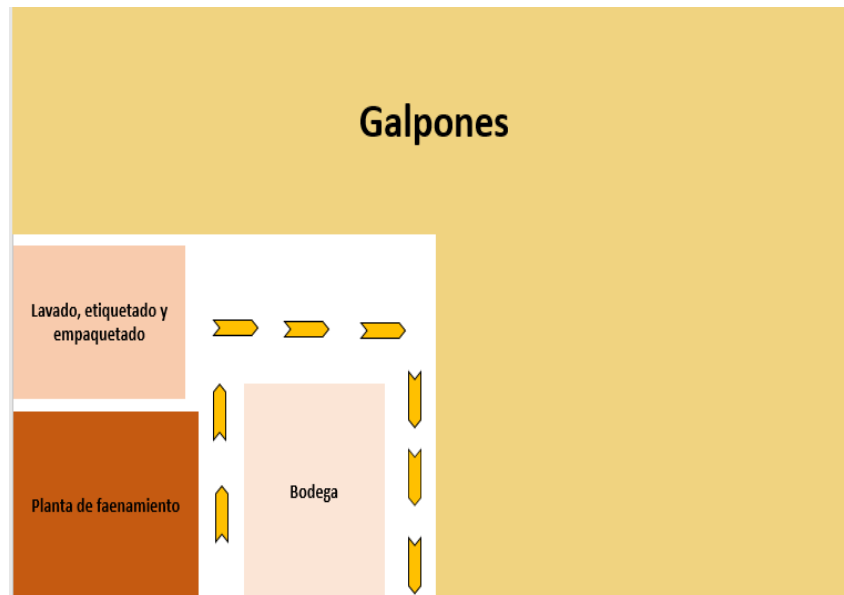


Figura 17-3 Distribución de la planta empresa avícola

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Transporte

Se determina que no existen problemas de transporte ya que las vías están en óptimas condiciones para transitar, cuenta con asfaltado, alcantarillado y alumbrado público, está ubicado el local en la parte céntrica del cantón y por cuidados ambientales la empresa avícola estará localizado a 5 kilómetros del cantón Guamote por la comunidad Mancero.

3.4.1.7 Buenas prácticas en la producción avícola

Principios

La salud es lo más importante en los pollos de engorde para eso de debe implementar un programa con el objetivo de prevenir enfermedades y la detección temprana para garantizar un adecuado tratamiento.

Entrenamiento

- Designar sus funciones de acuerdo, a su currículo.
- Capacitar al personal sobre el manejo adecuado de los pollos, hábitos y la debida higiene que deben llevar día a día.
- Contratar personal con experiencia sobre el cuidado de los pollos que sepa suministrar vacunas, vitamina y líquidos que se puede utilizar para la debida desinfección sin perjudicar la salud de las aves teniendo un buen desarrollo.
- Llevar registros de las actividades que se realicen día a día como la fecha/hora que se desinfecta el lugar, alimenta a las aves, vacunas y vitaminas que se proporcionan.

Bioseguridad

- Cumplir con las normas de bioseguridad al ingresar a las unidades que se encuentran los pollos
- Registrar el ingreso a las unidades.
- Antes de ingresar a las unidades se debe realizar de manera obligatoria una ducha sanitaria
- Usar ropa y calzado especial para el ingreso a las unidades.
- Desinfectarse adecuadamente para el ingreso donde las aves.
- Para realizar el recorrido diario es recomendable primero ingresar donde los pollos de menor edad hasta el de mayor edad es decir de menor a mayor.
- Es aconsejable para la persona que ingrese al lugar de los pollos que no haya tenido contacto con algún otro animal mínimo 48 horas.
- Al momento de salir registrar las observaciones que tuvo en su recorrido.

Vacunación

Para tener un programa exitoso de vacunación del pollo de engorde se debe tener asesoría veterinaria ya que las vacunas van acorde a la edad y estado de salud.

Tabla 25-3 Vacunación

Enfermedad	Vacuna	Tratamiento
Marek es una enfermedad viral que paraliza al pollo	Marek Farbiovet	Se suministra a los pollitos de 1 día de edad de manera subcutánea en el cuello 0,2 ml ayuda a inmunizar y estimular a los pollos.
Gumboro es una infección que ataca a la bolsa de Fabricio causando problemas en el sistema inmunológico viéndose afectado el desarrollo del pollo.	Nobilis Gumboro D78	Se disuelve en agua y se da a los pollos por dos horas a la edad de 7 a 28 días, esto ayuda a inmunizar a los pollos de la infección
Bronquitis es una enfermedad viral causando daños renales	Bronquitis Mass	Se administra 0,03 ml por ave de 2 a 8 semanas de edad.
Newcastle es una infección respiratoria contagiosa	Newcastle La Sota	Suministra 0,03 ml por ave diluida con agua tridestilada

Fuente: (Ardila, 2018)

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Piso

- El piso de cemento con un espesor de 8 a 10 centímetros con un desnivel mínimo de 3% con 6 canales de ventilación.

Ventilación

- Debe ser distribuida de manera equitativa y uniforme en todo el galpón
- Temperatura de mínimo 18 grados centígrados máximo 24 grados centígrados.

Camas

- Las camas serán a base de viruta de manera ya que ayuda a una mejor absorción y facilitan la limpieza.

- Las camas deben ser de 2 centímetros de espesor para evitar pododermatitis son pequeñas erosiones o manifestadas como una lesión en las patas de los pollos.
- Realizar profundamente la desinfección y limpieza del lugar antes de colocar la cama.
- Controlar la humedad de la cama mediante la circulación del aire.
- Se debe realizar un adecuado tratamiento de las camas con bisulfato de sodio, sulfato de aluminio, arcilla con ácido sulfúrico y sal de tipo ración esto ayuda a disminuir el amoniaco, reducir el PH y humedad de las camas.
- Limpiar constantemente para evitar contaminación o ingreso de roedores o insectos que pueda afectar a la salud de los pollos.

Cortinas

Brinda protección, seguridad y evita pérdidas de temperatura cuidando la condición de los pollos.

Criadora

Es importante la utilización de fuentes de calor ya que en sus primeros días de vida no pueden regular la temperatura corporal, se utilizará criadoras eléctricas y a gas a una altura de 1,20 metros a nivel del piso.

3.4.1.8 Evolución por etapa

El día del recibimiento

- Se confirma con anterioridad el día y la hora exacta en la cual será entregado los pollitos con la finalidad de desinfectar el sitio
- preparar las camas
- Con una hora de anticipación colocar los bebederos con agua y vitaminas a una adecuada temperatura que es de 30°C a 32°C.

Primera semana

- Se revisa la temperatura
- Al segundo o tercer día se suministra el antibiótico para prevenir enfermedades respiratorias.
- Al cuarto día solo se le suministra agua sin ningún antibiótico, y observar si existe pollitos inactivos y sacrificarlos.
- Al sexto o séptimo día se puede suministrar la vacuna de bronquitis, infecciosa y otras enfermedades

Segunda semana

- Temperatura de 26°C a 28°C
- Sacar los bebederos manuales para los bebederos automáticos
- Sacar las bandejas de recibimiento y entrar los comederos tubulares.
- Culminación de vacunas.

Tercera semana

- Temperatura de 24°C a 26°C
- Al día 21 se verifica las cortinas dependiendo la temperatura se quita una.
- Al día 25 se cambia de alimento.

Cuarta semana y quinta semana

- Disminuye la actividad de manejo ya que el pollo es ampliado por todo el galpón.

Sexta semana

- 12 horas antes del sacrificio retirar los comederos

Notas importantes

- Limpieza y desinfección de galpones, bebederos y comederos todos los días en la mañana.
- Proporcionar 3 veces al día alimento y agua.
- En las noches encender la criadora y acostar a los pollitos
- En la mañana se apaga la criadora y bajar las cortinas teniendo en cuenta la temperatura perfecta
- Distribuir de forma igualitaria los comederos y bebederos
- Verificar el consumo de alimento, pureza del agua.
- Pesar 2 veces a la semana e ir anotando la evolución del pollo, teniendo en cuenta la mortalidad.

Mortalidad

En la crianza de pollos manifiestan por su gran experiencia que el porcentaje de mortalidad es de 2% a 3% para evitar esto se debe llevar un adecuado proceso productivo planteando medidas eficaces.

Consumo de agua

Primero se debe limpiar y desinfectar los bebederos después colocar agua y tomar muestras para analizar la contaminación, también se debe verificar sales de calcio, salinidad y nitratos no debe exceder los minerales ya que va acorde a su etapa.

Tabla 26-3 Consumo de agua

Etapa	Cantidad (Pollos)	Consumo en litros
Primera semana	1600	38 litros
Segunda semana	1600	68 litros
Tercera semana	1600	92 litros
Cuarta semana	1600	124 litros
Quinta semana	1600	156 litros
Sexta semana	1600	180 litros
Séptima semana	1600	216 litros

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Consumo de alimento

Alimento balanceado con el fin de suplir requerimientos nutricionales, hechos a vece de maíz, arroz, trigo, soya y aceite de palma, proporciona zinc, hierro, magnesio, vitamina A, D3, E, K, B12 siendo promotor de crecimiento.

Tabla 27-3 Consumo de alimento

Etapa	Consumo semanal de balanceado por pollo
Primera semana	111 gramos * pollo
Segunda semana	234 gramos * pollo
Tercera semana	480 gramos * pollo
Cuarta semana	616 gramos * pollo
Quinta semana	788 gramos * pollo
Sexta semana	992 gramos * pollo
Séptima semana	1200 gramos* pollo

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

3.5 Estudio administrativo

3.5.1 Misión

Somos una empresa reconocida en la crianza y comercialización de pollos siendo la mejor opción de compra, basados en estándares de calidad e higiene logrando satisfacer las necesidades y cumpliendo las expectativas de nuestros clientes a través de la innovación e implementación de conocimientos y tecnología.

3.5.2 *Visión*

Ser líder en el mercado por los altos niveles de calidad y satisfacción a los consumidores, basados en mejora continua con responsabilidad social y ambiental para ganarnos la confianza de nuestros clientes.

3.5.3 *Principios*

- **Trabajo en equipo:** Unir esfuerzos de manera organizada y dinámica para cumplir con las metas propuestas, creando un buen ambiente de trabajo.
- **Calidad de servicio:** Lograr eficiencia eficacia y productividad con grandes conocimientos de personas capacitadas para ofrecer productos de calidad.
- **Innovación:** Incrementar la productividad con la actualización de procesos apoyándose en la tecnología.
- **Cuidado del medio ambiente:** Preservar el entorno
- **Profesionalidad:** Contamos con profesionales de gran experiencia.
- **Desarrollo y bienestar:** Velamos por la seguridad de los trabajadores y de nuestros clientes.

3.5.4 *Valores*

- **Responsabilidad:** Cumplir oportunamente y contribuir al logro de la misión y visión propuesta.
- **Honestidad:** Obrar con transparencia y claridad todo acto que se realice.
- **Respeto:** Considerar y aceptar las opiniones de las demás personas dando valor a sus palabras.
- **Creatividad:** Indagar nuevos métodos, técnicas que favorezcan a la empresa y sociedad.
- **Solidaridad:** trabajar apoyándose entre sí creando un buen ambiente de trabajo.
- **Puntualidad:** Cumplir con lo acordado en el tiempo y espacio establecido.

3.5.5 *Políticas*

Aseguran que el pollo que se ofrece a los clientes cumpla con los estándares solicitados, ayuda a mejorar continuamente con información actualizada.

- **Cientes:** Satisfacer las necesidades cumpliendo con todas las expectativas de los clientes con estándares de calidad y fuentes nutricionales, brindando confianza para el consumo.

- **Personal:** Brindar todos los implementos de bioseguridad y prendas de protección para evitar enfermedades accidentes laborales.
- **Tecnología:** tenemos como visión ser líderes en el mercado por lo cual la tecnología es un factor muy importante para el desarrollo y optimizar recursos y tiempo.
- **Legislación:** Cumplir todas las normas y leyes que son aprobadas y están vigentes en el país.
- **Utilidad:** Generar ganancias con el pasar del tiempo incrementar cada vez más e ir mejorando y creciendo la empresa.

3.5.6 Estrategias

- Implementar entregas del producto a ferias y lugares principales de distribución como las tiendas de barrio.
- Desarrollar mecanismos de pedidos mayoristas para tener una forma efectiva en corto tiempo para atender los niveles de satisfacción de nuestros clientes.
- Incentivar el consumo de carne de pollo por medio de promociones y ofertas.
- Mantener información actualizada en redes sociales con valores nutricionales y como valor agregado la entrega de volantes recetarios.
- Cuidar el medio ambiente.
- Minimizar los costos de producción sin afectar a la calidad del producto.

3.5.7 FODA

Tabla 28-3 FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • La carne de pollo es utilizada en una dieta alimenticia. • Producto de buena calidad. • Mejora continua en base a la tecnología. • Contar con personal capacitado para cada área. • Disponibilidad de materia prima y tecnología. • Local propio es decir se evita pagar arriendo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento y acogida en el mercado. • Genera empleo. • Ayuda al desarrollo de la matriz del cantón Guamote. • Mejoras en los procesos y el uso de técnicas para un adecuado manejo de los pollos desde la primera etapa. • Disponibilidad de pollos en todo momento.

	<ul style="list-style-type: none"> No tenemos competencia en la producción de pollos de engorde.
Debilidades <ul style="list-style-type: none"> Factor climático. Falta de valor agregado. Falta de contacto con las tiendas de barrio. 	Amenazas <ul style="list-style-type: none"> Preferencia de los clientes a marcas reconocidas. Impacto ambiental en el proceso de faenamiento. Enfermedades o plagas que causen daño a las aves por ende perdidas. Inestabilidad de precios en el mercado.

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

3.5.8 Organigrama estructural

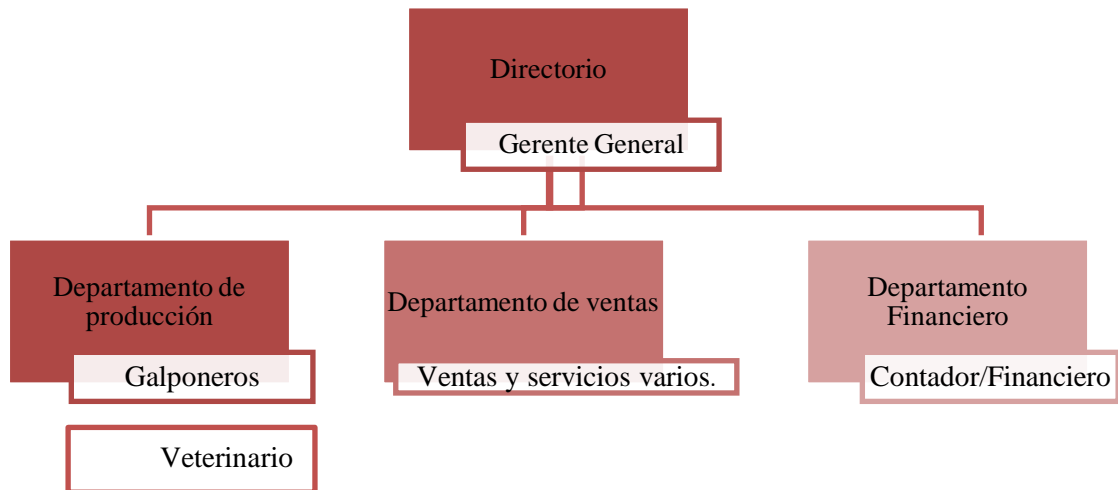



Gráfico 22-3 Organigrama estructural

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020


3.5.9 Manual de funciones

Tabla 29-3 funciones del director

	Avícola “GranPollo”	
	“Listo para degustar un gran pollo”	
I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
Cargo: Gerente	Área/ Departamento: Administrativa	
Cargo Jefe Inmediato: Gerente general	N.- de personas en el cargo: 1	
III. FUNCIONES		
Representante legal.		
Dirige y controla la empresa.		
Encargado de la toma de decisiones.		
Establece políticas para mejorar el desenvolvimiento de la empresa.		
Coordina las diferentes áreas de la empresa.		
Desarrollar estrategias para alcanzar las metas propuestas		
Incentivar al personal que cumpla sus funciones con optimismo.		
IV. PERFIL DEL CARGO		
Perona líder que se encargue de dirigir, controlar todos los movimientos de la empresa y del personal que labora.		
V. REQUISITOS		
EDUCACIÓN	Tercer nivel	
EXPERIENCIA	2 años	
ACTITUDES	Honestidad, responsabilidad, compromiso, tolerancia, respeto, líder.	
VI. CONDICIONES DE TRABAJO		
AMBIENTE	Oficina	
RIESGO	Mínimo	


Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Tabla 30-3 Funciones del Galponero

		Avícola “GranPollo”	
		“Listo para degustar un gran pollo”	
I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
Cargo:		Área/ Departamento:	
Galponero		Producción	
Cargo Jefe Inmediato:		N.- de personas en el cargo:	
Gerente general		2	
III. FUNCIONES			
Cría de pollitos			
Alimentación de los pollos			
Vacunación de los pollos			
Control de peso y evolución de los pollos			
Limpieza y desinfección de galpones, comederos y bebederos.			
Registro de las actividades que realiza en cada galpón.			
Encargado del faenamiento.			
IV. PERFIL DEL CARGO			
Persona encargada en el cuidado de los pollos desde la primera etapa.			
V. REQUISITOS			
EDUCACIÓN	Tercer Nivel		
EXPERIENCIA	3 años		
ACTITUDES	Responsabilidad, compromiso, puntualidad, profesionalismo, eficiente.		
VI. CONDICIONES DE TRABAJO			
AMBIENTE	Galpones/Planta de faenamiento		
RIESGO	Alto		


Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Tabla 31-3 Funciones del veterinario

Avícola “GranPollo”	
	
“Listo para degustar un gran pollo”	
I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Cargo: Veterinario	Área/ Departamento: Producción
Cargo Jefe Inmediato: Gerente general	N.- de personas en el cargo: 1
III. FUNCIONES	
Controlar la sanidad para el cuidado de los pollos desde el día 1.	
Proporcionar de manera adecuada antibióticos y vacunas a los pollos.	
Crear un plan quincenal para cuidado de alimentación, hidratación y salud de los pollos.	
Mantener los galpones libres de enfermedades, plagas y virus que afecten al desarrollo de los pollos.	
Registrar la evolución de los pollos y la mortalidad.	
Proporcionar información adecuada del cuidado y manipulación correcta de los pollos a los galponeros.	
IV. PERFIL DEL CARGO	
Persona con grandes conocimientos para controlar y cuidar a los pollos en todos los ámbitos salud, alimentación e hidratación.	
V. REQUISITOS	
EDUCACIÓN	Tercer nivel
EXPERIENCIA	2 años
ACTITUDES	Responsabilidad, compromiso, honestidad, puntualidad.
VI. CONDICIONES DE TRABAJO	
AMBIENTE	Galpones
RIESGO	Mínimo


Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Tabla 32-3 Funciones del vendedor

Avícola “GranPollo”	
	
“Listo para degustar un gran pollo”	
I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Cargo:	Área/ Departamento:
Vendedor y servicios varios	Servicios/Ventas
Cargo Jefe Inmediato:	N.- de personas en el cargo:
Gerente general	1
III. FUNCIONES	
Verificar el estado del producto entregado	
Limpieza y mantenimiento del local de venta	
Atención al cliente.	
Captación de pedidos al por mayor.	
Llevar un control de las ventas.	
IV. PERFIL DEL CARGO	
Persona apta para brindar la debida atención a los clientes, con desenvolvimiento de palabras, atento.	
V. REQUISITOS	
EDUCACIÓN	Bachillerato
EXPERIENCIA	1 año
ACTITUDES	Honestidad, responsabilidad, compromiso, tolerancia, respeto.
VI. CONDICIONES DE TRABAJO	
AMBIENTE	Oficina
RIESGO	Medio

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Tabla 33-3 Funciones del Contador/Financiero

Avícola “GranPollo”	
	
“Listo para degustar un gran pollo”	
I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Cargo: Financiero/Contador	Área/ Departamento: Administrativa/Financiero
Cargo Jefe Inmediato: Gerente general	N.- de personas en el cargo: 1
III. FUNCIONES	
Administra recursos.	
Lleva información contable y financiera.	
Elabora reportes financieros de ventas y de producción.	
Contratación de personal.	
Compra de materia prima.	
IV. PERFIL DEL CARGO	
Lleva la contabilidad y encargada de reportar al gerente el estado actual de la empresa	
V. REQUISITOS	
EDUCACIÓN	Tercer nivel
EXPERIENCIA	2 años
ACTITUDES	Honestidad, responsabilidad, compromiso.
VI. CONDICIONES DE TRABAJO	
AMBIENTE	Oficina
RIESGO	Mínimo

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

3.6 Estudio legal

- Seleccionar el nombre de la empresa.
- Reservar con un plazo de 30 días en la Superintendencia de Compañías y valores.
- Abrir una cuenta de integración de capital con un monto mínimo de 200 USD en cualquier entidad financiera.
- Realizar en la notaria mediante un abogado la escritura de constitución de la compañía, detallando información clara y precisa.
- Si aprobase la constitución de la compañía se procede a ingresar en la Superintendencia de Compañías para ser revisada por el departamento jurídico, si no existe problemas se envía una carta con información del representante legal de la empresa al Registro mercantil, quedando la empresa legalmente constituida.
- Se acude a la Superintendencia de compañías para realizar la inscripción en el libro de registros.
- En el SRI se obtiene el registro único de contribuyentes (RUC) que es el código para identificar la actividad económica, para esto se debe presentar las escrituras de constitución, nombramiento, copias de documentos personales del representante legal realizar el formulario 01A Y 02B.

3.6.1 Entes reguladores

- **Ministerio del Ambiente.** - entidad encargada en velar por las áreas naturales, conservación y aprovechamiento de recursos existentes en el territorio,
- **Servicios de Rentas Internas (SRI).** - entidad encargada en cumplir obligaciones tributarias.
- **Superintendencia de compañías.** - entidad encargada en verificar el buen funcionamiento de la empresa constituida legalmente basada en leyes, normativas y reglamentos.

3.6.2 Reglamento de AGROCALIDAD y MAGAP

El Art. 12 del Reglamento General a la Ley de Sanidad Animal, “deberá mantener, la ficha sanitaria de todos los predios a fin de organizar las campañas sanitarias de prevención, control y erradicación de enfermedades y extender la certificación de que está bajo control oficial”.

El Art. 14.- el permiso de funcionamiento sanitario será habilitado una vez que AGROCALIDAD verifique el cumplimiento de las disposiciones establecidas en esta resolución. (Agrocalidad A. e., 2020)

3.7 Estudio impacto ambiental

Los procesos que se realizan dentro de una empresa avícola se deben basar en calidad responsable y normativa calificada por la Agrocalidad ya que los pollos expulsan residuos sólidos, líquidos y gaseosos, causando problemas de polución por el uso de sustancias contaminantes y la gran cantidad de estiércol, orina causando un mal olor.

Es recomendado realizar procesos técnicos de producción, reciclaje y un adecuado tratamiento de los desperdicios para tener un bajo impacto ambiental

Con la finalidad de ayudar al ecosistema cumplimos con las 4 R reduce, reutiliza, recicla y recupera, la comercialización de nuestro producto se entregará en empaque hermético.

3.7.1 Medidas sanitarias a los pollos de engorde

Para evitar la proliferación de enfermedades relacionadas a las aves de corral se debe restringir el paso a personas que no estén en dicha actividad para eso se recomienda implantar un vallado perimetral, llevar una debida desinfección del personal que ingrese a los galpones con el uso de ropa adecuada, limpieza desinfección de camas, bebederos y comederos, un punto muy importante es llevar un control adecuado de vacunas. (Rosales, 2017)

3.8 Estudio financiero

El estudio financiero realiza un análisis de la capacidad que tiene una empresa para ser rentable, utilizando información verídica de fuentes confiables ayudando a estimar inversión inicial, costos, gastos y las ventas futuras para generar rentabilidad en un tiempo determinado.

3.8.1 Inversión y Financiamiento

Para conocer el total de la inversión para la implementación de la empresa avícola es importante calcular los rubros de activos fijos, diferidos y capital de trabajo.

3.8.1.1 Activos fijos

Son bienes tangibles e intangibles necesarios para la puesta en marcha de dicho proyecto, los activos fijos están conformados por el terreno, muebles y enseres, equipo de oficina, equipo de

cómputo, menaje de faenadora, maquinaria y equipo, galpones, estructura de faenamiento y vehículo dando un total de activos fijos de \$ 43378,75.

Tabla 34-3 Activos fijos

Detalle	unidades	valor unitario	Total
		en USD	
Terreno	1	\$17.000,00	\$17.000,00
Muebles y enseres	1	\$1.200,00	\$1.200,00
Equipo de oficina	1	\$70,00	\$70,00
Equipo de cómputo	1	\$1.010,00	\$1.010,00
Menaje de faenadora	1	\$505,00	\$505,00
Maquinaria y equipo	1	\$543,75	\$543,75
Galpones	3	\$850,00	\$2.550,00
Estructura de faenamiento	1	\$3.500,00	\$3.500,00
Vehículo	1	\$17.000,00	\$17.000,00
Total, de activos fijos			\$43.378,75

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Muebles y enseres

Es todo el mobiliario que facilita la manipulación de documentos y actividades de la empresa.

Tabla 35-3 Muebles y enseres

Detalle	Cantidad	Precio. Uni	Total
Silla de oficina	1	20	20
Archivadores	1	40	40
Escritorio	1	90	90
Frigorífico	1	1050	1050
Total			1200

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Equipo de oficina

Instrumento que ayuda a la comunicación tanto para la empresa como para el local.

Tabla 36-3 Equipo de oficina

Detalle	Cantidad	Precio. Uni	Total
---------	----------	-------------	-------

Teléfono	2	35	70
Total			70

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Equipo de computo

Importante para desarrollar actividades administrativas.

Tabla 37-3 Equipo de computo

Detalle	Cantidad	Precio. Uni	Total
Computadora	1	850	850
Impresora	1	160	160
Total			1010

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Menaje de faenadora

Son elementos necesarios para la producción.

Tabla 38-3 Menaje de faenadora

Detalle	Cantidad	Precio. Uni	Total
Ollas grandes	5	80	400
Tinas	6	15	90
Cuchillos	6	2,5	15
Total			505

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Maquinaria y equipo

Son bienes tangibles que permiten la ejecución productiva, el precio va de acuerdo a proformas planteadas.

Tabla 39-3 Maquinaria y equipo

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Báscula Jontex Electrónica Acero Inoxidable 40kg	4	\$ 35,00	\$ 140,00
Cortinas De Aire Top Tech 1,20 Mtrs	5	\$ 7,25	\$ 36,25
Comederos tubulares	30	\$ 7,00	\$ 210,00
Bebederos manuales	30	\$ 5,25	\$ 157,50

Total			\$ 543,75

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Vehículo

Es importante contar con un medio de transporte que ayude a la distribución del producto.

Tabla 40-3 Vehículo

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Vehículo	1	\$ 17000	\$ 17000

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

3.8.1.2 Activos diferidos

Son valores recuperables en el transcurso del tiempo que se convierten en gastos de organización que se amortizan, los activos diferidos están conformados por el estudio de factibilidad a un valor de \$1500 y permisos que se necesita de forma obligatoria para poder funcionar con un total de \$200,00 dando un total de \$1700 de activos diferidos.

Tabla 41-3 Activos diferidos

Detalle	Valor
	total
Estudio de factibilidad	\$ 1.500,00
Permisos y patentes	\$ 200,00
Total	\$ 1.700,00

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Permisos y patentes

Son permisos necesarios para poder realizar dicha actividad o giro del negocio

Tabla 42-3 Permisos y patentes

Detalle	Precio
Pago de bomberos	\$ 45,00
Certificado de vialidad y utilización del suelo	\$ 25,00
Permiso sanitario	\$ 65,00

Registro de la superintendencia de compañía	\$ 40,00
Marcas y patente	\$ 25,00
Total	\$ 200,00

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

3.8.1.3 Capital de trabajo

Son los recursos necesarios para poder operar e iniciar las actividades predeterminadas en la empresa, en este caso el capital de trabajo inicial es determinado por la materia prima directa y materia prima indirecta dando un total mensual de \$3248,64 y anual \$38983,69.

Tabla 43-3 Capital de trabajo

Detalle	Mensual	Anual
Materia prima directa	\$3239,26	\$ 38.871,19
Materia prima indirecta	\$9,38	\$ 112,50
Total	\$3248,64	\$38983,69

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Materia prima directa

Se ha considerado materia prima directa al número de pollos y el alimento para poder brindar un producto basado en estándares de calidad.

Tabla 44-3 Materia prima directa

Detalle	Cantidad	Costo unid. Dólares	Total
Pollitos bebés	52.443	\$ 0,63	\$ 33.039,19
Balanceado inicial	60,00	\$ 27,00	\$ 1.620,00
Balanceado de crecimiento	72,00	\$ 27,00	\$ 1.944,00
Balanceado de engorde	84,00	\$ 27,00	\$ 2.268,00
Total			\$ 38.871,19

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Materia prima indirecta

Son materiales para el proceso de producción, pero no lo realizan de forma directa.

Tabla 45-3 Materia prima indirecta

		Valor	Valor

Detalle	Cantidad	Unitario	Total
Viruta de madera	150,00	\$ 0,75	\$ 112,50
Total			\$ 112,50

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

3.8.1.4 Inversión inicial

Tabla 46-3 Inversión inicial

Detalle	Valor	Porcentaje
Activos fijos		
Terreno	\$ 17.000,00	35,18%
Muebles y enseres	\$ 1.200,00	2,48%
Equipo de oficina	\$ 70,00	0,14%
Equipo de cómputo	\$ 1.010,00	2,09%
Menaje de faenadora	\$ 505,00	1,04%
Maquinaria y equipo	\$ 543,75	1,13%
Gálpones	\$ 2.550,00	5,28%
Estructura de faenamamiento	\$ 3.500,00	7,24%
Vehículo	\$ 17.000,00	35,18%
TOTAL, ACTIVOS FIJOS	\$ 43.378,75	89,76%
Activos diferidos		
Estudio de factibilidad	\$ 1.500,00	3,10%
Permisos y patentes	\$ 200,00	0,41%
TOTAL, ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1.700,00	3,52%
Capital de trabajo		
Capital de operación	\$ 3.248,64	6,72%
TOTAL, INVERSIÓN	\$ 48.327,39	100,00%

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

La inversión inicial formado por la suma de activos fijos que representan el 89,76%, activos diferidos representan el 3,52% y el capital de trabajo inicial representa el 6,72% dando un total de inversión inicial de \$48,327,39 representando el 100%.

3.8.1.5 Financiamiento

Es la obtención de recursos para poder solventar todos los costos para poner en marcha dicho negocio.

Tabla 47-3 Financiamiento

Detalle	Total	Porcentaje
Crédito	\$ 35.000,00	72,42%
Capital Social	\$ 13.327,39	27,58%
Total, financiamiento	\$ 48.327,39	100,00%

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

El financiamiento está formado por el capital social con un monto de \$13.327,39 que representa el 27,58% y el resto que son los \$ 35000 representando el 72,42%. será financiado con un crédito en el Banco Pacifico a un plazo de 48 meses con una tasa de interés de 11,23%.

Depreciaciones de activos fijos

Hace referencia a los activos fijos que con el pasar del tiempo van perdiendo su valor.

Tabla 48-3 Depreciaciones de activos fijos

Activos fijos	Costo del activo	Valor a depreciar	Vida útil	% depreciación	Depreciación anual
Equipo de oficina	\$70,00	\$70,00	10	0,10	\$7,00
Equipo de cómputo	\$1.010,00	\$1.010,00	3	0,33	\$336,67
Menaje de faenadora	\$505,00	\$505,00	10	0,10	\$50,50
Maquinaria y equipo	\$543,75	\$543,75	10	0,10	\$54,38
Galpones	\$2.550,00	\$2.550,00	10	0,10	\$255,00
Estructura de faenamamiento	\$3.500,00	\$3.500,00	10	0,10	\$350,00
Vehículo	\$17.000,00	\$17.000,00	5	0,20	\$3.400,00
TOTAL	\$26.378,75	\$26.378,75			\$4.573,54

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Para la depreciación de los activos fijos es importante tener en cuenta los años de vida útil y el porcentaje de depreciación de cada bien, los muebles y enseres, equipo de oficina, menaje de faenadora, maquinaria y equipo, galpones y estructura de faenamamiento tienen una vida útil de 10 años y un porcentaje de 10%, equipo de cómputo tiene una vida útil de 3 años con un porcentaje

de 33,33% y el vehículo tiene una vida útil de 5 años con un porcentaje de depreciación de 20% dando un total de \$4573,54.

Amortización de activos diferidos

Tabla 49-3 Amortización de activos diferidos

Detalle	Valor	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Total
Estudio de factibilidad	\$1.500	\$300	\$300	\$300	\$300	\$300	\$1.500
Permisos y patentes	\$200	\$40	\$40	\$40	\$40	\$40	\$200
Total, amortizaciones		\$340	\$340	\$340	\$340	\$340	

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

La amortización de los activos fijos se calcula dividiendo el valor para 5 dando un total de \$300 dólares de estudio de factibilidad, permisos y patentes con un valor de 200 dólares da un total de amortización de \$40 dólares obteniendo como resultado un total de amortización de \$340 dólares anuales.

Reparación y mantenimiento

Son actividades que se realizan para mejorar o arreglar algún bien, maquinaria o equipo.

Tabla 50-3 Reparación y mantenimiento

Detalle	Valor Act.Fijo	Porcentaje aplicado	Total
Muebles y enseres	\$ 1.200,00	1,00%	\$ 12,00
Equipo de oficina	\$ 70,00	2,00%	\$ 1,40
Equipo de cómputo	\$ 1.010,00	2,00%	\$ 20,20
Menaje de faenadora	\$ 505,00	50,00%	\$ 252,50
Maquinaria y equipo	\$ 543,75	3,00%	\$ 16,31
Galpones	\$ 2.550,00	15,00%	\$ 382,50
Estructura de faenamiento	\$ 3.500,00	15,00%	\$ 525,00
Vehículo	\$ 17.000,00	4,00%	\$ 680,00
TOTAL			\$ 1.877,91

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Los porcentajes aplicados a la reparación y mantenimiento van de acuerdo, al riesgo que puedan sufrir en un tiempo impredecible.

Mano de obra directa

Es el personal que se relacionan directamente con el giro de negocio, para la mano de obra directa se toma en cuenta un profesional veterinario para garantizar una buena salud y garantizar el desarrollo de los pollos y 3 galponeros los encargados de la limpieza de los galpones, bebederos, comederos, proporción de alimentos y agua dependiendo de la etapa.

Tabla 51-3 Mano de obra directa

Detalle	Cantidad	Remuneración mensual	Total, remuneración mensual	Remuneración anual
Veterinario	1	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 9.000,00
Galponero	3	\$ 650,00	\$ 1.950,00	\$ 23.400,00
TOTAL	4	\$ 1.400,00	\$ 2.700,00	\$ 32.400,00

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

3.8.2 Costos

3.8.2.1 Costos fijos

Son costos que se producen mensualmente e independientes de los niveles de producción.

Tabla 52-3 Mano de obra directa

Detalle	Valores	Porcentaje
Mano de obra directa	32400,00	23,04%
Mano de obra indirecta	0,00	0,00%
Reparación y mantenimiento	1877,91	1,34%
Arriendos	3000,00	2,13%
Seguros	0,00	0,00%
Imprevistos	103,49	0,07%
Depreciación y Amortización	10013,54	7,12%
Gastos de Ventas	18305,00	13,02%
Gastos de Administración	30340,44	21,58%
Gastos Financieros	3666,07	2,61%
TOTAL, COSTOS FIJOS	99706,46	70,92%

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Los costos fijos están conformados por mano de obra directa e indirecta, arriendo, seguros, imprevistos, depreciaciones, amortizaciones, gastos de ventas, administrativos, financieros, reparación y mantenimiento dando un total de \$99706,46 representando el 70,92% de los costos con mayor relevancia en la mano de obra directa representada en 23,04% y gastos administrativos que representan el 21,58%.

3.8.2.2 Costos variables

Son costos que depende de los niveles de producción, cuanto más se produzca más costos variables representa.

Tabla 53-3 Costos variables

Detalle	Valores	Porcentaje
Materias primas consumidas	38871,18823	27,65%
Suministros	1909,15	1,36%
Materiales Indirectos	112,5	0,08%
TOTAL, COSTOS VARIABLES	40892,84	29,08%

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Los costos variables están conformados por la materia prima consumida, suministros y materiales indirectos dando un total de \$40892,84 representando el 29,08% de los costos con más relevancia en las materias primas consumidas que representa el 27,65% de los costos.

3.8.2.3 Costos indirectos de fabricación

Tabla 54-3 Costos indirectos de fabricación

Detalle	C.I.F.	% Imprevistos	Total
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 6.899,56	1,50%	\$ 103,49
Total			\$ 103,49

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

En este caso los costos indirectos de fabricación están constituido por la suma de materiales indirectos de fabricación con un valor de \$112,50 suministros con un valor de \$1909.15, arriendo \$3000 dólares anuales, reparación y manteamiento \$1877,91 con un total de \$6899,56 de costos indirectos de fabricación, para acontecimientos imprevistos se utiliza el 1,50% dando un total de \$103,49.

Suministros

Tabla 55-3 Suministros

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Materiales de limpieza	1,00	\$ 334,15	\$ 334,15
Material de trabajo	1,00	\$ 1.269,00	\$ 1.269,00
Vacunas	1,00	\$ 306,00	\$ 306,00
Total			\$ 1.909,15

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Arriendo de oficina

Tabla 56-3 Arriendo de oficina

Detalle	Arriendo Mensual	Arriendo Anual
Renta del local comercial	250,00	\$ 3.000,00
Total		\$ 3.000,00

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

3.8.3 Gastos

3.8.3.1 Gastos administrativos

Hace referencia a los servicios relacionada directamente con la producción.

Tabla 57-3 Gastos administrativos

Personal administrativo	Cantidad	Sueldo Mensual	Total, Mensual	Remuneración Anual
Contador - secretario	1,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 9.000,00
Gerente General	1,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 10.200,00
Subtotal	2,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 19.200,00
			Gastos mensuales	Total, Anual
Gastos oficina			\$ 3,58	\$ 42,90
Arriendo de oficina			\$ 250,00	\$ 3.000,00
Energía, agua, teléfono			\$ 152,00	\$ 1.824,00
Depreciación				
Muebles y enseres			\$ 10,00	\$ 120,00
Equipo de oficina			\$ 0,58	\$ 7,00
Equipo de cómputo			\$ 28,06	\$ 336,67
Menaje de faenadora			\$ 4,21	\$ 50,50

Maquinaria y equipo	\$ 4,53	\$ 54,38
Galpones	\$ 21,25	\$ 255,00
Estructura de faenamiento	\$ 29,17	\$ 350,00
Vehículo	\$ 283,33	\$ 3.400,00
Amortización activos diferidos	\$ 141,67	\$ 1.700,00
Total, gastos administrativos	\$ 2.528,37	\$ 30.340,44

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

En este caso están conformados por el personal administrativo el contador-secretario, gerente general dando un total de \$19200 anuales, también pertenecen los gastos de oficina, arriendo de oficina, servicios básicos con un total de \$4866,90 depreciaciones de activos fijos con un total de \$4573,54 y amortización de los activos diferidos con un valor de \$1700 dando un total de gastos administrativos de \$30340,44.

3.8.3.2 Gastos de oficina

Tabla 58-3 Gastos de oficina

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precio total
Resmas de papel A4	5	2,5	12,5
Grapadora	3	1,15	3,45
Perforadora	3	1,1	3,3
Carpetas	10	0,35	3,5
Caja de Clips	3	0,9	2,7
Caja de grapas	3	0,75	2,25
Caja de esferos 12 unidades	3	4	12
Correctores bic	4	0,8	3,2
Total			42,9

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Servicios básicos

Tabla 59-3 Servicios básicos

Detalle	Mensual	Anual
Luz	80	960
Agua	22	264
Teléfono	50	600

Total	152	1824
--------------	------------	-------------

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

3.8.3.3 Gastos de ventas

Se relacionan directamente con el desarrollo de las ventas.

Tabla 60-3 Gastos de ventas

Personal de ventas	Cantidad	Sueldo Mensual	Total, Mensual	Remuneración Anual
Vendedor y servicios varios	2,00	\$ 650,00	\$ 1.300,00	\$ 15.600,00
Subtotal	2,00	\$ 650,00	\$ 1.300,00	\$ 15.600,00
Propaganda y publicidad				\$ 2.705,00
Total, gasto de ventas				\$ 18.305,00

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Con respecto a los gastos de ventas se constituyen con la suma del personal de ventas conformado por el vendedor y servicios varios con un valor anual de \$15600, propaganda y publicidad con un valor de \$2705,00 dando un total de \$18305,00 de gasto de ventas.

Propaganda y publicidad

Son técnicas que se utilizan para dar a conocer toda información con respecto a la venta del producto hacia el público.

Tabla 61-3 Propaganda y publicidad

Detalle	Mensual	Valor anual
Redes Sociales	40	40
Volantes	80	80
Radio (4 cuñas publicitarias al día)	200	2400
Letrero luminoso	185	185
Total		2705

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Se utilizará Facebook e Instagram para dar a conocer nuestro producto, promociones y horarios de atención con un valor anual de \$40,00 los volantes serán repartidos los días, jueves que hay

feria en la matriz del cantón Guamote y llegan personas de los alrededores para realizar compras, también se utilizara cuñas publicitarias ya que la radio es el medio de comunicación más utilizado por las personas y el letrero con el nombre del local.

3.8.4 Ventas

Servicio descripción

El servicio que ofrece la empresa avícola “Gran Pollo” es el pollo de pie, pelado y en presas en la matriz del cantón Guamote en un local ubicado en la calle 5 de junio y Mariano Curicama frente al registro civil y se entregara en tiendas de barrio para el expendio de dicho producto.

Tabla 62-3 Ventas

Detalle	Cantidad anual	PVP
Venta consumidor final	18000	\$1,10
Venta a tiendas de barrio	212750	\$0,85

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Empresa avícola “Gran Pollo”

3.8.5 Ingresos Totales

Tabla 63-3 Ingresos totales

Volumen estimado de ventas	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Crecimiento estimado del volumen de ventas	0%	1,50%	3%	4,50%	6%
En unidades de producto					
Venta consumidor final	18.000,00	18.270	18.818,10	19.664,91	20.844,81
Venta a tiendas de barrio	212.749,89	215.941,13	222.419,37	232.428,24	246.373,93
Total	230.749,89	234.211,13	241.237,47	252.093,15	267.218,74
Precio estimado en dólares					
Crecimiento estimado en el precio de ventas	0%	1,32%	2,64%	3,96%	5,28%
Venta consumidor final	\$1,10	\$1,11	\$1,14	\$1,19	\$1,25
Venta a tiendas de barrio	\$0,85	\$0,86	\$0,88	\$0,92	\$0,97
INGRESOS TOTALES	\$200.637,40	\$206.335,10	\$218.135,82	\$236.978,83	\$264.460,79

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Análisis de ingresos totales

El crecimiento estimado del volumen de ventas es de 1,50% a partir del segundo año debido a que se deben cubrir los costos y gastos generados por la empresa, con el pasar del tiempo la tecnología va progresando por ende debemos mejorar los métodos de producción con el fin de brindar un producto de calidad, formando un mercado de producción mucho más competitivo. Según la Corporación Nacional de Avicultores (Conave) el consumo anual de pollo por persona es de 30,40 kg actualmente incrementando un 25% es decir 7,78 kg en los últimos 10 años. (Universo, 2020)

El crecimiento estimado en el precio de ventas a partir del año 2 es de 1,32% debido a que hemos realizado una investigación de mercado y competencia para verificar el precio de comercialización por libra a las tiendas de barrio y a los consumidores finales.

3.8.6 Costo unitario de producción

Para determinar los costos de fabricación primero se precisa los costos de producción por unidades con un margen de utilidad o a un precio conveniente tanto para el consumidor como al vendedor.

Tabla 64-3 Costo unitario de producción

	Venta consumidor final	Venta a tiendas de barrio
Porcentaje de incidencia en cada producto		
Materias primas consumidas	\$2,16	\$0,00
Mano de obra directa	\$0,14	\$0,14
Costos Indirectos de Fabricación	\$0,03	\$0,03
Unidades producidas	18.000,00	212.749,89
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN 1	\$2,33	\$0,17
Gasto de Ventas	\$0,08	\$0,08
Gasto de Administración	\$0,13	\$0,13
Gastos Financieros	\$0,02	\$0,02
Otros Gastos	\$0,00	\$0,00
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN	\$2,56	\$0,40
PRECIO DE VENTA	\$1,10	\$0,85
UTILIDAD UNITARIA Bruta	-\$1,46	\$0,45
MARGEN DE UTILIDAD	-132,45%	53,24%

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Análisis de costo unitario de producción

Al calcular el costo unitario de producción podemos observar que en la venta al consumidor final se obtiene un margen de utilidad de -132,45% es decir que la empresa está perdiendo en sus ventas

ahí se debería incrementar el precio o incrementar el volumen de ventas y en la venta a las tiendas de barrio se obtiene un margen de utilidad del 53,24% es decir que existe una ganancia.

Empresa Avícola “Gran Pollo”

3.8.7 Estado de pérdidas y ganancias

Tabla 65-3 Estado de pérdidas y ganancias

PERÍODOS	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	MONTO	%	MONTO	%	MONTO	%	MONTO	%	MONTO	%
Ventas netas	\$ 200.637,40	100,00%	\$ 206.335,10	100,00%	\$ 218.135,82	100,00%	\$ 236.978,83	100,00%	\$ 264.460,79	100,00%
Costo de ventas	\$ 78.170,75	38,96%	\$ 80.390,64	38,96%	\$ 84.988,35	38,96%	\$ 92.329,81	38,96%	\$ 103.037,11	38,96%
Utilidad bruta en ventas	\$ 122.466,65	61,04%	\$ 125.944,46	61,04%	\$ 133.147,48	61,04%	\$ 144.649,02	61,04%	\$ 161.423,68	61,04%
Gasto de ventas	\$ 18.305,00	9,12%	\$ 18.824,83	9,12%	\$ 19.901,45	9,12%	\$ 21.620,58	9,12%	\$ 24.127,88	9,12%
Gastos administrativos	\$ 30.340,44	15,12%	\$ 31.857,46	15,44%	\$ 33.450,34	15,33%	\$ 35.122,85	14,82%	\$ 36.879,00	13,94%
Utilidad (pérdida) operacional	\$ 73.821,21	36,79%	\$ 75.262,17	36,48%	\$ 79.795,68	36,58%	\$ 87.905,59	37,09%	\$ 100.416,80	37,97%
Gastos financieros	\$ 3.666,07	1,83%	\$ 2.630,94	1,28%	\$ 1.595,82	0,73%	\$ 560,69	0,24%	\$ 0,00	0,00%
Otros ingresos	\$ 0,00	0,00%	\$ 0,00	0,00%	\$ 0,00	0,00%	\$ 0,00	0,00%	\$ 0,00	0,00%

Otros egresos	\$ 103,49	0,05%	\$ 106,43	0,05%	\$ 112,52	0,05%	\$ 122,24	0,05%	\$ 136,42	0,05%
Utilidad (pérdida) antes de participación	\$ 70.051,65	34,91%	\$ 72.524,80	35,15%	\$ 78.087,35	35,80%	\$ 87.222,65	36,81%	\$ 100.280,39	37,92%
15% participación laboral	\$ 10.507,75	5,24%	\$ 10.878,72	5,27%	\$ 11.713,10	5,37%	\$ 13.083,40	5,52%	\$ 15.042,06	5,69%
Utilidad (pérdida) antes de impuestos	\$ 59.543,90	29,68%	\$ 61.646,08	29,88%	\$ 66.374,24	30,43%	\$ 74.139,26	31,29%	\$ 85.238,33	32,23%
Impuesto a la renta	\$ 13.099,66	6,53%	\$ 13.562,14	6,57%	\$ 14.602,33	6,69%	\$ 16.310,64	6,88%	\$ 18.752,43	7,09%
Utilidad (pérdida) neta	\$ 46.444,24	23,15%	\$ 48.083,94	23,30%	\$ 51.771,91	23,73%	\$ 57.828,62	24,40%	\$ 66.485,90	25,14%
Reserva legal	\$ 4.644,42	2,31%	\$ 4.808,39	2,33%	\$ 5.177,19	2,37%	\$ 5.782,86	2,44%	\$ 6.648,59	2,51%

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Empresa avícola “Gran Pollo”

3.8.8 Flujo de caja proyectado

Tabla 66-3 Flujo de caja proyectado

INGRESOS OPERACIONALES	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Recuperación por ventas	\$ 0,00	\$ 200.637,40	\$ 206.335,10	\$ 218.135,82	\$ 236.978,83	\$ 264.460,79
EGRESOS OPERACIONALES						
Pago a proveedores	\$ 0,00	\$ 38.871,19	\$ 39.975,05	\$ 42.261,31	\$ 45.911,92	\$ 51.236,24
Mano de Obra Directa	\$ 0,00	\$ 32.400,00	\$ 32.400,00	\$ 34.020,00	\$ 34.020,00	\$ 35.721,00
Mano de Obra Indirecta	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Gasto de Ventas	\$ 0,00	\$ 18.305,00	\$ 18.824,83	\$ 19.901,45	\$ 21.620,58	\$ 24.127,88
Gastos de Administración	\$ 0,00	\$ 30.340,44	\$ 31.857,46	\$ 33.450,34	\$ 35.122,85	\$ 36.879,00
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 0,00	\$ 7.003,06	\$ 7.201,93	\$ 7.613,82	\$ 8.271,52	\$ 9.230,75
Total, egresos operacionales	\$ 0,00	\$ 126.919,69	\$ 130.259,27	\$ 137.246,92	\$ 144.946,88	\$ 157.194,86
FLUJO OPERACIONAL	\$ 0,00	\$ 73.717,72	\$ 76.075,83	\$ 80.888,90	\$ 92.031,95	\$ 107.265,93
Ingresos no operacionales						
Créditos a contratarse a largo plazo	\$ 35.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Aportes de capital	\$ 10.078,75	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Total, ingresos no operacionales	\$ 45.078,75	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Egresos no operacionales						
Pago de intereses	\$ 0,00	\$ 3.666,07	\$ 2.630,94	\$ 1.595,82	\$ 560,69	\$ 0,00

Pago de créditos	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Pago participación utilidades	\$ 0,00	\$ 10.507,75	\$ 10.878,72	\$ 11.713,10	\$ 13.083,40	\$ 15.042,06
Pago de Impuestos	\$ 0,00	\$ 13.099,66	\$ 13.562,14	\$ 14.602,33	\$ 16.310,64	\$ 18.752,43
Terreno	\$ 17.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Muebles y enseres	\$ 1.200,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Equipo de oficina	\$ 70,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Equipo de cómputo	\$ 1.010,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Menaje de faenadora	\$ 505,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Maquinaria y equipo	\$ 543,75	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Galpones	\$ 2.550,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Estructura de faenamamiento	\$ 3.500,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Vehículo	\$ 17.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Cargos Diferidos	\$ 1.700,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL, EGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 45.078,75	\$ 27.273,47	\$ 27.071,80	\$ 27.911,25	\$ 29.954,73	\$ 33.794,49
FLUJO NO OPERACIONAL	\$ 0,00	-\$ 27.273,47	-\$ 27.071,80	-\$ 27.911,25	-\$ 29.954,73	-\$ 33.794,49
FLUJO NETO GENERADO	\$ 0,00	\$ 46.444,24	\$ 49.004,04	\$ 52.977,65	\$ 62.077,23	\$ 73.471,44
SALDO INICIAL DE CAJA	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 46.444,24	\$ 95.448,28	\$ 148.425,93	\$ 210.503,15

SALDO FINAL DE CAJA	\$ 0,00	\$ 46.444,24	\$ 95.448,28	\$ 148.425,93	\$ 210.503,15	\$ 283.974,59
----------------------------	---------	--------------	--------------	---------------	---------------	---------------

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Es la diferencia entre los ingresos y egresos que se relacionan directamente con la capacidad que tiene la empresa para pagar las deudas o comprar cualquier tipo de activos y también ayuda a la toma de decisiones.

3.8.9 Tasa mínima aceptable de retorno (Rendimiento)

Es la rentabilidad mínima teniendo en cuenta los riesgos y el costo de oportunidad que se presenta al momento de realizar una inversión.

Tabla 67-3 Tasa mínima aceptable de retorno (Rendimiento)

AÑO 1			
	% de Aporte	TMAR	Ponderación
Aporte institucional + promotores	27,58%	13%	3,59%
Crédito	72,42%	0%	0,00%
TMAR Global			3,59%

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Para calcular la TMAR se toma en cuenta el porcentaje del aporte institucional o capital social con un porcentaje de 27,58% y el crédito dada por una entidad financiera con un porcentaje de 72,42% con una tasa de inflación esperada dada por el porcentaje de interés del banco de 11,83% y una prima de riesgo de 1,17% con un total del 13%, obteniendo 3,59% de tasa mínima aceptable de retorno.

3.8.10 Valor actual neto (VAN)

Evalúa los beneficios después de recuperar la inversión del proyecto, con una vida útil de cinco años.

Tabla 68-3 Valor actual neto

Años	Flujo Operacional	VAN
	TMAR	3,59%
Inversión Inicial	-\$ 48.327,39	-\$ 48.327,39
AÑO 1	\$ 46.444,24	\$ 44.836,82
AÑO 2	\$ 49.004,04	\$ 45.670,70
AÑO 3	\$ 52.977,65	\$ 47.665,20
AÑO 4	\$ 62.077,23	\$ 53.919,27
AÑO 5	\$ 73.471,44	\$ 61.607,44

TOTAL	\$ 235.647,20	\$ 205.372,05
--------------	----------------------	----------------------

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Al calcular el valor actual neto se determinó que es un resultado aceptable siendo factible el proyecto.

3.8.11 Tasa interna de retorno (TIR)

Es la tasa de rentabilidad que ofrece dicha inversión también se le toma como una ayuda a la toma de decisión para la aceptación o rechazo del proyecto.

Tabla 69-3 Tasa interna de retorno

Años	Flujos Operativos	
	descontados	
Inversión Inicial	-\$ 48.327,39	
AÑO 1	\$ 46.444,24	
AÑO 2	\$ 49.004,04	
AÑO 3	\$ 52.977,65	
AÑO 4	\$ 62.077,23	
AÑO 5	\$ 73.471,44	
TIR		30,39%

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Al calcular la tasa interna de retorno se determinó que si es conveniente invertir puesto a que genera un rendimiento de 30,39%.

3.8.12 Razón beneficio/costo

Mide el rendimiento que se obtiene por invertir cierta cantidad monetaria, basado en lo siguiente.

- Si la relación de ingreso y egreso es =1 el proyecto es indiferente
- Si la relación es mayor a 1 el proyecto es rentable
- Si la inversión es menor que 1 el proyecto no es rentable

Tabla 70-3 Razón beneficio/costo

Ciclos	Ingresos	VAN	Costos	VAN
		ingresos	Gastos	Egresos
		-\$ 48.327,39		-\$ 48.327,39

AÑO 1	\$ 200.637,40	\$ 193.693,40	\$ 154.193,16	\$ 148.856,58
AÑO 2	\$ 206.335,10	\$ 192.299,86	\$ 158.251,16	\$ 147.486,67
AÑO 3	\$ 218.135,82	\$ 196.261,79	\$ 166.363,91	\$ 149.681,42
AÑO 4	\$ 236.978,83	\$ 205.835,96	\$ 179.150,21	\$ 155.606,96
AÑO 5	\$ 264.460,79	\$ 221.756,27	\$ 197.974,89	\$ 166.006,36
AÑO 6	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
	VAN Ingresos	\$ 961.519,89	VAN Egresos	\$ 719.310,59

R B/C =	VAN ingresos	=	1,34
	VAN egresos		

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

Por medio del cálculo razón beneficio costo nos permite conocer cuánto es la ganancia de dicha inversión, se pudo determinar un beneficio costo de 1,34 que según los parámetros establecidos si es mayor a 1 el proyecto es rentable, es decir que por cada dólar invertido se va a obtener una ganancia de 0,34 centavos.

3.8.13 Periodo real de recuperación de la inversión

Mide el tiempo que recupera la inversión en años, meses y días.

Tabla 71-3 Periodo real de recuperación de la inversión

Años	Flujos Operativos descontados	Sumatoria flujo neto	Diferencia entre flujos de inversión	Parcial del año sobrante	PRRI en años
Inversión Inicial	-\$ 48.327,39				
AÑO 1	\$ 46.444,24	\$ 46.444,24	-\$ 1.883,15		
AÑO 2	\$ 49.004,04	\$ 95.448,28	\$ 47.120,89	0,962	1,962
AÑO 3	\$ 52.977,65	\$ 148.425,93	\$ 100.098,54	1,889	3,889
AÑO 4	\$ 62.077,23	\$ 210.503,15	\$ 162.175,76	2,612	5,612
AÑO 5	\$ 73.471,44	\$ 283.974,59	\$ 235.647,20	3,207	7,207
AÑO 6	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00		
Total	\$ 235.647,20				

Elaborado por: Logroño, Jhomayra, 2020

1,962 = 1 año

0,962*12= 11, 54= 11 meses

0,54*30= 16 días

Análisis

Al calcular el periodo real de recuperación de la inversión se determina que se va a recuperar la inversión en un tiempo de 1 año 11 meses y 16 días.

3.8.14 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio se relaciona con la capacidad instalada y las ventas, se aplica la formula en función a las variables de los costos fijos y variables.

3.8.14.1 En función a la capacidad instalada

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100$$

$$PE = \frac{99706,46}{230749,89 - 40892,83823 - CV} * 100$$

$$PE = \frac{99706,46}{189857,0518} * 100$$

$$PE = 52,51\%$$

3.8.14.2 En función de las ventas

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} * 100$$

$$PE = \frac{99706,46}{1 - \frac{40892,83823}{230749,89}} * 100$$

$$PE = \frac{99706,46}{1 - 0,177217151} * 100$$

$$PE = \frac{99706,46}{0,822782848} * 100$$

$$PE = 12.118.198,65$$

Análisis

En función a las ventas debe obtener \$12.118.198,65 para no tener perdida esto ayuda a cubrir los costos.

En función a la capacidad instalada indica que la empresa avícola debe trabajar el 52,51% de su producción para no perder.

CONCLUSIONES

- Para este proyecto se determinó una inversión inicial de \$48.327,39 este monto será financiado con capital propio y capital ajeno, obteniendo un crédito Pyme en el Banco del Pacífico a una tasa de interés del 11,23% a 48 meses y cuotas mensuales de \$729,17.
- Mediante el estudio de mercado se concluye que en la matriz del cantón Guamote existe una demanda insatisfecha de 52443 libras de carne de pollo, al realizar entrevistas a las tiendas de barrio se pudo determinar que en su totalidad están de acuerdo con la implementación de una empresa avícola, debido a los frecuentes problemas en la calidad y en el tiempo de entrega del producto, en virtud a estos factores presentados da paso abrir una empresa avícola, comprobando la viabilidad y rentabilidad.
- Una vez realizada la evaluación económica se determinó un valor actual neto VAN de \$ 205.372,05 y una tasa interna de retorno de 30,39% generando resultados positivos ya que es un negocio rentable en la que se recupera la inversión inicial en un lapso de 1 año, 11 meses y 16 días.
- La propuesta del proyecto ayudara al desarrollo económico, sustentable y eficiente de las familias reactivando la productividad y abriendo fuentes de trabajo.

RECOMENDACIONES

- Al momento de realizar el préstamo se recomienda analizar las tasas de interés que ofrecen las entidades financieras con el fin de elegir la que conviene al inversionista.
- Para obtener resultados rentables a un corto tiempo se recomienda un manejo apropiado de los pollitos bebés hasta su última semana, contando con personal capacitado que cumpla las expectativas propuestas.
- Aprovechar la estabilidad económica, con la implementación de una empresa avícola cubriendo la demanda insatisfecha de la población de la matriz del cantón Guamote generando empleo y satisfaciendo la necesidad ofreciendo un producto basado en estándares de calidad.
- Es recomendable realizar un estudio de mercado de forma periódica con el fin de formar un mercado competente. Asegurando la producción y comercialización del producto.
- Se recomienda cumplir con los controles de calidad que ayude a satisfacer a la clientela, cumplir con las estrategias de publicidad para lograr los objetivos propuestos en un inicio.
- Realizar un plan de mejora ambiental para mitigar la contaminación.

BIBLIOGRAFÍA

- Agrocalidad. (Mayo de 2020). *Listado de matadero bajo inspeccion oficial* . Obtenido de <http://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2020/05/listado-de-mataderos-mabio-a-abril-2018.pdf>
- Agrocalidad, A. e. (2020). *Resolución de AGROCALIDAD 125*. Obtenido de Registro Oficial 818 de 15-ago.-2016: <https://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2020/05/eti10.pdf>
- Ardila, L. (2018). *Enfermedades de Aves*. Obtenido de https://www.adiveter.com/ftp_public/articulo1809.pdf
- Avinew. (18 de Agosto de 2017). *Caracterización de la mortalidad* . Obtenido de <https://avicultura.info/caracterizacion-de-la-mortalidad/>
- Calva, J. L. (2007). *Agenda para el desarrollo* (Vol. 2). México : Dirección general de publicaciones y Fomento. Obtenido de http://biblioteca.diputados.gob.mx/janium/bv/ce/scpd/LX/desa_eco_estra.pdf
- Cegarra, J. (2012). *Los métodos de investigación* . Madrid : Díaz de Santos .
- Chimborazo, P. d. (2020). *Prefectura de Chimborazo*. Obtenido de <https://chimborazo.gob.ec/la-provincia/>
- CONAVE. (2020). *CORPORACIÓN NACIONAL DE AVICULTORES DEL ECUADOR*. Obtenido de <https://www.conave.org/#inicio>
- DerechoEcuador. (2020). Obtenido de <https://www.derechoecuador.com/>
- Ecuador, A. (s.f.). *Sector Avícola Ecuador*.
- FAO. (2019). *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura*. Obtenido de <http://www.fao.org/poultry-production-products/production/es/>

- Friedmann, A. (Junio de 2010). *USAID*. Obtenido de https://www.usaid.gov/sites/default/files/documents/1862/produccion_avicola.pdf
- Gil, J. (2016). *Técnicas e instrumentos para la recogida de información*. Madrid. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=ANrkDAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=tecnicas+e+instrumentos&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjGmt_S-bjwAhXXiuAKHfbPCqEQ6AEwAXoECAAQAg#v=onepage&q=tecnicas%20e%20instrumentos&f=false
- Guamote, G. (2016). *Plan estratégico Institucional 2016-2019*. Obtenido de <https://www.gadguamote.gob.ec/index.php/gadmc-g/plan-de-desarrollo/2188-peigadmcg-2016/file>
- Guamote, G. (17 de junio de 2019). *Gobierno Autónomo descentralizado Guamote*. Obtenido de <https://www.gadguamote.gob.ec/index.php/guamote/informacion-general>
- HablemosdeAves. (2019). *Hablemosdeaves*. Obtenido de <https://hablemosdeaves.com/gallinas/>
- Hernández, G. S. (2009). *Caracterización e importancia de las MIPYMES en Latinoamérica*. Merida, Venezuela.
- INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantoniales/Chimborazo/Fasciculo_Guamote.pdf
- Irisarri, M. (2017). *Modelo de Crianza*. Obtenido de <http://www.heifer-ecuador.org/wp-content/uploads/2018/03/4.-Gui%CC%81a-manejo-aves-de-corral.pdf>
- LaSemilladeOro. (8 de Septiembre de 2019). *Mercado Avícola*. Obtenido de <http://semilladeorosac.com/18-simples-pasos-para-criar-pollos-de-engorde-en-casa/>
- López, C. (20 de Octubre de 2015). *Historia de la avicultura en el mundo*. Obtenido de <https://prezi.com/gx1kxptbl6pz/historia-de-la-avicultura-en-el-mundo/>

- MAGAP. (2006). *Ecuador población avícola*. Obtenido de http://www.sica.gov.ec/cadenas/maiz/docs/produccion_avicolamod.htm
- Molfese, I. (10 de Septiembre de 2020). *LAS PLUMASALA*. Obtenido de AVICULTURA Y VENTAJAS DE LA PRODUCCIÓN AVÍCOLA: <https://las-plumas-ala.com/2020/09/10/avicultura-y-ventajas-de-la-produccion-avicola/>
- Monteros, E. (2015). *Microempresas*. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/1555/3/02%20ICA%20190%20CAPITULO%20II%20MARCO%20TE%20C%203%20RICO.pdf>
- MTOP, M. d. (2017). *Rehabilitación de la vía Guamote*. Obtenido de https://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/01/LOTAIP_1_175200000.0000.18605305-GUAMOTE-SOCAVON.pdf
- Orozco, J. d. (2010). *Evaluación Financiera de proyectos*. ECOE. Obtenido de <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2017/04/Evaluacion%20Financiera-de-proyectos-4ta-Edicion.pdf>
- Pérez, J. (2017). *Definición de avicultura*. Obtenido de <https://definicion.de/avicultura/>
- Pimentel, E. (2008). *Formulación y Evaluación de Proyectos de inversión*. Obtenido de https://www.academia.edu/8695256/Libro_Proyecto
- Roldan, L. (2019). *Calameo*. Obtenido de <https://es.calameo.com/books/001739580e3326d4737a1>
- Rosales, S. (10 de Octubre de 2017). *Reglamento para la aplicación de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado*. Obtenido de <https://www.scpm.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2019/03/ESTUDIO-AVCOLA-VERSION-PUBLICA.pdf#%5B%7B%22num%22%3A42%2C%22gen%22%3A0%7D%2C%7B%22name%22%3A%22XYZ%22%7D%2C68%2C346%2C0%5D>
- Tobar, M. (2008). *CONAVE*. Obtenido de <http://www.conave.org/noticias/cifras.html>

Universo. (22 de Noviembre de 2020). *Consumo de pollo crece en Ecuador, pero producirlo cuesta más que en países vecinos*. Obtenido de

<https://www.eluniverso.com/noticias/2020/11/20/nota/8055742/consumo-pollo-crece-ecuador-2020/>

Urbina, G. B. (2010). *Evaluación de proyectos* (Sexta ed.). Mexico : Mc Graw Hill.

Obtenido de

https://www.academia.edu/13450952/Evaluacion_de_Proyectos_6ta_ed_Gabriel_Ba-ca_Urbina

Vaca, L. (2014). *Producción avícola*. EUED. Obtenido de

https://books.google.com.ec/books?id=Jqz772zO6uwC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Wallace, W. (2014). *Gestión de proyectos*. Reino Unido: Edimburgo .

ANEXOS

ANEXO A ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE LA MATRIZ DEL CANTÓN GUAMOTE



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA: INGENIERÍA FINANCIERA
ENCUESTA PARA EL TRABAJO DE TITULACIÓN



Objetivo

Determinar la oferta, demanda y factibilidad de la creación de una empresa avícola en el cantón Guamote provincia de Chimborazo.

Instrucciones

- ✓ Lea detenidamente y responda con seriedad.
- ✓ Esta información es de carácter confidencial para la encuestadora.
- ✓ En caso de seleccionar otro, especifique.

Género

- Masculino
- Femenino

Edad

1 ¿Por cuantas personas está conformada su familia?

- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8

2 ¿A la hora de conseguir pollo fresco y de calidad se le dificulta?

- Si
- No

3 ¿Qué carne de pollo consume más?

- De campo
- Balanceado

4 ¿Con que frecuencia consume carne de pollo?

- Diario
- Semanal
- Quincenal
- Mensual

5 ¿Cuántas libras de carne de pollo compra semanalmente?

- 1 lb
- 2 lb
- 3 lb
- 4 lb
- 5 lb
- 6 lb
- 9 lb
- 8 lb

6 ¿Por qué usted consume la carne de pollo?

- Precio
- Sabor
- Nutrición
- Salud

7 ¿Cómo le gustaría adquirir el pollo?

- En pie
- Pelado
- En presas

8 ¿Al comprar carne de pollo cuál es su expectativa?

- Bajos precios
- Promociones
- Calidad

9 ¿En qué lugar adquiere usted este producto?

- Supermercados
- Tiendas de barrio
- Mercados
- Ferias

10 ¿Qué tipo de envoltura le gustaría a usted que tenga el pollo?

- Bandeja

- Empaque hermético
- Fundas plásticas

11 ¿A qué precio adquiere usted la libra de pollo?

- 0,70-0,80
- 0,81-0,90
- 0,91-1,00
- 1,01-1,10
- 1,11-1,20
- 1,21-1.30
- 1,31-1,40
- 1,41-1,50

12 ¿A usted por que medio de comunicación le gustaría obtener información de la avícola?

- Radio
- Redes sociales
- Ferias y eventos



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA: INGENIERÍA FINANCIERA
ENTREVISTA PARA EL TRABAJO DE TITULACIÓN



Objetivo

Determinar la oferta para la creación de una empresa avícola en el cantón Guamote provincia de Chimborazo.

Instrucciones

- ✓ Lea detenidamente y responda con seriedad.

Preguntas

1. ¿Si se implementara una empresa avícola estaría dispuesto a adquirir nuestro producto?
2. ¿Usted estaría de acuerdo que se implemente una empresa avícola en el cantón Guamote?
3. ¿El pollo que actualmente se consume en este cantón cumple con sus expectativas?
4. ¿A qué precio adquiere la libra de pollo?
5. ¿Usted a qué precio vende la libra de pollo?
6. ¿Usted de cuantas libras adquiere los pollos?
7. ¿Usted cada que tiempo adquiere pollos?
8. ¿Usted cuantas libras de carne de pollo vende semanalmente?
9. ¿Usted donde adquiere los pollos?
10. ¿Usted tiene proveedor estable?
11. ¿Es conveniente para usted el precio que le entrega su proveedor actual?
12. ¿A usted le gustaría que el pollo le dejen en su tienda en el momento que usted requiera?
13. ¿Usted ha tenido problemas con su proveedor por incumplimiento de entrega de los pollos en cuanto al tiempo, cantidad o calidad?
14. ¿Cuáles son los factores de decisión para comprar pollos en una empresa vs otra?

ANEXO C TABLA DE AMORTIZACIÓN

TABLA DE PAGOS (crédito de L/P)	
Monto de préstamo	\$ 35.000,00
Plazo en años	4
Interés	11,83%

Meses	Capital	Capital Acumulado	Interés	Cuota nominal	Saldo
1	\$ 729,17	\$ 729,17	\$ 345,04	\$ 1.074,21	\$ 34.270,83
2	\$ 729,17	\$ 1.458,33	\$ 337,85	\$ 1.067,02	\$ 33.541,67
3	\$ 729,17	\$ 2.187,50	\$ 330,66	\$ 1.059,83	\$ 32.812,50
4	\$ 729,17	\$ 2.916,67	\$ 323,48	\$ 1.052,64	\$ 32.083,33
5	\$ 729,17	\$ 3.645,83	\$ 316,29	\$ 1.045,45	\$ 31.354,17
6	\$ 729,17	\$ 4.375,00	\$ 309,10	\$ 1.038,27	\$ 30.625,00
7	\$ 729,17	\$ 5.104,17	\$ 301,91	\$ 1.031,08	\$ 29.895,83
8	\$ 729,17	\$ 5.833,33	\$ 294,72	\$ 1.023,89	\$ 29.166,67
9	\$ 729,17	\$ 6.562,50	\$ 287,53	\$ 1.016,70	\$ 28.437,50
10	\$ 729,17	\$ 7.291,67	\$ 280,35	\$ 1.009,51	\$ 27.708,33
11	\$ 729,17	\$ 8.020,83	\$ 273,16	\$ 1.002,32	\$ 26.979,17
12	\$ 729,17	\$ 8.750,00	\$ 265,97	\$ 995,14	\$ 26.250,00
13	\$ 729,17	\$ 9.479,17	\$ 258,78	\$ 987,95	\$ 25.520,83
14	\$ 729,17	\$ 10.208,33	\$ 251,59	\$ 980,76	\$ 24.791,67
15	\$ 729,17	\$ 10.937,50	\$ 244,40	\$ 973,57	\$ 24.062,50
16	\$ 729,17	\$ 11.666,67	\$ 237,22	\$ 966,38	\$ 23.333,33
17	\$ 729,17	\$ 12.395,83	\$ 230,03	\$ 959,19	\$ 22.604,17
18	\$ 729,17	\$ 13.125,00	\$ 222,84	\$ 952,01	\$ 21.875,00
19	\$ 729,17	\$ 13.854,17	\$ 215,65	\$ 944,82	\$ 21.145,83
20	\$ 729,17	\$ 14.583,33	\$ 208,46	\$ 937,63	\$ 20.416,67
21	\$ 729,17	\$ 15.312,50	\$ 201,27	\$ 930,44	\$ 19.687,50
22	\$ 729,17	\$ 16.041,67	\$ 194,09	\$ 923,25	\$ 18.958,33
23	\$ 729,17	\$ 16.770,83	\$ 186,90	\$ 916,06	\$ 18.229,17
24	\$ 729,17	\$ 17.500,00	\$ 179,71	\$ 908,88	\$ 17.500,00
25	\$ 729,17	\$ 18.229,17	\$ 172,52	\$ 901,69	\$ 16.770,83

26	\$ 729,17	\$ 18.958,33	\$ 165,33	\$ 894,50	\$ 16.041,67
27	\$ 729,17	\$ 19.687,50	\$ 158,14	\$ 887,31	\$ 15.312,50
28	\$ 729,17	\$ 20.416,67	\$ 150,96	\$ 880,12	\$ 14.583,33
29	\$ 729,17	\$ 21.145,83	\$ 143,77	\$ 872,93	\$ 13.854,17
30	\$ 729,17	\$ 21.875,00	\$ 136,58	\$ 865,75	\$ 13.125,00
31	\$ 729,17	\$ 22.604,17	\$ 129,39	\$ 858,56	\$ 12.395,83
32	\$ 729,17	\$ 23.333,33	\$ 122,20	\$ 851,37	\$ 11.666,67
33	\$ 729,17	\$ 24.062,50	\$ 115,01	\$ 844,18	\$ 10.937,50
34	\$ 729,17	\$ 24.791,67	\$ 107,83	\$ 836,99	\$ 10.208,33
35	\$ 729,17	\$ 25.520,83	\$ 100,64	\$ 829,80	\$ 9.479,17
36	\$ 729,17	\$ 26.250,00	\$ 93,45	\$ 822,62	\$ 8.750,00
37	\$ 729,17	\$ 26.979,17	\$ 86,26	\$ 815,43	\$ 8.020,83
38	\$ 729,17	\$ 27.708,33	\$ 79,07	\$ 808,24	\$ 7.291,67
39	\$ 729,17	\$ 28.437,50	\$ 71,88	\$ 801,05	\$ 6.562,50
40	\$ 729,17	\$ 29.166,67	\$ 64,70	\$ 793,86	\$ 5.833,33
41	\$ 729,17	\$ 29.895,83	\$ 57,51	\$ 786,67	\$ 5.104,17
42	\$ 729,17	\$ 30.625,00	\$ 50,32	\$ 779,49	\$ 4.375,00
43	\$ 729,17	\$ 31.354,17	\$ 43,13	\$ 772,30	\$ 3.645,83
44	\$ 729,17	\$ 32.083,33	\$ 35,94	\$ 765,11	\$ 2.916,67
45	\$ 729,17	\$ 32.812,50	\$ 28,75	\$ 757,92	\$ 2.187,50
46	\$ 729,17	\$ 33.541,67	\$ 21,57	\$ 750,73	\$ 1.458,33
47	\$ 729,17	\$ 34.270,83	\$ 14,38	\$ 743,54	\$ 729,17
48	\$ 729,17	\$ 35.000,00	\$ 7,19	\$ 736,36	\$ 0,00

ANEXO D ROL DE PAGOS

N	Cargo	Número de empleados	Salario	H. extras	Total, ingresos	Aporte IESS	Total, descuento	Líquido a pagar	Anual
1	Gerente general	1	\$ 850,00		\$ 850,00	\$ 80,33	\$ 80,33	\$ 769,68	\$ 9.236,10
2	Contador	1	\$ 750,00		\$ 750,00	\$ 70,88	\$ 70,88	\$ 679,13	\$ 8.149,50
3	Galponeros	3	\$ 1.950,00		\$ 1.950,00	\$ 184,28	\$ 184,28	\$ 1.765,73	\$ 21.188,70
4	Ventas y servicios varios	2	\$ 1.300,00		\$ 1.300,00	\$ 122,85	\$ 122,85	\$ 1.177,15	\$ 14.125,80
5	Veterinario	1	\$ 750,00		\$ 750,00	\$ 70,88	\$ 70,88	\$ 679,13	\$ 8.149,50
TOTAL			\$ 5.600,00		\$ 5.600,00	\$ 529,20	\$ 529,20	\$ 5.070,80	\$ 60.849,60

ANEXO E ROL DE PROVISIONES

N	Cargo	Base imponible	BENEFICIOS SOCIALES ADICIONALES				Fondos de reserva	Total, de provisión
			APORTE AL IESS	XIII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES		
1	Gerente general	\$ 850,00	\$ 103,28	\$ 70,83	\$ 33,33	\$ 35,42	\$ 70,83	\$ 313,69
2	Contador	\$ 750,00	\$ 91,13	\$ 62,50	\$ 33,33	\$ 31,25	\$ 62,50	\$ 280,71
3	Galponeros	\$ 1.950,00	\$ 236,93	\$ 162,50	\$ 33,33	\$ 81,25	\$ 162,50	\$ 676,51
4	Ventas y servicios varios	\$ 1.300,00	\$ 157,95	\$ 108,33	\$ 33,33	\$ 54,17	\$ 108,33	\$ 462,12
5	Veterinario	\$ 750,00	\$ 91,13	\$ 62,50	\$ 33,33	\$ 31,25	\$ 62,50	\$ 280,71
TOTAL		\$ 5.600,00	\$ 680,40	\$ 466,67	\$ 166,67	\$ 233,33	\$ 466,67	\$ 2.013,73

ANEXO F EVIDENCIAS FOTOGRAFICAS



