



# UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

## MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA MED CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y PRODUCCIÓN AGROPECUARIA

"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN DE POLLO AHUMADO EN  
LA CIUDAD DE ZAMORA, CANTÓN ZAMORA, PROVINCIA DE  
ZAMORA CHINCHIPE"

TESIS DE GRADO PREVIA A LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN Y  
PRODUCCIÓN AGROPECUARIA.

AUTOR:

SAMIRA MISHHELLYE ALDAZ JAPÓN

DIRECTOR:

DR. LUIS QUIZHPE SALINAS.

Loja - Ecuador

2015

## APROBACIÓN

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN DE POLLO AHUMADO EN LA CIUDAD DE ZAMORA”

Tesis presentada al Honorable Tribunal de grado como requisito previo a la obtención al Título de:

INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN Y PRODUCCIÓN AGROPECUARIA

**APROBADO**



Dr. Alfonso Saraguro Martínez, Mg. Sc.

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**



Mg. Sc. Galo Salcedo López

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**



Dr. Gonzalo Aguirre Aguirre

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

## CERTIFICACIÓN

Dr.

Luis Quizhpe Salinas

**DIRECTOR DE TESIS**

### CERTIFICA:

Haber dirigido todo el proceso investigativo realizado por la egresada **Samira Mishellye Aldaz Japón**, previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración y Producción Agropecuaria cuyo tema se denomina: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN DE POLLO AHUMADO EN LA CIUDAD DE ZAMORA”**, el mismo que cuenta con los requisitos establecidos por la Universidad en sus aspectos de fondo y forma por lo que autorizo su presentación para la calificación privada, sustentación y defensa.

Loja, junio del 2015



Dr. Luis Quizhpe Salinas

**DIRECTOR DE TESIS**

## AUTORÍA

Yo, Samira Mishellye Aldaz Japón, declaro ser la autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente excepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional – Biblioteca Virtual.

**Autor:** Samira Mishellye Aldaz Japón

**Firma:**

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized initials and a surname, enclosed within a circular scribble.

**Cédula:** 1900536580

**Fecha:** Loja, junio del 2015

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA TEXTO COMPLETO.**

Yo, Samira Mishellye Aldaz Japón; declaro ser la autora de la tesis titulada: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN DE POLLO AHUMADO EN LA CIUDAD DE ZAMORA”**, como requisito previo para optar al grado de Ingeniera en Administración y Producción Agropecuaria; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el DRI, en las redes del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 12 días del mes de junio del dos mil quince, firma la autora.

**Firma:**



**Autora:** Samira Mishellye Aldaz Japón

**Cédula:** 1900536580

**Teléfono:** 072608313 Celular: 0993101086

**Dirección:** Zamora, Av. Héroes de Paquisha y Juan de Salinas

**Correo electrónico:** [mishellyealdaz@yahoo.es](mailto:mishellyealdaz@yahoo.es)

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**Director de tesis:** Dr. Luis Quizhpe Salinas

**TRIBUNAL DE GRADO:**

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL.**

Dr. Alfonso Saraguro Martínez, Mg. Sc.

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL.**

Mg. Sc. Galo Salcedo López

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL.**

Dr. Gonzalo Aguirre Aguirre

## **DEDICATORIA**

Esta tesis se la dedico a mi Dios quién supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A mi esposo y mi madre, muchas gracias por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar, me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos.

Dedico este trabajo de investigación a mis compañeros, amigos porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento, depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad.

Samira Mishellye Aldaz Japón

## **AGRADECIMIENTO**

El presente trabajo de tesis primeramente me gustaría agradecerle a ti Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hizo realidad este sueño anhelado.

.

A la Universidad Nacional de Loja, en especial a la Carrera de Administración y Producción Agropecuaria, por darme la oportunidad de estudiar y ser una profesional.

A mi director de tesis, Dr. Luis Quizhpe Salinas por su visión crítica de muchos aspectos cotidianos de la vida, por su rectitud en su profesión como docente, por sus consejos, que ayudan a formarte como persona e investigador, y por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, experiencia, paciencia y motivación han conseguido en mí que pueda terminar mis estudios con éxito.

También me gustaría agradecer a mis profesores que durante toda mi carrera estudiantil han aportado con un granito de arena a mi formación, más que todo por su amistad brindada.

.Son muchas las personas que han formado parte de mi vida estudiantil a las que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones ya que de una u otra manera colaboraron conmigo hasta la culminación del presente trabajo.

Samira Mishellye Aldaz Japón.

## **1. TÍTULO**

**"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO-EMPRESA DE PRODUCCIÓN DE POLLO AHUMADO EN LA CIUDAD DE ZAMORA, CANTÓN ZAMORA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE".**



## 2. RESUMEN

La presente investigación se la realizo en la provincia de Zamora Chinchipe, cantón Zamora, tiene como objetivo general realizar un estudio de factibilidad para la implantación de una Micro-Empresa para la producción de pollos ahumados en la ciudad de Zamora, enfocada a satisfacer las necesidades de los consumidores, los métodos, técnicas utilizadas son las siguientes: método analítico-sintético, método inductivo, método deductivo, método estadístico, método descriptivo y las técnicas aplicadas fueron, la recopilación documental, observación directa, técnicas de encuesta.

La demanda de este producto necesita de microempresas de mayor envergadura como la que proponemos que permita cubrir la demanda existente e incrementar la producción del pollo ahumado para generar empleo, permitiendo ofrecer a la ciudadanía un producto de buena calidad gustativa y a su alto valor nutricional y su bajo contenido en calorías convirtiéndola en un alimento apropiado para el consumo.

La metodología aplicada en el presente trabajo, nos permitió a través del estudio de mercado determinar que la demanda de carne pollo ahumado en la ciudad de Zamora es de 23120 Kg al año, habiendo una oferta actual en las distintas tiendas y negocios del mercado de 14350 Kg al año para lo cual la micro empresa va a empezar cubriendo este mercado y se proyectara a incrementar su mercado al 2% según el crecimiento de la población de la ciudad de Zamora anual según el Censo INEC.

En cuanto al estudio técnico la empresa se ubicara a 8 Km de la ciudad de Zamora, con una extensión de 625 m<sup>2</sup>, con un total de 4 personas para hacer funcionar la empresa, en el lapso de 5 años, la empresa recuperara el capital invertido, el costo de inversión para la implementación de la microempresa para

la producción de pollo ahumado es de 49.772,31 dólares, con un capital propio de 18.772,31 dólares y un financiamiento de 31.000,00 dólares.

La evaluación financiera, a través de sus índices determina que el tiempo de recuperación del capital es de 4 años, 1 meses, 12 días, el costo de la venta del pollo ahumado es de 6 dólares en todas las tiendas y supermercados, el Valor Actual Neto calculado es de 44.04 dólares que indica que luego de los 5 años de vida del proyecto, siendo satisfactorio su implementación, el indicativo económico Beneficio/Costo es de 1,25 la Tasa Interna de Retorno, es de 38.44 % que advierte que luego de 5 años de vida del proyecto se logra recuperar los activos fijos, intangible y el capital de trabajo invertido.

## **ABSTRACT**

This research was conducted in the province of Zamora Chinchipe, Zamora canton, has the general objective to carry out a feasibility study for the establishment of a micro-enterprise for the production of smoked chickens in the city of Zamora, focused on satisfying the needs consumers, methods, techniques used are: analytic-synthetic method, inductive method, deductive method, statistical method, descriptive method and techniques were applied, documentary collection, direct observation, survey techniques.

The demand for this product needs of micro larger as the one proposed which will cover the existing demand and increase production of smoked chicken to create jobs, enabling citizens to offer a product of good flavor and high nutritional value and low calorie making an appropriate food for consumption.

The methodology used in this study allowed us through market research to determine the demand for smoked chicken meat in the city of Zamora is 23120 kg per year, having a current supply in the different shops and businesses market 14350 kg per year for which the micro company will start covering this market and is projected to increase by 2% market growth of the population of the city of Zamora annual according to the Census INEC.

On the technical study, the company was located 8 km from the city of Zamora, with an area of 625 m<sup>2</sup>, with a total of 4 people to run the company, in the span of five years, the company recover the capital invested The investment cost for implementing the microenterprise for the production of smoked chicken is \$ 49,772.31, with a net worth of \$ 18,772.31 and \$ 31,000.00 in funding.

The financial evaluation, through their indexes determines that the capital recovery time is 4 years, 1 months, 12 days, the cost of selling the smoked chicken is \$ 6 in all shops and supermarkets, the Present Value is calculated

net of \$ 44.04 indicating that after 5 years of the project implementation to be satisfactory, indicative economic benefit / cost is 1.25 Internal Rate of Return of 38.44% is warning that after 5 year life of the project is achieved recover fixed, intangible assets and working capital invested.

### **3. INTRODUCCIÓN**

La avicultura es una actividad en pleno desarrollo en el país, desde 1992, el consumo de carne de ave se incrementó en el Ecuador, además la avicultura es la práctica de cuidar y criar aves como animales domésticos con diferentes fines, debido a la gran demanda de sus productos por todos los estratos de la población, incluso habiéndose ampliado los volúmenes de ventas y contribuido positivamente al crecimiento del sector agropecuario.

Para el desarrollo del presente proyecto de estudio sobre la factibilidad para la creación de una micro-empresa de producción de pollo ahumado en la ciudad de Zamora, cantón Zamora, provincia de Zamora Chinchipe, primero se presenta el trabajo de investigación donde en el punto 1 se describe el título de estudio que se investigó.

En el punto 2 se encuentra el resumen de todo el trabajo realizado con su respectiva traducción al idioma inglés. En el punto 3 se describe la introducción de la tesis desarrollada. En el punto 4 se determinó la revisión literaria en el marco teórico se narra el producto a producir con todas sus características.

En el punto 5 se describe los materiales y métodos utilizados en la presente investigación los cuales son los siguientes: Análisis estadísticos matemáticos, Análisis estadístico, Técnicas de investigación, Tamaño de la muestra y Variables en estudio, además se utilizó como técnicas de investigación la recopilación documental, la observación directa y la entrevista, asimismo se realizó la segmentación de mercado para el proyecto propuesto de acuerdo a los datos del INEC del censo poblacional y vivienda del año 2012, considerando que el promedio de integrantes por familia es de cinco personas, considerando una muestra representativa de personas encuestadas. En el punto 6 se presenta los resultados de la investigación y todos los cálculos de

estudio que ayudan a definir la factibilidad del presente proyecto, en base a las encuestas aplicadas.

Seguidamente en el punto 7 se detalla la discusión donde se define el estudio de mercado determinando una alta demanda efectiva, en la ingeniería del proyecto también se presenta los detalles del proceso de producción, agregado a esto se presenta el estudio técnico, la evaluación financiera donde nos permite establecer la viabilidad del proyecto y así tomar la decisión de invertir en ello contamos con el VAN, TIR, BC.

En el punto 8 de la investigación se detalla las conclusiones que son el resultado de la investigación y a la vez establece la importancia de invertir en el proyecto, indicando los resultados obtenidos de acuerdo a los objetivos propuestos. En el punto 9 se detalla las recomendaciones donde establece el detalle de las situaciones necesarias para la implementación y puesta en marcha de la empresa y todo lo que tiene que ver a las mejoras para su creación y continuidad.

En el punto 10 encontramos la bibliografía que ha sido utilizada en la presente investigación, citada y revisada, para dar como producto el resultado del presente trabajo se detalla las fuentes consultadas y disponibles en la web.

Al finalizar en el punto 11 se adhiere los anexos, como son las proformas y el formato de encuestas que se entregó a las personas pertenecientes a la muestra.

Con esta investigación se da a conocer las propiedades y beneficios del consumo del pollo ahumado mediante su transformación, con la cual pretende incentivar a la industrialización y comercialización de la carne de pollo broiler, para así proveer a los consumidores con un producto novedoso, con óptimos estándares de calidad.

Es así que para cumplir con la presente investigación se plantearon los siguientes objetivos:

- ❖ Realizar un estudio de factibilidad para la implantación de una Micro-Empresa para la producción de pollos ahumados en la ciudad de Zamora, enfocada a satisfacer las necesidades de los consumidores.
- ❖ Realizar la evaluación económica y financiera de la Micro-Empresa de producción de pollos ahumados en la zona de estudio.
- ❖ Satisfacer la demanda local de carne de pollo ahumado, en la ciudad de Zamora.

## **4. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **4.1. MARCO REFERENCIAL.**

#### **4.1.1. EL POLLO BROILER**

El Broiler hace referencia a una variedad de pollo desarrollada específicamente para la producción de carne, los pollos de tipo broiler se alimentan especialmente con balanceado a gran escala para la producción eficiente de carne y se desarrollan mucho más rápido que un huevo de otra variedad con un propósito dual (huevos + carne), tanto los machos como las hembras broiler se sacrifican para poder consumir su carne.

Las estirpes básicas se agrupan en dos grandes apartados: las productoras de carne (pollos broiler) de rápido crecimiento y que tienen origen fundamentalmente en cruzamientos de Plymouth Rock con Cornish; y las productoras de huevos (ponedoras) basadas sobre todo en la Leghorn o Livorno, el pollo es una de las carnes más ricas y apreciadas, además de ser sana, equilibrada y adaptarse bien a nuestro bolsillo.

El hombre se dio cuenta rápidamente de la importancia de las aves en su alimentación y comenzó a domesticar aquellas que no podían volar, la avicultura surge en varios lugares del planeta simultáneamente, pero se dice que los pollos empezaron a domesticarse en Asia hace más de cuatro milenios y que llegaron a Europa a través del comercio con Persia.

La intensidad en el consumo del pollo ha variado a lo largo del tiempo, siendo la Edad Media un flaco período para esta carne. Los aristócratas y cortesanos preferían en esta época otras variedades como el capón o la palurda, mucho más ricas en grasas, sin embargo, durante el siglo XVI volvería a ser



mercidamente apreciada, es con la Revolución Industrial cuando comienza la cría masiva de pollo hasta llegar a nuestros días, donde el pollo es una de las carnes más baratas que podemos encontrar en el mercado.

En la actualidad existen cadenas orientadas a un público exclusivo y otras que se dirigen las clases populares; el plato suele ser el mismo con muy ligeras diferencias, la diferencia está en las facilidades y la estética de sus locales, donde hay humo, el resultado es carnes y aves muy sabrosas, el uso de ahumadores es un modo de impregnar un sabor natural de humo a los cortes grandes de carnes, aves enteras y pechugas de pavo, esta técnica de cocción lenta permite también que la carne se mantenga suave.

Ahumar es cocer alimentos lentamente en forma indirecta sobre el fuego, este proceso se puede realizar mediante un "ahumador", que es un aparato para cocinar al aire libre diseñado especialmente para ahumar, también se puede ahumar en una parrilla cubierta colocando una cacerola con agua debajo de la parrilla que contiene las carnes.

La carne ahumada es una forma de preparar carnes que se originó en Europa central, el objetivo de preparar las carnes ahumadas es la de preservarla y poder mantenerla en estado comestible durante largos períodos.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Broiler>

La carne de pollo es un alimento muy valioso en nuestra dieta si consideramos su relación costo- beneficio, ya que se trata de una carne económica, muy versátil y con grandes propiedades nutritivas. A pesar de que su composición nutricional varía de acuerdo a muchos factores, daremos en líneas generales una descripción de sus nutrientes.

La carne de pollo contiene en promedio, un 20% de proteínas al igual que la carne de vaca, aunque siempre se cree lo contrario. Es más bajo en grasas, ya

que posee alrededor de un 9% y no contiene cantidades apreciables de carbohidratos. Dentro de las grasas, posee grasas saturadas, pero al mismo tiempo, aporta ácidos grasos mono insaturados y poliinsaturados en menor cantidad.

En el pollo destaca su aporte proteico, así como su contenido de ácido fólico y vitamina B3, ideal para el correcto funcionamiento cerebral. Asimismo, posee elevadas cantidades de hierro, zinc, fósforo y potasio, minerales esenciales para cualquier individuo y más aún para los amantes de la actividad física.

<http://www.vitonica.com/proteinas/carne-de-pollo-i-su-composicion-nutricional>

#### **4.1.2. CLASIFICACIÓN TAXONÓMICA DEL POLLO BROILER.**

Según la sistemática como ciencia que identifica a las aves dentro del reino animal podríamos decir que los Broiler pertenecen a la siguiente clasificación:

Familia:	Phasianinae
Género:	Gallus
Especie:	Domésticus
Nombre:	Broiler

#### **4.1.3. COMPOSICIÓN NUTRICIONAL.**

El pollo hace parte del grupo de las carnes, junto con la carne de vacuno, cerdo, pescado y otras, estos alimentos se destacan por ser buena fuente de proteínas de alto valor nutricional y de otros nutrientes, pero también contienen, grasas, cuyo consumo se asocia al desarrollo de problemas cardiovasculares en personas que no seleccionan una dieta baja en grasas, especialmente de origen animal.

<http://crianzadepollos.blogspot.com/2009/07/clasificacion-taxonomica.html>

#### **4.1.4. AHUMADO.**

El ahumado es una técnica que se emplea en gastronomía, se trata en someter alimentos a un humo que proviene de fuegos realizados de maderas de poco nivel de resina. Este proceso proporciona el sabor característico del ahumado, además puede utilizarse como conservador de alimentos, ya que este método permite que los alimentos duren mucho más tiempo y en un estado comestible. Pueden consumirse ahumados fríos o bien calientes, según el alimento que se someta a esta técnica.

El proceso del ahumado, en pocas palabras, lo que hace es quitar el agua a los alimentos por la acción del humo y de la corriente de aire seco por él provocada.

<http://www.directodelcampo.com/desctags/Ahumados>

<http://aprendiendosobrelacarne.blogspot.com/2009/11/ahumado-de-carne-y-aves.html>

#### **4.1.5. CARACTERISTICAS.**

Existen dos tipos de ahumados, en frío y en caliente. En frío, el proceso dura aproximadamente de 24 a 48 horas (dependiendo del alimento) y no debe superar los 30°C y en caliente la temperatura debe ser mayor a los 60° y no superar los 75°C. Se recomienda primero realizar el ahumado en frío y luego en caliente. Esta forma de preservación de alimentos, proviene de épocas remotas donde se descubrió posiblemente por casualidad que los alimentos que colgaban arriba de los fogones que se utilizaban para calefacción y cocinar duraban más que los alimentos que no estaban en contacto con el humo. Este proceso de preservación se podría comparar con el salado para preservar el alimento; básicamente, le quita la humedad a los alimentos y se le transfiere sabores.

<http://es.scribd.com/doc/55784258/Pollo-Ahumado#scribd>

#### **4.1.6. OBJETIVOS DEL AHUMADO.**

Con la técnica del ahumado se logran dos objetivos:

- ❖ La deshidratación para la conservación; y, la adición de determinadas sustancias que se desprenden de las maderas de tipo oloroso y le dan un sabor especial a los productos así conservados.
- ❖ El proceso del ahumado, en pocas palabras, lo que hace es quitar el agua a los alimentos por la acción del humo y de la corriente de aire seco por él provocada.

[http://www.guiaepicureo.com.ar/ahumados/que\\_es\\_el\\_ahumado.htm](http://www.guiaepicureo.com.ar/ahumados/que_es_el_ahumado.htm)

#### **4.1.7. HISTORIA DEL AHUMADO.**

Desde épocas remotas los ahumados se preservan de este modo. Se descubrió que los alimentos que colgaban de los fogones que se utilizaban para calefacción y cocinar duraban más que los alimentos que no estaban en contacto con el humo. Este proceso de preservación se podría comparar con el salado para preservar el alimento; básicamente, le quita la humedad a los alimentos y se le transfiere sabores.

<http://www.directodelcampo.com/desctags/Ahumados>

## **4.2. MARCO CONCEPTUAL.**

### **4.2.1. EMPRESA.**

#### **4.2.1.1. Definición de Empresa.**

Una empresa es una organización, institución o industria dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales, para satisfacer las necesidades de bienes o servicios de los demandantes, a la par de asegurar la continuidad de la estructura productivo-comercial así como sus necesarias inversiones.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa>

La empresa es la institución o agente económico que toma las decisiones sobre la utilización de factores de la producción para obtener los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado. La actividad productiva consiste en la transformación de bienes intermedios (materias primas y productos semielaborados en bienes finales, mediante el empleo de factores productivos (básicamente trabajo y capital).

<http://www.monografias.com/trabajos11/empre/empre.shtml#ixzz32TDxD4L6>

La empresa, además de ser una célula económica, es una célula social. Está formada por personas y para personas. Está insertada en la sociedad a la que sirve y no puede permanecer ajena a ella. La sociedad le proporciona la paz y el orden garantizados por la ley y el poder público; la fuerza de trabajo y el mercado de consumidores; la educación de sus obreros, técnicos y directivos; los medios de comunicación y la llamada infraestructura económica. La empresa recibe mucho de la sociedad y existe entre ambas una interdependencia inevitable. Por eso no puede decirse que las finalidades económicas de la empresa estén por encima de sus finalidades sociales.

Ambas están también indisolublemente ligadas entre sí y se debe tratar de alcanzar unas, sin detrimento o aplazamiento de las otras.

Esto es lo que conocemos como responsabilidad social empresarial, el rol que la empresa tiene para con la sociedad que va más allá de la mera producción y comercialización de bienes y servicios, sino que también implica el asumir compromisos con los grupos de interés para solucionar problemas de la sociedad.

Los beneficios concretos y tangibles que significa para la empresa son los siguientes:

- ❖ Un incremento de la productividad, ya que el trabajador está a gusto en la empresa y se le capacita para que lo haga cada vez mejor;
- ❖ Mejoramiento de las relaciones con los trabajadores, el gobierno y con las comunidades a nivel regional y nacional;
- ❖ Un mejor manejo en situaciones de riesgo o de crisis, ya que se cuenta con el apoyo social necesario;
- ❖ Sustentabilidad en el tiempo para la empresa y para la sociedad, dado que RS fortalece el compromiso de los trabajadores, mejora su imagen corporativa y la reputación de la empresa, entre otros.
- ❖ Imagen corporativa y reputación: frecuentemente los consumidores son llevados hacia marcas y compañías consideradas por tener una buena reputación en áreas relacionadas con la responsabilidad social empresarial. También importa en su reputación entre la comunidad empresarial, incrementando así la habilidad de la empresa para atraer capital y asociados, y también con los empleados dentro de la empresa.
- ❖ Rentabilidad de sus negocios o rendimiento financiero: se refiere a la relación entre prácticas de negocio socialmente responsables y la actuación financiera positiva. Se ha demostrado que las empresas fieles a sus códigos de ética resultan de un rendimiento de dos a tres veces

superior respecto a aquellas que no los consideran, de esta forma las compañías con prácticas socialmente tipos de empresas según sus ámbitos y su producción.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa>

#### 4.2.1.2. Objetivos de la Empresa.

Los objetivos de la empresa son los siguientes:

- ❖ Atraer clientes con productos de buena calidad y a precios razonables.
- ❖ Obtener niveles de calidad en la entrega de productos.
- ❖ Satisfacer las necesidades del cliente con productos de acuerdo al requerimiento.
- ❖ Conservar y aumentar el nivel de cuentas, con alternativas de pago para el cliente.
- ❖ Mantener la seriedad en la distribución de productos.
- ❖ Disminuir las perdidas en productos predecibles.
- ❖ Cumplir con las obligaciones laborales y pagos de ley.

<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/2484/1/02%20ICA%20558%20TESIS.pdf>

#### 4.2.1.3. Clasificación de las Empresas.

Las empresas pueden clasificarse de acuerdo a la actividad que desarrollan en:

- ❖ **Industriales:** La actividad primordial de este tipo de empresas es la producción de bienes mediante la transformación y/o extracción de materias primas. Estas a su vez se clasifican en:
  - ✓ **Extractivas;** Son las que se dedican a la extracción de recursos naturales, ya sea renovables o no renovable.

- ✓ **Manufactureras:** Son aquellas que transforman las materias primas en productos terminados y pueden ser de dos tipos: Empresas que producen bienes de consumo final, empresas que producen bienes de producción.
- ✓ **Agropecuarias:** Como su nombre lo indica su función es la explotación de la agricultura y la ganadería.
  
- ❖ **Comerciales:** Son intermediarios entre el productor y el consumidor, su función primordial es la compra - venta de productos terminados. Se pueden clasificar en :
  - ✓ **Mayoristas:** Son aquellas que efectúan ventas en gran escala a otras empresas tanto al menudeo como al detalle. Ejemplo: Bimbo, Nestlé, Jersey, etc.
  - ✓ **Menudeo:** Son los que venden productos tanto en grandes cantidades como por unidad ya sea para su reventa o para uso del consumidor final.
  - ✓ **Minoristas o detallistas:** Son los que venden productos en pequeñas cantidades al consumidor final.
  - ✓ **Comisionistas:** Se dedican a vender mercancías que los productores dan en consignación, percibiendo por esta función una ganancia o comisión.
  
- ❖ **Servicios:** Como su nombre lo indica son aquellos que brindan servicio a la comunidad y pueden tener o no fines lucrativos, se pueden clasificar en:
  - ✓ Servicios públicos varios (comunicaciones, energía, agua).
  - ✓ Servicios privados varios (servicios administrativos, contables, jurídicos, asesoría, etc.).
  - ✓ Transporte (colectivo o de mercancías).
  - ✓ Turismo.
  - ✓ Instituciones financieras.
  - ✓ Educación.
  - ✓ Salubridad (Hospitales).



✓ Finanzas y seguros.

❖ **Según el Origen del Capital:** Dependiendo del origen de las aportaciones de su capital y del carácter a quien se dirijan sus actividades las empresas pueden clasificarse en:

✓ **Públicas:** En este tipo de empresas el capital pertenece al Estado y generalmente su finalidad es satisfacer necesidades de carácter social. Las empresas públicas pueden ser las siguientes:

**Centralizadas.-** Cuando los organismos de las empresas se integran en una jerarquía que encabeza directamente el Presidente de la República, con el fin de unificar las decisiones, el mando y la ejecución.

**Desconcentradas.-** Son aquellas que tienen determinadas facultades de decisión limitada, que manejan su autonomía y presupuesto, pero sin que deje de existir su nexo de jerarquía.

**Descentralizadas.-** Son aquellas en las que se desarrollan actividades que competen al estado y que son de interés general, pero que están dotadas de personalidad, patrimonio y régimen jurídico propio.

**Estatales.-** Pertenecen íntegramente al estado, no adoptan una forma externa de sociedad privada, tiene personalidad jurídica propia, se dedican a una actividad económica y se someten alternativamente al derecho público y al derecho privado.

**Mixtas y paraestatales.-** En éstas existe la coparticipación del estado y los particulares para producir bienes y servicios. Su objetivo es que el estado tienda a ser el único propietario tanto del capital como de los servicios de la empresa. Ejemplos: PRODUTSA (Promotora de Desarrollo Urbano de Tijuana), Aeropuertos y Servicios Auxiliares, Caminos y Puentes Federales.

✓ **Privadas:** Lo son cuando el capital es propiedad de inversionistas privados y su finalidad es 100% lucrativa.

**Nacionales.-** Cuando los inversionistas son 100% del país.

**Extranjeros.-** Cuando los inversionistas son nacionales y extranjeros.

**Trasnacionales.-** Cuando el capital es preponderantemente (que tiene más importancia) de origen extranjero y las utilidades se reinvierten en los países de origen.

[https://docs.google.com/document/edit?id=1aY-v12EXsrjHI8FU7lgkz\\_TLIBdlU7rVNiFpyDTlIdc&pli=1](https://docs.google.com/document/edit?id=1aY-v12EXsrjHI8FU7lgkz_TLIBdlU7rVNiFpyDTlIdc&pli=1)

#### **4.2.2. MICROEMPRESA**

MONTEROS, Edgar (2005) señala: “Una microempresa puede ser definida como una asociación de personas que, operando en forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos variables y gastos de fabricación”.

El concepto permite conocer el significado de microempresa en forma general, para Edgar Monteros es la conjugación de recursos que se operan de manera organizada, para elaborar productos o servicios.

Una Microempresa es una empresa de tamaño pequeño, que ejerce una actividad económica de forma regular, estas iniciativas llamadas microempresas han sido generadas por emprendedores, quienes se han visto sin empleo o con el fin de complementar sus ingresos económicos.

La micro y pequeña empresa se define ya no en términos de marginalidad sino como una alternativa productiva que permite la generación de procesos de desarrollo local que garantice efectivamente la equidad en el desarrollo económico.

Las microempresas son unidades productivas de menor escala en un sector industrial determinado. Se caracterizan por tener tecnologías que van de

convencionales o artesanales a las más avanzadas ó modernas. Su rentabilidad es la del sector industrial al que pertenecen y sus niveles de productividad en la mayoría de las veces son inferiores a las de su sector.

<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/1555/3/02%20ICA%20190%20CAPITULO%20II%20MARCO%20TE%20C3%93RICO.pdf>

#### **4.2.2.1. Ventajas de la Micro - Empresa.**

- ❖ Es una fuente generadora de empleos.
- ❖ Se transforman con gran facilidad por no poseer una estructura rígida.
- ❖ Estas ventajas las deben aprovechar para hacerse hueco en el mercado, muchas veces muy competitivo y maduro.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Microempresa>

#### **4.2.2.2. Gestión de Producción en Micro - Empresas.**

La gestión de la producción no solo hace referencia a la producción de bienes, sino que también se aplica en el sector de los servicios, como en hoteles, instituciones de educación etc. También se la conoce como administración de operaciones.

Básicamente la gestión de producción se ocupa del proceso continuo y dinámico de la toma de decisiones referente a las operaciones que se deben realizar en la empresa para satisfacer algunas necesidades, (Las mismas que son cambiantes en el tiempo y que pueden provenir de un grupo específico de consumidores) mediante la fabricación de un producto o con la prestación de un servicio.

Para comenzar es preciso clasificar las empresas según su tamaño para poder entender y aplicar mejor los conceptos. (Arbiza Aguirre,1986).

RAMON R., 2013, ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL ANÁLISIS FINANCIERO DE LA EMPRESA AGROPECUARIA DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN DE POLLO EN LA CIUDAD DE SARAGURO, Universidad Nacional de Loja, Modalidad de Estudios a Distancia Loja-Ecuador, pp. 14, 15.

La gestión de la producción no solo hace a la producción de bienes, sino que también se aplica en el sector de los servicios, como por ejemplo en:

- ❖ Hoteles
- ❖ Frigoríficos
- ❖ Restaurant
- ❖ Instituciones, etc.

<http://www.gestiopolis.com/canales/empresadora/articulos/20/congenpro.htm>

#### **4.2.3. FACTIBILIDAD EMPRESARIAL.**

Se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas, en la actualidad casi todo el mundo planifica, diferentes actividades económicas apoyándose considerablemente en la planificación y desarrollan por lo menos un estudio de factibilidad para analizar la información económica para saber si el negocio que uno piensa emprender es bueno o malo.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Factibilidad>

Según Varela, “se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso. Según el Diccionario de la Real Academia Española, la Factibilidad es la “cualidad o condición de factible”. Factible: “que se puede hacer”.

#### **4.2.3.1. Objetivos que Determinan la Factibilidad.**

- ❖ Reducción de errores y mayor precisión en los procesos.
- ❖ Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de los recursos no necesarios.
- ❖ Integración de todas las áreas y subsistemas.
- ❖ Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes o usuarios.
- ❖ Hacer un plan de producción y comercialización.
- ❖ Aceleración en la recopilación de los datos.
- ❖ Reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de las tareas.
- ❖ Automatización óptima de procedimientos manuales.
- ❖ Disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos señalados.
- ❖ Saber si es posible producir con ganancias.
- ❖ Conocer si la gente comprará el producto.

#### **4.2.3.2. Factibilidad. Estructura.**

Para Coss, un estudio de factibilidad tiene una estructura definida y el orden de los contenidos está orientado a:

- ❖ Presentar un resumen de proyecto.
- ❖ Elaborar cada parte por separado.
- ❖ Fundamentar cada parte en las anteriores.
- ❖ Elaborar conclusiones y recomendaciones.
- ❖ Es importante que sea resumido, con un lenguaje sencillo y que las partes sean coherentes.

#### **4.2.3.3. Componentes del Estudio de Factibilidad.**

❖ **Estudio de Mercado.-** Tiene como finalidad determinar si existe o no, una demanda que justifique la puesta en marcha de un programa de producción de ciertos bienes o servicios, en un espacio de tiempo.

❖ **Estudio Técnico.-** Tiene por objeto proveer información, para cuantificar el monto de las inversiones y costos de las operaciones relativas en esta área.

❖ **Estudio Financiero se encarga de:**

- ✓ Ordenar y sistematizar la información de tipo monetario que proporcionaron las etapas anteriores.
- ✓ Elaborar los cuadros analíticos para la evaluación del proyecto.
- ✓ Evaluar los antecedentes anteriores para determinar su rentabilidad.

<http://estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com/2010/09/factibilidad-y-viabilidad.html>

#### **4.2.4. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE MICROEMPRESAS.**

Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. El estudio de factibilidad, es una tarea que suele estar organizada y realizada por los analistas de sistemas. El estudio consume aproximadamente entre un 5% y un 10% del costo estimado total del proyecto, y el período de elaboración del mismo varía dependiendo del tamaño y tipo de sistema a desarrollar.

<http://www.alegsa.com.ar/Dic/factibilidad.php#sthash.u6s6fjNP.dpuf>

Para su elaboración se cuenta con amplia información y a detalle, permitiendo conocer con precisión el "potencial del proyecto", es decir, si nos conviene o no invertir en un negocio y la forma de llevarlo a cabo.

Generalmente, para la formulación y evaluación de un proyecto es necesaria la participación de profesionistas o conocedores de ingeniería, administración y economía.

La formulación y evaluación del proyecto es un elemento indispensable para determinar la posibilidad de éxito o fracaso al invertir en un negocio. Por ello, su realización es necesaria en las diferentes actividades económicas que nos permiten obtener.

<https://www.google.com/search?q=evaluacion+economica+y+financiera+de+microempresas&ie=utf-8&oe=utf-8>

#### **4.2.5. ESTUDIO TÉCNICO.**

El estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal.

BACA, G. (2010). Evaluación de proyectos (sexta ed.). México: Mc Graw Hill.

##### **4.2.5.1. Tamaño del Proyecto.**

El tamaño del proyecto llega a producirse de acuerdo a las posibilidades de producción que presenta, es decir la disponibilidad de los recursos necesarios para la ejecución de sus actividades

<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/2484/1/02%20ICA%20558%20TESIS.pdf>

##### **4.2.5.2. Localización del Proyecto.**

La localización es muy importante para un proyecto ya que hay que identificar y analizar las variables denominadas fuerzas locacionales con el fin de buscar la localización en que la resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia

o el mínimo costo unitario, por lo tanto se determina el lugar propicio para colocar la empresa.

HERNANDEZ, F. (2005). Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Thomson - México.

#### **4.2.5.3. Ingeniería del Proyecto.**

El objetivo de la ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta, además de señalar el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir del insumo.

MIRAGEM, S. (1982). Guía para la elaboración de Proyectos de desarrollo Agropecuario, San José - Costa Rica

#### **4.2.6. ESTUDIO ECONOMICO.**

El estudio económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta.

BACA, G. (2010). Evaluación de proyectos (sexta ed.). México: Mc Graw Hill.

#### **4.2.7. EVALUACIÓN FINANCIERA.**

En general, en la práctica la evaluación financiera para proyectos de inversión puede ser realizada indiferentemente a "precios constantes" o a "precios corrientes". El único requisito a observar en la formulación del proyecto mismo, estriba en garantizar que haya consistencia entre los precios utilizados y la tasa de interés de oportunidad aplicada como factor de descuento inter temporal.

Considerando lo anterior, y con la información y consideraciones de las tres etapas previas, estudio de mercado, técnico y financiero, se procede a elaborar



un análisis que permitirá saber si nuestro proyecto es factible y redituará ganancias superiores a las obtenidas si se tuviese el dinero invertido en un banco, en algún otro negocio, o bien, si es capaz de cubrir las obligaciones financieras del mismo.

El análisis referido se realiza en base a diversos indicadores; en este caso se consideran siete, agrupados en dos paquetes: tres en el de "métodos de evaluación simple" (estáticos) y, cuatro en el "método del análisis beneficios costos" (dinámicos), conocido también como "evaluación de proyectos".

Los "métodos de evaluación simple" son de aplicación relativamente fácil, dado que se limitan a relaciones sencillas, estructuradas con información contable contenida en los estados financieros proforma.

El método del "análisis beneficios-costos" se desarrolla a partir de información contenida en los estados financieros proforma, y con información complementaria derivada de: Concluida la evaluación financiera del proyecto motivo de análisis, y si los resultados obtenidos, principalmente aquellos relacionados con el método del "análisis beneficios costos", no son los deseados, entonces el proyecto queda clasificado como "no viable", y deberá descartarse.

<https://www.google.com/search?q=evaluacion+economica+y+financiera+de+microempresas&ie=utf-8&oe=utf-8>

Este análisis corresponde a la determinación de las características económicas del proyecto, esto mediante la identificación, de las necesidades de inversión, los ingresos, costos y gastos fijos y variables, además de esto también se basa en el cálculo de la utilidad y puntos de equilibrio. Este estudio también busca determinar la posibilidad de que al vender el producto al precio establecido, el proyecto pueda dejar un excedente, el análisis también podrá

determinar las necesidades de recursos financieros, fuentes y posibilidades de acceso a las mismas.

[http://www.aeca1.org/pub/on\\_line/comunicaciones\\_aal2011/cd/10b.pdf](http://www.aeca1.org/pub/on_line/comunicaciones_aal2011/cd/10b.pdf)

#### **4.2.8. FLUJO DE CAJA.**

Este estado financiero se utiliza en este estudio para describir todos los ingresos, erogaciones y pagos en que se incurre en un período determinado para dar como resultado los beneficios o pérdidas de un proyecto. Los flujos de efectivo es el estado que muestra el movimiento de ingresos y egresos y la disponibilidad de fondos a una fecha determinada” en base a éstos se determinan los métodos de evaluación del valor del dinero a través del tiempo. BACA, G. (2010). Evaluación de proyectos (sexta ed.). México: Mc Graw Hill.

#### **4.2.9. VALOR ACTUAL NETO.**

El valor actual neto, también conocido como valor actualizado neto o valor presente neto (en inglés *net present value*), cuyo acrónimo es VAN (en inglés, NPV), es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los *flujos de caja* (en inglés *cash-flow*) futuros o en determinar la equivalencia en el tiempo 0 de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. Dicha tasa de actualización (k) o de descuento (d) es el resultado del producto entre el coste medio ponderado de capital (CMPC) y la tasa de inflación del periodo. Cuando dicha equivalencia es mayor que el desembolso inicial, entonces, es recomendable que el proyecto sea aceptado.

[http://es.wikipedia.org/wiki/Valor\\_actual\\_net](http://es.wikipedia.org/wiki/Valor_actual_net)

#### **4.2.10. TASA INTERNA DE RETORNO.**

La tasa interna de rendimiento (TIR) es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero, esta tasa iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. Es la forma de medir cual es el rendimiento de la inversión, es decir el porcentaje de utilidad que genera, su cálculo difiere en el sentido de que no utiliza un factor de descuento, implica un proceso de prueba y error hasta lograr que el valor actual neto sea igual a cero.

BACA, G. (2010). Evaluación de proyectos (sexta ed.). México: Mc Graw Hill.

#### **4.2.11. PUNTO DE EQUILIBRIO.**

Es el nivel de producción en el que son exactamente iguales los beneficios por ventas a la suma de los costos fijos y variables.

SARANGO, 2010. Formulación y Evaluación de Proyectos Agropecuarios. Loja: Universidad Nacional de Loja.

## **5. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **5.1. MATERIALES.**

#### **5.1.1. MATERIALES DE CAMPO.**

- ❖ Cámara fotográfica.
- ❖ Encuestas y entrevistas.
- ❖ Libreta de campo.
- ❖ Transporte.

#### **5.1.2. MATERIALES DE OFICINA.**

- ❖ Agua.
- ❖ Balanza de 20 kg.
- ❖ Cinta métrica de 50 m.
- ❖ Computadora.
- ❖ Esferos.
- ❖ Flash Memori.
- ❖ Folletos.
- ❖ Hojas de papel boom.
- ❖ Horno.
- ❖ Lápiz.
- ❖ Libros referentes al tema.
- ❖ Luz.
- ❖ Rollo de piola de 2 hilos.
- ❖ Rollos de alambre de púas.
- ❖ Rótulos.
- ❖ Internet.

## **5.2. MÉTODOS.**

En la realización del proyecto de tesis se aplicó los siguientes métodos y técnicas de investigación, cada uno de ellos apporto de manera específica para el resultado final ya que están acorde a la estructura del proyecto.

### **5.2.1. MÉTODO ANALÍTICO – SINTÉTICO.**

El análisis y la síntesis constituyeron los principales instrumentos metodológicos que posibilitaron acceder a las relaciones esenciales del problema, dicho método se lo utilizo como instrumento de análisis y síntesis para la verificación del estudio de mercado y la evaluación financiera, permitiendo determinar la causa – efecto de la problemática existente de manera que se pudo diferenciar ordenadamente los componentes del proyecto de factibilidad.

### **5.2.2. MÉTODO INDUCTIVO.**

El método inductivo determino las conclusiones generales del proyecto, en base a los datos y hechos previamente obtenidos a través de las técnicas de investigación que se aplicaron a lo largo de la investigación, por la característica de este método, permitió utilizar aspectos en los cuales se partió de datos generales aceptados como válidos para llegar a una conclusión de tipo particular del proyecto.

### **5.2.3. MÉTODO DEDUCTIVO.**

Por medio de este método se presentó la información acerca del mercado del producto, para determinar el tamaño de la muestra, en base a datos generales

y reales de la población a nivel local y demanda real de nuestro producto en la demanda potencial.

#### **5.2.4. MÉTODO ESTADÍSTICO.**

Este método ayudo a determinar datos numéricos y un análisis real cuantitativo que proporcione el estudio del mercado para luego los datos convertirlos en información.

#### **5.2.5. MÉTODO DESCRIPTIVO.**

En este proyecto se utilizó este método para recoger, organizar, resumir, presentar, analizar, generalizar los resultados de las observaciones, donde se recopiló y se presentó sistemáticamente los datos e información para dar una idea clara, de cómo se presentó ciertas temáticas de la investigación, este método se utilizó para la redacción del proyecto, en lo referente a la interpretación racional y el análisis objetivo de los hechos y fenómenos que se encontraron en la obtención de datos e información que fueron aplicados en la construcción de las fases del proyecto.

### **5.3. UBICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.**

La presente investigación se desarrolló en la ciudad de Zamora, cantón Zamora, provincia de Zamora Chinchipe, la cual se encuentra ubicada al suroeste del Ecuador, se encuentra situada alrededor de 970 metros sobre el nivel del mar, entre la confluencia de los ríos Zamora, Bombuscaro y Jamboé, el presente proyecto tuvo una duración de seis meses.

Zamora es una ciudad pequeña, capital de la provincia de Zamora Chinchipe, y cabecera del cantón Zamora, se encuentra ubicado al noroeste de la

provincia de Zamora Chinchipe, tienen una extensión de 1856.7 Km<sup>2</sup>, limita con los siguientes cantones:

**Norte:** Cantón Yacuambi.

**Sur:** Cantón Palanda.

**Este:** Cantones Yantzaza, Centinela del Cóndor y Nangaritzza.

**Oeste:** Provincia de Loja.

Según el INEC para el año 2012 el cantón Zamora tiene una población de 13.633 habitantes, dentro de la hidrografía, tenemos que los principales ríos son; Bombuscaro, Zamora, Jamboé y Sabanilla, el clima es Templado, Subtropical Húmedo tiene un temperatura promedio de 18 a 22°C, con una precipitación que varía entre los 1.000 a 2.000 mm, la altitud de la ciudad de Zamora es de 950 msnm, la accesibilidad la realizan mediante vía terrestre, por la Troncal Amazónica y la Vía Loja-Zamora, existe una distancia desde la ciudad de Loja de 60 Km.

### **5.3.1. ANÁLISIS ESTADÍSTICOS MATEMÁTICOS.**

Este método facilitó la interpretación y comprensión de datos estadísticos como; la aplicación y tabulación de las encuestas, proyecciones, indicadores financieros (TIR; VAN; B/C).

### **5.3.2. ANÁLISIS ESTADÍSTICO.**

Para la tabulación e interpretación de la información se realizaron cuadros estadísticos utilizando la estadística descriptiva.

### 5.3.3. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.

Las técnicas que se aplicaron para cumplir con los objetivos planteados en el presente estudio son:

- ❖ Recopilación documental: Esta técnica permitió recopilar información bibliográfica a través de documentos, textos, tesis, revistas entre otros.
- ❖ Observación directa: Consiste en observar analíticamente los fenómenos con el propósito de captar sus particularidades, estando sometido a pruebas y controles de validez y fiabilidad por lo que permitió determinar la localización, la situación geográfica y ambiental del lugar de donde se llevó a cabo el proyecto.
- ❖ Técnica de la encuesta: Permitted recolectar información de campo, por medio de cuestionarios o entrevistas con las personas que se dedican a la comercialización y consumo de pollo ahumado en la ciudad de Zamora sirviendo como fuente de información para el desarrollo del presente proyecto, se realizó 370 entrevistas.

### 5.3.4. TAMAÑO DE LA MUESTRA.

Para determinar la demanda de pollo ahumado se determinó una muestra de la población a entrevistar, para lo cual se definió la muestra de acuerdo a la siguiente fórmula:

$$n = \frac{NZ^2PQ}{(N-1)e^2 + PQ}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra.

N = Población.



Z = Nivel de Confianza 95 % (1,96).

P = Probabilidad de ocurrencia (0,5).

Q = Probabilidad de no ocurrencia (0,5).

e = Nivel de error de desviación con respecto a la media 5 % (0,05).

Para ello se tomó como referencia los datos del INEC del Censo de población y vivienda del año 2012, es de 13.633 habitantes, si consideramos que el promedio de integrantes por familia es de cinco personas esto nos da una segmentación de 2.727 familias, siendo este el tamaño de la población.

### **5.3.5. VARIABLES EN ESTUDIO.**

#### **❖ Estudio de mercado:**

- ✓ Oferta.
- ✓ Demanda.

#### **❖ Estudio técnico:**

- ✓ Tamaño del proyecto.
- ✓ Ingeniería del proyecto.

#### **❖ Estudio económico:**

- ✓ Inversiones.
- ✓ Financiamiento.
- ✓ Ingresos.
- ✓ Cálculo del punto de equilibrio.

#### **❖ Evaluación financiera.**

- ✓ Cálculo del Valor Agregado Neto (VAN).
- ✓ Cálculo de la Tasa Interna de Retorno.
- ✓ Cálculo del Beneficio Costo (B/C).
- ✓ Análisis de Sensibilidad del proyecto.

✓ Impacto Ambiental.

**5.3.5.1. Estudio de Mercado:** Para realizar el estudio de mercado se obtuvo información mediante encuestas sobre la **oferta** y **demanda** de carne de pollo ahumado, en cuanto a la primera se conoció si existen otras empresas que ofertan el producto, y en cuanto a la segunda se conoció la cantidad de carne consumida en el año, frecuencia de consumo, preferencia, presentación.

**5.3.5.2. Estudio Económico:** Para el estudio económico se partió como base, de la demanda potencial y oferta del producto, costos directos e indirectos, disponibilidad de materia prima, precio, gastos administrativos, apoyados con el cálculo de indicadores económicos como Van, TIR, B/C.

**5.3.5.3. Evaluación Financiera:** Para el cálculo del valor Actual Neto (VAN), se determinó el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto, esta actualización puede aplicarse al flujo neto y en definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizarán en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto.

El VAN representa el valor actual, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de su vida útil, mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que excedan una rentabilidad deseada después de recuperar la inversión.

Este indicador señala el saldo actual que queda luego de poner en ejecución el proyecto, es decir luego de pagar los costos y ganar lo que el inversionista desea.

$$\text{FACTOR DE ACTUALIZACIÓN: } = \frac{1}{(1+i)^n}$$

Para la evaluación financiera del proyecto se partió del conocimiento de la segmentación del mercado, la existencia de un mercado potencial activo, el tamaño adecuado, análisis de los procesos de producción así como los costos que incurren, las inversiones necesarias para la ejecución del proyecto, sin embargo es importante mencionar que la factibilidad de ejecución o rentabilidad del proyectos se estableció a partir de los indicadores de rentabilidad como el Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Beneficio Costo (B/C).

❖ **Procedimiento para el cálculo de la tasa interna de retorno (TIR).**

El TIR se define como la tasa de descuento que hace que el valor actual de los flujos netos que genera el proyecto sea igual a la inversión neta realizada.

$$TIR = T_m + D_t \left( \frac{VAN_{menor}}{VAN_{menor} - VAN_{mayor}} \right)$$

En donde:

$T_m$  = Tasa mayor.

$D_t$  = Diferencia de tasa.

❖ **Cálculo de beneficio costo (B/C).**

Para el cálculo del beneficio/costo se utilizará la siguiente fórmula:

$$\frac{B}{C} = \frac{\sum IA}{\sum EA}$$

Dónde:

B/C = Beneficio Costo.

$\Sigma$ IA = Sumatoria de Ingresos Actualizados.

$\Sigma$ EA = Sumatoria de Egresos Actualizados.

#### ❖ Trabajo de gabinete.

Para poder realizar el Informe se procedió a leer y analizar las orientaciones del Módulo “Economía Agropecuaria”; el mismo que me sirvió como fundamento teórico de la investigación, se utilizó también folletos, libros guías de observación y encuestas referentes al tema, para conocer sobre el estudio de factibilidad de una micro-empresa, para la producción de pollo ahumado, en la ciudad de Zamora, cantón Zamora provincia de Zamora Chinchipe.

Además el análisis de los cuatro planos del proceso organizativo:

- ✓ El Plano Organizativo Dinámico.
- ✓ El Plano Funcional.
- ✓ El Plano Estructural.
- ✓ El Plano comportamiento Mental.

#### **5.3.6. IMPACTO AMBIENTAL.**

Con los datos recabados y obtenidos se realizaron, cuadros y gráficos con su debida interpretación.

## 6. RESULTADOS

### 6.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

De las encuestas realizadas a los consumidores de la ciudad de Zamora, se obtuvieron los siguientes resultados:

#### Pregunta # 1.- ¿Formas de consumir carne de pollo?

**Cuadro 1.**

Consumo de la carne de pollo.

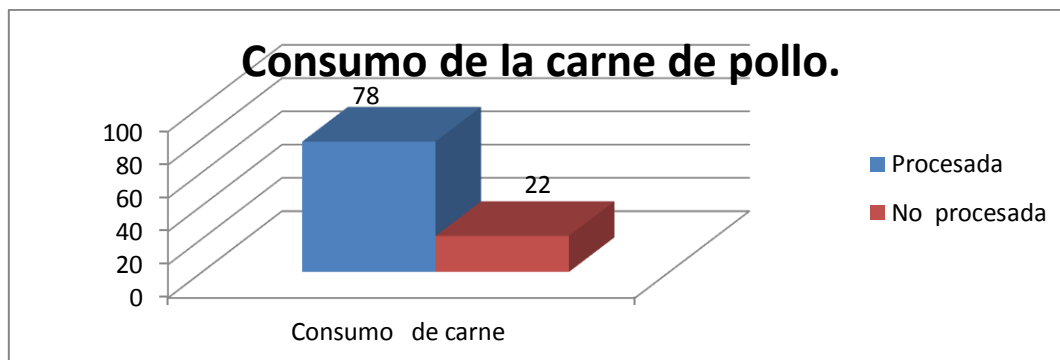
Consumo de carne	Número de encuestas	Porcentaje %
Procesada	370	100
No procesada	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100</b>

*Fuente: Habitantes de Zamora*

*Elaborado: La Autora*

**Gráfica 1.**

Consumo de la carne de pollo.



*Fuente: Habitantes de Zamora*

*Elaborado: La Autora*

#### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

Según el análisis del cuadro 1 y gráfica 1 en esta pregunta el 100% de los encuestados consume carne de pollo procesada, mientras que el 0% contestaron que no consumen carne de pollo no procesada. Según los resultados del cuadro 1 y gráfica 1, la demanda del consumo de carne procesada en la ciudad de Zamora, es del 100%.

**Pregunta # 2.- ¿Consume carne de pollo ahumado?**

**Cuadro 2.**

Consume carne de pollo ahumado.

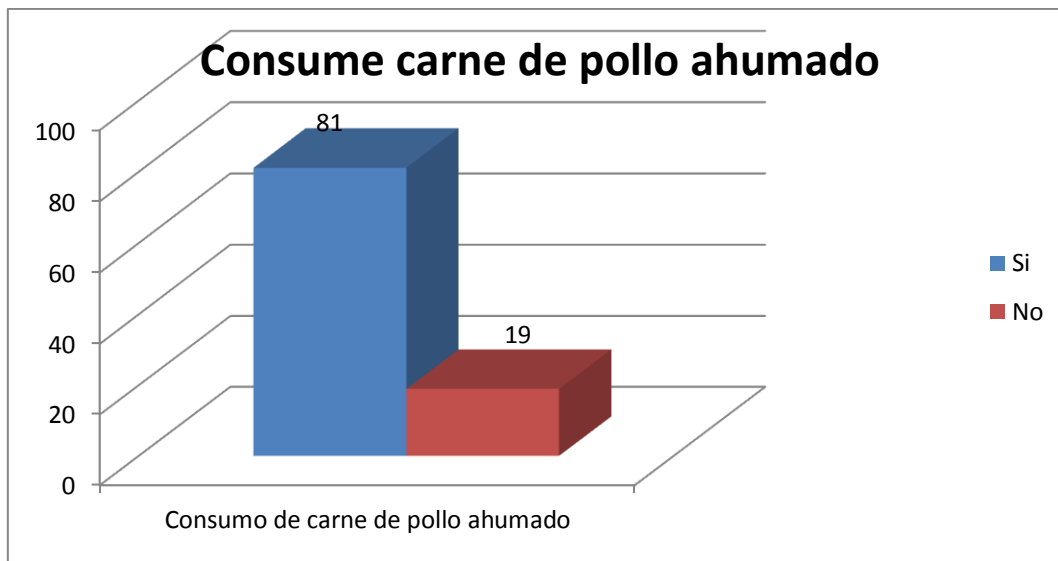
Consume	Número de personas	Porcentaje %
Si	300	81
No	70	19
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100</b>

*Fuente: Habitantes de Zamora*

*Elaborado: La Autora*

**Gráfica 2.**

Consume carne de pollo ahumado.



*Fuente: Habitantes de Zamora*

*Elaborado: La Autora*

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

En el cuadro 2 y gráfica 2, observamos que el 81 % de población utiliza carne de pollo ahumado en su dieta familiar, mientras que el 19% no consumen la carne de pollo ahumado. Según los resultados del cuadro 2 y gráfica 2, la demanda del consumo en su dieta familiar del pollo ahumado en la ciudad de Zamora, es del 81%, siendo un dato importante para la implementación de la microempresa.

### Pregunta # 3.- ¿Por qué consume carne de pollo ahumado?

**Cuadro 3.**

Consumo de carne de pollo ahumado.

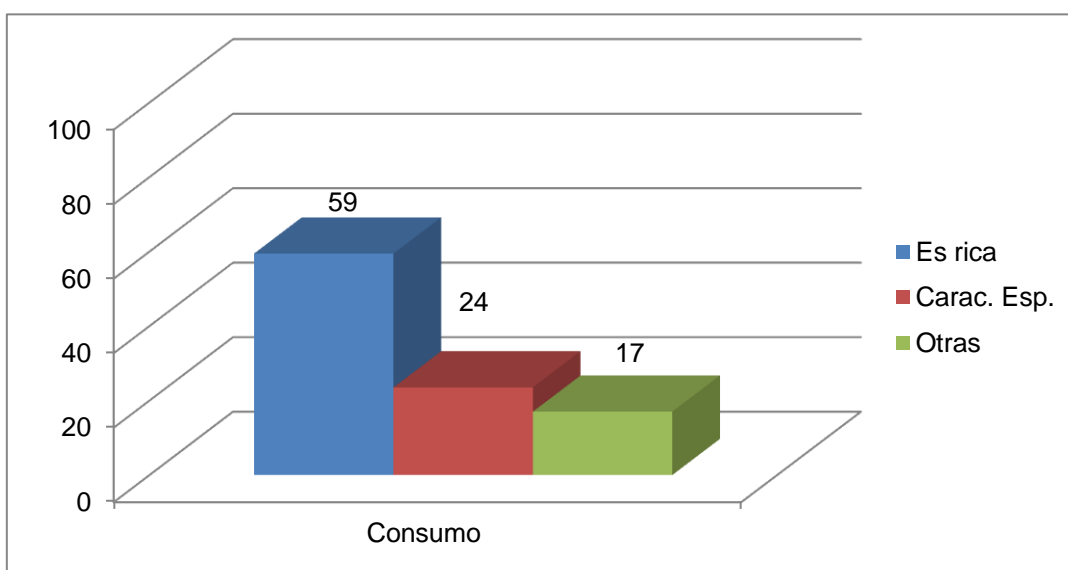
Consumo	Número de encuestas	Porcentaje %
Porque es rico	220	59
Características especiales	87	24
Otras	63	17
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100</b>

*Fuente: Habitantes de Zamora*

*Elaborado: La Autora*

**Gráfica 3.**

Consumo de carne de pollo ahumado.



*Fuente: Habitantes de Zamora*

*Elaborado: La Autora*

#### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

En el presente cuadro 3 y gráfica 3, el 59% de los encuestados consumen carne de pollo ahumado porque es rica, mientras que el 24% consumen carne de pollo ahumado por tener características especiales y el 17% de los encuestados lo consumen por otras características. Según los resultados del cuadro 3 y gráfica 3, el 59% consume el pollo ahumado porque es rico, dato que será tomando en cuenta en la nueva empresa a implementar.

**Pregunta # 4.- ¿Consumo en Kg de pollo ahumado consume (FRECUENCIA DE CONSUMO)?**

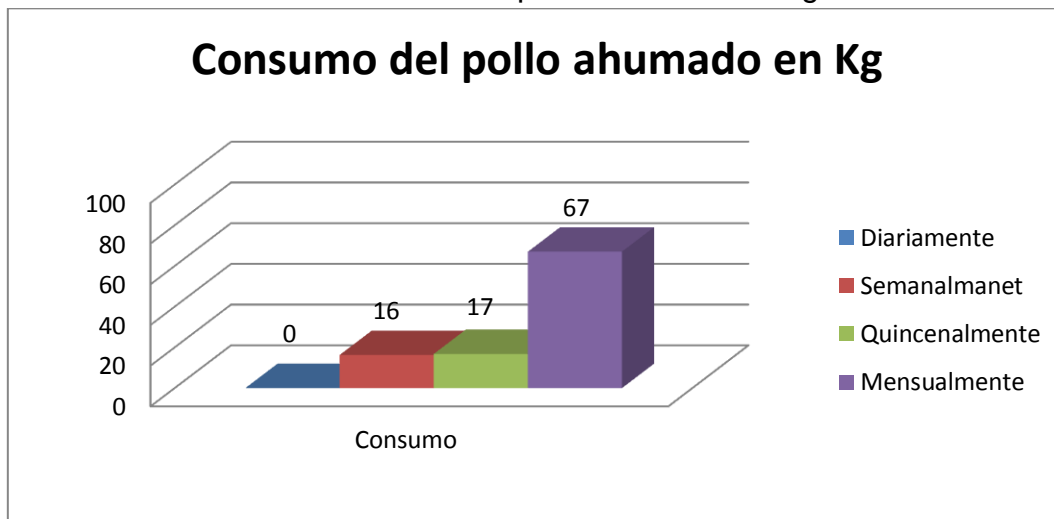
**Cuadro 4.**  
Consumo del pollo ahumado en Kg.

Consumo	Número de encuestas	Porcentaje %
Diariamente	0	0
Semanalmente	60	16
Quincenalmente	62	17
Mensualmente	248	67
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100</b>

*Fuente: Habitantes de Zamora*

*Elaborado: La Autora*

**Gráfica 4.**  
Consumo del pollo ahumado en Kg.



*Fuente: Habitantes de Zamora*

*Elaborado: La Autora*

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

Del cuadro 4 y gráfica 4, se desprende que la frecuencia de consumo de carne de pollo ahumado de 1 Kg correspondiente al 67 % es mensual, mientras que el 17%, responden que la frecuencia de consumo de pollo ahumado de 1 kg es de quincenal y los 16% restantes consumen 1 kg de carne de pollo ahumado semanalmente. Según los resultados del cuadro 4 y gráfica 4, el 67% consume el pollo ahumado de 1Kg mensualmente, mismo resultado que será tomado en cuenta para la nueva microempresa a implementar.



## Pregunta # 5.- ¿Por qué no compra más pollo ahumado?

**Cuadro 5.**

Hábitos de compra del pollo ahumado.

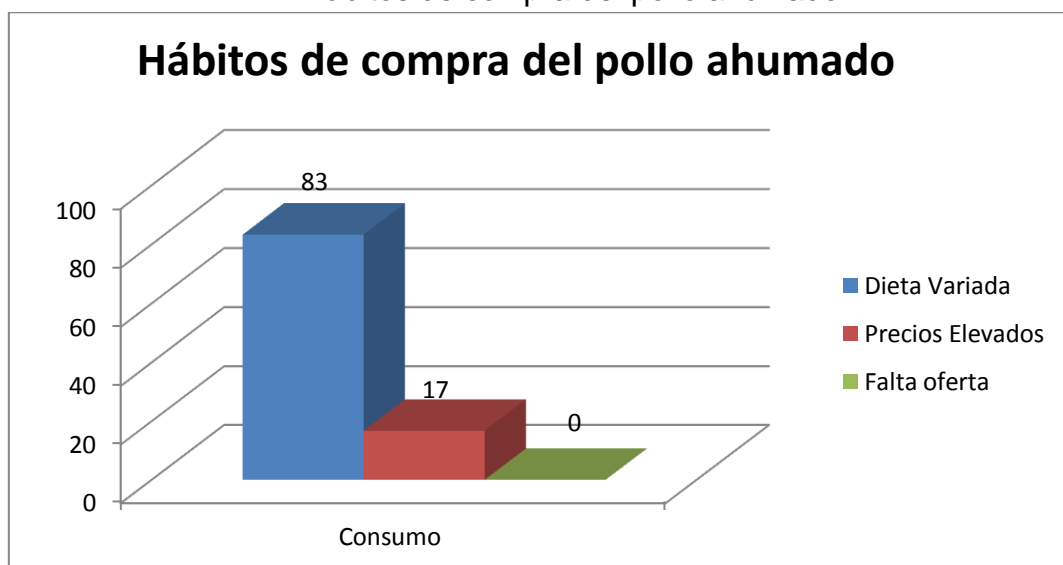
Consumo	Número de encuestas	Porcentaje %
Dieta variada	308	83
Precios elevados	62	17
Falta oferta	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100</b>

*Fuente: Habitantes de Zamora*

*Elaborado: La Autora*

**Gráfica 5.**

Hábitos de compra del pollo ahumado.



*Fuente: Habitantes de Zamora*

*Elaborado: La Autora*

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

Del cuadro 5 y gráfica 5, se desprende que el 83% de la población encuestada no consumen más carne de pollo ahumado para variar su dieta y el 17% no consumen más carne de pollo ahumado por los precios elevados. Según los resultados del cuadro 5 y gráfica 5, el 83%, no consume más carne de pollo ahumado para variar su dieta, resultado que será tomado en cuenta para la nueva microempresa a implementar.

**Pregunta # 6.- ¿Cantidad de consumo de pollo ahumado por mes/año?**

**Cuadro 6.**

Consumo del pollo ahumado por mes /año.

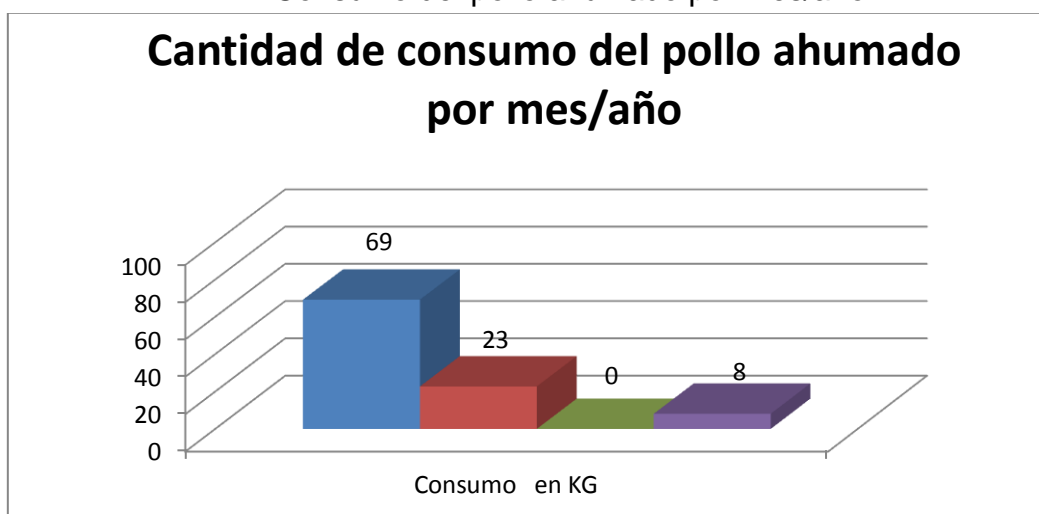
Consumo en KG	Número de encuestas	total kg/mes	total kg/año
1,1-2 Kilos	30	60	720
2,1-4 Kilos	100	400	4800
4,1-6 Kilos	180	900	10800
6,1-8 Kilos	60	566,7	6800,4
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>1926,7</b>	<b>23120,4</b>

Fuente: Habitantes de Zamora

Elaborado: La Autora

**Gráfica 6.**

Consumo del pollo ahumado por mes/año.



Fuente: Habitantes de Zamora

Elaborado: La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

En el cuadro 6 y gráfica 6, se determina que el 69% de la población encuestada responden que consumen 4.1-6 kg de carne de pollo ahumado por mes , mientras que el 23% consumen 2,1-4 kg de carne de pollo ahumado al mes, y el 8% de los encuestados responden que consumen 6,1-8 kg de pollo ahumado al mes. El consumo mensual del producto estaría entre los 1926,7 y el anual 23120,4.

### Pregunta # 7.- ¿Cuánto paga actualmente por Kg del pollo ahumado?

**Cuadro 7.**

Precio por Kg del pollo ahumado.

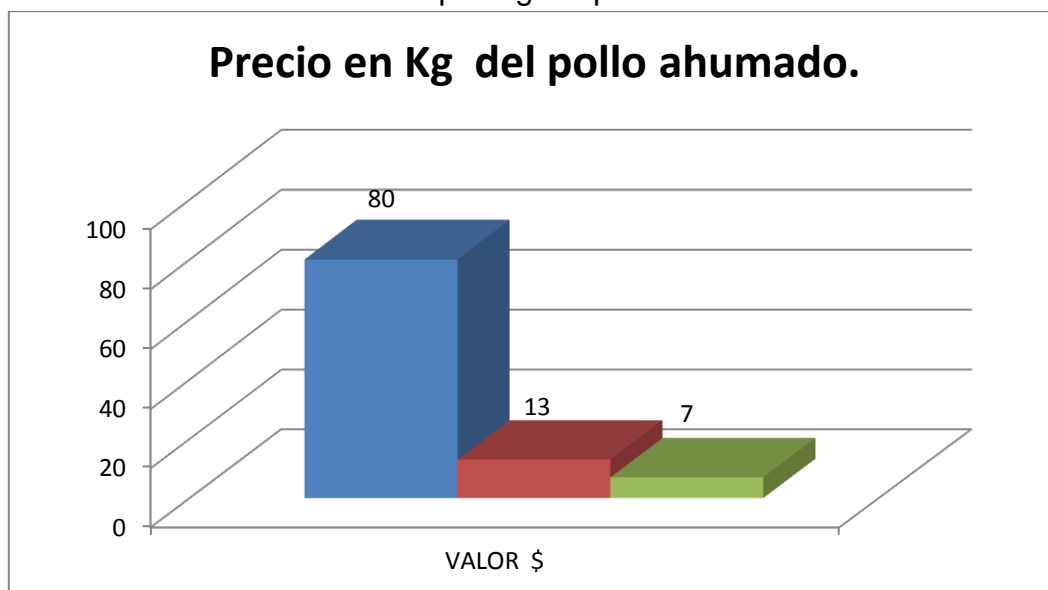
Valor \$ (Kg)	Número de encuestas	Porcentaje %
4,01-5	296	80
3,01-4	48	13
2,01-3	26	7
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100</b>

*Fuente:* Habitantes de Zamora

*Elaborado:* La Autora

**Gráfica 7.**

Precio por Kg del pollo ahumado.



*Fuente:* Habitantes de Zamora

*Elaborado:* La Autora

#### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

Según el cuadro 7 y gráfica 7, el 80% de los encuestados paga por Kg de pollo ahumado 4,01-5 USD, mientras que el 13% de la población paga por Kg de pollo dos 3,01-4 USD y el 7 % restante paga por Kg de pollo ahumado 2,01-3 USD. Según los resultados del cuadro 7 y gráfica 7, el 80% paga 4,01-5 por Kg de pollo ahumado, dato importante que será tomado en cuenta en la implementación de la microempresa.

## Pregunta # 8.- ¿Cuánto pagaría máximo por Kg de pollo ahumado?

**Cuadro 8.**

Precio máximo que pagan los consumidores por Kg de pollo ahumado.

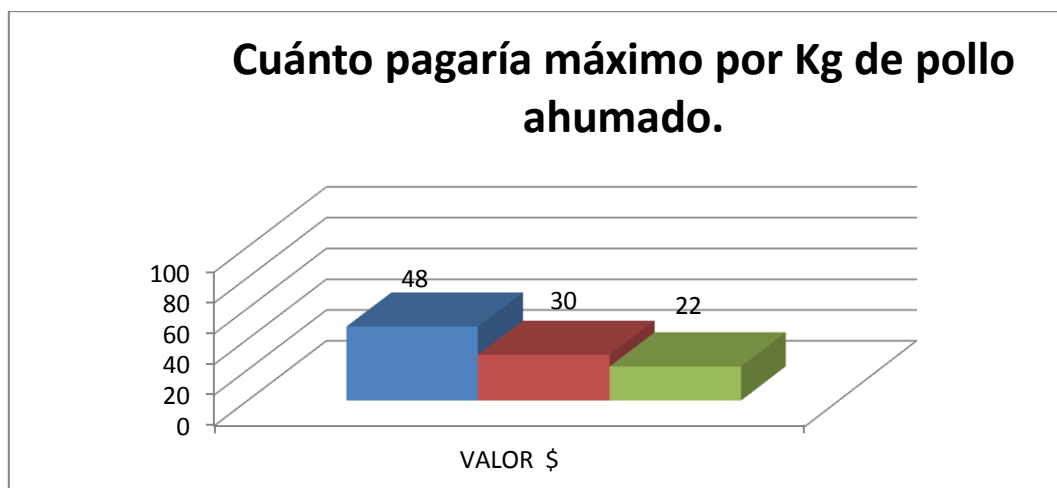
Valor \$	Número de encuestas	Porcentaje %
4,01-5	178	48
3,01-4	110	30
2,01-3	82	22
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100</b>

*Fuente: Habitantes de Zamora*

*Elaborado: La Autora*

**Gráfica 8.**

Precio máximo que pagan los consumidores por Kg de pollo ahumado.



*Fuente: Habitantes de Zamora*

*Elaborado: La Autora*

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

Analizando el cuadro 8 y gráfica 8, el 48% de los encuestados pagaría por Kg de pollo ahumado 4,01-5 USD, mientras que el 30% respondieron que pagaría por Kg de pollo ahumado 3,01-4 USD, y el 22% de los encuestados pagaría por Kg de pollo ahumado 2,01-3 USD. Según los resultados del cuadro 8 y gráfica 8, el 48% pagarían por una libra de pollo ahumado 4,01-5 USD, mismo resultado que será tomado en cuenta para la nueva microempresa a implementar.

## Pregunta # 9.- ¿Dónde compra usted la carne de pollo ahumado?

**Cuadro 9.**

Lugares de compra del pollo ahumado.

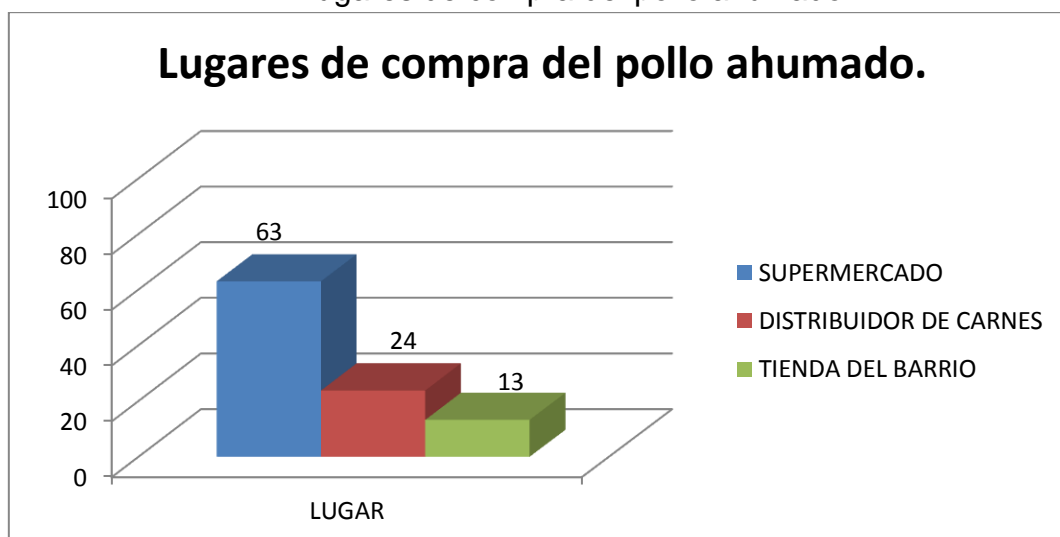
Lugar	Número de encuestas	Porcentaje %
Supermercado	233	63
Distribuidor de carnes	88	24
Tienda del barrio	49	13
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100</b>

*Fuente: Habitantes de Zamora*

*Elaborado: La Autora*

**Gráfica 9.**

Lugares de compra del pollo ahumado.



*Fuente: Habitantes de Zamora*

*Elaborado: La Autora*

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

En el cuadro 9 y gráfica 9, se determina que el 63% de los encuestados compran la carne de pollo ahumado en supermercados, el 24% respondieron que compran la carne de pollo ahumado en distribuidores de carnes y el 13% adquieren la carne de pollo ahumado en tiendas de barrio. Por lo tanto se puede determinar que el lugar preferido para adquirir el producto es generalmente los supermercados, siendo los de mayor expectativa para la comercialización del producto.

**Pregunta # 10.- ¿Está de acuerdo con el distribuidor actual?**

**Cuadro 10.**

Está conforme con el distribuidor actual.

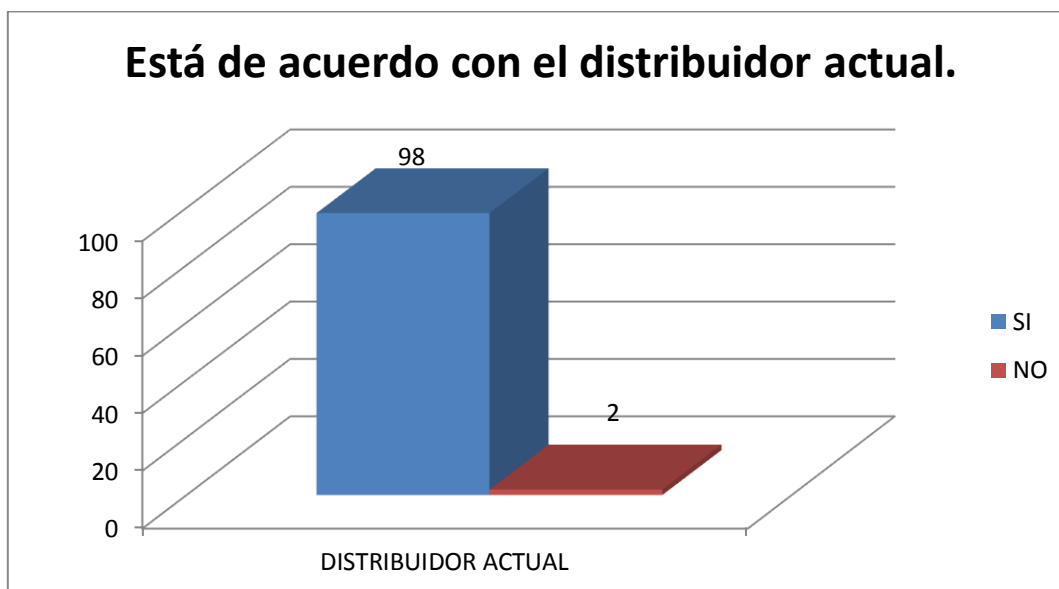
Distribuidor Actual	Número de encuestas	Porcentaje
Si	363	98
No	7	2
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100</b>

Fuente: Habitantes de Zamora

Elaborado: La Autora

**Gráfica 10.**

Está conforme con el distribuidor actual.



Fuente: Habitantes de Zamora

Elaborado: La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

Analizando el presente cuadro 10 y gráfica 10, de la población encuestada el 98% están conformes con el distribuidor actual de carne de pollo ahumado, mientras que el 2% no están conformes con el distribuidor actual de carne de pollo ahumado. Por lo tanto podemos determinar que la población se encuentra a gusto con el distribuidor actual de carne de pollo ahumado, de manera que será tomado en cuenta para la distribución del producto en la nueva empresa a implementar.

## Pregunta # 11.- ¿Qué lo haría fiel a un distribuidor de pollo ahumado?

**Cuadro 11.**

Características que debe tener un distribuidor de pollo ahumado.

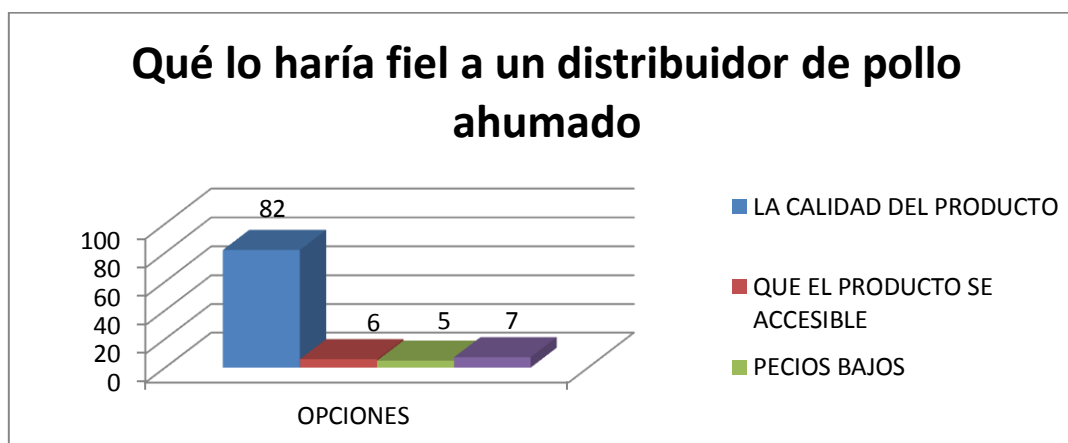
Opciones	Número de encuestas	Porcentaje %
La calidad del producto	303	82
Que el producto sea accesible	22	6
Precios bajos	18	5
Buena atención al cliente	27	7
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100</b>

Fuente: Habitantes de Zamora

Elaborado: La Autora

**Gráfica 11.**

Características que debe tener un distribuidor de pollo ahumado.



Fuente: Habitantes de Zamora

Elaborado: La Autora

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Según el cuadro 11 y gráfica 11, del total de la población encuestada el 82% contestó que la calidad del producto los haría fieles a un distribuidor; mientras que el 7% respondió que lo haría fiel a un distribuidor una buena atención al cliente, el 6% manifestó que lo haría fiel a un distribuidor la accesibilidad al producto y el 5% contestó que los precios bajos lo haría fiel a un distribuidor. Por lo tanto se puede determinar que la calidad del producto lo haría fiel a un consumidor en la compra del pollo ahumado, siendo un dato importante en la implementación de la micro – empresa.

## 6.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA.

### Pregunta # 1.- ¿Venta de carne de pollo ahumado?

**Cuadro 12.**

Lugares de oferta de venta del pollo ahumado.

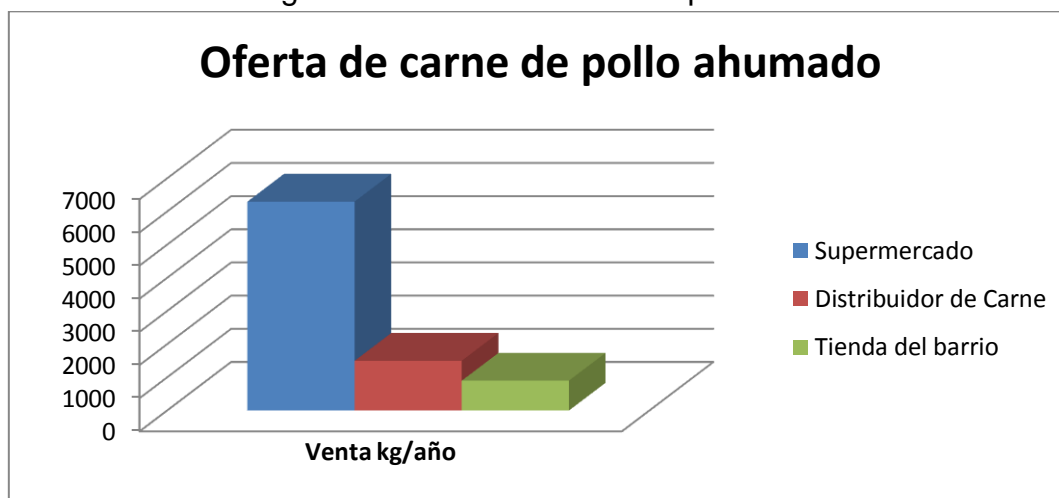
Negocio	Número de compradores	Venta kg/mes	Venta kg/año
Supermercado	1	525	6300
Distribuidor de carne	1	125	1500
Tienda del barrio	3	75	900
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>725</b>	<b>8700</b>

*Fuente: Lugares que comercializan el producto*

*Elaborado: La Autora*

**Gráfica 12.**

Lugares de oferta de venta del pollo ahumado.



*Fuente: Lugares que comercializan el producto*

*Elaborado: La Autora*

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En el cuadro y gráfica 12 se visualiza que la mejor oferta de carne de pollo ahumado es en los supermercados con 6300 kg de venta al año, luego en las distribuidoras de carne con 1500 kg y finalmente en tiendas de barrio con 900 kg. Por lo tanto sería importante tomar en cuenta que en los supermercados ofertan por mes 525 Kg y por año 6300 Kg el pollo ahumado, una información oportuna para el emprendimiento de la microempresa.



## Pregunta # 2.- ¿Hay suficiente mercado para pollo ahumado?

**Cuadro 13.**

Mercado para la venta del pollo ahumado.

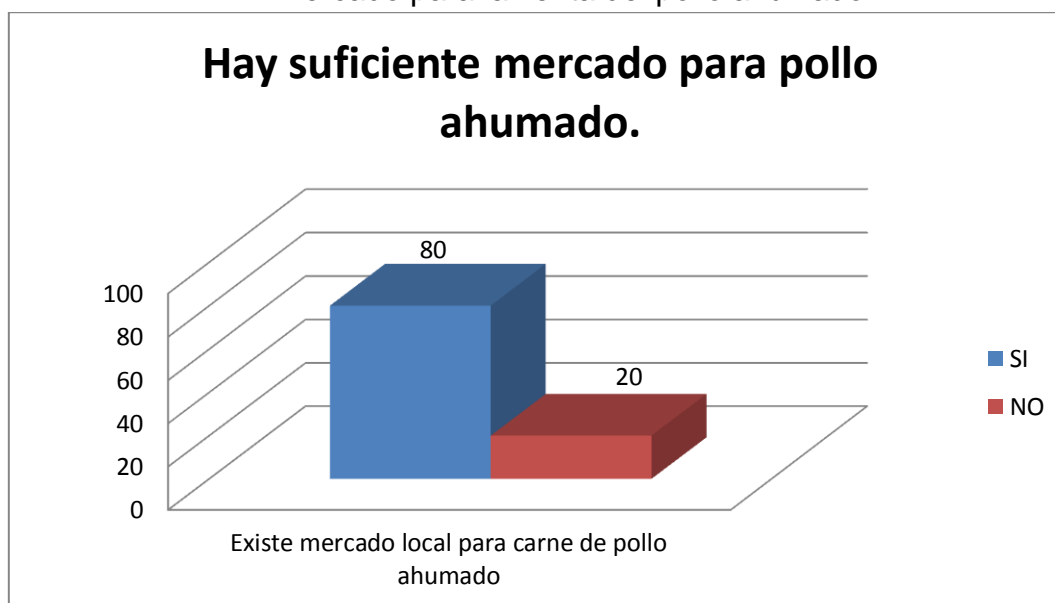
Suficiente mercado	Distribuidores	Porcentaje %
Si	4	80
No	1	20
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100</b>

*Fuente:* Lugares que comercializan el producto

*Elaborado:* La Autora

**Gráfica 13.**

Mercado para la venta del pollo ahumado.



*Fuente:* Lugares que comercializan el producto

*Elaborado:* La Autora

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

En el cuadro 13 y gráfica 13, podemos observar que el 80 % de la población encuestada responden que si hay suficiente mercado para la venta de la carne de pollo ahumado, mientras que el 20%, responde que no hay suficiente mercado para carne de pollo ahumado. Por lo tanto un alto porcentaje manifiesta que si existe mercado para la venta del pollo ahumado, dato importante para la implementación de la microempresa.

### Pregunta # 3.- ¿Cuántos Kg de pollo ahumado vende por mes?

**Cuadro 14.**

Venta mensual en kg del pollo ahumado.

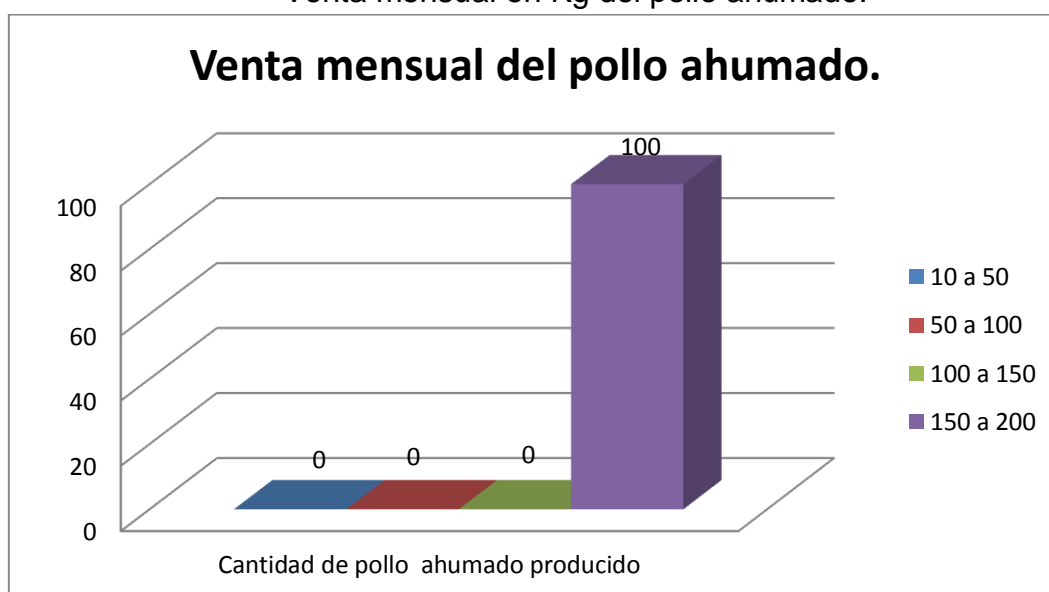
Kilogramos/mes	Distribuidores	Porcentaje %
10 a 50	0	0
50 a 100	0	0
100 a 150	0	0
150 a 200	5	100
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100</b>

*Fuente:* Lugares que comercializan el producto

*Elaborado:* La Autora

**Gráfica 14.**

Venta mensual en Kg del pollo ahumado.



*Fuente:* Lugares que comercializan el producto

*Elaborado:* La Autora

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

En el cuadro 14 y gráfica 14, podemos observar que el 100% de los encuestados manifiestan que se produce entre 150 a 200 kg/mes de carne de pollo ahumado. Con este dato la producción mensual del producto estaría entre los 150 a 200 Kg/mes dato que será tomado en cuenta para la implementación de la microempresa.

#### Pregunta # 4.- ¿A qué precio vende el Kg de pollo ahumado entero?

**Cuadro 15.**

Precio de venta en Kg del pollo ahumado entero.

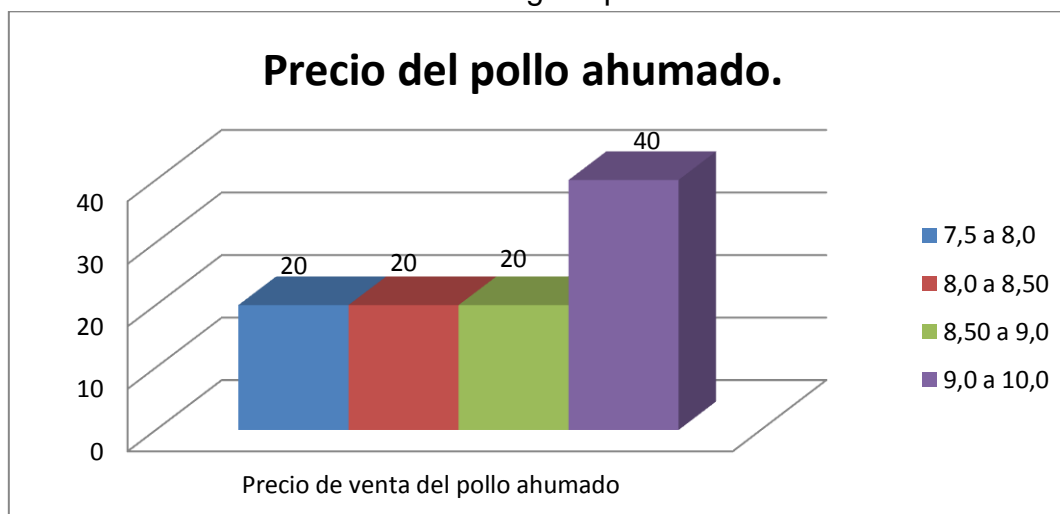
Precio	Distribuidores	Porcentaje %
7,5 a 8,0	1	20
8,0 a 8,50	1	20
8,50 a 9,0	1	20
9,0 a 10,0	2	40
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100</b>

*Fuente:* Lugares que comercializan el producto

*Elaborado:* La Autora

**Gráfica 15.**

Precio de venta en Kg del pollo ahumado entero.



*Fuente:* Lugares que comercializan el producto

*Elaborado:* La Autora

#### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

En el cuadro 15, gráfica 15, podemos ver que el 40% de la población encuestada, manifiestan vender el Kg de pollo ahumado entero entre 9 y 10 dólares, el 20% dice venderlo entre 8,50 a 9,00 dólares, así mismo el 20% dice venderlo entre 8,00 a 8,50 dólares y finalmente el otro 20% dice venderlo entre 7,50 a 8,00 dólares, datos importantes para poder determinar el precio de nuestro producto.

### Pregunta # 5.- ¿Cuántos Kg de pollo ahumado vende mensualmente?

**Cuadro 16.**

Volumen de venta mensual del pollo ahumado en Kg.

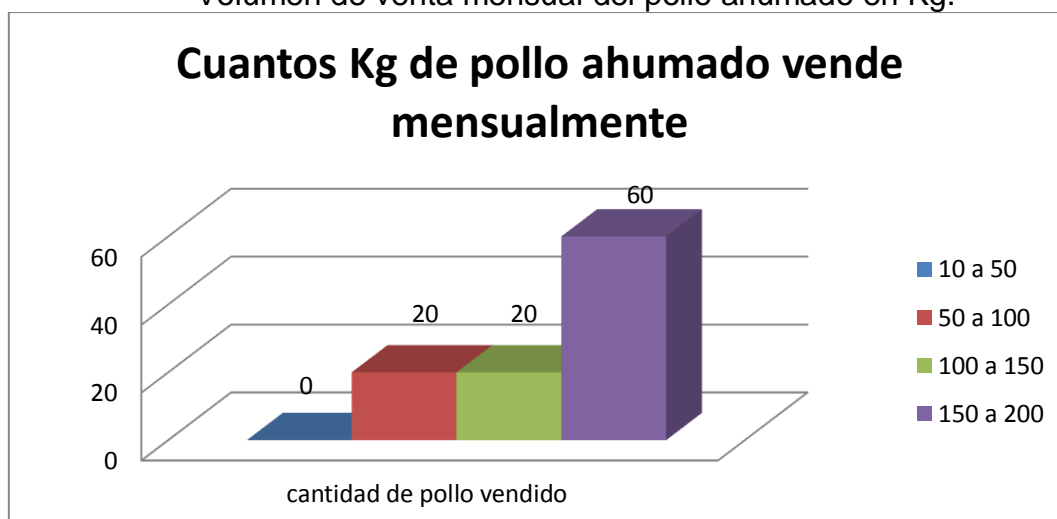
Kilogramos	Distribuidores	Porcentaje %
10 a 50	0	0
50 a 100	1	20
100 a 150	1	20
150 a 200	3	60
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100</b>

*Fuente:* Lugares que comercializan el producto

*Elaborado:* La Autora

**Gráfica 16.**

Volumen de venta mensual del pollo ahumado en Kg.



*Fuente:* Lugares que comercializan el producto

*Elaborado:* La Autora

#### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

En el cuadro 16, gráfica 16, podemos ver que el 60% de la población encuestada manifiestan vender entre 150 a 200 kg de pollo ahumado al mes, el 20% responden que venden entre 100 a 150 kg de pollo ahumado al mes, así mismo el 20% restante vende entre 50 a 100 kg de pollo ahumado por mes. Por lo tanto se debe tomar en cuenta los 150 a 200 Kg que comercializan mensualmente, misma información oportuna que nos sirve para la implementación de la microempresa.

## Pregunta # 6.- ¿Por qué no produce más pollo?

**Cuadro 17.**

Motivos para no producir más pollo ahumado.

Opciones	Distribuidores	Porcentaje %
Falta tomar pedidos	5	100
Falta materia prima	0	0
Falta demanda	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100</b>

*Fuente:* Lugares que comercializan el producto

*Elaborado:* La Autora

**Gráfica 17.**

Motivos para no producir más pollo ahumado.



*Fuente:* Lugares que comercializan el producto

*Elaborado:* La Autora

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

En el cuadro 17 y gráfica 17 podemos observar que el 100% de los encuestados manifiestan que no producen más carne de pollo ahumado porque hace falta tomar más pedidos. Por lo tanto se puede determinar que no producen más carne de pollo ahumado por la falta de pedidos, siendo esto una fortaleza para la micro – empresa a crear, diseñando una mejor forma de tomar los pedidos.

**Pregunta # 7.- ¿De qué manera se realiza la venta de pollo ahumado?**

**Cuadro 18.**

Formas de venta del pollo ahumado.

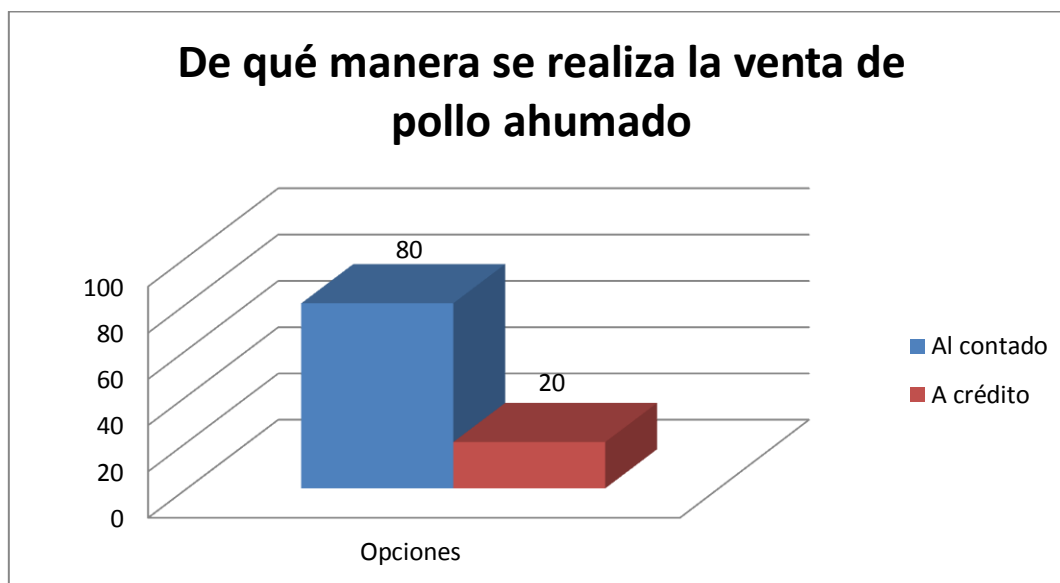
Distribuidor actual	Distribuidores	Porcentaje %
Al contado	4	80
A crédito	1	20
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100</b>

*Fuente: Lugares que comercializan el producto*

*Elaborado: La Autora*

**Gráfica 18.**

Formas de venta del pollo ahumado.



*Fuente: Lugares que comercializan el producto*

*Elaborado: La Autora*

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

En el cuadro 18 y gráfico18, podemos observar que el 80% de los encuestados manifiestan que la carne de pollo ahumado se vende al contado mientras que el 20% restante manifiestan que venden la carne pollo ahumado a crédito. La mayoría vende la carne de pollo ahumado al contado.

**Pregunta # 8.- ¿Cuál de estas características es importante para usted al comprar carne de pollo ahumado?**

**Cuadro 19.**

Características importantes para la compra del pollo ahumado.

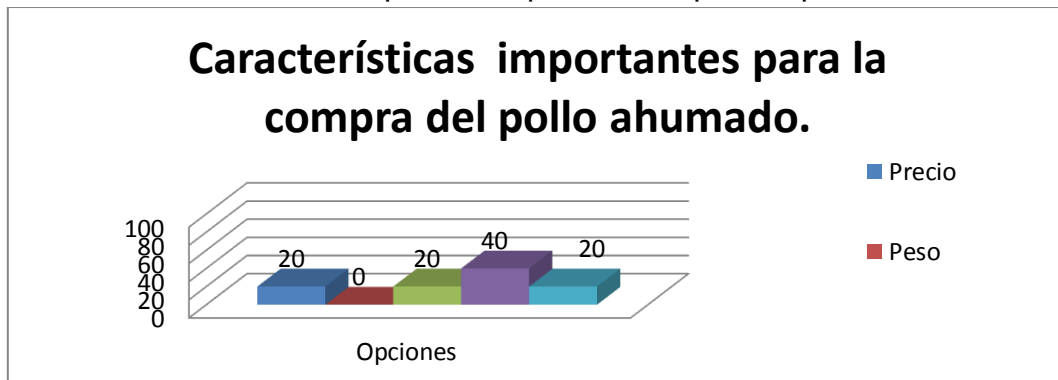
Opciones	Distribuidores	Porcentaje %
Precio	1	20
Peso	0	0
Empaque	1	20
Marca	2	40
Color de la carne	1	20
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100</b>

*Fuente:* Lugares que comercializan el producto

*Elaborado:* La Autora

**Gráfica 19.**

Características importantes para la compra del pollo ahumado.



*Fuente:* Lugares que comercializan el producto

*Elaborado:* La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

En el presente cuadro y gráfica 19, el 40% de los encuestados manifiestan tener preferencias al momento de comprar carne de pollo ahumado por la marca, el 20% respondió tener preferencias al momento de comprar carne de pollo ahumado por el empaque, el otro 20% tienen preferencias al momento de comprar carne de pollo ahumado por el precio y el 20% restante tienen preferencias al momento de comprar carne de pollo ahumado por el color de la carne. Por lo tanto la marca del producto es importante, de manera que será tomado en cuenta para la implementación de la nueva microempresa.

**Pregunta # 9.- ¿Experiencias que no le han gustado al comprar su pollo ahumado?**

**Cuadro 20.**

Malas experiencias que ha tenido al comprar pollo ahumado.

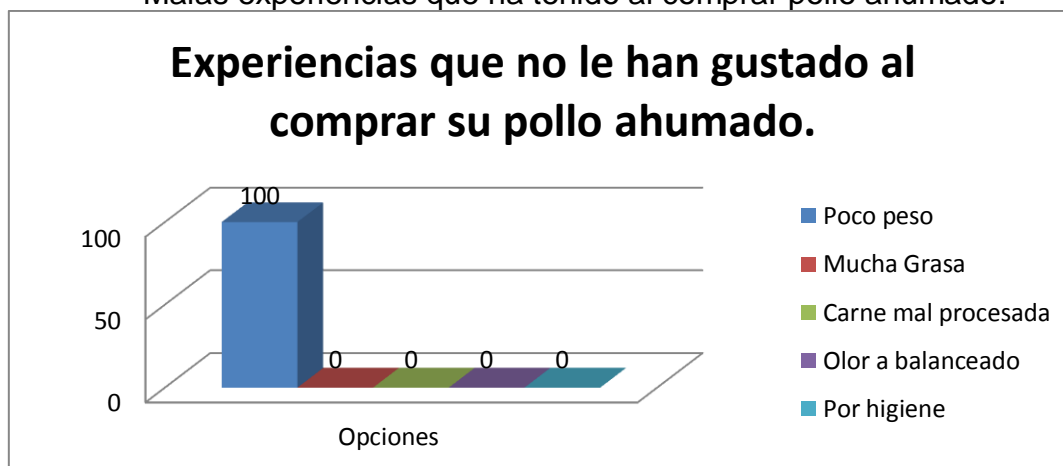
Opciones	Distribuidores	Porcentaje %
Poco peso	5	100
Mucha grasa	0	0
Carne mal procesada	0	0
Olor a balanceado	0	0
Por higiene	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100</b>

*Fuente:* Lugares que comercializan el producto

*Elaborado:* La Autora

**Gráfica 20.**

Malas experiencias que ha tenido al comprar pollo ahumado.



*Fuente:* Lugares que comercializan el producto

*Elaborado:* La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

En el cuadro 20 y gráfica 20, podemos observar que el 100% de la población encuestada manifestó que el poco peso del pollo ahumado es una de las malas experiencias vividas al momento de comprar carne de pollo ahumado. Por lo tanto cabe indicar que el peso del producto para los consumidores, es una de las malas experiencias vividas de manera que será tomado en cuenta para la nueva micro – empresa a implementar.



## **6.3. ESTUDIO TÉCNICO.**

### **6.3.1. LOCALIZACIÓN.**

La empresa estará localizada en el la parroquia de Timbara, fue seleccionado este sector por contar con la infraestructura, vialidad, mano de obra, circulación de habitantes y condiciones ambientales favorables y amigables para el procesamiento de pollo ahumado.

### **6.3.2. NOMBRE DE PRODUCTO.**

El producto se identifica con el nombre de “Pollos Ahumados Samy”, cuyo proceso de selección fue similar al empleado para el nombre de la empresa, en alusión a la calidad y tamaño del pollo ahumado producido.

### **6.3.3. TAMAÑO DEL PROYECTO.**

La maquinaria para la implementación del proyecto tiene una capacidad de producción anual de 14350kg, el primer año iniciara produciendo 23120kg de acuerdo a la demanda insatisfecha.

A partir del segundo año se podrá incrementar el 2 % de acuerdo al incremento proyectado por el INEC de la población en la ciudad de Zamora, siendo 8700.kg/año, acercándose a una producción de 8.770 kg/año, cubriendo la demanda insatisfecha existente.

### **6.3.4. PROCESO DE INDUSTRIALIZACIÓN.**

- **Ciclo de ahumado.-** La duración del ahumado del pollo es de 2 días, dejándolos listo para la comercialización.

- **Disponibilidad de equipo clave.-** El equipo clave como cuarto frío, ahumadora de pollos, ingredientes y enfundado, se encuentran disponibles a la venta en el mercado nacional.
- **Proceso de producción.-** El estudio se lo describe en dos etapas bien definidas y se relacionan directamente con el cumplimiento de los objetivos propuestos, estas etapas son:

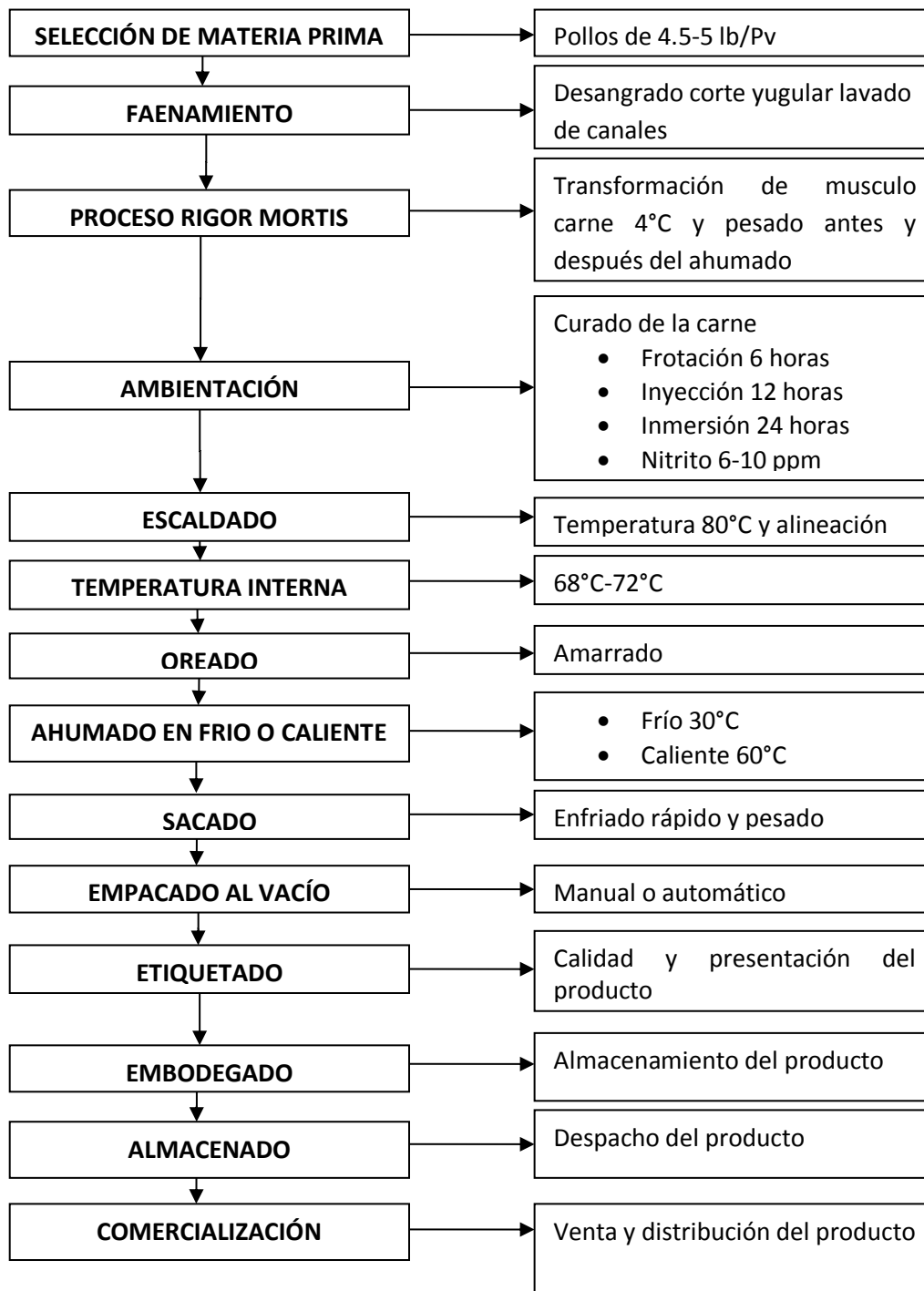
**1era. Etapa:** Ahumado del pollo para cubrir la demanda insatisfecha

**2da. Etapa:** Ahumado del pollo para incrementar y competir con las diferentes marcas existentes en la ciudad de Zamora.

❖ **Proceso de ahumado de pollo.**

**Gráfica 21.**

Proceso de ahumado de pollo.



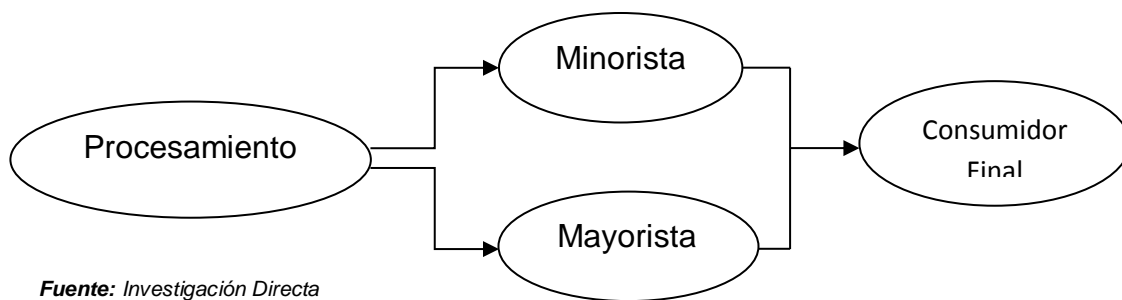
*Fuente: Investigación Directa*

*Elaboración: La Autora*

### 6.3.5. CANAL DE DISTRIBUCIÓN.

La forma de hacer llegar el producto al consumidor final seguirá el canal siguiente

**Gráfica 22.**  
Canal de distribución.



*Fuente: Investigación Directa*

*Elaboración: La Autora*

### 6.3.6. DISTRIBUCIÓN DEL LOCAL PARA LA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN DE POLLO AHUMADO EN LA CIUDAD DE ZAMORA.

Con la finalidad de ilustrar de una mejor manera la ubicación en la que se encuentra la microempresa en estudio, se detallara el aspecto físico de la misma, el área de producción estará destinada para la selección y almacenamiento, así mismo está incluida el área administrativa, misma que se encuentra distribuida de la siguiente forma:

**Área de Producción:** 14 m<sup>2</sup>

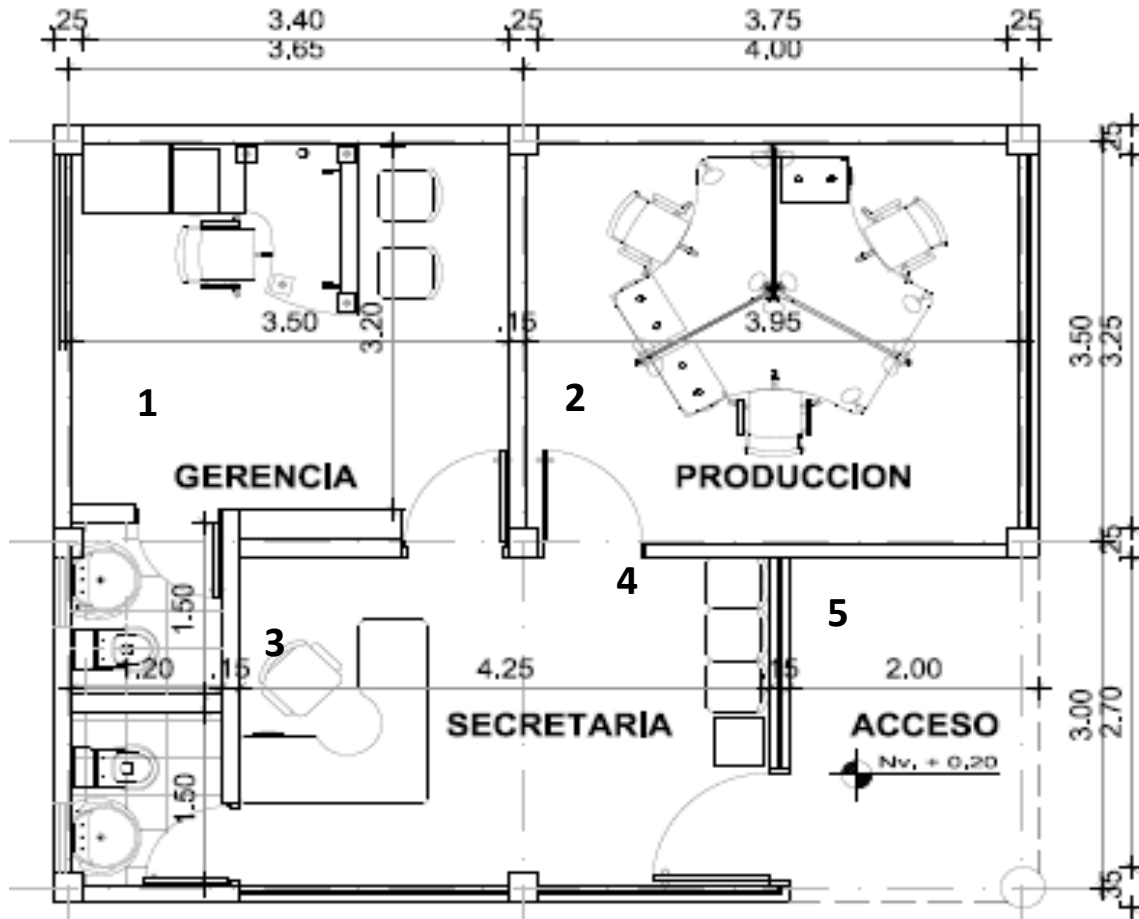
**Gerencia:** 12,77 m<sup>2</sup>

**Secretaría:** 5 m<sup>2</sup>

**Sanitario:** 1,8 m<sup>2</sup>

**Gráfica 23.**

Distribución del local para la microempresa de producción de "Pollos"



1. Gerencia
2. Producción
3. Servicios Sanitarios
4. Secretaria
5. Acceso

## **6.4. ESTUDIO DEL MERCADO.**

Para conocer la relación que existe entre la oferta y demanda para el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción de pollo ahumado en la ciudad de Zamora, provincia de Zamora Chinchipe, primero determinamos la oferta y demanda existente en la zona de estudio.

### **6.4.1. PROPÓSITO DEL ESTUDIO DE MERCADO.**

El propósito del estudio de factibilidad para mercado para la creación de una microempresa de producción de pollo ahumado en la ciudad de Zamora, provincia de Zamora Chinchipe, fue establecer en qué condiciones va a llegar el producto al consumidor final, las bases técnicas y determinar las posibilidades de instalar una empresa que ofrezca al usuario un producto con una aceptación total.

### **6.4.2. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA.**

El análisis de la demanda, nos indicara cuáles serán los futuros clientes, para lo cual se formuló en la encuesta varias preguntas para elaborar y tener un diagnóstico eficaz, respecto al comportamiento del mercado con respecto al consumo del pollo ahumado en la ciudad de Zamora, provincia de Zamora Chinchipe, permitiéndonos conocer los demandantes del producto, estableciendo la cantidad o volumen de la demanda en un tiempo determinado.

### **6.4.3. DEMANDA POTENCIAL.**

Se llama demanda potencial al mercado existente que está consumiendo un determinado producto o servicio, para obtener la demanda potencial tomamos en cuenta el número total de personas en la ciudad de Zamora que

consideramos para el estudio y es de 370 personas. En el caso del presente proyecto la demanda potencial se limita en la pregunta 1.- donde se interrogo sobre las formas de consumir carne de pollo (procesada y no procesada), respondiendo afirmativamente el 78% este porcentaje sirvió como base para calcular la demanda potencial.

#### **6.4.4. DEMANDA REAL O EFECTIVA.**

Es el conjunto de los productos o servicios que los consumidores realmente adquieren en el mercado en un tiempo determinado y a un precio dado.

Para obtener la demanda real tomamos en cuenta el número total de personas de la ciudad de Zamora, que consideramos para el estudio y es de 370, basándonos en la pregunta 2.- Utiliza carne de pollo ahumado, donde el 300 respondieron que consumen carne de pollo ahumado, que representa el 81%

La demanda real para la creación de una micro – empresa de producción de pollo ahumado en la ciudad de Zamora, provincia de Zamora Chinchipe, primero procedemos a multiplicar la demanda potencial con el número de personas que no utilizan carne de pollo ahumado.

Demanda Real:  $370 - 70 = 300$

Demanda Real: 81%

#### **6.4.5. DEMANDA EFECTIVA.**

La demanda efectiva es el deseo de adquirir un producto o servicio, más la capacidad que posee para hacerlo.

Tomamos el total de La demanda real en la producción del pollo ahumado y la multiplicamos por el 78% que representa el porcentaje que está dispuesto adquirir el producto.

$$300 \times 78 = 23400$$

#### 6.4.6. DEMANDA INSATISFECHA.

**Demanda:** 23120 kg/año.

**Oferta:** 14350 kg/año.

**Demanda insatisfecha = Demanda – Oferta.**

**DI =**23120 kg/año –14.350 kg/año = 8.770 kg/año.

#### 6.4.7. PROYECCIÓN DE LA OFERTA Y LA DEMANDA.

La proyección de la oferta y la demanda del pollo ahumado se indican en el siguiente cuadro:

**Cuadro 21.**

Proyección de la demanda y oferta del pollo ahumado en la ciudad de Zamora.

<b>Años</b>	<b>Demanda Proyectada KG/AÑO</b>	<b>Oferta Proyectada KG/AÑO</b>	<b>Demanda Insatisfecha Proyectada KG/AÑO</b>
2013	23120	14350	8770
2014	23582	14637	8945,40
2015	24054	14930	9124,31
2016	24535	15228	9306,79
2017	25025	15533	9492,93

*Fuente:* Investigación Directa

*Elaboración:* La Autora

#### 6.5. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO.

La evaluación financiera pretende medir objetivamente ciertas magnitudes cuantitativas resultantes del estudio del proyecto y dan origen a operaciones matemáticas que permiten obtener diferentes coeficientes de evaluación, donde el inversionista puede evaluar la utilidad de su inversión y saber si es



procedente o no la implementación de la futura micro – empresa como recompensa al riesgo de invertir su capital y su visión para los negocios de inversión.

#### **6.5.1. FLUJO DE CAJA PROYECTADO.**

En el siguiente cuadro del Flujo de Caja se demuestra e identifica los recursos financieros requeridos en cada año, también se muestra el resultado neto en relación a los recursos que se aportara.

**Cuadro 22.**

Flujo de caja proyectada del proyecto de procesamiento de pollo ahumado, en dólares.

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>						
Ventas		138720,00	141494,40	144324,29	147210,77	150154,99
Valor residual				259,00		5715,00
Capital propio	18.772,31					
Capital externo	31.000					
<b>Total de Ingresos</b>	<b>49.772,31</b>	<b>138720,00</b>	141494,40	144065,29	147210,77	144439,99
<b>EGRESOS</b>						
<b>Inversion Inicial</b>	<b>49.772,31</b>					
Costos de producción		84737,08	86400,42	88097,02	89827,56	91592,70
Costos de operación		26156,99	26589,95	27031,57	27482,03	27941,50
<b>Total de Egresos</b>	<b>49.772,31</b>	<b>110894,07</b>	<b>112990,37</b>	<b>115128,60</b>	<b>117309,59</b>	<b>119534,20</b>
<b>(=) Utilidad en ventas</b>		27825,93	28504,03	29195,69	29901,18	30620,79
(-) 15% utilidad en trabajadores		4173,89	4275,60	4379,35	4485,18	4593,12
<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>		23652,04	24228,43	24816,34	25416,01	26027,67
(-) 25% impuesto a la renta		5913,01	6057,11	6204,08	6354,00	6506,92
<b>(=) Utilidad antes reserva</b>		<b>17739,03</b>	<b>18171,32</b>	<b>18612,25</b>	<b>19062,00</b>	<b>19520,75</b>
Depreciaciones		1461,38	1461,38	1461,38	1461,38	1461,38
Amortizaciones		172,2	172,2	172,2	172,2	172,2
<b>Flujo neto de caja</b>	<b>-49.772,31</b>	<b>16105,45</b>	<b>16537,74</b>	<b>16978,68</b>	<b>17428,43</b>	<b>17887,17</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaboración: La Autora*

En el cuadro 22, se resume el flujo de caja proyectada del proyecto, observada que la recuperación por ventas cubre los costos y gastos de operación es decir los recursos que representan desembolsos en efectivo para la empresa.

## 6.5.2. VALOR ACTUAL NETO (VAN).

$$\text{FACTOR DE ACTUALIZACION} = \frac{1}{(1+i)^n}$$

$$\text{FA} = \frac{1}{(1+0,14)^1}$$

$$\text{FA} = \frac{1}{(1+0,14)^1} = 0.877192982$$

**Cuadro 23.**  
Estimación de Valor Actual Neto (VAN).

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACION AL 14%	FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO
0	49.772,31		
1	16105,45	0,88	14127,59
2	16537,74	0,77	12725,26
3	16978,68	0,67	11460,12
4	17428,43	0,59	10319,03
5	17887,17	0,52	9290,04
<b>TOTAL</b>		<b>TOTAL</b>	<b>57922,04</b>
		<b>INVERSIONES</b>	40210,38
		<b>VAN</b>	17711,66

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaboración: La Autora*

**VAN= SUMATORIA FLUJO NETO – INVERSIÓN.**

$$\text{VAN} = 57.922,04 - 40.210,38 = 17.711,66$$

Siendo el VAN positivo quiere decir que el proyecto si es factible para la inversión.

### 6.5.3. BENEFICIO COSTO (B/C).

$$\frac{B}{C} = \frac{\sum IA}{\sum EA}$$

**BC= Beneficio costo.**

$\sum IA$ = Sumatoria de Ingresos Actualizados.

$\sum EA$ = Sumatoria de Egresos Actualizados.

#### Cuadro N° 24.

Estimación de Beneficio Costo (B/C).

INGRESOS ORIGINALES	EGRESOS ORIGINALES	FACTOR DE ACTUALIZACION AL 14%	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
138720,00	110894,07	0,88	121684,21	97275,50
141494,40	112990,37	0,77	108875,35	86942,42
144324,29	115128,60	0,67	97414,78	77708,52
147210,77	117309,59	0,59	87160,60	69456,69
150154,99	119534,20	0,52	77985,80	62082,32
<b>TOTAL</b>			493120,73	393465,45
			<b>B/C</b>	1,25

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaboración: La Autora*

$$\frac{B}{C} = \frac{493120,73}{393465,45}$$

**BC = 1,25**

El resultado de la relación beneficio costo del proyecto es de 1,25; esto significa por cada dólar invertido se obtiene una utilidad de 0,45 centavos de dólar por lo tanto el proyecto es factible.

#### 6.5.4. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL.

$$\text{P.R.C} = \text{Año que se recupera la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \text{primeros flujo}}{\text{Flujo neto del año que se recupera la inversión}}$$

**Cuadro 25.**

Periodo de Recuperación del Capital.

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACION AL 14%	VALOR ACTUALIZADO	FLUJO NETO ACUMULADO
	40210,00			
1	16105,45	0,88	14127,59	14127,59
2	16537,74	0,77	12725,26	26852,85
3	16978,68	0,67	11460,12	38312,97
4	17428,43	0,59	10319,03	48632,00
5	17887,17	0,52	9290,04	57922,04
<b>TOTAL</b>			<b>57922,04</b>	<b>185847,45</b>

*Fuente:* Investigación Directa

*Elaboración:* La Autora

$$\text{P.R.C} = 4 + \frac{40.210,00 - 57.922,04}{9290,04}$$

**P.R.C = 2,09**

**4 años**

**1 mes**

**12 días**

La inversión del presente proyecto se recuperara en 4 años, 1 mes, 12 días.

### 6.5.5. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

$$TIR = T_m + D_t \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}}$$

**T<sub>m</sub>**= Tasa menor

**D<sub>t</sub>**= Diferencia de tasa

#### Cuadro 26.

Estimación de la tasa Interna de Retorno (TIR).

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACION AL	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACION AL	VAN MAYOR
		18%		19%	
1	16105,45	0,85	13648,69	0,84	13534,00
2	16537,74	0,72	11877,15	0,71	11678,37
3	16978,68	0,61	10333,75	0,59	10075,41
4	17428,43	0,52	8989,39	0,50	8691,01
5	17887,17	0,44	7818,65	0,42	7495,61
<b>TOTAL</b>			52667,62	<b>TOTAL</b>	51474,40
<b>INVERSION</b>			40.210,00	<b>INVERSION</b>	40.210,00
<b>T<sub>m</sub></b>			12457,62	<b>T<sub>m</sub></b>	11264,40
<b>TOTAL</b>				<b>TOTAL</b>	
				<b>TIR=</b>	<b>38,44</b>

*Fuente:* Investigación Directa

*Elaboración:* La Autora

$$TIR = 18 + 1 \left( \frac{12457,62}{12457,62 - (11264,40)} \right)$$

**Tasa Interna de Retorno (TIR) = 38,44%**

El proyecto identifica las estimaciones del TIR para 5 años, valores de retorno luego de los 5 años de vida del proyecto del 38,44% para los activos fijos, activos intangibles y el capital de trabajo, este indicador advierte la situación real del proyecto y revela la posición satisfactoria, es decir es rentable.

### **6.5.6. ANALISIS DE SENSIBILIDAD.**

El análisis de sensibilidad, se efectúa para conocer el grado de soporte del proyecto ante posibles o eventuales cambios económicos que podrían ocurrir en el futuro.

Los criterios de decisión que considera este indicador son:

- ✓ Si el Coeficiente de Sensibilidad es mayor que 1, el proyecto es sensible
- ✓ Si el Coeficiente de Sensibilidad es igual a 1, el proyecto es indiferente
- ✓ Si el Coeficiente de Sensibilidad es menor que 1, el proyecto no es sensible

#### **❖ Análisis de la Sensibilidad con el Incremento en los Costos.**

En el proyecto se ha considerado que las variaciones con mayor incertidumbre, son los costos y los ingresos, por lo tanto se ha considerado determinar hasta qué punto la empresa soporta un incremento en los costos, lo cual se puede apreciar en el siguiente cuadro. En este caso el proyecto está en capacidad de resistir hasta un 9 % de incremento en los costos ya que con este valor obtenemos una sensibilidad de 0,5 que es menor que uno, lo que significa que el proyecto no es sensible a esta variación, por tanto no sufre ningún efecto y es ejecutable.

**Cuadro 27.**

Análisis de la Sensibilidad con el Incremento en los Costos.

AÑOS	COSTOS ORIGINAL	COSTOS ORIGINAL AUMENTADO	INGRESOS ORIGINALES	ACTUALIZACIÓN					
				FLUJO NETO	FAC. ACT.	VAN MENOR	FAC. ACT.	VAN MAYOR	
		9%			18%		20%		
0									
1	110894,07	120874,53	138720,00	17845,47	0,85	15123	0,83	14871,22	
2	112990,37	123159,502	141494,40	18334,90	0,72	13168	0,69	12732,57	
3	115128,60	125490,171	144324,29	18834,12	0,61	11463	0,58	10899,37	
4	117309,59	127867,453	147210,77	19343,32	0,52	9977	0,48	9328,38	
5	119534,20	130292,28	150154,99	19862,71	0,44	8682	0,40	7982,38	
						<b>Total</b>	58413	<b>Total</b>	55813,92
						<b>Inver</b>	40210	<b>Inver</b>	40210,38
						<b>VAN Tm</b>	<b>18203</b>	<b>VAN TM</b>	<b>15603,54</b>

*Fuente:* Investigación Directa

*Elaboración:* La Autora

$$TIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$TIR = 18 + 2 \left( \frac{18203,00}{18203,00 - 15603,54} \right)$$

$$TIR = 32,00\%$$

**Diferencia de TIR = TIR del Proyecto - Nueva TIR**

$$= 38,44 - 32,00 = 6,44$$

**Porcentaje de Variación = Dif. TIR / TIR del Proyecto \* 100**

$$= (6,44 / 38,44) * 100 = 16,75$$

**Coficiente de Sensibilidad = Porcent. Var. / Nueva TIR**

$$= 16,75 / 35,39 = 0,5$$



❖ **Análisis de la Sensibilidad con Disminución en los Ingresos.**

Al igual que en el caso anterior se establecerá hasta qué punto la empresa es sensible ante una disminución en sus ingresos, para conocer el grado de sensibilidad en el proyecto. En este proyecto la sensibilidad soporta una disminución en sus ventas hasta 11% en los ingresos ya que con este valor obtenemos una sensibilidad de 07,07 que es menor que uno, lo que significa que el proyecto no es sensible a esta variación, por tanto no sufre ningún efecto y es ejecutable.

**Cuadro N° 28.**

Análisis de la Sensibilidad con Disminución en los Ingresos.

AÑOS	COSTOS ORIGINAL	COSTOS ORIGINAL DISMINUIDO	INGRESOS ORIGINALES	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FAC. ACT.	VAN MENOR	FAC. ACT.	VAN MAYOR
		11%			19%		20%	
0								
1	110894,07	98695,7197	138720,00	40024,28	0,84	33633,849	0,83	33353,57
2	112990,37	100561,428	141494,40	40932,97	0,71	28905,42444	0,69	28425,67
3	115128,60	102464,451	144324,29	41859,84	0,59	24840,28902	0,58	24224,44
4	117309,59	104405,535	147210,77	42805,24	0,50	21345,63508	0,48	20642,96
5	119534,20	106385,44	150154,99	43769,55	0,42	18341,60214	0,40	17590,00
<b>Total</b>						127066,7997	<b>Total</b>	124236,64
<b>Inversión</b>						42046,48	<b>Inversión</b>	42046,48
<b>VAN Tm</b>						85020,32	<b>VAN TM</b>	82190,16

*Fuente:* Investigación Directa

*Elaboración:* La Autora

$$TIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$\begin{aligned} \text{Diferencia de TIR} &= TIR \text{ del Proyecto} - \text{Nueva TIR} \\ &= 38,44 - 49,04 = -10,60 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Porcentaje de Variación} &= \text{Dif. TIR} / TIR \text{ del Proyecto} * 100 \\ &= (-10,60 / 38,44) * 100 = 27,57 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Coeficiente de Sensibilidad} &= \text{Porcent. Var.} / \text{Nueva TIR} \\ &= 27,57 / 38,44 = 07,07 \end{aligned}$$

## 6.6. INVERSIONES EN ACTIVOS TANGIBLES.

### 6.6.1. MAQUINARIAS Y EQUIPOS.

**Cuadro 29.**

Maquinarias y equipos para el procesamiento del pollo ahumado, en dólares.

N	Maquinarias y Equipos	Cantidad	Precio Unitario	Sub Total	12% Iva	Total
1	Mesas en acero inoxidable, aplicable a todas las capacidades de fábrica de 1.50 de largo 0,50 de ancho y 0,70 de alto.	1	380	380	46	426
2	Lavador de acero inoxidable montado en estructura metálica, Capacidad de 180/200 lt y equipada con duchas de accionamiento separado y conexiones para la entrada y salida de agua, midiendo aproximadamente 2.30 m, para el lavado y sanitario.	1	680	680	82	762
3	Kit metálico con ganchos para colgar piezas ahumadas en reposo y a ser colocadas después de ahumadas, para su maduración antes de ser embaladas para su expedición y venta al público.	1	530	530	64	594
4	Maquina/Equipo ahumadero, para el ahumado de productos como; carnes, quesos, aves, pescados, embutidos, etc. Construido en matalón con su interior en acero inoxidable y capacidades para 30/60/100 kg.	1	1495	1495	179	1674
5	Cortador de fiambres eléctricos y motorizados para rebanar en fetas y acomodar los fríos, en los embalajes que serán expedidos al consumo, esencial para la presentación de los productos al consumidor.	1	1180	1180	142	1322
6	Selladora al vacío, selladora con bomba de vacío, para la extracción del aire de los embalajes y de los productos. Esencial para la mayor conservación y prolongamiento de validar el producto.	1	1178	1178	141	1319
7	Balanzas electrónica digital para el pesaje de materias primas.	1	423	423	51	474
8	Frigoríficos.	1	910	914	110	1024
<b>TOTAL</b>			<b>6776</b>	<b>6780</b>	<b>813,6</b>	<b>7593,6</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaboración: La Autora*

❖ **Vehículo.**

**Cuadro 30.**

Costo del vehículo en dólares para trasportar el producto.

Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Camioneta	1	28575,00	28575,00
<b>Total</b>			<b>28575,00</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaboración: La Autora*

❖ **Equipo de oficina.**

**Cuadro 31.**

Equipo de oficina, en dólares.

Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Computadoras	1	660,00	660,00
Impresoras	1	74,00	74,00
Teléfonos	1	44,00	44,00
<b>Total</b>			<b>778,00</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaboración: La Autora*

❖ **Muebles y enseres.**

**Cuadro 32.**

Costo de los muebles y enseres, en dólares.

Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Escritorio de madera	2	160,00	320,00
Sillas	2	15,00	30,00
Archivador aéreo	1	30,00	30,00
sillas	6	19,00	114,00
Basureros	5	7,00	35,00
<b>Total</b>			<b>529,00</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaboración: La Autora*

❖ **Imprevistos.**

**Cuadro 33.**

Total de inversiones fijas, en dólares.

<b>Descripción</b>	<b>V. Total</b>
Equipos y maquinarias	7594,00
Vehículo	28575,00
Equipos de oficina	778,00
Muebles y enseres	529,00
Imprevistos 5%	1874,00
<b>TOTAL</b>	<b>39349,00</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaboración: La Autora*

**6.6.2. INVERSIONES DEL ACTIVO INTANGIBLE.**

**Cuadro 34.**

Inversiones del activo intangible, en dólares.

<b>Detalle</b>	<b>V. Total</b>
Estudios preliminares	400,00
Gastos organizativos y legales	120,00
Permiso de funcionamiento	300,00
Imprevistos 5%	41,00
<b>TOTAL</b>	<b>861,00</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaboración: La Autora*

### 6.6.3. CAPITAL DE TRABAJO.

❖ **Materia prima directa.**

**Cuadro 35.**

Materia prima directa, en dólares.

Detalle	Unidades	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Pollo ahumado	Kg	23120,00	3,30	76.296,00
<b>Total mensual</b>		1926,67	3,30	6.358,00
<b>TOTAL</b>				<b>76.296,00</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaboración: La Autora*

❖ **Materiales indirectos.**

**Cuadro 36.**

Materiales indirectos, en dólares.

Descripción	Sueldo Básico	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal (12,15 %)	Total Mensual
Estibador	340	28,3	28,3	28,3	41,3	466,2
Chofer	340	28,3	28,3	28,3	41,3	466,2
<b>Total mensual</b>						932,4
<b>TOTAL ANUAL</b>						<b>11.188,8</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaboración: La Autora*

❖ **Mano de obra directa**

**Cuadro 37.**

Mano de obra directa, en dólares.

<b>Detalle</b>	<b>Unidades</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Ciento</b>	<b>V. Total</b>
Funda plástica para el vacío del pollo ahumado	ciento	235	9,50	2232,50
<b>Total mensual</b>		20	9,50	186,04
<b>TOTAL</b>				<b>2418,54</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaboración: La Autora*

❖ **Sueldos del personal administrativo.**

**Cuadro 38.**

Sueldo del personal administrativo, en dólares.

<b>Descripción</b>	<b>Sueldo Básico</b>	<b>Décimo Tercero</b>	<b>Décimo Cuarto</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>Aporte Patronal (9,56 %)</b>	<b>Total Mensual</b>
Gerente	817,00	68,10	68,10	68,10	78,84	1100,14
Contadora	120,00	0	0	0	0	120,00
<b>Total mensual</b>						<b>1220,14</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>						<b>14.641,68</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaboración: La Autora*

❖ **Servicios básicos.**

**Cuadro 39.**  
Servicios básicos.

<b>Descripción</b>	<b>Unidades</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Agua potable	M3	15	0,30	4,50
Energía eléctrica	Kw	115	0,10	11,50
Teléfono	minutos	200	0,03	6,00
<b>Total mensual</b>				<b>22,00</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>264,00</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaboración: La Autora*

❖ **Combustible**

**Cuadro 40.**  
Compra de combustible, en dólares.

<b>Descripción</b>	<b>Unidades</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Diesel	galones	40	0,9259	37,036
<b>Total mensual</b>				<b>37,036</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>444,43</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaboración: La Autora*

❖ **Mantenimiento del vehículo.**

**Cuadro 41.**

Mantenimiento del vehículo, en dólares.

Descripción	Unidades	Precio	V. Unitario	V. Total
Camioneta	1	28575	1%	285,75
<b>Total mensual</b>				23,8125
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>285,75</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaboración: La Autora*

❖ **Útiles de oficina.**

**Cuadro 42.**

Útiles de oficina, en dólares.

Descripción	Unidades	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Papel boom	Resma	2	3,00	6,00
Esferos	Unidades	3	0,3	0,90
Borradores	Unidad	1	0,5	0,50
Tinta de impresora	Cartucho(Semestral)	2	60	120,00
Carpetas archivador	Unidad	1	6,00	6,00
Carpetas folder	Unidad	4	0,25	1,00
<b>Total mensual</b>				134,40
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>1612,80</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaboración: La Autora*



❖ **Materiales de limpieza.**

**Cuadro 43.**

Materiales de limpieza, en dólares.

Descripción	Unidades	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Ambiental	Galón	1	4,90	4,90
Desinfectante	Galón	1	6,70	6,70
Detergente	1000 Gramos	1	2,90	2,90
Escoba	Unidad	1	2,00	2,00
Fanelas	Yarda	1	2,20	2,20
Fundas de basura	Paquete	1	1,00	1,00
Jaboncillos	Unidad	1	0,50	0,50
Lavador de baño	Unidad	1	0,90	0,90
Papel higiénico	Paquete x 4	1	1,00	1,00
Recogedor de basura	Unidad	1	1,80	1,80
Trapeador	Unidad	1	2,00	2,00
<b>Total mensual</b>				<b>25,90</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>310,80</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaboración: La Autora*

❖ **Publicidad.**

**Cuadro 44.**

Publicidad, en dólares.

Descripción	Unidades	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Spots Publicitarios	Unidad	8	6,00	48,00
<b>Total mensual</b>				<b>48,00</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>576,00</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaboración: La Autora*

❖ **Imprevistos.**

**Cuadro 45.**

Valor de la inversión circulante o capital de trabajo, en dólares.

<b>Descripción</b>	<b>Total Mensual</b>	<b>Total Anual</b>
<b>1. Costos de operación</b>		
Materia prima directa (pollo)	6.358,00	76.296,00
Mano de obra directa	932,40	11.188,80
Materiales indirectos	186,04	2.232,50
Arriendo del local	120,00	1.440,00
<b>2. Gastos de administración</b>		
Sueldo personal administrativo	1.220,14	14.641,68
Servicios básicos	22,00	264,00
Útiles de oficina	134,40	1.612,80
Materiales de limpieza	25,90	310,80
<b>3. Gastos de venta</b>		
Combustible	37,04	444,43
Mantenimiento	23,81	285,75
Publicidad	48,00	576,00
Imprevistos 5%	455,39	5.464,64
<b>TOTAL</b>	<b>9.563,12</b>	<b>114.757,40</b>

*Fuente:* Investigación Directa

*Elaboración:* La Autora

#### 6.6.4. INVERSIONES.

**Cuadro 46.**

Inversiones del proyecto de la planta de procesamiento de pollo ahumado en la ciudad de Zamora, en dólares.

Concepto	Inversión (USD)	Total
<b>Activo fijo</b>		
Maquinaria y equipo	7594	
Vehículo	28575	
Equipos de oficina	778	
Muebles y enseres	529	
Imprevistos 5%	1874	
<b>TOTAL</b>		<b>39349</b>
<b>Activos intangibles</b>		
Estudio preliminares	400	
Gastos organizativos y legales	120	
Permisos de funcionamiento	300	
Imprevistos 5%	41	
<b>TOTAL</b>		<b>861</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>		<b>40.210,00</b>
<b>Activo circulante</b>		
<b>1. Costos de operación</b>		
Materia prima directa	6.358,00	
Mano de obra directa	932,4	
Materiales indirectos	186,04	
Arriendo del local	120	
<b>2. Gastos de administración</b>		
Sueldo personal administrativo	1.220,14	
Servicios básicos	22	
Útiles de oficina	134,4	
Materiales de limpieza	25,9	
<b>3. Gastos de venta</b>		
Combustible	37,04	
Mantenimiento	23,81	
Publicidad	48	
Imprevistos 5%	454,2	
<b>TOTAL</b>		<b>9.561,93</b>
<b>Total Inversión más Circulante</b>		<b>49.772,31</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaboración: La Autora*

Las inversiones del proyecto determinan un costo total de 40.210,00 dólares, mismos que se desglosan en el subtotal de inversiones fijas de 39.349,00 dólares y en los activos intangibles de 861,00, el activo circulante necesario es de 9.561, 93 dólares.

#### 6.6.5. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO.

**Cuadro 47.**

Financiamiento del proyecto en dólares.

<b>Financiamiento</b>	<b>Valor</b>	<b>Porcentaje %</b>
Fuente interna	18.772,31	38
Fuente externa	31.000,00	62
<b>Total</b>	<b>49.772,31</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaboración: La Autora*

En el cuadro 47, se observa la estructura del financiamiento de la planta de procesamiento de pollo ahumado en la ciudad de Zamora, el costo total es de 49.772,31 dólares, mismo que cuenta con un financiamiento propio de 18.772,31 que representa el 38% y en calidad de préstamo a solicitarse de 31.000,00 dólares que equivale al 62%

#### 6.6.6. AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO, EN DÓLARES.

<b>Monto:</b>	31.000,00
<b>Interés:</b>	14%
<b>Amortización:</b>	Semestral
<b>Número de Pagos:</b>	10
<b>Interés del periodo:</b>	0,07
<b>Pagos Anuales:</b>	2

### Cuadro 48.

Amortización de préstamo, en dólares.

Período	Saldo Inicial	Interés	Cuota	Amortización	Saldo Final
1	31000,00	2170,00	\$ 4.413,70	\$ 2.243,70	\$ 28.756,30
2	28756,30	2012,94	\$ 4.413,70	\$ 2.400,76	\$ 26.355,54
3	26355,54	1844,89	\$ 4.413,70	\$ 2.568,82	\$ 23.786,72
4	23786,72	1665,07	\$ 4.413,70	\$ 2.748,63	\$ 21.038,09
5	21038,09	1472,67	\$ 4.413,70	\$ 2.941,04	\$ 18.097,05
6	18097,05	1266,79	\$ 4.413,70	\$ 3.146,91	\$ 14.950,14
7	14950,14	1046,51	\$ 4.413,70	\$ 3.367,19	\$ 11.582,95
8	11582,95	810,81	\$ 4.413,70	\$ 3.602,90	\$ 7.980,05
9	7980,05	558,60	\$ 4.413,70	\$ 3.855,10	\$ 4.124,96
10	4124,96	288,75	\$ 4.413,70	\$ 4.124,96	\$ 0,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 44.137,03</b>		

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

### 6.6.7. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS.

$$\text{DEP. ANUAL} = \frac{\text{VALOR TOTAL} - \text{VALOR DE DESECHO}}{\text{NUMERO DE AÑOS}}$$

### Cuadro 49.

Resumen de depreciaciones, en dólares.

Detalle	% Depreciación	Vida Útil	Valor	Valor Residual	Depreciación
Maquinaria y equipos	10	10	1594	159,4	143,46
Vehículo	20	5	28575	5715	1143
Equipo de oficina	33	3	778	259	15,73
Muebles y enseres	10	10	529	52,9	47,61
<b>TOTAL</b>					<b>1349,80</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

## 6.6.8. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS INTANGIBLES

**Cuadro 50.**

Amortización del activo intangible, en dólares.

<b>Denominación</b>	<b>Vida Útil</b>	<b>Valor Activo</b>	<b>Amortización</b>
Activos intangibles	5	861,00	172,20
<b>TOTAL</b>			<b>172,20</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaboración: La Autora*

## 6.6.9. DISTRIBUCIÓN DE COSTOS.

**Cuadro 51.**

Distribución de costos en dólares.

DENOMINACION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>					
<b>Costo Primo</b>					
Materia Prima Directa	76296,00	77821,92	79378,36	80965,93	82585,24
Mano de Obra Directa	11188,80	11412,58	11640,83	11873,64	12111,12
<b>Total Costos Primo</b>	<b>87484,80</b>	<b>89234,50</b>	<b>91019,19</b>	<b>92839,57</b>	<b>94696,36</b>
<b>Costos Generales de Comercialización</b>					
Materiales Indirectos	186,04	189,76	193,56	197,43	201,38
Arriendo de Local	120,00	122,40	124,85	127,34	129,89
Depreciación de la Maquinaria y Equipo	255,04	255,04	255,04	255,04	255,04
Depreciación del Vehículo	1143,00	1143,00	1143,00	1143,00	1143,00
Amortización de activos intangibles	172,20	172,20	172,20	172,20	172,20
<b>Total Costos Generales de Comercialización</b>	<b>1876,28</b>	<b>1882,40</b>	<b>1888,65</b>	<b>1895,01</b>	<b>1901,51</b>
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCION</b>	<b>89361,08</b>	<b>91116,90</b>	<b>92907,83</b>	<b>94734,58</b>	<b>96597,87</b>
<b>COSTO DE OPERACIÓN</b>					
<b>Gastos de Administración y Ventas</b>					
Sueldo personal administrativo	14641,68	14934,51	15233,20	15537,87	15848,63
Servicios básicos	264,00	269,28	274,67	280,16	285,76
Útiles de oficina	134,40	137,09	139,83	142,63	145,48
Materiales de limpieza	310,80	317,02	323,36	329,82	336,42
Mantenimiento	285,75	291,47	297,29	303,24	309,30
Combustible	444,43	453,32	462,39	471,63	481,07
Publicidad	576,00	587,52	599,27	611,26	623,48
Depreciación de activos de oficina	15,73	15,73	15,73	15,73	15,73
<b>Total Gastos Administrativos y Ventas</b>	<b>16672,79</b>	<b>17005,93</b>	<b>17345,73</b>	<b>17692,33</b>	<b>18045,87</b>
<b>Gastos Financieros</b>					
Dividendos del crédito	4413,70	4413,70	4413,70	4413,70	4413,70
<b>Total Gastos Financieros</b>	<b>4413,70</b>	<b>4413,70</b>	<b>4413,70</b>	<b>4413,70</b>	<b>4413,70</b>
Imprevistos 5%	5301,69	5406,14	5512,68	5621,35	5732,19
<b>Total Costos de Operación</b>	<b>26388,19</b>	<b>26825,77</b>	<b>27272,12</b>	<b>27727,38</b>	<b>28191,76</b>
<b>Costos Totales</b>	<b>115749,27</b>	<b>117942,67</b>	<b>120179,95</b>	<b>122461,97</b>	<b>124789,63</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaboración: La Autora*

### 6.6.10. CÁLCULOS DE COSTOS UNITARIOS.

$$\text{Costo Unitario} = \frac{\text{COSTO TOTAL DE PRODUCCION}}{\text{N° DE KILOGRAMOS DE POLLO AHUMADO}}$$

$$\text{Costo Unitario} = \frac{115.632,11}{23.120}$$

$$\text{Costo Unitario} = 5,00$$

### 6.6.11. INGRESOS DEL PROYECTO.

❖ **Cálculo de venta al público.**

**PVP= Costo Unitario de comercialización + margen de utilidad.**

**PVP= CUP + MU**

**PVP=5,00+20%**

**PVP=5,00+1,00**

**PVP= 6,00**

### Cuadro 52.

Ingresos del proyecto de la empresa de procesamiento de pollo ahumado de acuerdo a la demanda insatisfecha, en dólares.

<b>Años</b>	<b>Volúmenes Iniciales de Venta, Kg</b>	<b>Precio de Venta (USD)</b>	<b>Ingresos de Venta (USD)</b>
<b>1</b>	23120,00	6	138720,00
<b>2</b>	23582,40	6	141494,40
<b>3</b>	24054,05	6	144324,29
<b>4</b>	24535,13	6	147210,77
<b>5</b>	25025,83	6	150154,99

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaboración: La Autora*

En el cuadro 52, se presenta los ingresos del proyecto pero de la demanda insatisfecha proyectada para 5 años.



## 6.6.12. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO.

**Cuadro 53.**

Pérdidas y ganancias del proyecto, en dólares.

DENOMINACION	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas	138720,00	141494,40	144324,29	147210,77	150154,99
(-) Costos de producción	89361,08	91116,90	92907,83	94734,58	96597,87
<b>(=) Utilidad bruta en ventas</b>	<b>49358,92</b>	<b>50377,50</b>	<b>51416,46</b>	<b>52476,19</b>	<b>53557,12</b>
(-) Costos de operación	26388,19	26825,77	27272,12	27727,38	28191,76
<b>(=) Utilidad en ventas</b>	<b>22970,73</b>	<b>23551,73</b>	<b>24144,34</b>	<b>24748,81</b>	<b>25365,36</b>
(-) 15% de utilidad en trabajadores	3445,61	3532,76	3621,65	3712,32	3804,80
<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>	<b>19525,12</b>	<b>20018,97</b>	<b>20522,69</b>	<b>21036,49</b>	<b>21560,56</b>
(-) 25% impuesto a la renta	4881,28	5004,74	5130,67	5259,12	5390,14
<b>(=) Utilidad antes reserva</b>	<b>14643,84</b>	<b>15014,23</b>	<b>15392,02</b>	<b>15777,36</b>	<b>16170,42</b>
(-) 10% reserva legal	1464,38	1501,42	1539,20	1577,74	1617,04
<b>(=) Utilidad neta</b>	<b>13179,46</b>	<b>13512,80</b>	<b>13852,82</b>	<b>14199,63</b>	<b>14553,38</b>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaboración: La Autora*

En el cuadro 53, se presenta el estado de pérdidas y ganancias proyectado a 5 años.

### ❖ PUNTO DE EQUILIBRIO

#### DATOS:

<b>Precio de venta unitario:</b>	6
<b>Unidades vendidas:</b>	23120 kg
<b>Ingreso total:</b>	138720
<b>Costo fijo total:</b>	115749,27
<b>Costo variable total (CVT):</b>	1339,67
<b>Costo variable unitario = CVT/Num Unid Vendidas:</b>	0,057944363

Cantidad de equilibrio	CFT/(P - PVU) UNIDADES FISICAS	19479,6673 unidades físicas
Valor monetario de equilibrio	UNIDADES MONETARIAS	116878,004 unidades monetarias

**Cuadro 54.**  
Datos para el punto de Equilibrio

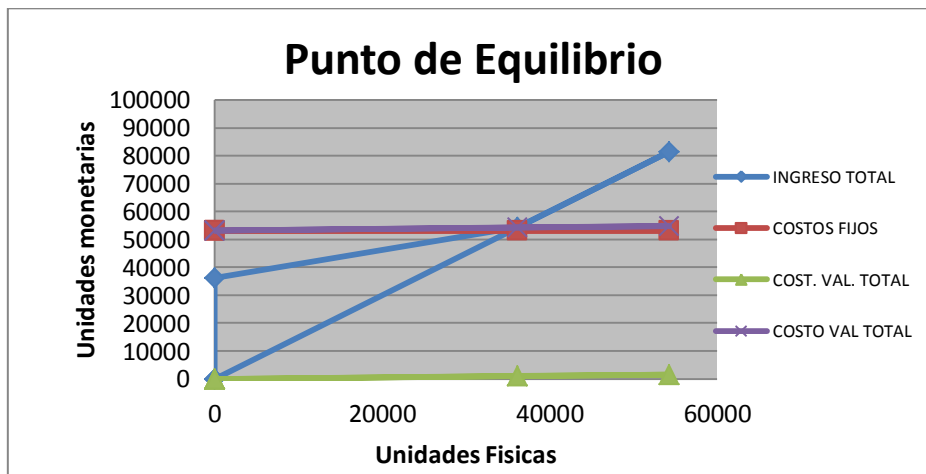
A	B	C = A*B	D	E	F = B*E	G = D+F
PREC VEN UN.	CANTIDA D	INGRESO TOTAL	COSTOS FIJOS	COS. VAL. UN	COST. VAL. TOTAL	COSTO VAL TOTAL
6	0,00	0,00	110894,07	0,058	0,00	110894,07
6	0,00	18662,58	110894,07	0,058	0,00	110894,07
6	18662,58	111975,46	110894,07	0,058	1081,39	111975,46
	111975,4					
6	6	671852,75	110894,07	0,058	6488,35	117382,41
6	0,00	0,00	110894,07	0,058	0,00	110894,07

*Fuente:* Investigación Directa

*Elaboración:* La Autora

**Gráfica 24.**

Punto de equilibrio.



*Fuente:* Investigación Directa

*Elaboración:* La Autora

Según los resultados obtenidos la empresa debe producir 18662,57 kg de pollo ahumado, lo que representa \$ 111975,48 dólares, para cubrir todos sus egresos. Al producir más de obtendrá utilidades y al producir menos se obtendría pérdida.

## **7. DISCUSIÓN**

### **7.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.**

Analizando el cuadro 1 y 2; Se observa que en la población encuestada en gran porcentaje consume la carne de pollo ahumado en su dieta familiar, siendo un dato importante para la implementación de la micro - empresa.

Analizando el cuadro 3; que concierne a por que consume carne de pollo ahumado, se observa que el 59% de los encuestados consumen carne de pollo ahumado porque es rica, mientras que el 24% consumen carne de pollo ahumado por tener características especiales y el 17% de los encuestados lo consumen por otras características. Por lo tanto se analiza que la población encuestada consume más el pollo ahumado porque es rico ya que es un producto con excelentes características organolépticas, de palatabilidad y de conservación tomando en cuenta esto para la nueva empresa a implementar.

En el cuadro 4; que concierne a la a los Kg de pollo ahumado que consume (FRECUENCIA DE CONSUMO), por lo tanto se desprende que la frecuencia de consumo de carne de pollo ahumado de 1 Kg correspondiente al 67 % es mensual, mientras que el 17%, responden que la frecuencia de consumo de pollo ahumado de 1 kg es de quincenal y los 16% restantes consumen 1 kg de carne de pollo ahumado semanalmente. Por lo tanto un alto porcentaje consumen 1 Kg de carne de pollo ahumado mensual, tomando en cuenta esto para la nueva micro-empresa a implementar.

En el cuadro 5; que concierne al por qué no compra más pollo ahumado, se desprende que el 83% de la población encuestada no consumen más carne de pollo para variar su dieta y el 17% no consumen más carne de pollo ahumado por los precios elevados. Por lo tanto cabe indicar que la dieta variada y los precios de este producto para los consumidores, marca

tendencias muy altas al aceptable de manera que será tomado en cuenta para la nueva microempresa a implementar.

En el cuadro 6; donde se interrogó a los usuarios sobre la cantidad de consumo de pollo ahumado por mes/año, se determina que el 69% de la población encuestada responden que consumen 4,1-6 kg de carne de pollo ahumado por mes, mientras que el 23% consumen 2,1-4 kg de carne de pollo ahumado al mes, y el 8% de los encuestados responden que consumen 6,1-8 kg de pollo ahumado al mes. El consumo mensual del producto estaría entre los 1926,7 y el anual 23120,4 datos importantes que garantizan la factibilidad de la implementación de la nueva micro – empresa.

En el cuadro 7; donde se interrogó sobre cuánto paga actualmente por una libra de pollo ahumado, el 80% de los encuestados paga por una libra de pollo ahumado 4,01-5 USD, mientras que el 13% de la población paga por una libra de pollo dos 3,01-4 USD y el 7 % restante paga por una libra de pollo ahumado 2,01-3 USD. Por lo tanto cabe indicar que los costos de venta del pollo ahumado fluctúan entre 4,01-5, 3,01-4 y 2,01-3 lo que nos permite que nuestra empresa tenga que fijar un precio para posesionar el producto en el mercado.

En el cuadro 8; que concierne a cuanto pagaría máximo por una libra de pollo ahumado, el 48% de los encuestados pagaría por una libra de pollo ahumado 4,01-5 USD, mientras que el 30% respondieron que pagaría por una libra de pollo ahumado 3,01-4 USD, y el 22% de los encuestados pagaría por una libra de pollo ahumado 2,01-3 USD. Por lo tanto cabe indicar que el precio de este producto para los consumidores es aceptable, siendo un dato importante para la implementación de la microempresa.

En el cuadro 9; concerniente a donde compra usted la carne de pollo ahumado, se determinó que el 63% de los encuestados compran la carne de pollo

ahumado en supermercados, el 24% respondieron que compran la carne de pollo ahumado en distribuidores de carnes y el 13% adquieren la carne de pollo ahumado en tiendas de barrio. Por lo tanto se puede determinar que el lugar preferido para adquirir el producto es generalmente los supermercados, siendo los de mayor expectativa para la comercialización del producto.

En el cuadro 10; concerniente a si está o no está de acuerdo con el distribuidor actual, de la población encuestada el 98% están conformes con el distribuidor actual de carne de pollo ahumado, mientras que el 2% no están conformes con el distribuidor actual de carne de pollo ahumado. Por lo tanto podemos determinar que la población se encuentra a gusto con el distribuidor actual de carne de pollo ahumado, de manera que será tomado en cuenta para tomar nuevas estrategias para la distribución del producto en la nueva micro - empresa a implementar.

En el cuadro 11; concerniente a que lo haría fiel a un distribuidor de pollo ahumado, del total de la población encuestada el 82% contestó que la calidad del producto los haría fieles a un distribuidor; mientras que el 7% respondió que lo haría fiel a un distribuidor una buena atención al cliente, el 6% manifestó que lo haría fiel a un distribuidor la accesibilidad al producto y el 5% contestó que los precios bajos lo haría fiel a un distribuidor. Por lo tanto se puede determinar que la calidad del producto lo haría fiel a un consumidor en la compra del pollo ahumado, siendo un dato importante en la implementación de la microempresa.

El estudio técnico se determinó la capacidad instalada de la productora y comercializadora para la venta del pollo ahumado está determinada por el rendimiento la producción máxima iniciara con 23.120,00. Las misma que estará ubicada en la ciudad de Zamora parroquia Timbara.

En el estudio financiero se determinó que para la puesta en marcha del presente proyecto se necesita una inversión de 49.772,31 dólares de las cuales

el 38% será financiado con capital propio y el 62% con crédito en el Banco Nacional de Fomento con una tasa de interés del 14% anual con un plazo de cinco años. El costo total en el primer año es de 23.120,00 con un precio de venta al público de 6 USD el pollo ahumado, teniendo como ingreso por ventas de 138.720,00 dólares, con una utilidad neta 13.179,46 dólares

Al realizar la evaluación financiera se determinó que la Tasa Interna de Retorno es del 38,44%. La Relación Beneficio Costo en el presente proyecto es de 1,25; esto significa que por cada dólar invertido se obtiene una utilidad de 0.45 centavos de dólar. La inversión del presente proyecto se recuperará en 4 años, 1 meses, 12 días, sin afectar la rentabilidad del proyecto, determinando de esta manera que el proyecto es factible.

## **7.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA.**

En el cuadro 12; concerniente a la oferta de carne de pollo ahumado, se visualiza que la mejor oferta de carne de pollo ahumado es en los supermercados con 6300 kg de venta al año, luego en las distribuidoras de carne con 1500 kg y finalmente en tiendas de barrio con 900 kg. Por lo cual significa que el estudio de factibilidad realizado para la creación de la micro – empresa empezaría en una primera etapa solo cubriendo el mercado insatisfecho y en una segunda etapa conforme vaya creciendo la micro empresa e ira entrando al mercado para cubrir la demanda actual del pollo ahumado, toda vez que existe suficiente mercado para la distribución de este producto, tomando en cuenta que en los supermercados ofertan por mes 525 Kg y por año 6300 Kg el pollo ahumado, una información oportuna para el emprendimiento de la micro – empresa.

En el cuadro 13; concerniente a si hay suficiente mercado para el pollo ahumado, podemos observar que el 80 % de la población encuestada responden que si hay suficiente mercado para la venta de la carne de pollo

ahumado, mientras que el 20%, responde que no hay suficiente mercado para carne de pollo ahumado. Por lo tanto un alto porcentaje manifiesta que si existe mercado para la venta del pollo ahumado, dato importante para la implementación de la micro – empresa.

En el cuadro 14; concerniente a cuantos kg de pollo ahumado produce por mes, podemos observar que el 100% de los encuestados manifiestan que se produce entre 150 a 200 kg/mes de carne de pollo ahumado. Con este dato la producción mensual del producto estaría entre los 150 a 200 Kg/mes dato que será tomado en cuenta para la implementación de la micro – empresa.

En el cuadro 15; concerniente a qué precio vende el pollo ahumado entero, podemos ver que el 40% de la población encuestada, manifiestan vender el pollo ahumado entero entre 9 y 10 dólares, el 20% dice venderlo entre 8,50 a 9,00 dólares, así mismo el 20% dice venderlo entre 8,00 a 8,50 dólares y finalmente el otro 20% dice venderlo entre 7,50 a 8,00 dólares. Datos importantes para poder determinar el precio de nuestro producto en la micro – empresa a implementar.

En el cuadro 16; concerniente a cuantos kg de pollo ahumado vende mensualmente, podemos ver que el 60% de la población encuestada manifiestan vender entre 150 a 200 kg de pollo ahumado al mes, el 20% responden que venden entre 100 a 150 kg de pollo ahumado al mes, así mismo el 20% restante vende entre 50 a 100 kg de pollo ahumado por mes. Por lo tanto se debe tomar en cuenta los 150 a 200 Kg que comercializan mensualmente, misma información oportuna que nos sirve para la implementación de la micro – empresa.

En el cuadro 17; concerniente por qué no produce más pollo, podemos observar que el 100% de los encuestados manifiestan que no producen más carne de pollo ahumado porque hace falta tomar más pedidos. Por lo tanto se

puede determinar que no producen más carne de pollo ahumado por la falta de pedidos, siendo esto una fortaleza para la micro – empresa a crear, diseñando una mejor forma de tomar los pedidos.

En el cuadro 18; concerniente a de qué manera se realiza la venta de pollo ahumado, podemos observar que el 80% de los encuestados manifiestan que la carne de pollo ahumado se vende al contado mientras que el 20% restante manifiestan que venden la carne pollo ahumado a crédito. La mayoría vende la carne de pollo ahumado al contado.

En el cuadro 19; concerniente a cuál de estas características es importante para usted al comprar carne de pollo ahumado, el 40% de los encuestados manifiestan tener preferencias al momento de comprar carne de pollo ahumado por la marca, el 20% respondió tener preferencias al momento de comprar carne de pollo ahumado por el empaque, el otro 20% tienen preferencias al momento de comprar carne de pollo ahumado por el precio y el 20% restante tienen preferencias al momento de comprar carne de pollo ahumado por el color de la carne. Por lo tanto en los diferentes supermercados, distribuidores de carne y tiendas del barrio de la ciudad de Zamora tienen una mayor venta o preferencia de compra de pollo ahumado por la marca del pollo, además en los diferentes negocios manifiestan que si es factible la introducción de una nueva marca de origen y calidad local, de buena calidad y buena presentación, de manera que será tomado en cuenta para la implementación de la nueva micro – empresa.

En el cuadro 20; concerniente a las experiencias que no le han gustado al comprar su pollo ahumado, podemos observar que el 100% de la población encuestada manifestó que el poco peso del pollo ahumado es una de las malas experiencias vividas al momento de comprar carne de pollo ahumado. Por lo tanto cabe indicar que el peso del producto para los consumidores, es una de



las malas experiencias vividas de manera que será tomado en cuenta para la nueva micro – empresa a implementar.

### **7.3. ANALISIS FINANCIERO DEL PROYECTO.**

El tamaño del proyecto se encuentra sujeto al estudio del mercado, mismo que identifique las necesidades de la población neta, demanda insatisfecha o déficit de carne de pollo ahumado para satisfacer las necesidades alimentarias de los pobladores de la ciudad de Zamora, así mismo, se consideró a partir de la información de mercado, determinar la capacidad de los equipos, grado de tecnificación, tipo de procesamiento y el abastecimiento de la materia prima para el procesamiento del pollo ahumado.

Se toma en cuenta la demanda insatisfecha anual que es de 8.770,00 Kg y las proyecciones calculadas en el proyecto, la implantación de la microempresa de producción de pollo ahumado en la ciudad de Zamora es muy rentable por los siguientes motivos:

- Porque no existe otra micro empresa procesadora del pollo ahumado en esta ciudad.
- En el supermercado, distribuidores de carne y tiendas del barrio están dispuestos a comprar un producto de buena calidad y buena presentación.
- Porque la oferta actual del pollo ahumado no abastece la demanda actual de la ciudad de Zamora.

Para el estudio económico del proyecto se partió del conocimiento de la segmentación del mercado, la existencia de un potencial atractivo, el tamaño adecuado, el análisis de los procesos de producción, así como los costos, que incurren, las inversiones necesarias para la ejecución del proyecto, sin embargo, es importante mencionar que la factibilidad de ejecución o

rentabilidad del proyecto se estableció a partir de los indicadores de rentabilidad.

Para empezar el proyecto necesitaremos una inversión de 49.772,31 dólares, con una inversión propia de 18.772,31 dólares y una inversión externa de 31.000,00 dólares el cual se va a realizar el pago al 14% anual y para 5 años.

El estado de perdida y ganancia proyectado a 5 años nos permite deducir que la utilidad en operaciones en el primer año es de 13.246,68 dólares y en el quinto año de 14.620,60 dólares, como consecuencia del crecimiento paulatino de los volúmenes de producción y la eficiencia con la que debe manejar la micro - empresa.

Desconectando los gastos financieros y los impuestos, la utilidad final sobre las ventas en el primer año es de 13.246,68 dólares y en el quinto año de 14.620,60 dólares, lo que indica una sostenibilidad de la empresa en mantenerse los precios y la demanda para la implantación de un micro – empresa de pollo ahumado en la ciudad de Zamora.

En el flujo de caja proyectada de la micro – empresa, nos permite deducir que el flujo de caja económica u operacional nos advierte que para el primer año tendremos -49.772,31 dólares y en el quinto año tendremos 14.536,84 dólares, los cuales cubren los intereses, las amortizaciones del crédito y los impuestos de ley.

El saldo final del flujo de caja financiero señala que el primer año es negativo de -49.772,31 dólares y el quinto año de 17.887,17 dólares, siendo los excedentes de caja que se generen tengan que mantenerse para futuras renovaciones y reposiciones de equipos y maquinaria, inversiones complementarias que se requieren, estrategias de comercialización e impulso de la venta, manejo de contingencia por el entorno económico o de

competencia y sobre todo para solventar posibles fluctuaciones en la compra de materia prima.

El valor Actual Neto es de 44,04 mismo que se logró a partir de los flujos de inversión medidos por los activos fijos, directos y el capital de trabajo inicial necesario para llevar a cabo la ejecución del proyecto de procesamientos de pollo ahumado, el monto requerido es de 40.210,38 dólares como se observa el Flujo Neto de operaciones está comprendido por el valor que genera el proyecto en su actividad normal, es decir recuperaciones menos todos los costos y gastos de operaciones que representan desembolsos en efectivo.

Además en el cuadro 24, se presenta el Beneficio Costo, el mismo que es de 1,25 revelando que por cada dólar invertido en la empresa de procesamiento de pollo ahumado se logra una recuperación de 0,45 dólares, que bajo las condiciones pertinentes del proyecto es muy tangible, el periodo de recuperación de la inversión realizada en este proyecto es de 4 años, 1 meses y 12 días.

El proyecto revela que para efecto de las estimaciones del TIR para 5 años, valores de retorno luego de 5 años de vida del proyecto de 38,44% para los activos fijos, activos intangibles y el capital de trabajo, este indicador advierte la situación real del proyecto y revela una posición satisfactoria que es rentable.

## 8. CONCLUSIONES

- ❖ Se tiene como demanda real en el año base de 23120 Kilogramos de pollo ahumado, con una oferta en el mismo año de 8770 Kilogramos, la misma que nos permite determinar la demanda insatisfecha de 8770 Kilos de pollo ahumado.
- ❖ El personal que trabajara en la empresa será de 4 trabajadores permanentes que están a cargo de las siguientes áreas: administrativa, ventas y producción del pollo ahumado, además se contara con personal temporal solo para la producción del pollo ahumado para esto, se contratara 8 personas.
- ❖ El presente proyecto exhibe una inversión de 49.772,31USD de los cuales 18.772,31 el 38% de la inversión total, el 62% que viene a ser el monto de 31.100,00USD se lo adquirirá mediante un crédito en el Banco nacional de Fomento el cual ofrece la tasa de interés al 14% en 10 cuotas semestrales por el lapso de 5 años.
- ❖ Para cubrir los costos de producción y operación, es necesario vender 23.120,00Kg a 6,00USD el Kg de esta manera accesible para el consumidor final generando un ingreso de 138.720,00USD.
- ❖ Al realizar la evaluación financiera se determinó que luego de haber recuperado la inversión se tiene un beneficio de 49.772,31 dólares con una Tasa Interna de retorno del 38,44%.
- ❖ La relación Beneficio Costo en el presente proyecto es de 1,25; esto significa que por cada dólar invertido se obtiene una utilidad de 0,45 centavos de dólar, sin afectar la rentabilidad del proyecto, determinando de esta manera que el proyecto es factible.

## 9. RECOMENDACIONES

- ❖ La implementación de la micro – empresa de pollo ahumado en la ciudad de Zamora, es factible debido a que en la ciudad de Zamora no existen micro – empresas de este tipo, y así se puede tener más demanda de los habitantes de esta ciudad, y como no decir de la provincia.
- ❖ Optimizar el control de calidad del pollo ahumado, realizando a lo largo de todo el proceso productivo, desde la recepción de la materia prima hasta su almacenamiento, distribución y comercialización del producto terminado ya que estas podrían constituir fallas en las medidas de prevención y podrían exponer al consumidor a riesgos inaceptables por descomposición, adulteración, etc.
- ❖ El emprendedor debe diversificar la producción que se ajusten a la necesidad y preferencias de los consumidores tomando en cuenta la calidad, precio y el servicio.
- ❖ A partir del quinto año, se debe aumentar el recurso humano dentro de la empresa, es decir, aumentar la mano de obra y el personal administrativo, esto con el fin de disminuir la carga laboral y mejorar los procesos operativos y administrativos de la empresa.
- ❖ Impulsar un plan de publicidad con el fin de posicionar a la micro – empresa y productos en la ciudad de Zamora y como no decir a nivel de toda la provincia de Zamora Chinchipe.
- ❖ Elaborar una planificación que le permita cumplir sus metas y directrices, para que utilizando una herramienta financiera importante como el presupuesto, pueda alcanzarlos.

## 10. BIBLIOGRAFÍA

- ❖ Biblioteca del campo, Manual Agropecuario, TECNOLOGÍAS ORGÁNICAS DEL GRANJA INTEGRAL AUTOSUFICIENTE, pp. 349-358.
- ❖ Volvamos al Campo, Biblioteca Agropecuaria.
- ❖ Técnico en ganadería, tomo 1.
- ❖ RAMON R., 2013, ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL ANÁLISIS FINANCIERO DE LA EMPRESA AGROPECUARIA DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN DE POLLO EN LA CIUDAD DE SARAGURO, Universidad Nacional de Loja, Modalidad de Estudios a Distancia Loja-Ecuador, pp. 14, 15, 16,17.
- ❖ <http://es.wikipedia.org/wiki/Broiler>
- ❖ <http://www.vitonica.com/proteinas/carne-de-pollo-i-su-composicion-nutricional>
- ❖ <http://crianzadepollos.blogspot.com/2009/07/clasificacion-taxonomica.html>
- ❖ <http://www.directodelcampo.com/desctags/Ahumados>
- ❖ <http://aprendiendosobrelacarne.blogspot.com/2009/11/ahumado-de-carne-y-aves.html>
- ❖ <http://es.scribd.com/doc/55784258/Pollo-Ahumado#scribd>

- ❖ [http://www.guiaepicureo.com.ar/ahumados/que\\_es\\_el\\_ahumado.htm](http://www.guiaepicureo.com.ar/ahumados/que_es_el_ahumado.htm)
- ❖ <http://www.directodelcampo.com/desctags/Ahumados>
- ❖ <http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa>
- ❖ <http://www.monografias.com/trabajos11/empre/empre.shtml#ixzz32TDxD4L6>
- ❖ <http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa>
- ❖ <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/2484/1/02%20ICA%20558%20TESIS.pdf>
- ❖ <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/1555/3/02%20ICA%20190%20CAPITULO%20II%20MARCO%20TE%20C3%93RICO.pdf>
- ❖ <http://es.wikipedia.org/wiki/Microempresa>
- ❖ [RAMON R., 2013, ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL ANÁLISIS FINANCIERO DE LA EMPRESA AGROPECUARIA DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN DE POLLO EN LA CIUDAD DE SARAGURO, Universidad Nacional de Loja, Modalidad de Estudios a Distancia Loja-Ecuador, pp. 14, 15.](#)
- ❖ <http://www.gestiopolis.com/canales/emprededora/articulos/20/congenpro.htm>
- ❖ <http://es.wikipedia.org/wiki/Factibilidad>
- ❖ <http://estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com/2010/09/factibilidad-y-viabilidad.html>

- ❖ <http://www.alegsa.com.ar/Dic/factibilidad.php#sthash.u6s6fjNP.dpuf>
- ❖ <https://www.google.com/search?q=evaluacion+economica+y+financiera+de+microempresas&ie=utf-8&oe=utf-8>
- ❖ <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/2484/1/02%20ICA%20558%20TESIS.pdf>
- ❖ [HERNANDEZ. F. \(2005\). Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Thomson - México.](#)
- ❖ [MIRAGEM, S. \(1982\). Guía para la elaboración de Proyectos de desarrollo Agropecuario, San José - Costa Rica](#)
- ❖ [BACA, G. \(2010\). Evaluación de proyectos \(sexta ed.\). México: Mc Graw Hill.](#)
- ❖ <https://www.google.com/search?q=evaluacion+economica+y+financiera+de+microempresas&ie=utf-8&oe=utf-8>
- ❖ [http://www.aeca1.org/pub/on\\_line/comunicaciones\\_aal2011/cd/10b.pdf](http://www.aeca1.org/pub/on_line/comunicaciones_aal2011/cd/10b.pdf)
- ❖ [http://es.wikipedia.org/wiki/Valor\\_actual\\_neto](http://es.wikipedia.org/wiki/Valor_actual_neto)
- ❖ [SARANGO, 2010. Formulación y Evaluación de Proyectos Agropecuarios. Loja: Universidad Nacional de Loja.](#)



## **11. ANEXOS**

### **RESUMEN DEL PROYECTO**

#### **TEMA**

"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO-EMPRESA DE PRODUCCIÓN DE POLLO AHUMADO EN LA CIUDAD DE ZAMORA, CANTÓN ZAMORA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE".

#### **PROBLEMÁTICA**

La avicultura es una actividad en pleno desarrollo en el país, desde 1992, el consumo de carne de ave se incrementó en el Ecuador, además la avicultura es la práctica de cuidar y criar aves como animales domésticos con diferentes fines, debido a la gran demanda de sus productos por todos los estratos de la población, incluso habiéndose ampliado los volúmenes de ventas y contribuido positivamente al crecimiento del sector agropecuario.

La carne de pollo broilers es un alimento de consumo diario en el Ecuador, debido a la factibilidad para la crianza, precocidad y por su valor nutritivo, dándoles un valor agregado con el fin de mejorar su sabor y otras características organolépticas, por eso se lo está ofertando en forma de ahumado el cual mucha gente lo prefiere por su sabor y preparación.

Al existir una buena demanda del consumo de la carne de pollo ahumado en la ciudad de Zamora, aunque resulta ser un producto de consumo nuevo, este ha logrado tener una gran aceptación en la población.

Se realiza el estudio de factibilidad para la creación de una micro – empresa para la producción de pollo ahumado en la ciudad de Zamora, toda vez que el mayor porcentaje de producción de pollo ahumado se la realiza fuera de la provincia, siendo los costos más elevados, por lo tanto se divisa la necesidad de crear una micro – empresa productora y comercializadora de este tipo de producto en esta ciudad.

## **OBJETIVOS.**

Para cumplir con la presente investigación se plantearon los siguientes objetivos.

### **Objetivo general.**

- ❖ Realizar un estudio de factibilidad para la implantación de una Micro-Empresa para la producción de pollos ahumados en la ciudad de Zamora, enfocada a satisfacer las necesidades de los consumidores.

### **Objetivos específicos.**

- ❖ Realizar la evaluación económica y financiera de la Micro-Empresa de producción de pollos ahumados en la zona de estudio.
- ❖ Satisfacer la demanda local de carne de pollo ahumado, en la ciudad de Zamora.

## **JUSTIFICACIÓN**

El estudio de factibilidad para la creación de una micro - empresa para la producción de pollo ahumado en la ciudad de Zamora, provincia de Zamora Chinchipe, es una propuesta innovadora para toda la población de la ciudad de Zamora, la localización de la micro – empresa se da en base al clima que tiene

este lugar, así creando un lugar propicio para desarrollar este estudio antes mencionado.

La idea de elaboración y comercialización del pollo ahumado surge de la necesidad de brindar al mercado provincial un producto de buena calidad.

Por tal motivo se ha visto la necesidad de proponer una nueva alternativa de creación de una micro – empresa para la producción de pollo ahumado en la ciudad de Zamora, con la realización del presente proyecto de factibilidad permitirá dinamizar la economía de la provincia y como no decir del país, por las razones expuestas el tema de investigación del proyecto de tesis estaría debidamente justificado.

## **METODOLOGIA**

La presente investigación se desarrolló en la ciudad de Zamora, cantón Zamora, provincia de Zamora Chinchipe, la cual se encuentra ubicada al suroeste del Ecuador, se encuentra situada alrededor de 970 metros sobre el nivel del mar, entre la confluencia de los ríos Zamora, Bombuscaro y Jamboé, el presente proyecto tuvo una duración de seis meses.

Zamora es una ciudad pequeña, capital de la provincia de Zamora Chinchipe, y cabecera del cantón Zamora, se encuentra ubicado al noroeste de la provincia de Zamora Chinchipe, tienen una extensión de 1856.7 Km<sup>2</sup>, limita con los siguientes cantones:

**Norte:** Cantón Yacuambi.

**Sur:** Cantón Palanda.

**Este:** Cantones Yantzaza, Centinela del Cóndor y Nangaritzza.

**Oeste:** Provincia de Loja.

Según el INEC para el año 2012 el cantón Zamora tiene una población de 13.633 habitantes, dentro de la hidrografía, tenemos que los principales ríos son; Bombuscaro, Zamora, Jamboé y Sabanilla, el clima es Templado, Subtropical Húmedo tiene un temperatura promedio de 18 a 22°C, con una precipitación que varía entre los 1.000 a 2.000 mm, la altitud de la ciudad de Zamora es de 950 msnm, la accesibilidad la realizan mediante vía terrestre, por la Troncal Amazónica y la Vía Loja-Zamora, existe una distancia desde la ciudad de Loja de 60 Km.



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y PRODUCCIÓN AGROPECUARIA  
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**

**ENCUESTA # 01**

**ANALISIS DE LA DEMANDA**

**Apreciado Sr. /Sra.**

La Egresada de la **Carrera de Administración y Producción Agropecuaria** de la Universidad Nacional de Loja, me encuentro realizando una encuesta que me permita recopilar información para realizar la investigación sobre: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO-EMPRESA DE PRODUCCIÓN DE POLLO AHUMADO EN LA CIUDAD DE ZAMORA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”**, motivo por el cual solicito su valiosa colaboración en la contestación de las siguientes preguntas.

Nombre.....  
Sexo:....., Edad  
(años).....,  
Lugar:.....  
Fecha:.....

**1. Formas de consumir carne de pollo:**

Procesada....., No Procesada.....

**2. Consume carne de pollo ahumado:**

Si....., No.....

**3. Por qué consume carne de pollo ahumado:**

Porque es rico.....,  
Porque tiene una características especial.....,  
Otras.....

**4. Kg de pollo ahumado consume (FRECUENCIA DE CONSUMO):**

Diariamente....Semanalmente.....Quincenalmente.....Mensualmente....

**5. Por qué no compra más pollo ahumado:**

Dieta Variada.....Precios Elevados.....Falta de Oferta.....

**6. Cantidad de consumo de pollo ahumado por mes/año:**

1,1-2 Kg..... 2,1-4 Kg.....4,1-6 Kg..... 6,1-8Kg.....

**7. Cuánto paga actualmente por una libra de pollo ahumado:**

\$ 2,01-3..... \$ 3,01-4..... \$ 4,01-5.....

**8. Cuanto pagaría máximo por una libra de pollo ahumado:**

\$ 2,01-3..... \$ 3,01-4..... \$ 4,01-5.....

**9. Donde compra usted la carne de pollo ahumado**

Supermercado..... Distribuidor de Cárnicos.....Tienda del barrio.....

**10. Esta de acuerdo con el distribuidor actual:**

Si..... No.....

**11. Que lo haría fiel a un distribuidor de pollo ahumado**

Calidad del producto.....

Que el producto sea accesible.....

Precios bajos.....

Buena atención al cliente.....

**GRACIAS POR SU COLABORACION**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y PRODUCCIÓN AGROPECUARIA  
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**

**ENCUESTA # 02**

**ANALISIS DE LA OFERTA**

**Apreciado Sr. /Sra. Vendedor/a**

La Egresada de la **Carrera de Administración y Producción Agropecuaria** de la Universidad Nacional de Loja, me encuentro realizando una encuesta que me permita recopilar información para realizar la investigación sobre: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO-EMPRESA DE PRODUCCIÓN DE POLLO AHUMADO EN LA CIUDAD DE ZAMORA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”**, motivo por el cual solicito su valiosa colaboración en la contestación de las siguientes preguntas.

Nombre del productor o negocio.....  
Lugar:.....  
...Fecha:.....

**1. Venta de la carne de pollo ahumado:**

Supermercado.....Distribuidor de carnes.....Tienda del barrio.....

**2. Hay suficiente mercado para pollo ahumado:**

Si..... No.....

**3. Cuantos kg de pollo ahumado vende por mes:**

10 a 50..... 50 a 100..... 100 a 150..... 150 a 200.....

**4. A qué precio vende el Kg de pollo ahumado entero:**

7,5 a 8,00 \$..... 8,00 a 8,50 \$.... 8,50 a 9,00 \$..... 9,00 a 10,00 \$.....

**5. Cuantos kg de pollo ahumado vende mensualmente:**

10 a 50..... 50 a 100..... 100 a 150..... 150 a 200.....

**6. Por qué no produce más pollo:**

Falta tomar pedidos..... Falta materia prima..... Falta demanda.....

**7. De qué manera se realiza la venta de pollo ahumado:**

Al contado..... A crédito.....

**8.Cuál de estas características es importante para usted al comprar carne de pollo ahumado:**

Precio..... Peso..... Empaque..... Marca..... Color de la carne.....

**9. Experiencias que no le han gustado al comprar su pollo ahumado:**

Poco peso.....  
Mucha grasa.....  
Carne mal procesada.....  
Olor a balanceado.....  
Por higiene.....

**GRACIAS POR SU COLABORACION**







## ÍNDICE

<b>CONTENIDOS</b>	<b>PÁG</b>
– PORTADA	i
– APROBACIÓN	ii
– CERTIFICACIÓN	iii
– AUTORÍA	iv
– CARTA DE AUTORIZACIÓN	v
– DEDICATORIA	vi
– AGRADECIMIENTO	vii
1. TÍTULO	1
2. RESUMEN	2
3. INTRODUCCIÓN	6
4. REVISIÓN DE LITERATURA	9
5. MATERIALES Y MÉTODOS	29
6. RESULTADOS	38
7. DISCUSIÓN	92
8. CONCLUSIONES	101
9. RECOMENDACIONES	102
10. BIBLIOGRAFÍA	103
11. ANEXOS	106