



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

MODALIDAD PRESENCIAL CARRERA GESTION EMPRESARIAL

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE: INGENIERO EN
GESTION EMPRESARIAL**

TESIS:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL EMPRENDIMIENTO Y
PRODUCCIÓN DE UNA GRANJA AVÍCOLA EN AMBIENTE
NATURAL, CANTÓN EL EMPALME PARA EL AÑO 2013”.**

AUTORA:

BLANCA MARINA MENDOZA MAISANCHE

DIRECTOR:

EC. ROGER TOMÁS YELA BURGOS, MSc.

Quevedo – Ecuador

2015

DECLARACIÓN DE AUTORIA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **Blanca Marina Mendoza Maisanche** declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en el presente trabajo.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual por su Reglamento, y por la normativa institucional vigente.

Blanca Marina Mendoza Maisanche

CERTIFICACIÓN

El suscrito, **Econ. Roger Yela Burgos Msc.**, docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica: Que la señora egresada **Blanca Marina Mendoza Maisanche**, realizó la tesis de grado titulada “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL EMPRENDIMIENTO Y PRODUCCIÓN DE UNA GRANJA AVÍCOLA EN AMBIENTE NATURAL, CANTÓN EL EMPALME PARA EL AÑO 2013.**”, previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión Empresarial, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecida para el efecto.

Econ. Roger Yela Burgos Msc.,
DIRECTOR DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO MODALIDAD PRESENCIAL

CARRERA INGENIERÍA EN GESTION EMPRESARIAL

Presentado al Comité Técnico Académico Administrativo como requisito para la Obtención del Título de: **Ingeniero en Gestión Empresarial.**

Aprobado:

MIEMBROS DEL TRIBUNAL

**LCDO. WILSON CEREZO SEGOVIA M.Sc.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

**EC. MARIO PEREZ AREVALO M.Sc.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

**EC. JOSE LUIS RIVERA VELASCO M.Sc.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

Quevedo - Los Ríos - Ecuador

2015

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento al Dr. Eduardo Díaz Ocampo Msc. Rector de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, por su acertada administración en esta Alma Mater.

A la Msc. Edgar Pastrana Decano de la Facultad de Ciencias Empresariales, por su valiosa labor a favor de los estudiantes de las diferentes carreras de esta importante unidad de estudios.

De manera especial a mi Director de Tesis Econ. Roger Yela Burgos Msc. por su paciencia, orientación y su valioso aporte al término de este trabajo.

A todos mis docentes de la Carrera Ingeniería en Gestión Empresarial por impartir y compartir sus conocimientos para mi formación profesional.

Y en general a todas las personas e instituciones quienes han contribuido en mi desarrollo y formación profesional.

Blanca Mendoza Maisanche

DEDICATORIA

Dedico mi tesis a Dios por el don de la vida, por ser mi guía y mi fortaleza espiritual.

Al ser más importante en mi vida, mi hija DANNA SARAY ZAMBRANO MENDOZA, fuente de mi inspiración, por ser quien me motiva cada día para seguir luchando por ella.

A mi madre Sra. Blanca Maisanche Maisanche y a mi padre Sr. Juan Mendoza Vincés pilar fundamental de mi formación en valores, por su cariño y amor incondicional en todas las etapas de mi vida, dándome su apoyo necesario para alcanzar este importante reto.

A mi esposo Ing. Fredy Zambrano, por su comprensión, cariño, apoyo oportuno y fundamental en nuestra familia, en mi desarrollo profesional, que me permitió haber alcanzado mi objetivo propuesto y crecer día a día como amiga, esposa y madre.

A mis hermanos por compartir mis alegrías, tristezas y éxitos de manera incondicional en todos los momentos de mi existencia.

Blanca Mendoza Maisanche

INDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORIA Y CESIÓN DE DERECHOS	ii
CERTIFICACIÓN	iii
MIEMBROS DEL TRIBUNAL	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
INDICE GENERAL	vii
INDICE DE CUADROS	xi
RESUMEN EJECUTIVO	xiv
ABSTRACT	xv
CAPÍTULO I	xvi
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	xvi
1.1. INTRODUCCIÓN	1
1.2. PROBLEMATIZACIÓN.....	3
1.2.1. Diagnóstico.....	3
1.2.2. Formulación del Problema.....	3
1.2.3 Sistematización del Problema	4
1.2.4. Delimitación del Problema.....	4
1.3. OBJETIVOS	5
1.3.1. Objetivo General	5
1.3.2. Objetivos Específicos	5
1.4. JUSTIFICACIÓN	6
1.5. HIPÓTESIS	7
1.5.1. HIPÓTESIS GENERAL.....	7
1.5.1.1. Variable independiente.....	7
1.5.1.2. Variable dependiente.....	7
1.5.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS.....	7
CAPITULO II	8
MARCO TEÓRICO.....	8
2. MARCO TEÓRICO O MARCO REFERENCIAL.....	8
2.1. Fundamentación Conceptual.....	9
2.1.1. Factibilidad	9
2.1.2. Emprendimiento	9
2.1.3. Estudio de mercado.....	9
2.1.12. Granja avícola	15
2.2.11.3. Impacto ambiental	28
CAPÍTULO III	29
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	29
III. MATERIALES Y METODOS	30
3.1. Localización y duración de la propuesta.....	30
3.2. Condiciones Meteorológicas	31

3.3. Metodología del proyecto	31
3.3.1. Analítico.....	31
3.3.2. Deductivo	31
3.3.3. Inductivo	31
3.3.4. Estadístico.....	32
3.4. Tipo de investigación.....	32
3.4.1. De campo	32
3.4.2. Bibliográfica - documental	32
3.5. Fuentes de investigación.....	32
3.6. Técnicas e instrumento de evaluación	33
3.6.1. Encuestas.....	33
3.7. Población y muestra.....	33
3.7.1. Población.....	33
3.7.3. Procedimiento metodológico	34
CAPÍTULO IV	36
RESULTADOS	36
4.1. RESULTADOS	37
4.1.1 RESULTADO DE LA ENCUESTA A COMERCIANTES.....	37
CAPÍTULO V	46
ESTUDIO DE MERCADO	46
5. Estudio De Mercado.....	47
5.1. Antecedentes del Estudio de Mercado	47
5.1.1. Finalidad del Estudio de Mercado	47
5.1.2. OBJETIVOS	47
5.1.2.1. Objetivo General	47
5.1.2.2. Objetivos Específicos	47
5.2. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO	48
5.2.1. Descripción Física	48
5.2.2. Valor agregado.....	48
5.2.3. Presentación del producto.....	48
5.3. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	50
5.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA	50
5.4.1. Oferta Local.....	51
5.5. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	53
5.5.1. Proyección de la Demanda	55
5.6. BALANCE OFERTA Y DEMANDA (DEMANDA INSATISFECHA).....	55
5.6.1. DETERMINACIÓN Y PROYECCIÓN DEL PRECIO	56
5.7. COMERCIALIZACIÓN	57
5.7.1. Publicidad.....	57
5.8. COMPETENCIA	57
CAPÍTULO VI.....	58

ESTUDIO TECNICO - FINANCIERO	58
6. ESTUDIO TÉCNICO	59
6.1. Tamaño y localización del proyecto en relación a la demanda.....	59
6.1.1. Microlocalización del proyecto.....	60
6.2. Tamaño del proyecto y los insumos	61
6.3. Tamaño del proyecto y el financiamiento	61
6.4. Tamaño del Proyecto, Tecnología y Equipos	61
6.5. Distribución de la Planta.....	61
6.6. Diseño de Instalaciones	62
6.6.2. Equipos	64
6.6.3. Administración, Contabilidad y Ventas	65
6.6.4. Sección de Faenamiento y Almacenamiento	65
6.6.5. Espacio para Desplazarse.....	66
6.6.6. Selección del proceso de producción	66
6.6.7. Descripción del Proceso de Producción	66
6.6.7.1. Recepción del pollo	66
6.6.7.2. Transporte al Galpón.....	66
6.6.7.3. Preparación del alimento y los servicios.....	66
6.6.7.4. Desarrollo del ave.....	67
6.6.7.5. Transporte al matadero	67
6.6.7.6. Empaquetado	67
6.6.7.7. Transporte a bodega	67
6.6.7.8. Almacenamiento.....	67
6.6.8. Estructura organizacional	68
6.6.8.1. DENOMINACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA	68
6.6.8.1.1. Nombre.....	68
6.6.8.1.2. Logotipo de identificación	68
6.6.8.2. TIPO DE EMPRESA Y REQUISITOS PARA SU LEGALIZACIÓN.....	69
6.6.8.3. Estructura organizativa.....	70
6.7. ESTUDIO ECONÓMICO	71
6.7.1. Inversiones fijas requeridas.....	71
6.7.1.1. Terreno.....	71
6.7.1.2. Infraestructura civil	71
6.7.1.3. Equipo de Crianza y Faenamiento	72
6.7.1.4. Muebles y Equipos de oficina	72
6.7.1.5. Resumen de Inversiones Fijas	73
6.7.2. Inversiones diferidas	74
6.7.3. Costos Operativos.....	74
6.7.3.1. Mano de Obra Directa	74
6.7.3.2. Materia Prima Directa.....	75
6.7.3.3. Gastos Generales de Fabricación	77
6.7.3.4. Gastos Administrativos.....	78
6.7.3.5. Gastos de Ventas	79

6.8. Resumen Costos Operativos.....	80
6.9. Inversión total.....	81
6.10. Financiamiento.....	81
6.10.1. Tabla de Amortización de la Deuda.....	81
7. ESTUDIO FINANCIERO.....	82
7.1. Inversión total.....	82
7.2. Depreciaciones.....	83
7.3. Valor de rescate.....	83
7.4. Clasificación de los costos.....	83
7.5. Ingreso por ventas.....	84
7.6. Presupuesto de Ventas.....	85
7.7. Estado de resultados.....	88
7.8. Balance de situación inicial.....	89
7.9. Flujo de Caja.....	89
7.10. Evaluación financiera.....	90
7.11. Tasa de Rendimiento Medio.....	90
7.12. Valor Actual Neto (VAN).....	90
7.13. Tasa Interna de Retorno (TIR).....	91
7.14. Tiempo de Recuperación de la Inversión.....	92
7.15.1. Punto de Equilibrio gráfico.....	93
7.16. Índice de rentabilidad.....	94
7.17. Costo Beneficio.....	94
7.18. Resumen de Evaluación Financiera.....	95
7.19. Impacto ambiental del proyecto.....	95
CAPÍTULO VII.....	97
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	97
7.1. Conclusiones.....	98
7.2. Recomendaciones.....	99
VIII. LITERATURA CITADA.....	100
ANEXOS	
ANEXO 1. Fotografías.....	104
ANEXO 2. Informe Urkund.....	107
ANEXO 3. ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES DE POLLO.....	108
ANEXO 4. ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CONSUMIDORES DE POLLO.....	110

INDICE DE CUADROS

#	Detalle	Pg.
---	---------	-----

Cuadro N° 1	Condiciones meteorológicas	44
Cuadro N° 2	Rentabilidad en Venta de pollo criollo en pie	50
Cuadro N° 3	Frecuencia de demanda	50
Cuadro N° 4	Cantidad demandada semanalmente	51
Cuadro N° 5	Adquisición de pollos criollos	51
Cuadro N° 6	Granja especializada	52
Cuadro N° 7	Margen de utilidad	52
Cuadro N° 8	Compra semanal de pollos criollos en pie	53
Cuadro N° 9	Precio accesible del pollo criollo en pie	53
Cuadro N° 10	Consumo de pollo criollo.	54
Cuadro N° 11	Precio del pollo criollo en pie	54
Cuadro N° 12	Precio del pollo criollo en pie	55
Cuadro N° 13	Frecuencia de consumo de pollo criollo	55
Cuadro N° 14	Lugares de compra de pollo criollo	56
Cuadro N° 15	Granja avícola en ambiente natural	56
Cuadro N° 16	Objeción para consumir carne de pollo criollo	57
Cuadro N° 17	Precio a pagar por pollo criollo en pie	57
Cuadro N° 18	Presentación de pollo criollo	58
Cuadro N° 19	Higiene y aseo de los productos cárnicos	58
Cuadro N° 20	Producción de pollos criollos en la Provincia del Guayas	64
Cuadro N° 21	Participación en la producción de la Provincia del Guayas	65
Cuadro N° 22	Producción histórica del Cantón El Empalme	65
Cuadro N° 23	Consumo semanal de carne de pollo criollo	65
Cuadro N° 24	Consumo estimado anual de carne de pollo criollo	66
Cuadro N° 25	Proyección de la demanda	66
Cuadro N° 26	Balance entre oferta y demanda	68
Cuadro N° 27	Presupuesto de infraestructura civil	69
Cuadro N° 28	Equipos y herramientas	69
Cuadro N° 29	Muebles y equipos de oficina	69
Cuadro N° 30	Costo de equipo de computación	75
Cuadro N° 31	Inversiones fijas	84

#	Detalle	Pg.
---	---------	-----

Cuadro N° 32	Condiciones meteorológicas	85
Cuadro N° 33	Rentabilidad en Venta de pollo criollo en pie	85
Cuadro N° 34	Frecuencia de demanda	86
Cuadro N° 35	Cantidad demandada semanalmente	86
Cuadro N° 36	Adquisición de pollos criollos	87
Cuadro N° 37	Granja especializada	87
Cuadro N° 38	Margen de utilidad	88
Cuadro N° 39	Compra semanal de pollos criollos en pie	88
Cuadro N° 40	Precio accesible del pollo criollo en pie	89
Cuadro N° 41	Consumo de pollo criollo.	89
Cuadro N° 42	Precio del pollo criollo en pie	89
Cuadro N° 43	Precio del pollo criollo en pie	90
Cuadro N° 44	Frecuencia de consumo de pollo criollo	90
Cuadro N° 45	Lugares de compra de pollo criollo	90
Cuadro N° 46	Granja avícola en ambiente natural	91
Cuadro N° 47	Objeción para consumir carne de pollo criollo	91
Cuadro N° 48	Precio a pagar por pollo criollo en pie	91
Cuadro N° 49	Presentación de pollo criollo	92
Cuadro N° 50	Higiene y aseo de los productos cárnicos	92
Cuadro N° 51	Producción de pollos criollos en la Provincia del Guayas	93
Cuadro N° 52	Participación en la producción de la Provincia del Guayas	93
Cuadro N° 53	Producción histórica del Cantón El Empalme	93
Cuadro N° 54	Consumo semanal de carne de pollo criollo	93
Cuadro N° 55	Consumo estimado anual de carne de pollo criollo	94
Cuadro N° 56	Proyección de la demanda	94
Cuadro N° 57	Balance entre oferta y demanda	94
Cuadro N° 58	Presupuesto de infraestructura civil	95
Cuadro N° 59	Equipos y herramientas	96
Cuadro N° 60	Muebles y equipos de oficina	96
Cuadro N° 61	Costo de equipo de computación	97
Cuadro N° 62	Inversiones fijas	99

#	Detalle	Pg.
Cuadro N° 63	Proyecciones de ventas a 5 años	99

Cuadro N° 64	Datos	99
Cuadro N° 65	Proyección dada a 5 años con el valor del pollo criollo, y el IPC proyectado	100
Cuadro N° 66	Presupuesto y proyección de ingresos y gastos	100
Cuadro N° 67	Estado de resultados	101
Cuadro N° 69	Balance de situación inicial	102
Cuadro N° 70	Flujo de Caja Proyectado	102
Cuadro N° 71	Calculo del costo de oportunidad	106
Cuadro N° 72	Margen de contribución	108
Cuadro N° 73	Calculo del costo de oportunidad	108
Cuadro N° 79	Síntesis de evaluación financiera	109

RESUMEN EJECUTIVO

El presente ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL EMPRENDIMIENTO Y PRODUCCIÓN DE UNA GRANJA AVÍCOLA EN AMBIENTE NATURAL, CANTÓN EL EMPALME PARA EL AÑO 2013., se encuentra conformado por seis capítulos: Marco contextual de la investigación, Marco Teórico, Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Financiero, Estructura Organizacional y Análisis de Impactos. En el primer capítulo se detalla la problemática. En el segundo capítulo se buscó información teórica relacionada con el proyecto de investigación. En el tercer capítulo se analizó los resultados de la investigación de mercado mediante encuestas y datos de fuentes bibliográficas, considerando que el producto tendrá una buena acogida en el mercado. En el capítulo cuarto se procedió a buscar y analizar el tamaño, localización, procesos productivos, espacios físicos, inversión y talento humano requeridos para la puesta en marcha del proyecto. El capítulo cinco está compuesto por costos y gastos de los recursos determinados en el estudio técnico, se proyectaron estados financieros y se determinaron como resultados un índice de rentabilidad del 4,8%, un VAN de \$1.309,71, el Costo/Beneficio de \$4,69 y un punto de equilibrio de \$23.969,17 considerando que la inversión se recuperará en 4 años, 2 meses y 27 días generando un impacto ambiental medio. Para el desarrollo normal de las actividades de la empresa se diseñó una estructura organizacional y finalmente se dan las conclusiones y recomendaciones que deberán ser tomadas en cuenta en futuras investigaciones relacionadas con el proyecto y como empresarios se las considerará para evitar errores y procurar que la empresa funcione eficientemente.

ABSTRACT

The present feasibility study ENTREPRENEURSHIP AND POULTRY PRODUCTION OF A FARM IN NATURAL ENVIRONMENT, El Empalme Canton 2013., is composed of six chapters: Context Research Framework, Theoretical Framework, Market Research, Technical Study , Financial Study, Organizational Structure and Impact Analysis. In the first chapter detailing the Problem. In the second chapter Theoretical information related to the research project was sought. In the third chapter the results analyzed Market Research Surveys and Me Through bibliographical sources, considering that the product we can deduce well received in the market. In Chapter Four we proceeded to seek and · analyze the size, location, Production Processes, Physical space, investment and human talent required for the implementation of the Project. Cinco Chapter esta Composed of costs and expenses of certain resources in the technical study, and projected financial statements were determined as a result UN rate of return of 4.8%, the UN NPV of \$ 1,309.71, the Cost / Benefit \$ 4, 69 and a balance of \$ 23,969.17 considering the investment will be recovered in 4 years, 2 months and 27 days Generating UN Environmental Impact. Development of the normal activities of an organizational structure version was designed and finally the conclusions and recommendations to be considered in future research related to the project and how the Company is deemed para avoid mistakes and Seek shake than version work efficiently.

CAPÍTULO I
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. INTRODUCCIÓN

En Ecuador la crianza de aves tipo criollos no requiere de grandes inversiones ni espacios para la explotación usando racionalmente los recursos naturales, es una de las actividades comúnmente realizadas en zonas rurales, cuya crianza juega un papel fundamental en la economía familiar.

Particularmente en el Cantón El Empalme existe una demanda insatisfecha de pollo criollo ya que hay pocos lugares donde estos se expenden, sumado a que el tiempo de crianza es más largo que el del pollo de incubadora, además el precio es más elevado, por otro lado un factor que limita esta explotación es la presencia de enfermedades estacionarias y el no contar con máquinas de incubación que permitan una reproducción más rápida de huevos.

En el caso de la presencia de enfermedades por el factor clima, estas bajan la producción de aves por el incremento de la tasa de mortalidad al no poder controlar las epidemias, mientras que por el hecho de utilizar incubación natural aumentan los costos por la compra de más aves o la adquisición de balanceado de postura. A través de esta investigación se pretende conocer ¿de qué manera un estudio de factibilidad permitirá el emprendimiento de una granja avícola en ambiente natural en el cantón El Empalme?.

Los objetivos que llevaron a elaborar el presente trabajo de investigación estuvieron enmarcados en elaborar un estudio de factibilidad para el emprendimiento y producción de una granja avícola en ambiente natural en el cantón El Empalme, así como determinar el estudio de mercado de los consumidores de pollos, establecer el estudio técnico, evaluar la viabilidad económica, financiera y ambiental de la granja avícola en ambiente natural.

Para conseguir dichos objetivos se optó por aplicar una metodología basada en el análisis de la bibliográfica recopilada, la deducción que permitió interpretar y comparar datos, así como la aplicación de encuestas que formaron parte del

estudio de mercado y que permitieron determinar la conveniencia de crear una granja avícola en ambiente natural en el Cantón El Empalme. El presente trabajo investigativo se ha organizado de la siguiente manera:

Capítulo I: Abarca el marco contextual de la investigación desde la introducción que resume la intención del trabajo y su estructura, pasando por la formulación del problema y su posterior sistematización, se delimita la investigación y plantean los objetivos, se presenta la justificación y las respectivas hipótesis.

Capítulo II: En el marco teórico que se detalla en este capítulo se citan los autores relacionados con los temas de investigación y que respaldan los contenidos científicos de la misma a través de la aplicación de las normas APA.

Capítulo III: Comprende la metodología empleada en la investigación determinando la localización y duración del proyecto, así mismo se especifican los métodos y fuentes que ayudaron con el desarrollo del trabajo, culminando con el procedimiento metodológico.

Capítulo IV: Los resultados del trabajo investigativo se detallan en este capítulo, permitiendo a través del análisis estadístico de las encuestas llegar a la discusión con los criterios de varios autores del tema de estudio.

Capítulo V: El capítulo en mención específica la parte medular de la investigación que es el estudio técnico-financiero donde se aporta con la estructura económica del proyecto para demostrar si este es factible o no.

Capítulo VI: Finalmente en este capítulo se establecen las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

El proyecto de factibilidad para el emprendimiento y producción de una granja avícola para el cantón El Empalme año 2013 permitirá aportar en cierta manera a dar solución al problema de déficit en la producción de carne de pollo criollo, satisfaciendo así a los consumidores e incrementando el sistema productivo y económico del cantón.

1.2. PROBLEMATIZACIÓN

1.2.1. Diagnóstico

Actualmente existe en El Empalme un mercado significativo para el consumo de pollo criollo, sin embargo factores como el tiempo de crianza, el costo de levante, la presencia de enfermedades y la falta de máquinas de incubación, todo esto más el hecho de que no exista en el cantón lugares de expendio de este tipo de aves provocan que la distribución de las mismas no se haya incrementado.

Otro de los factores que influyen en el limitado mercado de comercialización de aves criollas es el hecho de que no se han realizado estudios de factibilidad para determinar la rentabilidad del proyecto y conocer si es rentable invertir en este o no.

Con el objetivo de reducir el tiempo de producción de pollos criollos en ambiente natural se busca a través de la implementación de técnicas actuales como el uso de productos orgánicos y de alta rentabilidad en base a la crianza inicial y en el peso final del pollo, ofertaremos así un producto de excelente calidad a un precio que pueda competir con el mercado en donde vamos a insertar el producto.

El proceso control se lo realizará implementando las técnicas necesarias para la crianza del ave criolla, el mismo que deberá enseñar y supervisar a las personas encargadas del galpón.

1.2.2. Formulación del Problema

¿De qué manera un estudio de factibilidad permitirá el emprendimiento de una granja avícola en ambiente natural en el cantón El Empalme?

1.2.3 Sistematización del Problema

¿Cuál es la oferta y la demanda para la producción avícola en el Cantón El Empalme?

¿De qué manera el estudio técnico permite el emprendimiento de una granja avícola?

¿Cómo la evaluación económica, financiera y ambiental incide en el emprendimiento de una granja avícola en ambiente natural?

1.2.4. Delimitación del Problema

El presente proyecto de investigación se lo realizó en el Cantón El Empalme para generar o establecer la viabilidad de crear una granja avícola para el año 2013. La misma que tendrá como objetivo entregar un producto avícola sano a los habitantes de la localidad y sus alrededores.

ÁREA: Administración Financiera

CAMPO DE ACCIÓN: Proyecto de Inversión

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo General

Elaborar un estudio de factibilidad para el emprendimiento y producción de una granja avícola en ambiente natural en el cantón El Empalme de la provincia del Guayas en el año 2013.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Ñ Determinar el estudio de mercado de los consumidores de pollos en ambiente natural.

- Ñ Establecer el estudio técnico para el emprendimiento y producción de una granja avícola en ambiente natural.

- Ñ Evaluar la viabilidad económica, financiera y ambiental de la granja avícola en ambiente natural.

1.4. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se justifica, porque concentra la necesidad de proveer a la población de El Empalme de pollo criollo de buena calidad y levantado en condiciones ambientales lo más natural posible, esto sumado a que no existe en el sector lugares donde se pueda adquirir aves criollas, por ello el estudio de factibilidad para el emprendimiento de una granja avícola permitirá determinar si a través de su implementación se consigue generar las ganancias necesarias que justifique la permanencia de la empresa.

El proyecto evidencia las limitaciones en la explotación de aves criollas, lo cual serviría para cubrir parte de la demanda creciente en el Cantón El Empalme, criando pollo criollo en pie de excelente calidad ya que el consumo de pollo criollo en la zona y sus alrededores ocupa el segundo lugar de consumo después de la carne de res por esto la importancia de ofrecer un pollo natural que no afecte nuestra salud.

Al aplicar esta clase de estudios se busca por una parte incrementar el consumo de pollo criollo debido a sus bondades nutricionales, ya que al poner en marcha el proyecto se estará dotando del producto a los lugares de expendio o comerciantes en vista de la necesidad de esta población.

Es factible pues cuenta con el respaldo y aceptación de la ciudadanía consumidora y comerciantes de aves del Cantón El Empalme, así como con los recursos económicos, humanos y materiales para su ejecución.

1.5. HIPÓTESIS

1.5.1. ÓTESIS GENERAL

El estudio de factibilidad permitirá determinar la conveniencia de la creación de una granja avícola en el Cantón El Empalme.

1.5.1.1. Variable independiente

Estudio de factibilidad

1.5.1.2. Variable dependiente

Creación de una granja avícola

1.5.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- 1) El estudio de mercado, ayudará a determinar la oferta y demanda del producto.

Variable Independiente: Estudio de mercado

Variable dependiente: Determinación de la oferta y demanda

- 2) El estudio técnico permitirá fomentar el emprendimiento y producción de una granja avícola en ambiente natural.

Variable Independiente: Estudio técnico

Variable dependiente: Emprendimiento de la producción avícola

- 3) La evaluación de la viabilidad económica, financiera y ambiental de la granja avícola en ambiente natural será la base que sirva para implementar el proyecto.

Variable Independiente: Evaluación económica, financiera y ambiental.

Variable dependiente: Implementación del proyecto.

CAPITULO II
MARCO TEÓRICO

2. MARCO TEÓRICO O MARCO REFERENCIAL

2.1. Fundamentación Conceptual

2.1.1. Factibilidad

Según Sapag (2008) “el estudio de factibilidad es el proceso a través del cual se miden distintos aspectos de posible éxito de un proyecto y el producto que genera. Es usado para ayudar en la decisión de seguir adelante o no, con un proyecto. Generalmente tiene el objetivo de demostrar la factibilidad del proyecto desde un punto de vista social, técnico y económico”.

2.1.2. emprendimiento

Baca, (2008) manifiesta que trata del efecto de emprender, un verbo que hace referencia a llevar adelante una obra o un negocio. El emprendimiento suele ser un proyecto que se desarrolla con esfuerzo y haciendo frente a diversas dificultades, con la resolución de llegar a un determinado punto.

2.1.3. Estudio de mercado

De acuerdo a lo que manifiesta Coloma (2008) el estudio de mercado básicamente consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización y que persigue diferentes objetivos como: Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado o la posibilidad de brindar un mejor servicio; determinar la cantidad de bienes provenientes de una nueva variedad de producción que la comunidad estuviera dispuesta a adquirir a determinados precios, conocer los medios que se emplean para hacer llegar los bienes y servicios y dar una idea al inversionista del riesgo que su producto corre de ser o no ser aceptado en el mercado

Según Ayala (2010) “el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener

como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

2.1.4. Análisis de la demanda

Según Hernández (2008) “el término demanda se puede definir como el número de unidades de un determinado bien y servicio que los consumidores están dispuestos a adquirir durante un período determinado de tiempo y según determinadas condiciones de precio, calidad, ingresos, gustos de los consumidores, etc. La demanda para un determinado producto, representa las diferentes cantidades que se pueden comprar a distintos precios en un tiempo determinado. Sin embargo, la demanda para un bien servicio depende:

- **Del precio del bien o servicio en cuestión:** Establece que cuando el precio del bien o servicio aumenta, la cantidad demandada disminuye, esto implica que precio y cantidad reaccionan en sentido inverso.
- **El precio de los bienes sustitutos:** Se dice que un bien es sustituto de otro, cuando al aumentar el precio de uno la cantidad demandada aumenta.
- **Ingreso de los consumidores:** Este establece que, al aumentar el ingreso de los consumidores, la cantidad demandada aumenta y disminuye si el ingreso disminuye.
- **Gustos y preferencias:** Nos dice que, si los gustos y preferencias aumentan, la demanda de éste aumenta y viceversa.

2.1.5. Análisis de la oferta

Según Castañeda (2011) “el propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio”.

2.1.6. Comercialización

Según Vivas (2009), “es la actividad que permite al productor hacer llegar un servicio o bien al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”.

2.1.7. Muestreo

Según Murcia (2011) “el muestreo es simplemente el proceso de seleccionar los elementos de una población de la que se desea medir ciertos factores”.

2.1.7.1. Determinación del tamaño de la muestra

Según Kotler (2008) “siempre que se trabaje en muestreo debe contarse con un plan preciso para delimitar el tamaño de la muestra que se desea extraer de la población para cumplir con los objetivos de la investigación”.

2.1.8. Mercado objetivo

Según Cohen (2008) un primer paso en el análisis de mercado es diferenciar el mercado objetivo del objetivo de mercado. El mercado objetivo es el mercado potencial de consumidores o usuarios definido para un área geográfica, segmento de edad, comunidad, producto o servicio en base a datos geográficos, de ingresos, actividad económica.

2.1.9. Estudio Técnico

2.1.9.1. Tamaño

Según Velásquez (2007) “el tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto.

2.1.9.2. Localización

Según García (2008) “la decisión de localización suele requerir de bastante análisis, porque muchos proyectos han fracasado solamente por una mala elección, aunque todas las demás condiciones le sean favorables.

Normalmente la decisión de localización es de largo plazo, pues compromete grandes inversiones de capital dentro de un marco de carácter permanente, de difícil y costosa modificación.

Al hablar de localización debemos acompañarnos de mapas o planos de las zonas donde está ubicada la empresa, la industria, el puente, etc. que ayuden a identificar junto con los demás elementos”

Según Rojas (2007) “este estudio normalmente se constituye en un proceso detallado y crítico debido a lo marcado de sus efectos sobre el éxito financiero y económico del nuevo proyecto.

a) Micro localización.- Apoyados en la representación gráfica de planos urbanísticos, se indica el lugar exacto en el cual se implementará la empresa dentro de un mercado local.

b) Macro localización.- Tiene relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional. Para su presentación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.

c) Factores de Localización.- Constituyen todos aquellos aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa, entre estos factores tenemos: abastecimiento de materia prima, vías de comunicación, adecuadas, disponibilidad de mano de obra calificada, servicios básicos, indispensables (agua, luz, teléfono, alcantarillado, etc.); y, fundamentalmente el mercado hacia el cual está orientado el producto

2.1.10. Ingeniería del proyecto

Según Murcia (2011) “acopia los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver con la construcción de la planta industrial, su equipamiento y las características del producto de la empresa. El objetivo de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con la instalación y funcionamiento de la planta, indicando el proceso productivo así como la maquinaria y equipo necesario”.

2.1.10.1. Proceso de producción

Según Velásquez (2007) “es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos y se identifica con la transformación de una serie de insumos para convertirlos en productos mediante una determinada función de producción”.

2.1.10.2. Estructura Organizativa Empresarial

Según Rojas (2007), La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña el manual de funciones, donde se establecen los niveles jerárquicos de autoridad.

2.1.11. Estudio Financiero

Según Vásquez (2012), el estudio financiero determina cuál será el monto total de la inversión y el financiamiento que se puede realizar, esto se hace en función del talento humano, materiales y estructura física necesarios para poder cubrir la capacidad instalada de producción durante un ejercicio económico y a lo largo de la vida útil de la empresa, esta determinación cuantitativa la obtenemos mediante el estudio de mercado realizado, para devaluar el proyecto se tiene que partir de indicadores económicos que servirán de base para determinar su implantación o no y en caso de la posibilidad se determina la rentabilidad.

2.1.11.1. resupuesto de Costos

Según Benassini (2010) “son todas las erogaciones o los desembolsos realizados durante un año o ejercicio económico, estos costos constituyen uno de los aspectos importantes para la determinación de la rentabilidad del proyecto y los elementos indispensables para el correspondiente análisis o evaluación del mismo, proyectando la situación contable”.

a) Costo Es el gasto económico que representa la producción de un producto o la prestación de un servicio, al determinar el costo de producción se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión considerando que el precio al público es la suma del costo más el beneficio.

2.1.11.2. Balance General

De acuerdo a Bernal (2009), es un estado financiero que nos permite visualizar como se encuentra la situación económica de la empresa.

2.1.11.3. Estado de pérdidas y ganancias

Muestra los ingresos y gastos, así como la utilidad o pérdida resultante de las operaciones de la compañía durante un periodo determinado.

2.1.11.4. Punto de equilibrio

Según Murcia (2011), es el nivel de producción en el que son exactamente iguales los beneficios por ventas a la suma de los costos fijos y variables.

2.1.11.5. Valor Actual Neto

Se trata de la diferencia actual de los flujos de fondos que suministrará una inversión, así también el desembolso inicial necesario para llevarla a cabo.

2.1.11.6. Tasa Interna de retorno

Según Bernal (2009), es aquella tasa de descuento que al utilizarla para actualizar los flujos futuros de ingresos netos de un proyecto de Inversión, hace que su Valor Presente Neto sea igual a cero. Es decir, la Tasa Interna de Retorno (TIR) es una medida de la rentabilidad de una inversión, mostrando cuál sería la tasa de Interés más alta a la que el proyecto no genera ni pérdidas ni ganancias. (ecofinanzas.com).

2.1.11.7. Relación Beneficio Costo

Según Sapag (2011), “se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones se deberá tomar en cuenta lo siguiente. - $B/C > 1$ Se puede realizar el proyecto - $B/C = 1$ Es indiferente realizar el proyecto - $B/C < 1$ Se debe rechazar el proyecto”.

2.1.11.8. Estudio de Impacto Ambiental

De acuerdo a Van Horne (2009), “se define como un conjunto de técnicas que buscan como propósito fundamental un manejo de los asuntos humanos de forma que sea posible un sistema de vida en armonía con la naturaleza”.

2.1.12. Granja avícola

Según Compassion in World Farming (2013), una granja avícola es un establecimiento agropecuario para la cría de aves de corral tales como pollos, pavos, patos, y gansos, con el propósito de usarlos como base alimenticia sea faenándolos por su carne o recogiendo sus huevos.

2.2. Fundamentación teórica

2.2.1. Perfil para la creación de una empresa

Según Ortiz (2009), para crear una empresa hay que tomar en cuenta los siguientes parámetros:

a) Recursos

Para que una empresa pueda lograr sus objetivos, es necesario que cuente con una serie de elementos, recursos o insumos que conjugados armónicamente contribuyen a su funcionamiento adecuado, dichos recursos son:

b) Recursos materiales

Son los bienes tangibles con que cuenta la empresa para poder ofrecer sus servicios, tales como:

Ñ **Instalaciones:** edificios, maquinaria, equipo, oficinas, terrenos, instrumentos, herramientas , etc. (empresa).

Ñ **Materia prima:** materias auxiliares que forman parte del producto, productos en proceso, productos terminados, etc. (producto).

c) Recursos técnicos

Dice son aquellos que sirven como herramientas e instrumentos auxiliares en la coordinación de los otros recursos, pueden ser:

Ñ Sistemas de producción, de ventas, de finanzas, administrativos, etc.

Ñ Fórmulas, patentes, marcas, etc.

d) Recursos humanos

Estos recursos son indispensables para cualquier grupo social; ya que de ellos depende el manejo y funcionamiento de los demás recursos. Los Recursos Humanos poseen las siguientes características:

- Posibilidad de desarrollo.
- Ideas, imaginación, creatividad, habilidades.
- Sentimientos.
- Experiencias, conocimientos, etc.

Estas características los diferencian de los demás recursos, según la función que desempeñan y el nivel jerárquico en que se encuentren pueden ser: obreros, oficinistas, supervisores, técnicos, ejecutivos, directores, etc.

e) Recursos financieros

Son los recursos monetarios propios y ajenos con los que cuenta la empresa, indispensables para su buen funcionamiento y desarrollo, pueden ser:

- Ñ Recursos financieros propios, se encuentran en: dinero en efectivo, aportaciones de los socios (acciones), utilidades, etc.
- Ñ Recursos financieros ajenos; están representados por: prestamos de acreedores y proveedores, créditos bancarios o privados y emisiones de valores, (bonos).

2.2.2. Organización administrativa

Según Anzola (2007), “el estudio administrativo en un proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto. Este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los

recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales”.

2.2.3. Inversión

Según Davalos (2010), la inversión es la transformación de bienes circulantes o líquidos rentables o productivos. El término es aplicable tanto al acto transformación inmediata, como a los compromisos contractuales de futuras adquisiciones o construcciones con pagos diferidos, para lo cual quedan afectados los fondos o valores de disponibilidad actual o futura.

2.2.3.1. Costos de inversión

Según Coloma (2008), el costo de inversión, representa los factores técnicos que intervienen en la producción medible en dinero.

2.2.3.2. Costos fijos y variables

Según Díaz (2009), de acuerdo al período de planeación de la producción, existente costos fijos y costos variables.

a) Costos fijos

Permanecen inalterables ante cualquier volumen de producción, no suben, ni bajan ante aumentos o disminuciones de las unidades producidas. Existen en la fábrica y en la estructura.

b) Costos variables

Son aquellos que fluctúan de acuerdo a la cantidad de unidades producidas. No solo se relacionan a los costos de la fábrica, sino también a los costos de distribución.

c) Capital de inversión

Se refiere a los fondos aportados directamente por el inversionista y por otras empresas de inversión directa asociadas con el mismo inversionista directo. Los componentes de capital de inversión son las acciones y otras participaciones de capital, las utilidades reinvertidas y otro capital relacionado con diferentes transacciones originadas por deudas entre empresas afiliadas.

2.2.4. Punto de equilibrio

Según Ramirez (2008) “es una técnica de análisis muy importante, empleada como instrumento de planificación de utilidades, de la toma de decisiones y de la resolución de problemas. Para aplicar esta técnica es necesario conocer el comportamiento de los ingresos, costos y gastos, separando los que son variables de los fijos o semivARIABLES”.

2.2.5. Ingresos

Según Davalos (2010) “son entradas o salidas de dinero o valores que lo representen, se originan en las ventas de bienes o servicios durante un período de tiempo determinado”.

2.2.6. Depreciación

Según Ayala (2010) “es la pérdida del valor de los bienes de activos fijos al uso, deterioro o desuso”. La depreciación es considerada como la pérdida paulatina del valor de los activos fijos por desgaste u obsolescencia.

Según Sarmiento (2007), la depreciación se la realiza de acuerdo al Reglamento de la Ley de Régimen Tributario Interno que en su artículo 20, numeral 6 dispone: Inmuebles (excepto terrenos) naves, aeronaves, barcasas y similares 5 % anual; Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10 % anual; Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil, el 20 % anual y Equipo de cómputo y software el 33% anual.

2.2.7. nciamento

Según Baca (2008), es la aportación de dinero para desarrollar un proyecto o empresa. Puede ser como fondos propios con retribución variable en función de los beneficios, o como fondos ajenos que cobran una retribución fija, llamada interés.

2.2.8. Estados financieros

Según Guajardo (2008), son el producto final del proceso contable de la información financiera, elemento imprescindible para que los diversos usuarios puedan tomar decisiones: La información financiera que dichos usuarios requieren que se centre primordialmente en la evaluación de la situación financiera de la rentabilidad y la liquidez.

2.2.8.1. Estado de resultados

Según Spiller (2007), es un resumen de las operaciones de una empresa en el que se revelan los ingresos descargados y los gastos con los cuales se calcula una utilidad neta. El primero de los estados financieros básicos es el Estado de Resultados. Dicho estado financiero trata de determinar el monto por el cual los ingresos contables superan a los gastos contables. Al remanente se llama resultado, el que puede ser positivo o negativo, si es positivo se lo llama utilidad y si es negativo se lo denomina pérdida.

2.2.8.2. Flujo de caja

Según Ayala (2010) se conoce como flujo de efectivo o cash flow al estado de cuenta que refleja cuánto efectivo queda después de los gastos, los intereses y el pago al capital. El estado de flujo de efectivo, por lo tanto, es un estado contable que presenta información sobre los movimientos de efectivo y sus equivalentes.

2.2.8.3. Indicadores de rentabilidad

Según Spiller (2007) significa el porcentaje de utilidad antes de participación e impuestos con relación al capital o patrimonio, es decir mide la rentabilidad de los fondos aportados por los socios o accionistas.

2.2.9. nstitución legal de una empresa

Según Cámara de Comercio de Guayaquil (2012), al fundarla o poner en marcha una empresa se debe dar cumplimiento a un régimen legal, el cual regula los derechos y obligaciones que tiene con los diferentes agentes económicos que intervienen en ella. Dentro de los requisitos para formar una pequeña empresa están los siguientes:

2.2.9.1. Registro

A la empresa se la debe registrar en la superintendencia de compañías, como también hacerla constar en el registro mercantil del respectivo cantón.

2.2.9.2. Patente municipal

La patente municipal se la obtiene dentro de los treinta días siguientes al último día del mes en que se inician actividades, a partir del segundo año el municipio cobra en forma anual.

2.2.9.3. Registro único de contribuyentes (RUC)

Corresponde a un número de identificación de todas aquellas personas naturales y sociedades que realizan actividades comerciales, en forma permanente u ocasional, mediante el RUC una empresa puede desarrollar legalmente sus actividades. Su inscripción debe hacerse dentro de los treinta días hábiles siguientes a su inicio de actividades.

2.2.9.4. Registro Sanitario

Los productos naturales procesados deben obtener, previamente a su comercialización el Registro Sanitario. El certificado de registro sanitario será de responsabilidad y uso exclusivo de la persona natural o jurídica autorizada legalmente para la fabricación, importación, exportación y comercialización del producto en el país. Generalmente lo otorga la ARCSA Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria o Ministerio de Salud del Ecuador.

2.2.10. El marketing en la empresa

2.2.10.1. Definición

Según Kotler (2008): “Es un proceso social y directivo por el que los individuos y las organizaciones obtienen lo que necesitan y desean mediante la creación de intercambio de valor con los demás”. Una empresa periódicamente debe utilizar marketing, como medio de evaluación de sus productos o servicios; determinando así, el grado de satisfacción con respecto a las necesidades del consumidor y a la vez establecer los cambios que se debe realizar para que consiga ser aceptado por el mercado.

2.2.10.2. Elementos de marketing

2.2.10.2.1. Producto: Es un bien o servicio creado para responder por las necesidades y deseos que surgen en la sociedad. Para que un producto sea objeto de compra debe poseer atributos propios y estar acorde a las exigencias del consumidor.

2.2.10.2.2. Precio: Es la cantidad de dinero que el consumidor está sometido a pagar por acceder a un bien o servicio que satisfaga sus necesidades. Este valor se establece previamente a una investigación de mercado.

2.2.10.2.3. Plaza: Es el elemento mediante el cual, los productos o servicios de una empresa están disponibles para el consumidor. En este elemento se

especifica la forma, el lugar de comercialización y las condiciones con que se debe entregar el bien o servicio.

2.2.10.2.4. Promoción: Mediante este elemento se buscan las formas de comunicación apropiadas para dar a conocer el producto o servicio al mercado objetivo, las principales estrategias de comunicación utilizadas masivamente en la actualidad son la publicidad, propaganda, merchandising y promoción de ventas.

2.2.10.2.5. Comercialización: Baca (2006): “Es la forma que le permite al productor ubicar el producto a sus consumidores basados en el tiempo y lugar”. La comercialización se encarga de asegurar que el producto requerido esté en el lugar, en el momento, al precio y en la cantidad pretendida, garantizando así unas ventas rentables, la comercialización abarca tanto la planificación de la producción como la gestión.

2.2.11. Avicultura

Según Quintana (2009), dice “Trata sobre registros y controles de producción, ambiente e iluminación para las aves, selección, repoblación y sistemas de crianza y canibalismo, pelecha, manejo del huevo, reproducción de incubación, métodos de control alimentario y agua de bebida para las aves”.

2.2.11.1. Generalidades del ave criolla

Según Erikson (2008), El gallo y la gallina (*Gallus gallus domesticus*) son la subespecie doméstica de la especie:

Gallus gallus (ave galliforme de la familia Phasianidae procedente del sudeste asiático).

Los nombres comunes son: gallo, para el macho; gallina, para la hembra, y pollo, para los subadultos. Es el ave más numerosa del planeta, pues se calcula que supera los 13 000 millones de ejemplares.

Los gallos y gallinas se crían principalmente por su carne y por sus huevos. También se aprovechan sus plumas, y algunas variedades se crían y entrenan para su uso en peleas de gallos y como aves ornamentales. Es un ave omnívora. Su esperanza de vida se encuentra entre los 5 y los 10 años, según la raza.

Poseen dos tipos de protuberancias carunculares en la cabeza: una cresta en el píleo y unos lóbulos que cuelgan a ambos lados del pico. El dorso lo cubre una capa de plumas doradas desde el cuello hasta la espalda.

Los gallos y las gallinas muestran un evidente dimorfismo sexual,² y pueden distinguirse ambos a simple vista. Los machos son más grandes, miden aproximadamente 50 cm de altura y llegan a pesar hasta 4 kg.

Poseen una gran cresta rojiza en la cabeza, la cual se interpreta como símbolo de dominancia. Se dice que los ejemplares de gallo rojo salvajes poseen colores más brillantes que sus parientes domésticos. La cola está compuesta por plumas oscuras grandes y arqueadas que brillan de color azul, púrpura o verde bajo la luz. A ambos lados de su cabeza aparecen dos manchas blancas, que le distinguen de otras especies cercanas, además de las patas grisáceas. En algunas razas las patas están provistas también de espolones.

Según Castañeda (2011), “son aves especializadas en producir abundante cantidad de huevos y carne a la vez es decir son aves de doble propósito, presentan algunas características muy favorables para la crianza a nivel familiar: son resistentes a las condiciones locales de humedad y temperatura, ya que han experimentado un proceso de selección natural a través de muchos años pueden utilizar desechos de cocina y otros alimentos que se encuentran en la tierra son más resistentes a las enfermedades que cualquier otro tipo de aves.

2.2.11.2. Manejo del pollo criollo

Según Torres (2010), el pollo campero es un ave de crecimiento lento, carne firme, piel con pigmentación amarilla, menor tenor graso, sabor definido, características exigidas por aquellos consumidores que privilegian lo natural. La importancia radica que durante los siete días los pollos bebes, nunca se debe tener pollitos de diferentes edades dentro del gallinero, con esto se evitara los riesgos de enfermedades y las normas de manejo y sanidad.

Entre cada una de estas etapas existe una fase de transición, la cual se debe manejar con un mínimo de estrés para las aves. Las fases de transición críticas para el productor son las siguientes:

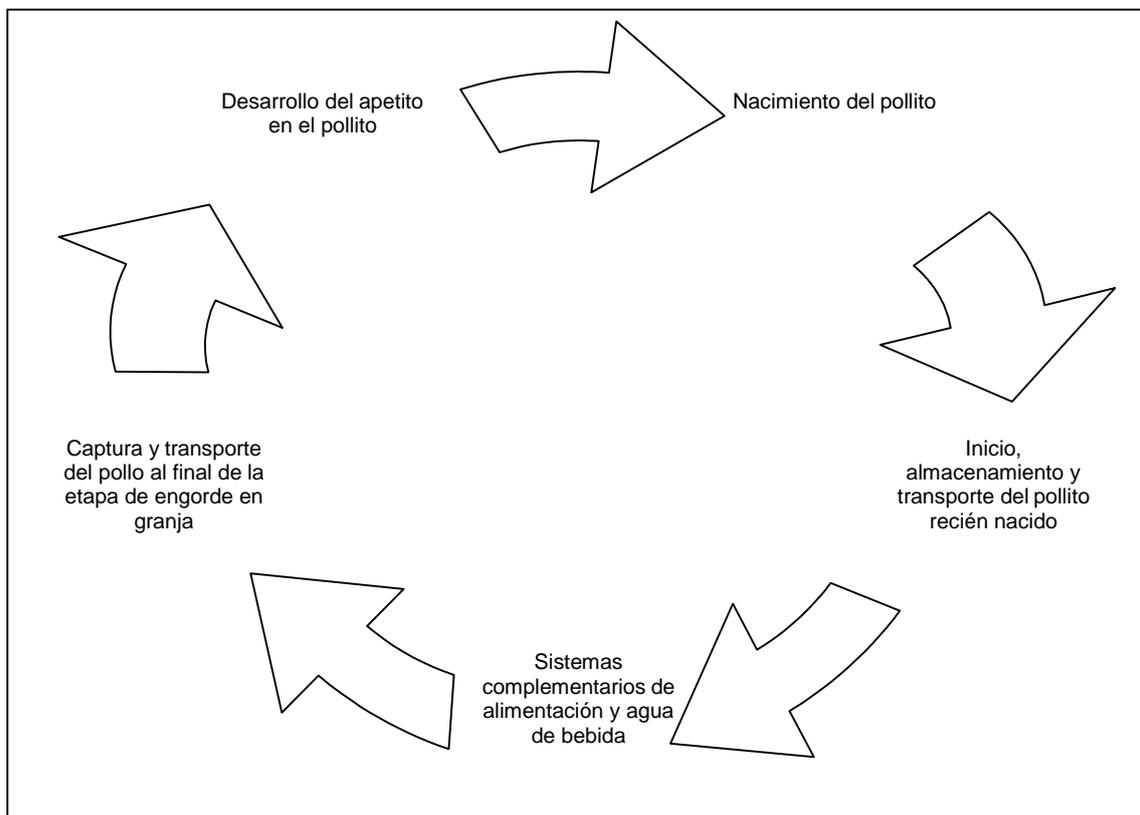


Figura 1. Fases del manejo de pollo criollo

Fuente: Elaboración propia

Según Ergomix (2011), el manejo en líneas generales va encaminado a impedir el crecimiento acelerado de los animales. El pollo criollo debe disfrutar del pastoreo, comer hierba, insectos y granos durante un periodo prolongado de

crianza, aunque ello sea a costa de sufrir en algún momento las inclemencias del tiempo.

La cría de los animales tiene lugar en naves cubiertas con acceso a parques exteriores al aire libre.

- La densidad animal es de:

11 pollos/m² en la zona cubierta

0,5 pollos/m² en el parque exterior

- La salida de los animales al exterior se hace a través de una trampilla de unos 2 metros de longitud como mínimo para cada 1000 pollos, aunque es mejor que los lotes no sean superiores a 500 aves/lote.
- Tras efectuar el vacío sanitario (14 días) entre lote y lote, se ha de desinfectar y limpiar la nave siguiendo las normas de bioseguridad de cualquier explotación avícola. Se colocará nueva yacija en la zona cubierta y se pondrá en marcha el sistema de calefacción preparando a la nave para la recepción de un nuevo lote de pollitos de 1 día.
- El primer día contarán con una temperatura ambiente de 32° C, para ir disminuyéndola gradualmente conforme vayan creciendo, a razón de 2-3° C /semana. No obstante si las condiciones climáticas lo permiten, los pollitos empezarán a salir al exterior a partir del día 15-20, durante las horas centrales del día.
- Es muy importante observar el comportamiento de los pollitos en los primeros días de vida, ya que son muy sensibles a las variaciones de calor. A medida que aumente la edad permanecerán más tiempo en los exteriores, desde las primeras horas del día hasta las últimas de la tarde.
- Generalmente los comederos y bebederos se colocan en la nave cubierta, aunque se pueden colocar alguno de ellos en el parque exterior

(solamente de 2ª edad) en este último caso deben estar protegidos por un pequeño techo para evitar que la lluvia y la humedad deterioren el pienso.

- El cambio de comederos y bebederos de 1ª a 2ª edad se efectuará a los 10-12 días de la crianza.
- La parte exterior de los galpones estará vallada y deberá ser independiente para cada una de las naves cubiertas. Suelen tener riego por aspersión y se siembran cada 2 o 3 años.
- Con el periodo de vacío sanitario entre lote y lote es suficiente para que rebrote de nuevo la hierba. Es aconsejable una altura de la hierba de entre 6 y 15 cm. Por otra parte, debe haber setos y árboles de hoja caduca que ofrezcan sombra a los animales en las épocas de calor y que, además, permitan a los animales la búsqueda de larvas e insectos, actividad que no sólo es importante desde el punto de vista alimenticio sino también como medida antiestrés.
- Las vacunaciones se realizan en el calendario:

Newcastle B1 1-5 días

Newcastle Gumboro 7-14 días

Bronquitis Gumboro 15-21 días

- Se trata, pues, de un régimen de manejo en semilibertad, en donde los animales tienen la posibilidad de hacer mucho ejercicio físico, lo que favorece el desarrollo de la musculatura, incrementándose el color de la misma, por el mayor contenido de mioglobina.

2.2.11.3. Impacto ambiental

Según Careaga (2007), se entiende por impacto ambiental la alteración que se produce sobre el entorno, la salud y el bienestar del hombre como consecuencia de la realización de un proyecto, en comparación al escenario que existiría si el mencionado proyecto no se ejecutará.

Según Suquilanda (2010), la cría de pollos criollos en ambiente natural no contribuye a la degradación ambiental, ya que no se utiliza métodos intensivos, uso excesivo de fertilizantes y plaguicidas, ni se recurre a la contaminación del agua, suelo y aire por sí de agroquímicos y desechos de estiércol y uso indiscriminado de recursos limitados (agua, energía).

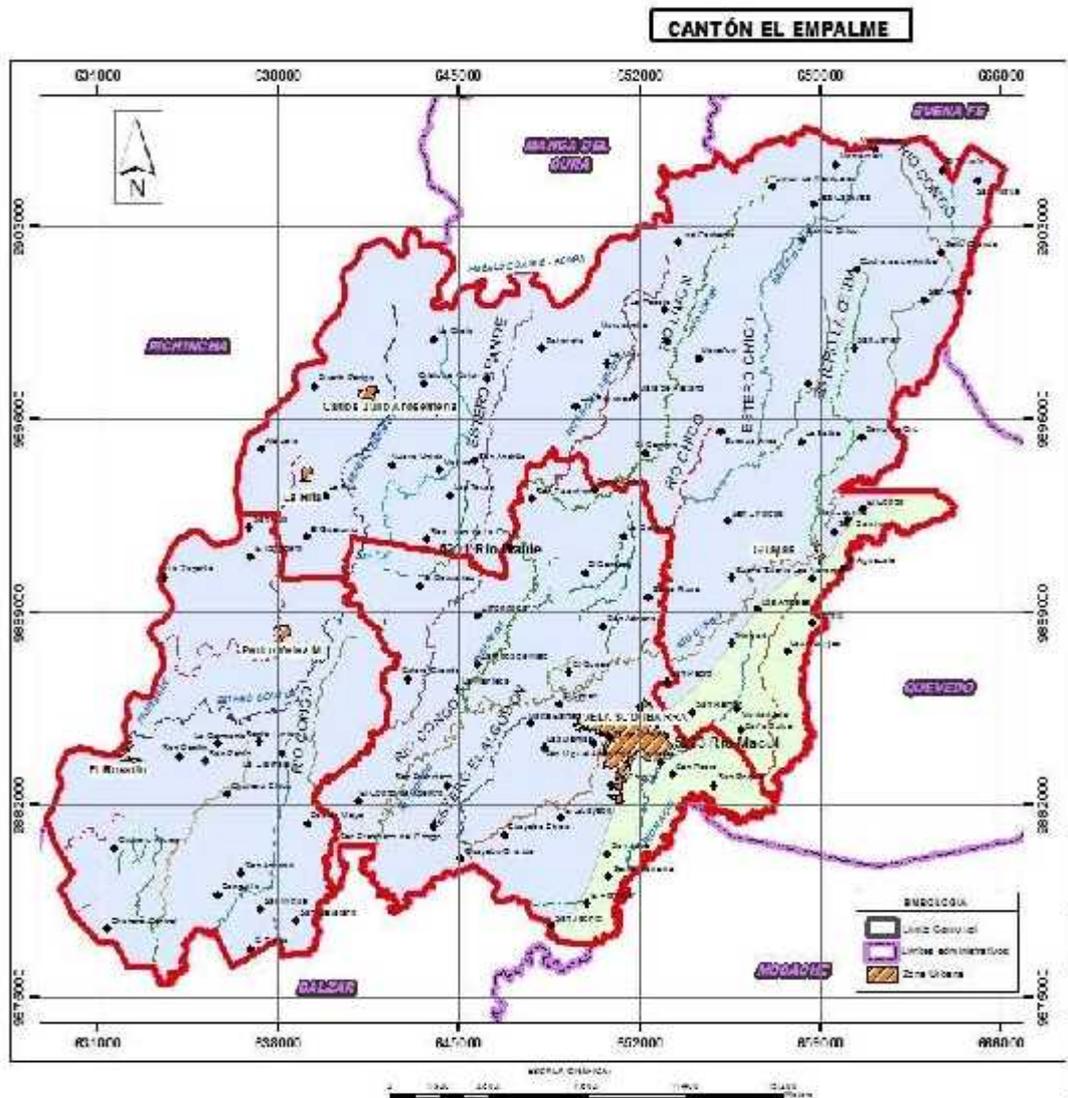
Este proyecto frente a las demás localidades en nuestro entorno, ecológicamente presenta un buen estado, lo cual para la producción no afecta, ni tampoco afecta al medio ambiente ya que la crianza de pollo criollo en ambiente natural no viola ninguna ley de la naturaleza; el pollo criollo será vendido en pie, pero no se descarta la idea de en un futuro venderlo pelado y/o faenado, de ser así, los desechos como las heces y plumas serán enterradas donde pasan a formar parte de la tierra convirtiéndose en abono y sin ningún perjuicio para el medio ambiente.

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

III. MATERIALES Y METODOS

3.1. ocalización y duración de la propuesta

El presente proyecto se establecerá en la FINCA HNOS. ZAMBRANO del Recinto El Limón, Parroquia Velasco Ibarra perteneciente al Cantón El Empalme Provincia del Guayas a 54 msnm con una ubicación geográfica de 1°235.3 latitud sur y 79°46'42.1' de longitud oeste.



La investigación tuvo una duración de 180 días.

3.2. ndiciones Meteorológicas

Las condiciones meteorológicas se detallan en el cuadro N.1

Cuadro 1. Condiciones meteorológicas

PARÁMETROS	PROMEDIOS
Temperatura ° C	24.5
Humedad relativa (%)	1,006
Precipitación(mm)	2,061
Heliofanía horas luz año	735
Evaporación promedio mensual (mm)	79,7

Fuente: Estación meteorológica INIAP. Estación Tropical Pichilingue 2013

3.3. Metodología del proyecto

3.3.1. Analítico

Este método permitió analizar toda la información recopilada, tanto del estudio de campo, como la citada a través de fuentes bibliográficas. El análisis de los resultados se estableció para alcanzar los objetivos y establecer las respectivas conclusiones y recomendaciones del presente estudio.

3.3.2. Deductivo

Permitió interpretar y comparar los datos obtenidos en las encuestas, aplicadas a los habitantes y comerciantes de la zona (2013) del cantón El Empalme, con el propósito de conocer las necesidades de los demandantes y determinar la factibilidad de creación de una granja de cría de pollos en ambiente natural.

3.3.3. Inductivo

Esté método permitió recopilar y analizar la información del medio, referente a los gustos, y preferencias de los habitantes de la zona (2013) del cantón El Empalme, para su efecto se aplicaron las encuestas.

3.3.4. Estadístico

Mediante este método se interpretó de forma estadística los datos recopilados a través del estudio de campo, para representar dichos datos de forma gráfica.

3.4. Tipo de investigación

3.4.1. De campo

Se lo realizó en el cantón El Empalme provincia del Guayas, mediante la aplicación de encuestas a una muestra obtenida de habitantes y comerciantes del cantón El Empalme. La finalidad del estudio es recoger información referente al tema de investigación.

3.4.2. ráfica - documental

Permitió extraer información teórica referente al objeto de estudio, a través de libros, módulos, folletos, internet, entre otros documentos informativos.

3.5. Fuentes de investigación

35.1. Primarias

La información primaria se la obtuvo mediante la aplicación de encuestas a los habitantes del Cantón El Empalme, del mismo modo se obtuvieron datos referentes a los proveedores de pollo criollo y el comercio de estos en la zona.

35.2 Secundarias

Se refiere a la información citada en varios textos, folletos, libros e internet, enfocada al objeto de estudio.

3.6. Técnicas e instrumento de evaluación

3.6.1. Encuestas

Se las aplicó a una muestra obtenida de habitantes del cantón El Empalme, para lo cual se diseñó un cuestionario de preguntas cerradas, acorde a las necesidades de la investigación. Se pretendió determinar la aceptación y factibilidad de creación de una granja avícola en ambiente natural en el Cantón El Empalme para el año 2013.

3.7. Población y muestra

3.7.1. Población

Población 1: Se encuentra constituida por las familias del Cantón El Empalme. Al respecto, se presenta a continuación algunos datos del Censo de Población de 2010 efectuados por el INEC:

Según datos estadísticos del INEC, en su página oficial en el VII censo de población y vivienda, realizado el 20 de noviembre del año 2010, el Cantón El Empalme cuenta con aproximadamente 77,297 habitantes, y de acuerdo a datos obtenidos la proyección de la población de este Cantón por año calendario para el año 2013 es de 80,115 personas.

Población 2: Se encuentra conformada por los 32 comerciantes dedicados a la venta de pollo criollo; información facilitada por la Asociación de Comerciantes de Aves del Cantón El Empalme (2013).

3.7.2. Muestra

A continuación se realiza la operación matemática para obtener el número de familias del sector, tomando como datos el total de la población urbana del Cantón El Empalme y conociendo según el INEC que una familia promedio está formada por 4 personas.

$$N^{\circ} \text{ familias} = \frac{80,115}{4}$$

$$N^{\circ} \text{ familias} = 20028,75$$

Realizando la operación correspondiente se determinó que en el Cantón El Empalme existen 20028,75 familias para el año 2013.

Para determinar la muestra se utilizó la siguiente ecuación.

$$n = \frac{N * \delta^2 + Z^2}{(N - 1) * \epsilon^2 + Z^2 + \delta^2}$$

n: tamaño de la muestra

N: tamaño de la población

δ: Varianza

Z: Valor tipificado

ε: Error estimado

$$n = \frac{20028,75 * (1,96)^2 * (0,25)}{(20028,75-1) * (0,05)^2 + (1,96)^2 * (0,25)}$$

$$n = \frac{20028,75 * (3,8416) * (0,25)}{(20027,75 * (0,0025) + (3,8416)^2 * (0,25)}$$

$$n = \frac{19235,70}{50,069 + 0,9604}$$

$$n = \frac{19235,70}{51,0294}$$

$$n = 376,95 \Rightarrow 377$$

De acuerdo a las operaciones realizadas la recolección de la información para la población 1 se aplicará a un grupo de 377 familias del Cantón El Empalme.

3.7.3. Procedimiento metodológico

Para determinar el nivel de satisfacción que tienen los consumidores del cantón El Empalme, respecto al consumo de pollo criollo se realizó una investigación de mercado con preguntas cerradas, la cual permitió aportar con la

Investigación de las necesidades de la población, así como de los comerciantes de pollo criollo.

Se procedió a identificar el impacto que tendrá la creación de la granja avícola al ambiente natural en el cantón El Empalme, lo cual sirvió para establecer los trabajos futuros en la empresa. Para determinar la rentabilidad de la inversión se lo hizo a través del estudio financiero, el mismo que permitió establecer los niveles de inversión para la granja avícola al ambiente natural en el cantón El Empalme dirigido al mercado objetivo.

El punto de equilibrio se lo calculó con la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Razón del margen de contribución}} = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Precio unitario} - \text{Costos variables unitarios}}$$

Valor Actual Neto (VAN), se lo estableció con la siguiente formula.

$$VAN = -A + \frac{Q_1}{(1+k_1)} + \frac{Q_2}{(1+k_1) \cdot (1+k_2)} + \dots + \frac{Q_n}{(1+k_1) \cdot \dots \cdot (1+k_n)}$$

Dónde:

VAN= Valor actual neto

Q₁= Flujo neto de efectivo (cuando en un mismo periodo se den flujos positivos y negativos será la diferencia entre ambos flujos).

A= Inversión Inicial.

n= Número de años.

K_n= Tasa de interés de retorno del período.

CAPÍTULO IV
RESULTADOS

4.1. RESULTADOS

4.1.1 RESULTADO DE LA ENCUESTA A COMERCIANTES

4.1.1.1. Resultados de las encuestas a los comerciantes de pollo criollo en el Cantón El Empalme.

1) ¿Considera rentable la venta de pollo criollo?

Cuadro 2. Rentabilidad en Venta de pollo criollo en pie

Opciones	N° de personas	Porcentaje
Si	5	15,63
No	27	84,38
TOTAL	32	100,0

Fuente: Comerciantes de pollo criollo

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

De acuerdo al Cuadro 2, se refleja que 27 comerciantes no consideran rentable la venta de pollo criollo, mientras que 5 personas consideran que si lo es.

2) ¿Con que frecuencia le piden carne de pollo criollo?

Cuadro 3. Frecuencia de demanda

Opciones	N° de personas	Porcentaje
Diario	11	34,4
Semanal	14	43,8
Quincenal	5	15,6
Mensual	2	6,3
TOTAL	32	100,0

Fuente: Comerciantes de pollo criollo

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

Conforme al Cuadro 3, del total de comerciantes encuestados, 11 de ellos opinan que sus clientes les piden diariamente carne de pollo criollo, por otro lado, 14 comerciantes manifiestan que semanalmente se lo piden, 5 opinan que quincenalmente y solo 2 comerciantes opinan que se lo solicitan de forma mensual.

3) ¿Cuántos pollos criollos le piden sus clientes semanalmente?

Cuadro 4. Cantidad demandada semanalmente

Opciones	N° de personas	Porcentaje
1 a 3	28	87,50
4 a 6	2	6,25
7 a 10	1	3,13
Más de 10	1	3,13
TOTAL	32	100,0

Fuente: Comerciantes de pollo criollo

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

Conforme al Cuadro 4, de los comerciantes encuestados opinan 28 de ellos que la cantidad demandada de pollo criollo por sus clientes es de 1 a 3 pollos semanalmente, mientras que 2 comerciantes coinciden con que es de 4 a 6 pollos, seguido de 1 comerciante quien manifestó que sus clientes le piden de 7 a 10 pollos criollos,

4) ¿Presenta dificultades para adquirir pollos criollos?

Cuadro 5. Adquisición de pollos criollos

Opciones	N° de personas	Porcentaje
Si	32	100,0
No	0	00,0
TOTAL	32	100,0

Fuente: Comerciantes de pollo criollo

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

De acuerdo al Cuadro 5, se observa que el total de los comerciantes encuestados, concuerdan con que presentan dificultades para adquirir pollos criollos. Para el desarrollo de la actividad los comerciantes han tenido que afrontar en muchas circunstancias dificultades con respecto al transporte cuando la compra es fuera de la ciudad.

5) ¿Conoce usted alguna granja especializada en la crianza de pollos criollos?

Cuadro 6. Granja especializada

Opciones	N° de personas	Porcentaje
Si	0	0,0
No	32	100,0
TOTAL	32	100,0

Fuente: Comerciantes de pollo criollo

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

De acuerdo al Cuadro 6, se observa que el total de los comerciantes encuestados, concuerdan con que no conocen una granja especializada en la crianza de pollos criollos.

6) ¿Está dispuesto a ganar el margen de utilidad que se maneja en el mercado por la comercialización de pollo criollo?

Cuadro 7. Margen de utilidad

Opciones	N° de personas	Porcentaje
Si	27	84,38
No	5	15,63
TOTAL	32	100,0

Fuente: Comerciantes de pollo criollo **Elaborado por:** Blanca Mendoza Maisanche

Como se evidencia en el Cuadro 7, del total de encuestados, 27 manifestaron que si están dispuestos a ganar el margen de ganancia que se maneja en el mercado por la comercialización de pollo criollo, por otro lado, 5 de los comerciantes opinaron con que no estarían dispuestos a ganar el margen de ganancia del mercado.

7) ¿De contar con un proveedor constante y clientela segura, cuántos pollos criollos compraría semanalmente?

Cuadro 8. Compra semanal de pollos criollos en pie

Opciones	N° de personas	Porcentaje
2	0	0,0
4	0	0,0
6	0	0,0
Más de 20	32	100,0
TOTAL	32	100,0

Fuente: Comerciantes de pollo criollo

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

De acuerdo al Cuadro 8, de los comerciantes encuestados, coinciden todos los 32 con que de contar con un proveedor constante y clientela segura, adquirirían semanalmente más de 20 pollos criollos.

8) ¿Considera que el precio del pollo criollo en pie es accesible al consumidor?

Cuadro 9. Precio accesible del pollo criollo en pie

Opciones	N° de personas	Porcentaje
Si	15	48,68
No	17	53,13
TOTAL	32	100,0

Fuente: Comerciantes de pollo criollo

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

De acuerdo al Cuadro 9, de los comerciantes encuestados, 15 personas opinan que el precio del pollo criollo en pie es accesible para el consumidor, mientras que 17 comerciantes manifestaron que no es accesible.

4.1.1.2. Resultados de las encuestas a los consumidores de pollo en el Cantón El Empalme.

1) ¿Ha consumido pollo criollo?

Cuadro 10. Consumo de pollo criollo.

Opciones	N° de personas	Porcentaje
Si	259	68,70
No	118	31,30
TOTAL	377	100,00

Fuente: Consumidores

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

De acuerdo al Cuadro 10, del total de consumidores encuestados 259 coinciden con que si ha consumido pollo criollo, mientras que 118 personas manifiestan que no lo han consumido.

2) El precio del pollo criollo en pie lo considera:

Cuadro 11. Precio del pollo criollo en pie

Opciones	N° de personas	Porcentaje
Caro	45	11,94
Normal	297	78,78
Barato	35	9,28
TOTAL	377	100,00

Fuente: Consumidores

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

Tal como se refleja en el Cuadro 11, del total de encuestados, 297 personas consideran como normal el precio del pollo criollo en pie, mientras que 45 lo consideran caro, seguido de 35 personas a quienes le parece caro.

3) ¿Cuál es la frecuencia de consumo de pollo criollo?

Cuadro 12. Frecuencia de consumo de pollo criollo

Opciones	N° de personas	Porcentaje
Toda la semana	85	22,55
2 veces a la semana	174	46,15
No ha consumido	118	31,30
TOTAL	377	100,00

Fuente: Consumidores

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

Tal como se refleja en el Cuadro 12, del total de encuestados, 233 consumidores adquieren pollo criollo en pie 2 veces a la semana, mientras que 59 personas manifiestan que lo hacen 3 veces a la semana, y solo 85 personas la consumen toda la semana.

4) ¿Encuentra usted donde adquirir con facilidad pollo criollo ya sea en pie o por libras?

Cuadro 13. Lugares de compra de pollo criollo

Opciones	N° de personas	Porcentaje
Si	55	14,59
No	322	85,41
TOTAL	377	100,00

Fuente: Consumidores

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

De acuerdo al Cuadro 13, de las personas encuestadas 322 opinan que no encuentran donde adquirir pollo criollo en pie, mientras que 55 consumidores manifiestan que si encuentran donde adquirir con facilidad pollo criollo en pie.

5) ¿Le gustaría a usted que en el cantón El Empalme existiera una granja avícola, especializados en pollos criados en ambiente natural (criollos)?

Cuadro 14. Granja avícola en ambiente natural

Opciones	N° de personas	Porcentaje
Si	377	100,00
No	0	00,00
TOTAL	377	100,00

Fuente: Consumidores de pollo

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

Según el Cuadro 14, 377 personas opinan que Si les gustaría que en el cantón El Empalme existiera una granja avícola, especializados en pollos criollos en pie.

6) ¿Cuál sería la mayor objeción que tendría usted para consumir pollo criollo?

Cuadro 15. Objeción para consumir carne de pollo criollo

Opciones	N° de personas	Porcentaje
Precio	193	51,83
Mala calidad	110	28,80
Lugar de compra lejano	74	19,37
TOTAL	377	100,00

Fuente: Consumidores

Elaborado por: Blanca Mendoza

En concordancia con el Cuadro 15, la mayor objeción que tendrían los consumidores para consumir pollo criollo sería según 193 personas el precio del pollo en pie, por otro lado, 110 personas opinan que sería la mala calidad del pollo, mientras que para 74 consumidores la objeción sería que no exista un lugar de compra cercano.

7) ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un pollo criollo en pie?

Cuadro 16. Precio a pagar por pollo criollo en pie

Opciones	N° de personas	Porcentaje
\$15	50	13,09
\$12	203	54,45
\$10	124	32,46
TOTAL	377	100,00

Fuente: Consumidores de pollo

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

Según el Cuadro 16, del total de encuestados 203 personas pagarían por un pollo criollo en pie \$12, mientras que 50 personas pagarían \$15.

8) ¿Le gustaría comprar pollo criollo en diferentes presentaciones como libras, faenado, o empaquetado?

Cuadro 17. Presentación de pollo criollo

Opciones	N° de personas	Porcentaje
Si	322	85,41
No	55	14,59
TOTAL	377	100,00

Fuente: Consumidores de pollo

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

Según el Cuadro 17, del total de encuestados a 322 personas si les gustaría adquirir pollo criollo en presentaciones como libras, faenado, o empaquetado, mientras que en menor porcentaje, opinan que no.

9) La presentación de los productos cárnicos la considera

Cuadro 18. Higiene y aseo de los productos cárnicos

Opciones	N° de personas	Porcentaje
Muy Buena	28	7,43
Buena	120	31,83
Regular	229	60,74
TOTAL	377	100,00

Fuente: Consumidores de pollo

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

De acuerdo al Cuadro 18, del total de encuestados a 229 personas les parece regular la presentación de los productos cárnicos, mientras que 120 consumidores la consideran como buena y en minoría 28 encuestados encuentran como buena la presentación.

10) ¿Cómo prefiere el producto?

Cuadro 19. Presentación de la carne de pollo

Opciones	N° de personas	Porcentaje
Faenado	209	54,64
Empaquetado	99	26,26
En pie	72	19,10
TOTAL	377	100,00

Fuente: Consumidores de pollo

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

Tal como se evidencia en el Cuadro 19, la preferencia del producto en mayoría es la opción de faenado, mientras que 99 personas coinciden con que prefieren la carne de pollo empaquetada y solo 72 personas prefieren adquirir el pollo en pie.

CAPÍTULO V
ESTUDIO DE MERCADO

5. Estudio De Mercado

El estudio de mercado de productos y/o servicios es uno de los medulares pasos, dentro del proceso de formulación de un proyecto económico-productivo, ya que la finalidad de este es asegurar que exista una cantidad suficiente de individuos que bajo ciertas condiciones, presentan una demanda que justifique la puesta en marcha del proyecto.

5.1. Antecedentes del Estudio de Mercado

5.1.1. Finalidad del Estudio de Mercado

La finalidad del estudio de mercado es planificar, recopilar, analizar e identificar la cantidad de consumidores, el volumen de producción, las especificaciones y características del producto que la demanda desea, las mejores estrategias de comercialización facilitando el acceso y la competitividad en el mercado. El estudio de mercado analiza y recopila información relacionada con la empresa y el mercado, permitiendo tomar decisiones y establecer políticas, objetivos, planes y estrategias acordes a los intereses empresariales.

5.1.2. OBJETIVOS

5.1.2.1. Objetivo General

Realizar un estudio de mercado, a través del análisis del producto, oferta, demanda, precio y comercialización, como primer paso en la determinación de la viabilidad del proyecto.

5.1.2.2. Objetivos Específicos

- Ñ Analizar la oferta del producto que se pretende colocar en el mercado.
- Ñ Identificar y analizar la demanda que existe para el producto.
- Ñ Determinar el método más razonable para efectuar las proyecciones de oferta y demanda.

Ñ Realizar un análisis del precio que maneja el mercado.

Ñ Analizar la competencia existente, de productos similares y/o alternativos.

5.2. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

5.2.1. Descripción Física

El producto con que se pretende formar la pequeña empresa, tiene los siguientes rasgos físicos: sus patas están formadas de cuatro dedos útiles para araña el suelo, son de color amarillentas, su cuerpo es grande y pesado en relación con la otras aves, tiene alas cortas que le impiden volar, el buche es grande y la molleja muy musculosa; en ambos sexos, los adultos presentan la cabeza adornada con unas carnosidades a ambos lados del pico y una cresta desnuda y carnosa, que es más prominente en el macho. La cresta típica es sencilla, terminada en picos y de cierto tamaño, bien recta o caída. El color del plumaje puede ser blanco, gris, amarillo, castaño y negro. El macho se destaca por ser más grande y de colorido plumaje, puede pesar de 6 a 7 libras; y las hembras llegan a pesar de 5 a 6 libras.

5.2.2. Valor agregado

El producto de la nueva empresa tiene como característica principal ser un producto orgánico, alimentado a base de granos naturales como el maíz duro y verduras picadas, así como también en su inicio se suministrará balanceado de crecimiento en mínimas cantidades; proporcionando a las aves los componentes nutritivos necesarios que den como resultado una carne en óptimas condiciones, para ofertarlo en el mercado, aportando en la dieta de los consumidores productos saludables.

5.2.3. Presentación del producto

La forma de presentar el producto será de la siguiente manera.

5.2.3.1. Pollo entero: Contiene el canal faenado y las menudencias respectivas del ave, las cuales deben contenerse en una funda perforada para

evitar contaminación microbiana por líquidos exudados, a la vez se debe sellar con clips de aluminio.



5.2.3.2. Presas de pollo: Contiene al canal faenado en presas, para ser comercializado según las preferencias de cada consumidor.



5.2.3.3. Por Libras: Se comercializará el producto por libras directamente al consumidor.



5.2.3.4. Pollo en pie: Consiste en distribuir el ave viva directamente al consumidor.



5.2.3.5. Menudencias: Son desechos comestibles cuyo contenido son: cabeza, cogote, patas, molleja, corazón, hígado. Este subproducto se lo adhiere junto al canal faenado o se lo venderá por libras directamente al consumidor final.



5.2.3.6. La pollinaza: Se la utiliza como abono orgánico, debido a que proporciona mayor nitrógeno, fósforo y potasio al suelo, contribuye a aflojar el suelo y retener el agua, tornándose un excelente fertilizante para huertos, pastos, jardines; hay que tener cuidado en aplicarlo directamente a la planta para evitar que se quemen, también sirve como alimento para ganado, bovino o porcino. Este subproducto será ofrecido a los agricultores del sector.



5.3. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Consiste en determinar el principal mercado al que va dirigido el producto o servicio; considerando características similares que agrupe a un segmento de mercado que aspire comprar el producto o servicio que se ofrece. El mercado se divide en consumidores finales y usuarios empresariales.

Los consumidores finales adquieren el producto o servicio directamente del productor, mientras un usuario empresarial se vale del producto o servicio para revenderlo, como materia prima o para usarlo en la misma organización. La pequeña empresa pretende llegar con su producto directamente al consumidor final del cantón, y se apoyará en el usuario empresarial para que el producto esté más cerca del consumidor. El producto pretende satisfacer el consumo familiar como individual, tanto para damas caballeros y niños.

5.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que se pone a disposición del consumidor, en un determinado precio, mejorando así la satisfacción de las necesidades. Mediante el análisis de la oferta, se logrará conocer la cantidad existente de productos similares que en el mercado se distribuyen,

permitiéndonos establecer cuanto más se podría ofertar, que calidad poseen los productos, que características los identifican y a qué precios se venden

5.4.1. Oferta Local

Para determinar la oferta del producto carne de pollo se consultó información de las páginas de internet MAGAP y Ecuador en cifras, en donde se obtuvo información histórica de la producción de pollos criados en el campo y la participación del Cantón El Empalme en la producción provincial.

En el siguiente cuadro se representa la producción en unidades que la provincia ha tenido desde el 2008. Del total de unidades producidas en la provincia durante los últimos años, se ha destinado para el autoconsumo y en pocas cantidades se han vendido.

Cuadro 20. Producción de pollos criollos en la Provincia del Guayas

Años	Total Unidades
2008	115190
2009	126773
2010	147990
2011	262400
2012	98850
2013	113450

Fuente: Ecuador en cifras, Censo Agropecuario INEC 2002

Elaboración: Blanca Mendoza Maisanche

En el siguiente cuadro se determina la participación del cantón El Empalme en la producción provincial de pollos criollos. La gran mayoría de la producción se concentra en el área rural, debido a que las familias que viven en el campo, se ven limitadas al consumo de ciertos alimentos, pues ven la posibilidad de conseguirlos, aprovechando el espacio geográfico en donde viven para la crianza de pollo criollo y así sustentar su alimentación.

Cuadro 21. Participación en la producción de la Provincia del Guayas

Cantón	%
Santa Lucía	30%
Balzar	15%
El Empalme	26%
Daule	17%
Playas	7%
Pedro Carbo	5%

Fuente: Ecuador en cifras, Censo Agropecuario INEC 2002

Elaboración: Blanca Mendoza Maisanche

El siguiente cuadro representa la producción histórica a nivel del cantón El Empalme, tomando como referencia para su elaboración la información del Cuadro 20 y 21 de producción provincial de pollos criollos y la participación del cantón El Empalme en la producción de pollos a nivel provincial respectivamente.

Cuadro 22. Producción histórica de pollo criollo en unidades del Cantón

El Empalme

Cantón	26% (Unidades)
2008	29950
2009	32961
2010	38477
2011	68224
2012	25701
2013	29497

Fuente: Cuadros N° 16 y 17

Elaboración: Blanca Mendoza Maisanche

Proyección de la oferta

$$2014 \text{ Ot} = 29987 * (1 + 0,1723)^1$$

$$\text{Ot} = 35155$$

$$2015 \text{ Ot} = 29987 * (1 + 0,1723)^2$$

$$\text{Ot} = 41213$$

2016

$$Ot = 29987 * (1 + 0,1723)^3$$

$$Ot = 48316$$

2017

$$Ot = 29987 * (1 + 0,1723)^4$$

$$Ot = 56644$$

2018

$$Ot = 29987 * (1 + 0,1723)^5$$

$$Ot = 66406$$

$$2019 \quad Ot = 29987 * (1 + 0,1723)^6$$

$$Ot = 77851$$

2020

$$Ot = 29987 * (1 + 0,1723)^7$$

$$Ot = 91268$$

Cuadro 23. Oferta proyectada en libras de pollo criollo

Años	Oferta proyectada (Lbs)
2015	41213
2016	48316
2017	56644
2018	66406
2019	77851
2020	91268

Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: Blanca Mendoza Maisanche

5.5. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Hoy por hoy lo que ofrece el mercado está directamente relacionado con los gustos del consumidor, ellos son los que seleccionan cuidadosamente los productos y servicios, que contribuyen a satisfacer favorablemente las

necesidades, en este caso se buscan que los alimentos sean más naturales, que aporten proteínas y vitaminas al consumidor; ya que es muy difícil en esta época contar con alimentos netamente orgánicos debido a que la mayoría están genéticamente modificados o contienen hormonas de crecimiento. Para establecer una demanda estimada, nos hemos basado en el consumo actual de la carne de pollo criollo existente, considerando que las amas de casa y jefes de hogar adquieren el producto según el número de integrantes de la familia, en base a su economía y por sus gustos, por lo tanto el consumo para el nuevo producto se estima que sea en las mismas cantidades.

Cuadro 24. Consumo semanal de carne de pollo criollo (Lbs)

Producto	Cantidad en libras	%
Carne de pollo criollo	No consume	12%
	1 a 3 libras	58%
	4 a 6 libras	26%
	Más de 6 libras	4%
	Total	100%

Fuente: Encuesta a consumidores Noviembre 2014

Elaboración: Blanca Mendoza Maisanche

Los datos representados en el cuadro anterior son de la investigación directa que se efectuó a los consumidores del área urbana del Cantón El Empalme, en donde se resume la cantidad consumida por las familias.

Cuadro 25. Consumo estimado anual de carne de pollo criollo

Cantidad	Consumo semanal		Consumo Anual Mínimo (lb)
	Mínima	Máxima	
No consume	0	*	
1 a 3 libras	3981	11944	
4 a 6 libras	6986	10479	
Más de 6 libras	*	1709	
Total libras	10968	24133	526464
Total unidades	21937	4827	105297

Fuente: Encuesta a consumidores Noviembre 2014

Elaboración: Blanca Mendoza Maisanche

El cuadro anterior muestra la demanda promedio semanal mínima y máxima de carne de pollo, tanto en libras como en unidades promediando que un pollo tiene un peso de 5 libras. Para obtener una demanda anual se multiplica para cuatro semanas y posteriormente para doce meses que tiene el año. Seleccionando primordialmente a la demanda mínima para establecer las futuras proyecciones.

5.5.1. Proyección de la Demanda

Para realizar la proyección de la demanda, se tomó en cuenta, la tasa de crecimiento poblacional promedio según el INEC, se establece en 1,44%, ya que no existen cifras históricas acerca de la demanda de este producto.

Cuadro 26. Proyección de la demanda

Años	Demanda proyectada (Lbs)
2014	105293*
2015	106378
2016	107473
2017	108580
2018	109699
2019	110828

Fuente: Cuadro N° 20

Elaboración: Blanca Mendoza Maisanche

La demanda proyectada se efectuó desde el año 2015, ya que el año 2014 se lo consideró como punto de partida para las respectivas proyecciones.

5.6. BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA (DEMANDA INSATISFECHA)

La diferencia entre oferta y demanda da como resultado un déficit o superávit de la cantidad del producto. Según la operación realizada en este caso, la demanda es superior a la oferta, dando lugar a un déficit del producto, generando una oportunidad para la implementación de la pequeña empresa objeto de estudio

Cuadro 27. Balance entre oferta y demanda

Años	Oferta	Demanda	Superávit o Déficit (Lbs)
2014	41213	105293	-64080
2015	48316	106378	-58062
2016	56644	107473	-50829
2017	66406	108580	-42174
2018	77851	109699	-31848
2019	91268	110828	-19560

Fuente: Estudio de mercado

Elaboración: Blanca Mendoza Maisanche

5.6.1. DETERMINACIÓN Y PROYECCIÓN DEL PRECIO

Mediante los comerciantes encuestados y los mismos consumidores se determinó un precio promedio para este producto, el cual estaría en un valor de 1,60 centavos de dólar.

Cuadro 28. Proyección del precio

Producto	Precio libra		Precio promedio
	Mínimo	Máximo	
Carne de pollo	1,50	1,70	1,60

Fuente: Encuesta a consumidores Noviembre 2014

Elaboración: Blanca Mendoza Maisanche

Pero el precio en si se lo determinará mediante los costos totales que se generen en la producción más una rentabilidad, para lo cual será necesario optimizar al máximo los recursos, que permitan disminuir el precio del producto sin afectar la calidad del mismo.

Cuadro 29. Proyección del precio de carne de pollo criollo

Años	Precios
2014	1,60
2015	1,65
2016	1,71
2017	1,77
2018	1,82
2019	1,88

Fuente: Estudio de mercado

Elaboración: Blanca Mendoza Maisanche

5.7. COMERCIALIZACIÓN

La comercialización radica en establecer el medio, lugar y tiempo adecuado para ubicar el producto en el mercado, permitiendo al cliente solventar mejor sus necesidades. La comercialización del producto de pollo criollo tendrá una distribución directa e indirecta, es decir se entregará el producto directamente al consumidor final y se apoyara en los comerciantes que están de acuerdo en comercializar este tipo de producto, en donde se garantiza la adquisición oportuna, seguridad en la calidad del producto, precio cómodo para el cliente.

5.7.1. Publicidad

Para dar a conocer la existencia del producto se utilizarán estrategias publicitarias.

- Ñ Comentar entre la población será de gran ayuda para dar a conocer el producto.
- Ñ Repartir hojas volantes anunciando el nuevo producto.
- Ñ Brindar un peso justo.
- Ñ Realizar anuncios publicitarios en las radios locales.

5.8. COMPETENCIA

Al ser la nueva empresa de pollos criollos de emprendimiento único en el sector, la competencia que se presencia es muy escasa, la cual se concentra en el área rural del sector; siendo principalmente para beneficio personal, es decir las familias crían pollos criollos para su consumo. A la vez se ve presenta como competencia, la comercialización de los productos que provienen de las granjas avícolas, procedentes de otros sectores, quienes venden sus productos en el sector, así como también los productos alternativos que se comercializan.

CAPÍTULO VI
ESTUDIO TECNICO - FINANCIERO

6. ESTUDIO TÉCNICO

6.1. Tamaño y localización del proyecto en relación a la demanda

Para determinar el tamaño del proyecto se debe conocer el mercado, la materia prima necesaria para la adecuación de la granja de pollos en ambiente natural, establecer ubicación adecuada de las aves, los recursos financieros para la realización del proyecto y la disponibilidad de talento humano necesario, organización requerida. El consumo de la carne de pollo a nivel provincial y nacional, presenta constantes incrementos, debido a que el precio al que se comercializa el producto es menor que el de otros productos cárnicos. Al ser un producto de fácil adaptación a cualquier ambiente, resulta factible producirlo y comercializarlo en esta zona.

Según las proyecciones efectuadas, existe una alta probabilidad de ejecutar la producción y comercialización de la pequeña empresa. La demanda proyectada del año 2014 es de 105.293 unidades y la oferta es de 41.213 unidades. La pequeña empresa está en la capacidad de producir 1.050 pollos cada cuatro meses produciendo en el año 3.150 unidades, cubriendo el 4.9% de la demanda insatisfecha de carne de pollo criollo.

Figura 1. Ubicación del cantón El Empalme, Provincia del Guayas Año 2013.



Fuente: Investigación

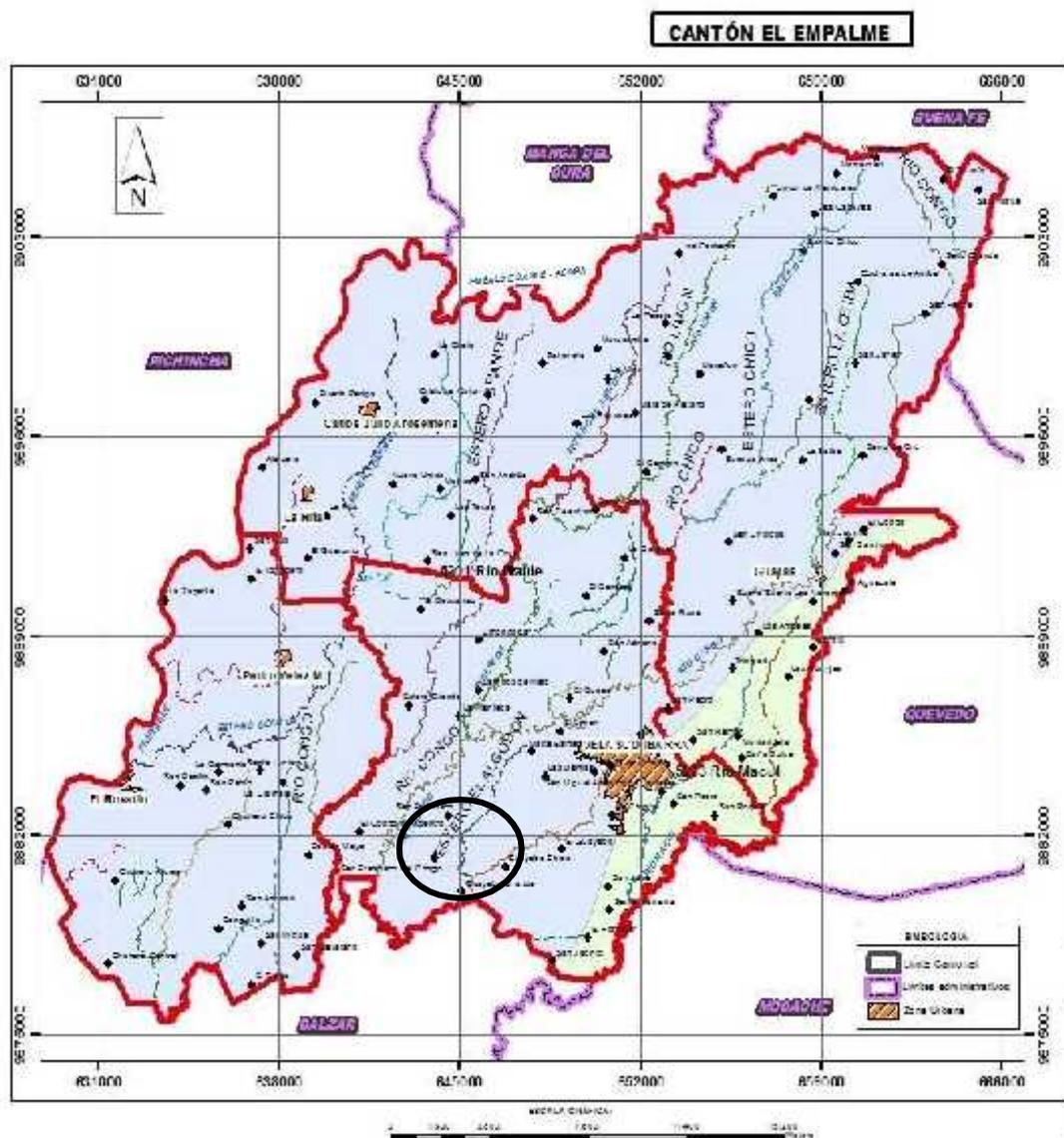
Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

6.1.1. Microlocalización del proyecto

La micro localización de la granja avícola en ambiente natural será en: Recinto El Limón Km 1.5 vía El Empalme-Pichincha.

La ubicación establecida tendrá fácil acceso para los clientes encontrándose en una zona no muy lejana permitiendo el reconocimiento inmediato de la granja.

Figura 2. Ubicación de micro localización de la granja avícola en ambiente natural. Año 2013.



Fuente: Investigación
Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

6.2. Tamaño del proyecto y los insumos

Los insumos necesarios para el óptimo desenvolvimiento de las actividades de la pequeña empresa son de fácil adquisición ya sea en la misma zona o en sectores cercanos como lo es Quevedo o Balzar, este último cantón posee algunos planteles avícolas.

6.3. Tamaño del proyecto y el financiamiento

El proyecto se financiará mediante recursos propios y un financiamiento externo (institución bancaria). Los recursos propios provienen directamente de los involucrados y para cubrir toda la inversión se realizara un préstamo o crédito. Para la implantación del proyecto se cuenta con terreno propio valorado en \$5.280,00, en donde se realizarán las respectivas construcciones e instalaciones, las cuales deben contar con los requerimientos necesarios para brindar seguridad, e higiene tanto para el personal, para la población y para el mismo producto.

Los fondos propios con los que se cuenta provienen de los familiares, cuyo valor asciende a \$18.184,73. Para cubrir toda la inversión que necesita el proyecto será necesario realizar un préstamo o crédito a una institución financiera de un valor que asciende a \$8.956,66.

6.4. Tamaño del Proyecto, Tecnología y Equipos

La tecnología y equipos que se requiere para el proceso de producción y comercialización son de fácil adquisición en el medio, y así mismo en lo que respecta al funcionamiento.

6.5. Distribución de la Planta

El área en la que se instalará la planta cuenta con 264 m², los cuales se encuentran distribuidos de la siguiente manera:

Cuadro 30. Distribución de la planta

Area	Distribucion m²
Produccion	173,25
Seccion faenamiento y almacenamiento	20,00
Administracion, contabilidad y ventas	10,00
Espacio de desplazamiento	60,75
Total	264,00

Fuente: Observación directa

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

6.6. Diseño de Instalaciones

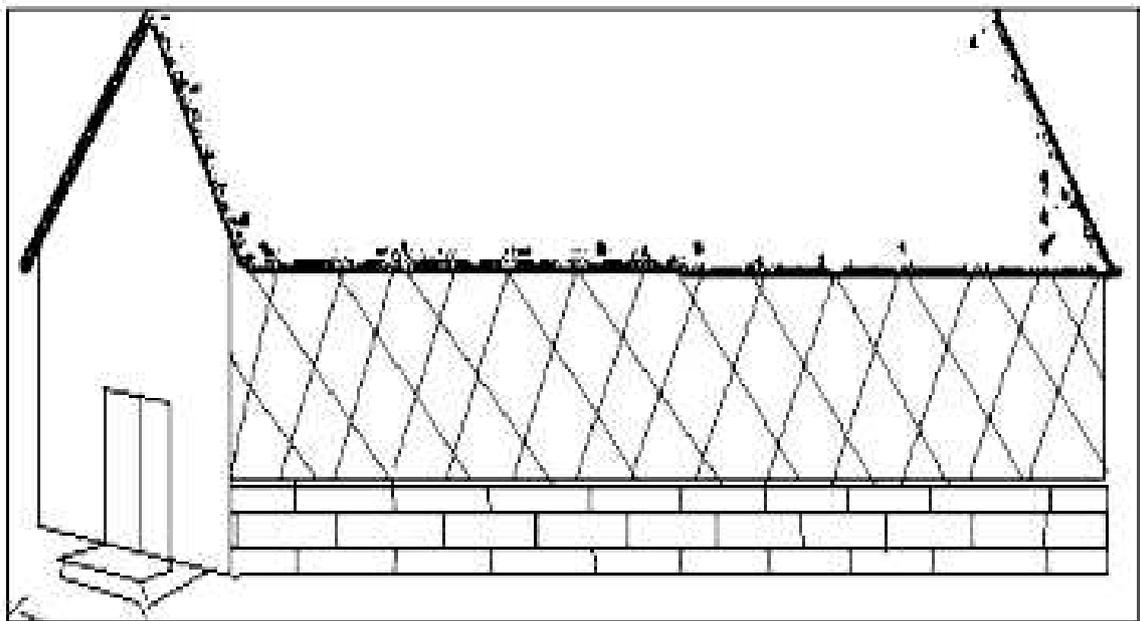
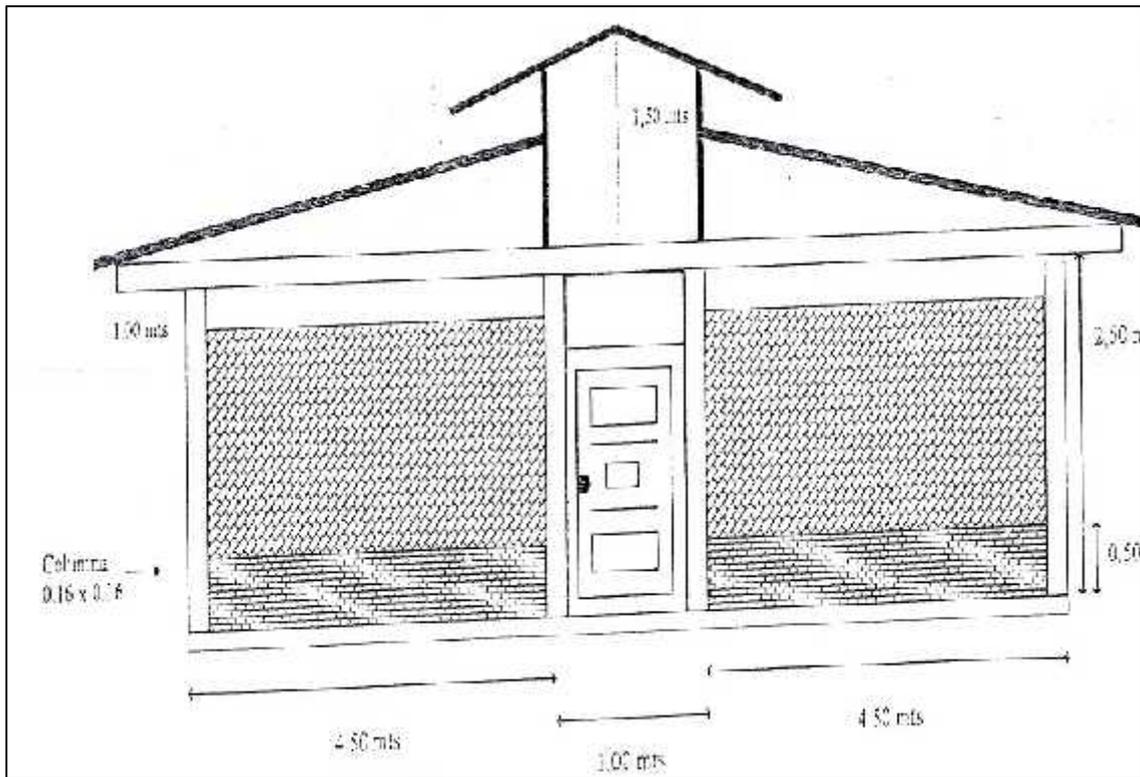
El espacio en el que se desarrolle el ave es de suma importancia para la obtención de un producto de calidad. Por lo tanto, adecuar y brindarle el mantenimiento necesario al lugar y controlar el desarrollo del ave, permitirá cumplir con los resultados planificados.

6.6.1. Galpón

El galpón cuenta con un área de 110 metros cuadrados, de 15 metros de largo por 7 metros de ancho, esta área aprovisionará a 1.050 pollitos. El galpón tiene las siguientes características:

- a) Cubierta a dos aguas de zinc y estructura de madera
- b) Muros laterales de 60 cm de altura
- c) Puerta de madera
- d) Construcción de ladrillo
- e) Atrios de madera
- f) Contrapiso de Hormigón
- g) Ventanas de malla

Figura 3. Diseño del galpón



Fuente: Investigación
Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

6.6.2. Equipos

a) Bebederos

Se los utiliza para suministrar agua limpia. A medida que los animales crecen se debe aumentar la cantidad de bebederos. Los bebederos pueden ser manuales, o automáticos. En pollitos bebes se debe utilizar un bebedero por cada 100 animales.

b) Comederos

Los comederos pueden ser tubulares en forma de campana o de canoa, de materiales de plástico o aluminio. Los comederos se van acomodando según el crecimiento de los pollitos, con la finalidad de evitar el desperdicio de alimento.

c) Criadora

Es necesario utilizar criadoras que le aseguren un ambiente tibio en los primeros días de vida, las criadoras pueden ser a gas o eléctricas., estas se coloca más o menos a 1 metro de altura de la cama.

d) Báscula

La báscula es imprescindible en una explotación avícola, se deben hacer dos pesajes por semana para saber la evolución del engorde.

e) Cortinas

Pueden ser plásticas o de costales de fibra (se pueden utilizar sacos donde viene el alimento). Estas regulan la temperatura dentro del galpón, se debe hacer un adecuado manejo de cortinas, si es necesario bajarlas y subirlas 10 veces en el día.

f) Termómetro

Sirve para controlar la temperatura

g) Cama

Para obtener una adecuada cama se utilizan materiales como: viruta de madera, cascarilla de arroz o café, esta debe ser de 10 cm de altura y hay que cuidar que no presente humedad.

6.6.3. Administración, Contabilidad y Ventas

Esta área comprendida por 10 m² tiene el objetivo de brindar un ambiente adecuado para el desempeño de las funciones administrativas, de contabilidad y comercialización de la pequeña empresa. La estructura está compuesta de atrios de hierro y paredes de ladrillo revestidas con cemento y arena, cubierta de zinc, piso de hormigón. Para el desarrollo de las actividades administrativas, contables y de comercialización se hará necesario contar con los siguientes equipos y suministros:

a) Equipo de computación

b) Escritorio- sillas

c) Archivador

d) Teléfono

e) Útiles de oficina

f) Muebles y enseres

6.6.4. Sección de Faenamiento y Almacenamiento

Esta área consta de 20 m², está provista de implementos para el faenamiento manual de las aves, dentro de las herramientas y utensilios esta los siguientes:

Ñ Cocina industrial

Ñ Calderos

Ñ Cuchillos

Ñ Tinajas

Ñ Baldes

Ñ Mesa de trabajo

Ñ Refrigerador o Congelador

Ñ Fundas para empaque

6.6.5. Espacio para Desplazarse

Esta área está conformada por 60.75 m², valor que suma de todas las vías de acceso que tiene la empresa y la planta para desplazarse por las áreas de la misma, también cuenta con espacios verdes para que la empresa sea más acogedora.

6.6.6. Selección del proceso de producción

En la pequeña empresa se ha identificado para el proceso de producción tres etapas: crianza, faenamiento y comercialización.

6.6.7. Descripción del Proceso de Producción

6.6.7.1. Recepción del pollo

No es más que la adquisición del lote de pollitos, que deben tener peso y tamaño similar, ombligo cicatrizado, plumón seco y esponjoso, que sean vigorosos y ágiles, libres de defectos físicos y de enfermedades, patas brillantes no escamosas, es decir pollitos de calidad.

6.6.7.2. Transporte al Galpón

Luego de la adquisición de los pollitos seleccionados se los trasfiere al galpón, el cual debe estar ya con los servicios e instalaciones necesarias para un buen desarrollo.

6.6.7.3. Preparación del alimento y los servicios

Consiste en proporcionar el alimento y el agua a los pollitos, para la cual se usan bebederos y comederos. Para suministrar el alimento necesario, en la actualidad existen sistemas de alimentación como:

Alimentación de dos raciones • Inicial • Final

Alimentación por tres raciones • Inicial • Crecimiento • Final

Alimentación por cuatro raciones • Pre-inicial • Inicial • Crecimiento • Final

Al ser la alimentación de índole natural, se considera la alimentación de dos raciones, comenzando con balanceado inicial y de crecimiento y luego reemplazarla por maíz, soya, trigo y verduras.

6.6.7.4. Desarrollo del ave

Se refiere al desarrollo y crecimiento del ave, en el que se debe, controlar: sanidad, alimento, iluminación, ventilación, nutrición temperatura, agua, plan de vacunación, hasta el momento de su sacrificio.

6.6.7.5. Transporte al matadero

Consiste en capturar a las aves y transportarlas al lugar de sacrificio. Durante la captura y el transporte se debe buscar las mejores seguridades para evitar que las aves sufran algún tipo de daño.

6.6.7.6. mpaquetado

Es la etapa de clasificación de las canales según el peso y la presentación que se ofrece para el consumidor final.

6.6.7.7. Transporte a bodega

Consiste en trasportar el producto a un lugar diseñado para la conservación.

6.6.7.8. Almacenamiento

Se refiere al almacenaje del producto en congeladores. Si no se cuidan las condiciones de almacenaje apropiadas, se puede perder toda la producción. La temperatura en esta etapa debe estar a 4°C para productos enfriados y a 18° C para productos canjeados.

6.6.7.9. Venta

Al contar con el producto ya terminado, se procederá a venderlo al segmento de mercado ya establecido, apoyándose en ciertas estrategias de venta, para que el producto y la marca empiecen a ser reconocida en la zona.

6.6.8. Estructura organizacional

Se detalla a continuación la propuesta de la estructura organizacional y funcional de la pequeña empresa a implementarse, lo que incluye aspectos administrativos, estratégicos, funcionales y legales para la puesta en marcha del proyecto diseñado y la garantía de un funcionamiento operativo eficiente.

6.6.8.1. DENOMINACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA

6.6.8.1.1. Nombre

De acuerdo al consenso de los socios, se ha decidido que la microempresa llevará la siguiente denominación:

**GRANJA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE POLLOS CRIOLLOS
“CAMPOLLO”**

6.6.8.1.2. otipo de identificación



Fuente: Elaboración propia

6.6.8.2. TIPO DE EMPRESA Y REQUISITOS PARA SU CONFORMACIÓN Y LEGALIZACIÓN

a) Entidad Jurídica

Se establecerá como pequeña empresa. Constituida como “Responsabilidad Limitada”.

b) Socios

La empresa es de carácter familiar, conformada por cuatro socios: Hermanos Zambrano Saltos.

c) Domicilio

Se encuentra ubicada en Ecuador, provincia del Guayas, cantón El Empalme, parroquia Velasco Ibarra, Sector Recinto “El Limón”.

d) Requisitos para la conformación y permisos de funcionamiento

Registro Único de Contribuyentes RUC

Los requisitos generales para obtener el Ruc son los siguientes:

- Original y copia de la cédula de identidad o de ciudadanía.
- Original y copia del pasaporte (si amerita el caso)
- Presentación del certificado de votación del último proceso electoral
- Original y copia de la planilla del servicio eléctrico, consumo telefónico, o consumo de agua potable a nombre del contribuyente, de los últimos 3 meses.

Patente Municipal

- Formulario de solicitud y declaración de patente.
- Formulario de patente municipal.
- Certificado de no adeudar al Municipio.

- Copias de la cedula de identidad, nombramiento del representante legal y certificado de votación.
- Copia del RUC
- Copia de escritura de constitución.
- Copia de la declaración del impuesto a la renta.
- Copias certificadas de estados financieros.
- Copia del permiso de cuerpo de Bomberos

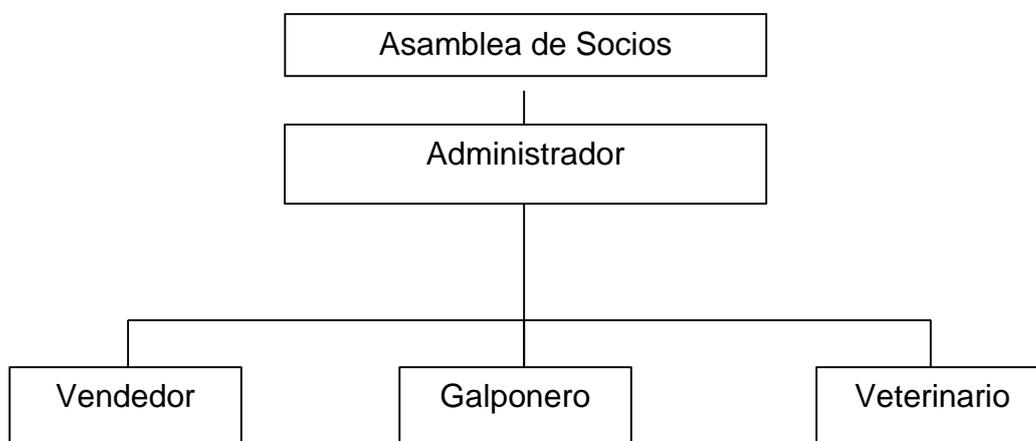
Registro Sanitario

Para la obtención del registro sanitario se deben reunir los siguientes requisitos:

- Solicitud dirigida al director Provincial de salud, individual para cada producto sujeto a registro.
- Permiso de funcionamiento: actualizado y otorgado por la autoridad de salud ARCSA (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria).
- Certificación otorgada por la autoridad de salud competente de que el establecimiento reúne las disponibilidades técnicas para fabricar el producto.

6.6.8.3. Estructura organizativa

El siguiente organigrama representa los niveles jerárquicos de la pequeña empresa de producción y comercialización de pollos criollos.



Fuente: Elaboración propia

6.7. ESTUDIO ECONÓMICO

6.7.1. Inversiones fijas requeridas

6.7.1.1. Terreno

El terreno para ubicar la empresa está valorado comercialmente, tomando en consideración ciertos aspectos físicos en los que se basa la oferta y la demanda, el valor comercial del metro cuadrado se encuentra por los \$20,00, mientras que por avalúo municipal el metro cuadrado está valorado en \$5,00.

Cuadro 31. Valor del terreno

Área (m ²)	Costo	Costo total
264	\$20	\$5.280,00

Fuente: Observación directa

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

6.7.1.2. Infraestructura civil

La infraestructura civil de toda la empresa debe ser funcional, segura y barata, deben construirse económicamente, utilizando materiales existentes en la zona, como puede ser: madera, ladrillos, hojas de zinc, entre otros que puedan servir. Para el cálculo de la construcción de la infraestructura civil, se ha tomado un valor estimado en base a un avalúo catastral de la municipalidad.

Cuadro 32. Presupuesto de infraestructura civil

Concepto	Cantidad	Tamaño m ²	Costo \$ (m ²)	Costo total \$
Producción	1	105,00	70	7.350,00
Sección faenamiento y almacenamiento	1	20,00	150	3.000,00
Administración, contabilidad y ventas	1	10,00	150	1.500,00
Total				\$11.850,00

Fuente: Observación directa

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

6.7.1.3. Equipo de Crianza y Faenamiento

Los equipos y herramientas que se necesitan para el proceso de crianza, faenamiento y venta de los pollitos se presentan en el siguiente cuadro.

Cuadro 33. Equipos y herramientas

Detalle	Cantidad	Costo Unitario (\$)	Costo Total (\$)
Bebedero automático	15	13	195,00
Comedero plástico	30	8	240,00
Cocina Industrial	120	120	120,00
Cilindro de gas	2	50	100,00
Mesa de trabajo	1	150,00	150,00
Báscula	1	70	70,00
Juego de Cuchillos	1	3,75	3,75
Calderos	2	10,00	20,00
Baldes plásticos	4	1	4,00
Congelador	1	800,00	800,00
Fundas	1000	0,04	40,00
Subtotal			1.742,75
Imprevistos 2%			34,86
Total			\$1.777,61

Fuente: Proforma del proveedor

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

6.7.1.4. Muebles y Equipos de oficina

En lo que respecta el desarrollo de las actividades administrativas, contables y de ventas de la pequeña empresa es necesario que se invierta en inmobiliario, equipos y suministros, y que conforme vaya crecimiento la empresa se amplíe según sus necesidades.

Cuadro 34. Muebles y equipos de oficina

Descripción	Cantidad	Costo unitario (\$)	Costo total (\$)
Archivador	1	120	120,00
Escritorio metálico	1	140	140,00
Sillas	3	30	90,00
Sumadora	1	25	25,00
Teléfono	1	130	130,00
Subtotal			505,00
Imprevistos 2%			10,10
Total			\$515,10

Fuente: Proforma del proveedor

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

Es importante contar con un equipo de computación que facilite las actividades.

Cuadro 35. Costo de equipo de computación

Descripción	Cantidad	Costo unitario (\$)	Costo total (\$)
Computador Hp 2gb	1	735,00	735,00
Total			\$735,00

6.7.1.5. Resumen de Inversiones Fijas

Se presenta un resumen de los rubros que conforman la inversión fija.

Cuadro 36. Inversiones fijas

Descripción	Valor (\$)
Terreno	5.280,00
Infraestructura civil	11.850,00
Muebles y equipo de oficina	515,10
Equipo de computación	735,00
Equipamiento de planta	1.777,61
Total	\$20.157,71

Fuente: Cuadros N° 26, 27, 28, 29, 30

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

6.7.2. Inversiones diferidas

Dentro de los activos diferidos constan todos los gastos iniciales para la creación de la empresa, además de los trámites para obtener el registro sanitario, en este rubro también se incluye los gastos del estudio de factibilidad. Para la constitución y arranque de la misma se presupuesta los siguientes rubros.

Cuadro 37. Gastos de constitución de la empresa

Concepto	Valor (\$)
Gastos de constitución	250,00
Estudio de factibilidad	1.200
Total	\$1450,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

6.7.3. Costos Operativos

6.7.3.1. Mano de Obra Directa

La determinación de las remuneraciones se han fijado tomando en cuenta que la empresa está empezando por lo que se les retribuirá el salario básico y posteriormente se elevaran tomando en cuenta la rentabilidad de la empresa.

Cuadro 38. Costos de mano de obra

N°	Descripción	Mensual	4 meses de crianza (\$)
1	Técnico Veterinario (2 visitas al mes)	132,00	528,00
1	Galponero	264,00	1.056,00
Total			\$1.584,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

Las dos personas encargadas de que el producto al final posea las condiciones óptimas para la comercialización son:

Ñ Un técnico veterinario el cual visitará las instalaciones dos veces en el mes y se le pagará un salario por medio tiempo.

Ñ Al galponero se le retribuirá el salario mínimo, esto mientras la empresa crece y gana posicionamiento en la zona. Al finalizar el año los costos incurridos en mano de obra directa son:

Cuadro 39. Costos de mano de obra de Técnico Veterinario y el Galponero

Rubros	Mes	Anual (\$)
Sueldo Básico Unificado	396,00	4752,00
Aporte Patronal	48,11	577,37
Fondos de reserva	33,00	396,00
Décimo Tercer Sueldo	33,00	396,00
Décimo Cuarto Sueldo	33,00	396,00
Vacaciones	16,50	198,00
Total		\$6715,37

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

6.7.3.2. Materia Prima Directa

Los materiales directos con los que debe contar la pequeña empresa para obtener la primera camada de su principal producto, se establecen en el siguiente cuadro.

a) Pollitos

Cuadro 40. Pollitos

Cantidad	Descripción	Costo unitario (\$)	Costo total (\$)
11	Cajas de pollitos bb x 100 pollitos en cada caja	58,00	638,00

Fuente: Proforma del proveedor

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

b) Alimentación

Cuadro 41. Alimento

Cantidad	Descripción	Costo unitario (\$)	Costo total (\$)
21	QQ Balanceado Inicial	26,5	556,50
11	QQ Verduras	15,00	165,00
21	QQ Maíz duro	18,00	378,00
Total			\$1099,50

Fuente: Proforma del proveedor

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

c) Vacunas

Cuadro 42. Vacunas

Cantidad	Descripción	Costo unitario (\$)	Costo total (\$)
1	Gumboro x 1000 ds.	6,50	6,50
1	Newcastle+bronquitis x 1000 ds.	6,20	6,2
Total			\$12,70

Fuente: Proforma del proveedor

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

d) Antibióticos

Cuadro 43. Antibióticos

Cantidad	Descripción	Costo unitario (\$)	Costo total (\$)
1	Supervitex x 1000gr.	9,50	9,50
4	Tilotex x 1000gr.	7,20	30,00
Total			39,50

Fuente: Proforma del proveedor

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

e) Insumos

Cuadro 44. Insumos

Cantidad	Descripción	Costo unitario (\$)	Costo total (\$)
8	Viruta de madera m ²	2,00	16,00
1	Creolina (lt)	4,50	4,50
Total			\$20,50

Fuente: Proforma del proveedor

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

Cuadro 45. Resumen de materia prima e insumos

Detalle	Mensual	4 meses	Total año (\$)
Pollitos	212,66	638,00	1914,00
Alimentación	366,50	1099,50	3298,50
Vacunas	4,23	12,68	38,04
Antibióticos	13,16	39,50	118,50
Insumos	6,83	20,50	61,50
Total		1810,18	\$5430,54

Fuente: Cuadros N° 35, 36, 37, 38, 39

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

6.7.3.3. Gastos Generales de Fabricación

Los gastos indirectos de fabricación estimados en los que incurrirá la pequeña empresa se resumen en el siguiente cuadro, gastos como luz agua, materia prima indirecta.

Cuadro 46. Otros gastos estimados

Detalle	Costo mensual (\$)	Cuatro meses (\$)	Costo total (\$)
Agua	25,00	100,00	300,00
Luz	20,00	80,00	240,00
Teléfono	15,00	60,00	180,00
Total		240,00	540,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

Cuadro 47. Útiles de limpieza

N°	Descripción	Costo unitario (\$)	Costo total (\$)
2	Escobas	1,0	2,00
2	Cepillos	1,0	2,00
1	Fumigadora	95,0	95,00
1	Manguera (5m)	0	4,00
Total			103,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

Los útiles de limpieza se adquieren en la primera camada y se utilizarán durante todo el año.

6.7.3.4. Gastos Administrativos

Dentro de los gastos administrativos tenemos el salario para el administrador que consta de un valor de \$264,00 se retribuirá el salario mínimo durante el tiempo que la empresa empiece a obtener suficientes utilidades y tenga un buen posicionamiento en el mercado.

Cuadro 48. Gastos administrativos

Detalle	Valor	Cuatro meses
Sueldo administrador	264,00	1056,00
Total	264,00	\$1056,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

Cuadro 49. Gastos administrativos anuales

Rubros	Valor anual (\$)
Sueldo básico unificado administrador	3.168,00
Aporte patronal	384,91
Fondos de reserva	264,00
Décimo tercer sueldo	264,00
Décimo cuarto sueldo	264,00
Vacaciones	132,00
Total	\$4476,91

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

Los suministros de oficina necesarios para desarrollar las actividades del área administrativa, contable y de comercialización, se detallan a continuación:

Cuadro 50. Suministros de oficina

Rubros	Cantidad	Costo unitario (\$)	Costo total (\$)
Grapadora	1	4,50	4,50
Perforadora	1	4,50	4,50
Lápiz	3	0,25	0,75
Resma A4	1	3,80	3,80
Esfero	3	0,30	0,90
Marcador	1	0,50	0,50
Caja de clips	1	0,70	0,70
Borrador	1	0,20	0,20
Corrector	1	1,00	1,00
Libro diario	1	2,50	2,50
Carpetas	3	0,25	0,75
Subtotal			20,10
Imprevisto 2%			0,40
Total			\$20,50

Fuente: Proforma del proveedor

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

6.7.3.5. Gastos de Ventas

Los gastos de venta están compuestos por el salario mínimo de medio tiempo para un vendedor y los gastos por publicidad.

Cuadro 51. Gastos de ventas

Rubro	Valor mensual (\$)	Cuatro meses (\$)
Sueldo vendedor (medio tiempo)	132,00	528,00
Publicidad	48,00	192,00
Total		\$720,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

Cuadro 52. Sueldo vendedor

Rubros	Valor anual (\$)
Sueldo básico unificado	1.584,00
Aporte patronal	192,46
Fondos de reserva	132,00
Décimo tercer sueldo	132,00
Décimo cuarto sueldo	132,00
Vacaciones	66,00
Total	\$2.238,46

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

Cuadro 53. Gasto estimado publicidad

Detalle	Gasto mensual	Valor total
Radio local	48,00	576,00
Total		\$576,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

6.8. Resumen Costos Operativos

Cuadro 54. Resumen inversión variable

Detalle	Cuatro meses (\$)
Materia prima directa	1.810,18
Mano de obra directa	1.584,00
Gastos generales de fabricación	343,00
Gastos administrativos	1.076,50
Gastos de ventas	720,00
Total	\$5.533,68

Fuente: Cuadro N°40, 41, 42, 43, 44, 45, 46

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

Cuadro 55. Resumen de costos y gastos anuales

Detalle	Cuatro meses (\$)
Materia prima directa e insumos	5.430,54
Mano de obra directa	6.715,37
Gastos generales de fabricación	643,00
Gastos administrativos	4.497,41
Gastos de ventas	2.814,46
Total	\$20.100,78

Fuente: Cuadro N°40, 41, 42, 43, 44, 45, 46

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

6.9. Inversión total

A continuación se detalla las inversiones en las que la empresa debe incurrir para el desarrollo de sus actividades productivas, administrativas y comerciales.

Cuadro 56. Inversión total

Detalle	Valor
Inversión fija	20.157,71
Inversión variable	5.533,68
Inversión diferida	1.450,00
Total	\$27.141,39

Fuente: Cuadro N° 31, 32, 49

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

6.10. Financiamiento

Los recursos económicos requeridos para cubrir las inversiones de la pequeña empresa, se financiarán mediante recursos propios y la diferencia gracias a la obtención de un crédito.

Cuadro 57. Fuentes de financiamiento

Fuente	Valor	%
Fondos propios	18.184,73	67
Crédito	8.956,66	33
Total	27.141,39	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

6.10.1. Tabla de Amortización de la Deuda

Institución Financiera: Banco Nacional de Fomento

Monto inicial: \$8.956,66

Plazo: 2 años

Tasa de interés: 11,20 % capitalizable semestralmente

$$A = \frac{VP \cdot i}{1 - (1+i)^{-n}}$$

Cuadro 58. Tabla de amortización

Periodos	Valor presente	Interés	Saldo absoluto	Saldo insoluto
1	2.899,30	1.003,15	1.896,16	7.060,50
2	2.899,30	790,78	2.108,53	4.951,97
3	2.899,30	554,62	2,344,68	2.607,29
4	2.899,30	292,02	2.607,29	0,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

7. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo.

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción.

Para realizar este estudio se utiliza información de varias fuentes, como por ejemplo estimaciones de ventas futuras, costos, inversiones a realizar, estudios de mercado, de demanda, costos laborales, costos de financiamiento, estructura impositiva, etc.

7.1. Inversión total

La inversión total del proyecto alcanza un valor de \$27.141,39 distribuidos de acuerdo a las necesidades del proyecto el cual se financiará con recursos propios y con recursos provenientes de un crédito en una entidad financiera.

7.2. Depreciaciones

Cuadro 59. Depreciaciones

Detalle	Valor	Vida útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Infraestructura							
Terreno	5.280,00						
Infraestructura civil	11.850,00	20	592,5	592,5	592,5	592,5	592,5
Equipamiento							
Muebles y enseres	515,00	10	51,51	51,51	51,51	51,51	51,51
Equipo de computación	735,00	3	245,00	245,00	245,00	0,00	0,00
Equipamiento	1.777,61	10	177,76	177,76	177,76	177,76	177,76
Total			1066,77	1066,77	1066,77	821,77	821,77

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

7.3. Valor de rescate

Cuadro 60. Valor de rescate

Infraestructura	Valor	5 años	Valor de rescate
Terreno	5.280,00		
Infraestructura civil	11.850,00	2.962,50	8.887,50
Equipamiento			
Muebles y enseres	515,10	257,55	257,55
Equipo de computación	735,00	735,00	
Equipamiento	1777,61	888,80	888,80
Total			10.033,85

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

7.4. Clasificación de los costos

De los costos y gastos que el proyecto genera a continuación se clasifican que tipo de costos son fijos y variables.

Cuadro 61. Clasificación de costos

Concepto	Costo variable	Costo fijo
Costo		
Materia prima	5430,54	
Mano de obra	6715,37	
CIF (Costos indirectos de fabricación)	643,00	
Depreciacion infraestructura civil	592,5	
Depreciacion equipo de planta	177,6	
Total Costos	13559,01	
Gastos		
Gastos administrativos		
Sueldos		4497,41
Depreciacion muebles y enseres		51,51
Depreciacion equipo de computacion		245,00
Total gastos administrativos		4793,92
Gastos ventas		
Sueldo vendedor		2814,46
Total gastos ventas		2814,46
Gastos financieros		
Interes		1793,92
Total gastos financieros		
Total egresos	13559,01	9402,30

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

7.5. Ingreso por ventas

Los ingresos del proyecto están determinados principalmente por las ventas del producto. Las diferentes presentaciones en las que se comercializará el producto son:

- Pollo en presas seleccionadas con valores de: \$1,50 las alas, \$3,00 muslos, \$5,25 piernas y \$8,50 pechugas.
- Producto libreado, el costo de cada libra estará valorado en \$1,60.
- El canal faenado y con sus respectivas menudencias tendrá un valor de \$12,00.
- El pollo en pie o vivo tendrá un valor de \$18,00.

- Menudencias solas se venderán a \$1,25, la libra.

Estos precios se han establecido para el año 2014 y se ha proyectado que para los próximos 4 años se incrementará considerando la tasa de inflación actual del 3.67%. (Índice de Precios al Consumidor IPC, publicado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). 2013.

A demás la empresa generará un subproducto que incrementa los ingresos, la pollinaza, la que se ha valorado en \$2,50 el saco, la cual se utiliza como abono, y al ser la zona altamente agrícola, este subproducto será de gran utilidad.

La producción se incrementará cada año, empezando con 3.150 aves al año hasta llegar a producir 4613 aves anuales. Las instalaciones que posee la pequeña empresa abastecen a producir la cantidad planteada, ya que por cuestiones técnicas, el clima que posee la zona, abarca producir por metro cuadrado 12 aves; y al empezar con una producción de 10 aves por metro cuadro, es posible incrementar cada año cierto número de aves, en este caso, se ha incrementado en base a la tasa de inflación.

7.6. Presupuesto de Ventas

Esta proyección lo que permite es identificar, elaborar, y evaluar el presupuesto de las ventas, con el fin de saber cuánto se va a producir, y con esto justificar en que periodos se deberá hacer.

Sin embargo estas proyecciones a lo que llevan es hacer cálculos sistemáticos de las relaciones que se deben hacer para un crecimiento en el mercado, y poder identificar los comportamientos estacionales de las ventas, en cuanto al pollo criollo para una mejor proyección de las ventas.

La empresa CAMPOLLO venderá 3150 aves en el primer año y su índice de crecimiento para los siguientes años será del 10% mensual; hasta llegar a los 5 años proyectados. Los datos anteriores se muestran en el siguiente cuadro:

Cuadro 62. Datos

DATOS	
Pollos criollos (unidades)	3150
Proyección	5 años
Índice de crecimiento	10%

Cuadro 63. Proyecciones de ventas a 5 años

	Año 1	INCR	Año 2	INCR	Año 3	INCR	Año 4	INCR	Año 5
# DE AVES	3150	10%	3465	10%	3812	10%	4193	10%	4613

Fuente: Elaboración propia de la autora

Para el año 1 CAMPOLLO tendrá una producción de 3150 aves criollas, para el año 2 será de 3465, para el año 3 será de 3812, mientras que el año 4 producirá 4913, hasta llegar al año 5 con 4613 pollos criollos.

Aves proyectadas en dólares (\$) Del valor del producto con el valor del IPC (Indicé de Precios al Consumidor). Según lo proyectado Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), el IPC del 3.67% variación anual febrero del 2013.

Cuadro 64. Datos

DATOS	
Pollos criollos (unidades)	3150
Proyección	5 años
Índice de crecimiento	10%
IPC	3.67%
VALOR UNIDAD	\$13.00

Cuadro 65. Proyección dada a 5 años con el valor del pollo criollo, y el IPC proyectado.

Total ventas		Año 1	INCR	Año 2	INCR	Año 3	INCR	Año 4	INCR	Año 5
Precio promedio	\$	13,00	3.67	13.48	3.67	13.97	3.67	14.48	3.67	15.00
Cantidad vendida	Aves	3150	10%	3465	10%	3812	10%	4193	10%	4613
VENTAS	\$	40950		46708		53254		60715		69195

Fuente: Elaboración propia de la autora

La proyección arroja que para el año 1 los ingresos totales por ventas será de \$40.950, para el año 2 será de \$4670, para el año 3 será de \$53254, para el año 4 será \$60715 y finalmente el año 5 con 69195, según la proyección aplicada con el IPC (Índice de Precios al Consumidor).

Cuadro 66. Presupuesto y proyección de ingresos y gastos

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Ventas	40.950,00	46.708,00	53.254,00	60.715,00	69.195,00
Total Ingresos	40.950,00	46.708,00	53.254,00	60.715,00	69.195,00
Egresos					
Costos operativos					
Materia prima	5.430,54	5.611,38	5.798,24	5.991,32	6.190,83
Mano de obra	6.175,37	6.792,91	7.472,20	8.219,42	9.041,36
Costos indirectos de producción	643,00	664,41	686,54	709,40	713,18
Depreciación infraestructura civil	592,50	592,50	592,50	592,50	592,50
Depreciación equipamiento planta	177,76	177,76	177,76	177,76	177,76
Total Costos Operativos	13.019,17	13.838,96	14.727,24	15.690,40	16.715,63
Gastos					
Gastos Administrativos					
Sueldos	4.497,41	4.947,15	5.441,87	5.986,05	6.584,66
Depreciación muebles y enseres	51,51 5	51,51 6	51,51 7	51,51 8	51,51 9
Depreciación equipo de computación	245,00	245,00	245,00	0,00	0,00
Total Gastos Administrativos	4.742,41	5.192,15	5.686,87	5.986,05	6.584,66
Gastos Ventas					
Sueldo vendedor	2.814,46	3.095,91	3.405,50	3.746,05	4.120,65
Publicidad	576,00	595,18	615,00	635,48	656,64
Total Gastos Ventas	3.390,46	3.691,09	4.020,50	4.381,53	4.777,29
Gastos financieros	1.793,92	846,64	0,00	0,00	0,00
Interés	1.793,92	846,64	0,00	0,00	0,00
Total Gastos financieros	1.793,92	846,64	0,00	0,00	0,00
Total Egresos	22.945,96	23.568,83	24.434,60	26.057,98	28.077,58
	18.004,04	23.139,17	28.819,40	34.657,02	41.117,42

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

7.7. Estado de resultados

Cuadro 67. Estado de pérdidas y ganancias

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Niveles de producción					
Ingreso por ventas	40.950,00	46.708,00	53.254,00	60.715,00	69.195,00
Costos operativos	13.019,17	13.838,96	14.727,24	15.690,40	16.715,63
Utilidad bruta	27.930,83	32.869,04	38.526,76	45.024,60	52.479,37
Gastos Administrativos	4.497,41	4.947,15	5.441,87	5.986,05	6.584,66
Gastos Ventas	3.390,46	3.691,09	4.020,50	4.381,53	4.777,29
Depreciaciones	1.066,77	1.066,77	1.066,77	821,77	821,77
Utilidad operativa	18.976,19	23.164,04	27.997,63	33.835,25	40.295,65
Gastos financieros intereses	1.793,92	846,64	0,00	0,00	0,00
Unidad antes de P.E. y T	17.182,27	22.317,40	27.997,63	33.835,25	40.295,65
(15% P.E. y T)	2577,34	3347,61	4199,64	5075,29	6044,35
Utilidad antes de impuestos	14.604,93	18.969,79	23.797,99	28.759,97	34.251,30
25% IR	3.651,23	4.742,45	5.949,50	7.189,99	8.562,83
Utilidad neta	10.953,70	14.227,34	17.848,49	21.569,97	25.688,48

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

7.8. Balance de situación inicial

Cuadro 68. Balance general

Activo		Pasivo	
Activo Corriente		Pasivo Corriente	
Capital de trabajo	\$5.533,68	Cuentas por pagar	
Total activos corrientes	\$5.533,68	Documentos por pagar	
Activo Fijo		Pasivo a largo plazo	
Terreno	\$5.280,00	Préstamo	
Infraestructura civil	\$11.850,00	Total pasivo largo	\$8.956,66
Equipo de oficina	\$515,10		\$8.956,66
Equipo de	\$735,00		
Equipo de planta	\$1.777,61		
Total activo fijo	\$20.157,71		
Activo Diferido		Patrimonio	
Gastos de	\$250,00	Inversión propia	
Estudio de factibilidad	\$1.200,00	Total patrimonio	\$18.184,7
Total activo diferido	\$1.450,00		\$18.184,7
		Total pasivo y	
Total Activos	\$27.141,39		\$27.141,3

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

7.9. Flujo de Caja

Cuadro 69. Flujo de Caja Proyectado

Detalle	Año 1	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión	27.141,40					
Ingresos						
Utilidad neta proyectada		10953,70	14227,34	17848,49	21569,97	25688,48
Depreciación		1.066,80	1.066,80	1.066,80	821,77	821,77
Valor rescate						10.033,90
Ree inversión						
Total Ingresos		12020,50	15294,14	18915,29	22391,74	36544,15
Egresos						
Pago de capital		4.004,70	4.952,00	0,00	0,00	0,00
Total Egresos		4.004,70	4.004,70	0,00	0,00	0,00
Flujo neto	27.141,40	8015,80	11289,44	18915,29	22391,74	36544,15

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

7.10. Evaluación financiera

Cuadro 70. Calculo del costo de oportunidad

Detalle	Valor	% de composición	Tasa ponderada	Valor ponderado
Inversión propia	\$18.184,73	67%	4,58%	3,10%
Inversión financiera	\$8.956,66	33%	11,20%	3,70%
Inversión total	\$27.141,39	100%		6,80%

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

El costo de capital mínimo que el proyecto debe rendir es de 6,8%

7.11. Tasa de Rendimiento Medio

La tasa de rendimiento medio en el presente proyecto se verá afectada por la tasa de inflación del 3,33%.

$$\text{TRM} = (1 + C_k) (1 + \text{Inflación}) - 1$$

$$\text{TRM} = (1 + 0,068) (1 + 0,0333) - 1$$

$$\text{TRM} = 10,29\%$$

El 10,29% es la tasa mínima que debe generar la inversión para que no se generen pérdidas.

7.12. Valor Actual Neto (VAN)

Mediante este evaluador financiero se determina si la inversión de un proyecto es rentable o no, y a la vez se determina si vale o no la pena realizar dicha inversión. Se lo obtiene de restar la inversión inicial del valor presente de los flujos netos de efectivo. Para el cálculo del Valor Actual Neto se usa la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = - \text{INVERSIÓN} + \frac{\text{FNE}}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE}}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE}}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNE}}{(1+i)^4} + \frac{\text{FNE}}{(1+i)^5}$$

$$\text{VAN} = - 27.141,3 + \frac{2.319,8}{(1,1029)^1} + \frac{4.272,21}{(1,1029)^2} + \frac{13.167,08}{(1,1029)^3} + \frac{15.213,80}{(1,1029)^4} + \frac{18.734,53}{(1,1029)^5}$$

$$\text{VAN} = \$1.309,71$$

El valor actual neto que se presenta es positivo, por consiguiente el proyecto si es rentable.

7.13. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La finalidad de la tasa interna de retorno es evaluar al proyecto, es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje.

La tasa interna de retorno debe ser mayor que la tasa de rendimiento medio para que se acepte invertir. Para el cálculo de la tasa interna de retorno, se hará uso de tasas alternativas, con la finalidad de obtener una VAN positivo y un VAN negativo.

VAN con tasa del 12%

$$VAN = -27.141,39 + \frac{2.319,8}{(1,12)^1} + \frac{4.272,21}{(1,12)^2} + \frac{13.167,08}{(1,12)^3} + \frac{15.213,80}{(1,12)^4} + \frac{18.734,53}{(1,12)^5}$$

$$VAN = -284,1$$

VAN con tasa del 10%

$$VAN = -27.141,39 + \frac{2.319,8}{(1,10)^1} + \frac{4.272,21}{(1,10)^2} + \frac{13.167,08}{(1,10)^3} + \frac{15.213,80}{(1,10)^4} + \frac{18.734,53}{(1,10)^5}$$

$$VAN = 1.590,47$$

Para el cálculo de la tasa interna de retorno se utiliza la siguiente fórmula:

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \left(\frac{VAN_{Ti}}{VAN_{Ts} - VAN_{Ti}} \right)$$

$$TIR = 10 + (12-10) \left(\frac{1.590,47}{284,1 - 1.590,47} \right)$$

$$TIR = 10 + (2) (1,21)$$

$$TIR = 11,69$$

Al ser la tasa interna de retorno mayor a la tasa de descuento, la inversión en el proyecto es aceptable.

7.14. Tiempo de Recuperación de la Inversión

Mediante este elemento de evaluación económica- financiera, se conoce en qué tiempo se recuperara la inversión:

$$2.319,80 + 4.272,21 + 13.167,08 + 15.213,80 = \mathbf{22\ 611,40}$$

Año 1 Año 2 Año 3 Año 4

22 611,40 valores sumatoria de 4 años

27.141,39 valores de la inversión

$$27.141.39 \quad - \quad 22.611.4 \quad = \quad 4.530,02$$

Valor de inversión - Valor sumatoria 4 años

$$18.809,6 / 12 \text{ meses} = \mathbf{1.567,46}$$

Año 5

$$4.530,02 / 1.567,46 = 2,89 \text{ (2 meses)}$$

$$0,89 * 30 = 26,70 \text{ (27 días)}$$

Por lo tanto la inversión del presente proyecto se recupera en un tiempo de 4 años, 2 meses y 27 días.

7.15. Punto de Equilibrio

PEunidades

P.E. U=	Costos Fijos X Unidades Producidas
	Ventas Totales - Costos Variables

PEventas

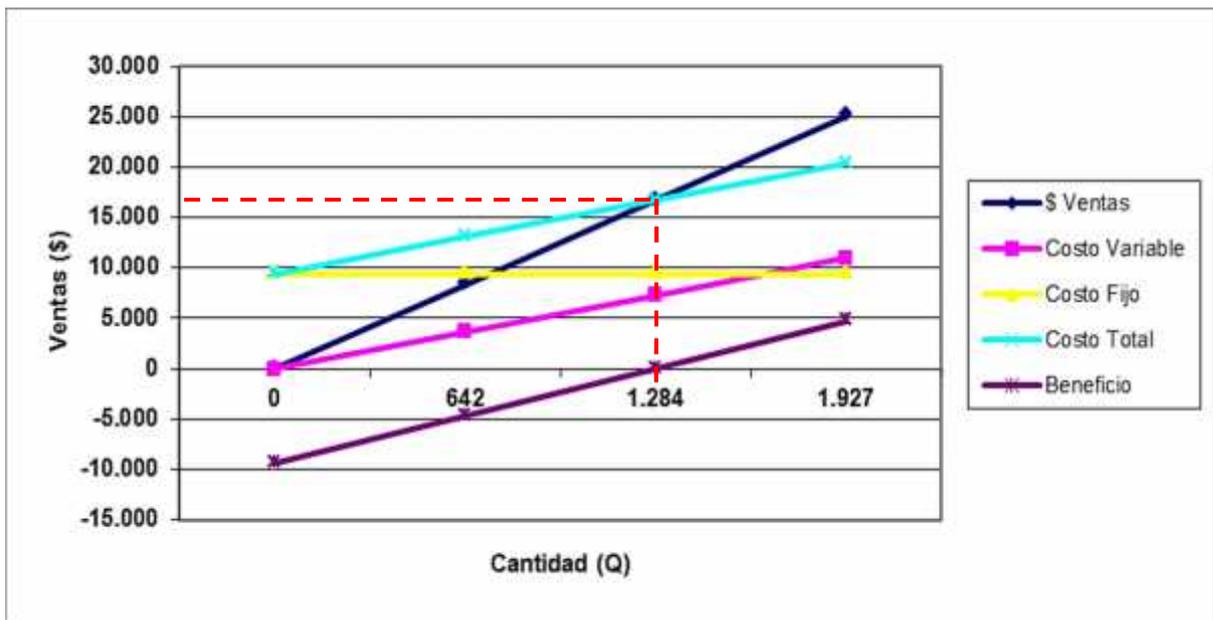
P.E. \$=	1 -	Costos Fijos
		Costos Variables
	Ventas Totales	

Precio Venta	13,00
Coste Unitario	5,68
Gastos Fijos Mes	9.402,30
Pto. Equilibrio	1.284 Q de Equilibrio
\$ Ventas Equilibrio	16.698 \$ de Equilibrio

	0	642	1.284	1.927
Q Ventas	0	642	1.284	1.927
\$ Ventas	0	8.349	16.698	25.047
Costo Variable	0	3.648	7.296	10.944
Costo Fijo	9.402	9.402	9.402	9.402
Costo Total	9.402	13.050	16.698	20.346
Beneficio	-9.402	-4.701	0	4.701

Para alcanzar el punto de equilibrio se debe vender 1.284 unidades mes

7.15.1. Punto de Equilibrio gráfico



Para alcanzar el punto de equilibrio se debe vender 1.284 unidades.

Cuadro 71. Margen de contribución

DETALLE	VALOR
COSTOS FIJOS	9.402,30
COSTOS VARIABLES	13.559,01
COSTOS TOTALES	22.961,31
INGRESOS TOTALES	40.950,00
UTILIDAD NETA TOTAL	17.988,69
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	0,67

7.16. Índice de rentabilidad

$$IR = \frac{VAN}{Inversión\ inicial}$$

$$IR = \frac{1.309,71}{27.141,39}$$

$$IR = 4,8\%$$

7.17. Costo Beneficio

Cuadro 72. Calculo del costo de oportunidad

Años	Ingresos		Tasa redescuento	Egresos	Tasa redescuento
1	6.324,57		10.29%		10.29%
2	9.224,21		6.189,50	4.004,70	3.631,06
3	13.167,08		6.321,09	4.952,00	4.071,07
4	15.213,80		6.310,40		
5	18.734,53	11.256,54	5.803,52		
Total			36,151,09		7.702,13

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

$$\text{Costo/Beneficio} = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Egresos actualizados}}$$

$$\text{Costo/Beneficio} = \frac{36,151,09}{7.702,13}$$

$$\text{Costo/Beneficio} = \$4,69$$

7.18. Resumen de Evaluación Financiera

Cuadro 73. Síntesis de evaluación financiera

Indicador	Valor
Índice de rentabilidad	4,8%
VAN	\$1.309,71
TIR	11,69%
Costo/Beneficio	\$4,69
Punto de Equilibrio	\$16.698,00
Tiempo de recuperación de inversión	4 años, 2 meses, 27 días

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

7.19. Impacto ambiental del proyecto

Es la diferencia que existe entre la situación del ambiente futuro modificado, tal como resultaría luego del proyecto y la situación del mismo ambiente en el futuro tal como habría evolucionado sin su actuación.

Cuadro 74. Impacto ambiental

Factores	-3	-2	-1	0	1	2	3
Manejo de desechos					x		
Contaminación de olor					x		
Reciclaje de productos secundarios					x		
Manejo de productos para comercialización					x		
Aguas residuales			x				
Total			-1		5		

Fuente: Observación directa

Elaborado por: Blanca Mendoza Maisanche

Resultado: 5 puntos

Promedio: $5/5= 1$

a. **Manejo de Desechos:** Los restos del ave en el faenamiento dentro de la planta deberán ser tratados evitando la contaminación.

b. **Contaminación de Olor:** Se realizaran limpiezas profundas en toda la planta de manera periódica, para también evitar presencia de roedores.

c. **Reciclaje de Productos secundarios o subproductos:** La pollinaza será vendida como abono a los agricultores de la zona, generando más ingresos.

d. **Manejo de productos para la comercialización:** El empaque y embalaje de las diferentes presentaciones del producto se lo hará de manera tradicional y ecológica.

e. **Aguas residuales:** Se implantará sistemas sanitarios y ambientales para el manejo de estas evitando lo menos posible de contaminar las aguas superficiales y subterráneas.

CAPÍTULO VII
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

A continuación se exponen las principales conclusiones obtenidas:

- ✓ Según el diagnóstico situacional y diagnóstico externo realizados en el Cantón El Empalme, Provincia del Guayas, el producto tiene acogida en el lugar, pero su baja producción lleva a los consumidores a comprar productos alternativos.
- ✓ Existe una alta demanda insatisfecha por lo que la nueva empresa tiene grandes oportunidades de instalarse y posesionarse en el mercado, al contar con un producto y un servicio de calidad.
- ✓ Mediante la creación de esta empresa se crean fuentes de trabajo directo e indirecto.
- ✓ En cuanto al análisis financiero, los evaluadores financieros son factibles para el proyecto los cuales arrojaron como resultado un índice de rentabilidad del 4,8%, un VAN de \$1.309,71, el Costo/Beneficio de \$4,69 y un punto de equilibrio de \$16.698,00 considerando que la inversión se recuperará en 4 años, 2 meses y 27 días.
- ✓ El presente proyecto de factibilidad generará un bajo impacto ambiental.

7.2. Recomendaciones

1. Invertir en el proyecto actual, ya que es primero que nada una alternativa novedosa y con gran aceptación en el mercado debido a que con el consumo de pollo criollo se evita el uso excesivo de alimentos tratados con químicos y hormonas.
2. Como futuro del proyecto se recomienda abrirse mercado por otras zonas aledañas al Cantón El Empalme debido a la gran aceptación que este tiene en el mercado.
3. Se recomienda la tecnificación de todos los procesos de producción con el fin de minimizar los costos especialmente el de alimentación ya que se evitaría el desperdicio del alimento.
4. Establecer la granja avícola en ambiente natural ya que los resultados financieros obtenidos son factibles y con márgenes de utilidad beneficiosos.
5. Una vez se encuentre operativa la empresa debe mantenerse el estándar de calidad alto y la responsabilidad en las entregas del producto final.

VIII. LITERATURA CITADA

ARANGO, L. 2013. Medio ambiente y ecosistema. Publicado por Banco de la República. Bogotá – Colombia. Pp. 115

AYALA, R. 2007. Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión. Quinta Edición. Guayaquil – Ecuador. Pp. 255

BACA, G. 2007. Proyectos de Inversión. Quinta Edición. Mc Graw – Hill Interamericana, México. Pp. 90 – 92.

BORJA, A. 2009. Contabilidad para el Nuevo Milenio. Primer Nivel. Primera Edición. Machala- Ecuador. Editorial Impssur. 200p.

CAREAGA, P. 2007. Fundamentos de Preparación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Segunda Edición. Bogotá – Colombia. Pp. 102 – 105

CEDEÑO PEDRO Y SALAZAR MARÍA. (2011). Tesis maestría. <http://repositorio.utb.edu.ec:8080/handle/123456789/500?mode=full>.

CÓRDOVA, M. 2008. Formulación y evaluación de proyectos. Sin edición, Ecoe Ediciones. Bogotá. Pp. 20 – 22

DÁVALOS, P. 2007. Fundamentos de Preparación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Segunda Edición. Bogotá – Colombia. Pp 102-104

DÍAZ, J. 2007. Diccionario y Manual de Contabilidad y Administración. Lima-Perú. Editorial de libros técnicos.

FRAUME, N. 2007. Diccionario ambiental. Sin Edición, Ecoe Ediciones. Bogotá. 241p.

GARCÍA, D. 2008. Contabilidad Financiera. Cuarta Edición. Editorial Mc Graw Hill. México. Pp. 128

GUAJARDO, G. 2007. Contabilidad Financiera. Mc Graw Hill. Cuarta Edición. México. Pp. 68 – 100

HAIR.BUSH-ORTINAU. 2008. Investigación de Mercados. Mc Graw Hill. Segunda Edición. México

HERNÁNDEZ A. y HERNÁNDEZ A. 2008. Formulación y Evaluación De Proyectos De Inversión. Cuarta Edición. Copyright. Thomson Learning. México. D.F. Pp. 42-47.

INEC, 2010. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Censo poblacional, Nov. 2010. En Línea. Disponible en www.inec.gob.ec.com

INIESTA, P. 2007. Máster de Marketing, Gestión 2000. Barcelona – España. Pp. 45 -67

INIESTA, Pablo 2001. Máster de marketing, Gestión 2000, edición Barcelona – España. Pp. 45 -67

KOTLER, P. y KELLER, K. 2008. Dirección de Marketing. Décima Segunda Edición. Ediciones Prentice Hall. Inc. México. Pp. 487

KOTLER, Philip y KELLER, Kevin. 2006. Dirección de Marketing, Duodécima Edición, Ediciones Prentice Hall. Inc. México, S.A. de C.V. Pp. 359 – 445

MARTÍN, W. y PEZO, A. 2007. Formulación y Evaluación de Proyectos Tecnológicos Empresariales Aplicados. Serie gestores tecnológicos. Edición del Convenio Andrés Bello. Primera edición. Colombia. 16p

MONTERO, S. 2009. Factibilidad. Editorial S.N. Universidad de Texas. 153p.

MURCIA, J. 2009. Proyectos, Formulación y Criterios de Evaluación. Editorial Alfaomega Colombiana S.A.

ORELLANA JOSÉ, (2007).

http://www.ameveaecuador.org/datos/AMEVEA_2007___ING._JOSE_ORELLANA.PDF

ORTEGA, A. 2008. Proyectos de Inversión. Primera Edición. Editorial Continental. México. Pp. 16 – 17

ORTIZ, H. 2007. Proyectos de Inversión Innovadores. Mc Graw Hill. Primera Edición. Ecuador. Pp.100.

RAMÍREZ, J.2008. Fundamentos de Evaluación Financiera. Mc Graw Hill. Décima Edición. Ecuador. Pp.98.

Ruiz. (2007) Manual de derecho mercantil, Capítulo II. Pág. 27

SAPAG, N.; SAPAG, R.2007. Fundamentos de Preparación y Evaluación de proyectos. MC GRAW HILL. Bogotá – Colombia. 438p.

SARMIENTO, R. 2009. Contabilidad General. Décima Edición. Quito – Ecuador. Editorial Voluntad. Pp. 74 – 90

SPILLER, L. y GOSMAN, M. 2007.Contabilidad financiera. Cuarta Edición. Editorial Mc. Graw Hill. México. Pp. 653

TERRANOVA, R. 2007.Valoración de empresas y gestión basada en valor. Primera edición, Editorial Paraninfo. Madrid – España. Pp.338.

TORRES, N. 2009. Costes para la Dirección de Empresas. Primera Edición. Barcelona – España. Pp. 208

VISCIONE, J.2007. Análisis Financiero: Principios y Métodos. Novena Edición. México. Mc Graw Hill. Pp. 335.

WEIERS, R. 2008. Investigación de Mercados. Edición. Prentice – Hall Hispanoamericana. México. Pp. 80 – 192.

ANEXOS

ANEXO 1. Fotografías



TERRENO PARA LA ADECUACIÓN DE LA GRANJA AVICOLA





ENCUESTA A LOS COMERCIANTES DE AVES





ENCUESTA A LOS CONSUMIDORES



ANEXO 2. Informe Urkund



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

MEMORANDO:

Para: Lcdo. Edgar Pastrano – Decano, Facultad de Ciencias Empresariales

De: Eco. Roger Yela Burgos M.Sc., Docente

Asunto: Informe de Dirección de Proyecto de Investigación

Fecha: 03-03-2015

Adjunto al presente sírvase encontrar el documento final del Proyecto de Investigación titulado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL EMPRENDIMIENTO Y PRODUCCIÓN DE UNA GRANJA AVÍCOLA EN AMBIENTE NATURAL, CANTÓN EL EMPALME, AÑO 2013", elaborado por la señorita BLANCA MENDOZA MAISANCHE, previo a la obtención del título de INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL, que fue elaborado bajo mi dirección según lo asignado en la Resolución Centésima Décima Quinta de fecha 10-10-2013, el mismo que cumple con los componentes que exige el Reglamento General de Grados y Títulos de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo e incluye el informe de URKUND, el cual avala los niveles de originalidad, en un 100% y de copia un 0% del trabajo investigativo.

URKUND

Document: TESIS BLANCA MENDOZA MAISANCHE.docx (013005293)

Submitted: 2015-01-26 16:52 (-05:00)

Submitted by: ryela@uteq.edu.ec

Receiver: ryela.uteq@analysis.arkund.com

Message: [show full message](#)

of this approx. 30 pages long document consists of text present in 0 sources.

Atentamente,

Eco. Roger Yela Burgos M.Sc.

Director de Tesis

Adjunto Proyecto de Investigación



**ANEXO 3. FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDA A LOS
COMERCIANTES DE POLLO DEL CANTON EL
EMPALME.**



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
MODALIDAD PRESENCIAL
CARRERA GESTION EMPRESARIAL



CUESTIONARIO DE ENCUESTA
FAVOR CONTESTAR CON LA MAYOR SINCERIDAD POSIBLE

1) ¿Considera rentable la venta de pollo criollo?

Si No

2) ¿Con que frecuencia le piden carne de pollo criollo?

Diario
Semanal
Quincenal
Mensual

3) ¿Cuantos pollos criollos le piden sus clientes semanalmente?

1 a 3
4 a 6
7 a 10
Más de 10

4) ¿Presenta dificultades para adquirir pollos criollos?

Si No

**5) ¿Conoce usted alguna granja especializada en la crianza de pollos
criollos?**

Si No

**6) ¿Está dispuesto a ganar el margen de utilidad que se maneja en el
mercado por la comercialización de pollo criollo?**

Si No

7) ¿De contar con un proveedor constante y clientela segura, cuántos pollos criollos compraría semanalmente?

- 2
- 4
- 6
- Más de 20

8) ¿Considera que el precio del pollo criollo en pie es accesible al consumidor?

- Si No

Gracias por su colaboración.

**ANEXO 4. FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDA A LOS
CONSUMIDORES DE POLLO DEL CANTON EL
EMPALME.**



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
MODALIDAD PRESENCIAL
CARRERA GESTION EMPRESARIAL



CUESTIONARIO DE ENCUESTA
FAVOR CONTESTAR CON LA MAYOR SINCERIDAD POSIBLE

1) ¿Ha consumido pollo criollo?

Si No

2) El precio del pollo criollo en pie lo considera:

Caro
Normal
Barato

3) ¿Cuál es la frecuencia de consumo de pollo criollo?

Toda la semana
2 veces a la semana
No ha consumido

**4) ¿Encuentra usted donde adquirir con facilidad pollo criollo ya sea
en pie o por libras?**

Si No

**5) ¿Le gustaría a usted que en el cantón El Empalme existiera una
granja avícola, especializados en pollos criados en ambiente
natural (criollos)?**

Si No

6) ¿Cuál sería la mayor objeción que tendría usted para consumir pollo criollo?

Precio (
Mala calidad (
Lugar de compra lejano (

7) ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un pollo criollo en pie?

\$15 (
\$12 (
\$10 (

8) ¿Le gustaría comprar pollo criollo en diferentes presentaciones como libras, faenado, o empaquetado?

Si No

9) La presentación de los productos cárnicos la considera

Muy Buena (
Buena (
Regular (

10) ¿Cómo prefiere el producto?

Faenado (
Empaquetado (
En pie (

Gracias por su colaboración.