



1859

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE POLLOS EN LA CIUDAD DE ZAMORA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE, PARA EL AÑO 2015”

Tesis previa a la obtención del
Grado de Ingeniero Comercial

AUTOR:

José David Soto Piedra

DIRECTOR DE TESIS:

Ing. Leoncio Miguel Orellana, M.A.E

LOJA – ECUADOR

2016

Ing. Leoncio Miguel Orellana, M.A.E., Docente del Plan de Contingencia de la Carrera de Administración de Empresas del Área Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja.

CERTIFICA:

Que el presente trabajo investigativo titulado “**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE POLLOS EN LA CIUDAD DE ZAMORA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE, PARA EL AÑO 2015**”, presentado por el aspirante José David Soto Piedra, previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial, ha sido dirigido y revisado durante su ejecución por lo cual autorizo su presentación.

Loja, noviembre 10 del 2015



Ing. Leoncio Miguel Orellana, M.A.E.

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, José David Soto Piedra, declaro ser autor del presente trabajo de Tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

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

Autor: José David Soto Piedra

Firma: 

Cédula: 1900447358

Fecha: 10 de Mayo del 2016

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA AUTORIZACIÓN, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO


Yo, José David Soto Piedra, declaro ser autor (a) de la Tesis titulada: **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE POLLOS EN LA CIUDAD DE ZAMORA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE, PARA EL AÑO 2015**, como requisito para optar al Grado de INGENIERO COMERCIAL. 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 RDI, en las redes de información del país y del exterior, con los 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 10 días del mes de Mayo del dos mil dieciséis, firma El Autor.

FIRMA:



AUTOR: José David Soto Piedra

CÉDULA: 1900447358

DIRECCIÓN: Av. Celestino Márquez. Barrió Santa Elena

CORREO ELECTRÓNICO: davidsotopiedrattz@gmail.com

TELÉFONO: 0983317863

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Leoncio Miguel Orellana, M.A.E.

TRIBUNAL DE GRADO:

Ing. Adalberto Fausto Morocho Pintado, Mgs (Presidente)

Ing. Raúl Filiberto Encalada Rojas, Mgs (Vocal)

Ing. Juan Gabriel Vacacela Pineda, Mgs. (Vocal)

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Nacional de Loja, que a través del Plan de Contingencia, me ha permitido llevar a cabo la siguiente tesis, de la Carrera de Administración de Empresas. A todas las autoridades y docentes que han sido partícipes de esta trayectoria.

En especial atención a mi Director de Tesis, Ing. Leoncio Miguel Orellana, M.A.E., quien me orientó para poner en práctica todo lo estudiado en el transcurso de este trabajo investigativo, motivo por lo cual puedo presentar esta Tesis, que sin lugar a dudas influirá de manera positiva y aportará al mejoramiento empresarial de la región sur del país.

José David Soto Piedra

DEDICATORIA

Dedico este trabajo primeramente a Dios por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos.

A mis padres, Fausto y Tania por su dedicación y apoyo incondicional.

A mi esposa, Alondrae hijas que durante estos años ha sido el pilar fundamental en mi formación.

Y a todos mis seres queridos y amigos que de alguna manera me han demostrado su aprecio y ánimo para llevar a cabo este trabajo.

José David Soto Piedra

a. Título

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE POLLOS EN LA CIUDAD DE ZAMORA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE, PARA EL AÑO 2015.

b. Resumen

El presente estudio se realizó enfocándolo en el objetivo general previamente planteado en el anteproyecto, es decir: Determinar la viabilidad comercial de la implementación de una empresa procesadora y comercializadora de pollos en la ciudad de Zamora, provincia de Zamora Chinchipe

Con este propósito se efectuó el análisis basado en métodos tales como el inductivo, deductivo y estadístico. Además de la aplicación de técnicas de investigación como la observación directa y la aplicación de encuestas a las familias consumidoras de carne de pollo en Zamora, lo que resultó en 375 encuestas.

Luego del análisis de las encuestas aplicadas a familias consumidoras de carne de pollo se pudo realizar el estudio de mercado, con la que se pudo determinar que existe una demanda efectiva de 405.483 libras de pollo frente a una oferta de 182.400 libras de pollo ofertadas en la ciudad de Zamora. Con lo que se pudo determinar una demanda insatisfecha de 223.845 libras de carne de pollo en la referida ciudad.

Con el estudio técnico se determinó que la capacidad instalada de la planta puede ser de 192.000 libras de pollo al año. Sin embargo, la empresa en su primer año de operación se iniciará con el 85% de su capacidad instalada, es decir producirá 163.200 libras de pollo.

La planta estará ubicada en el barrio Tunantza, que de acuerdo a la aplicación de la matriz de microlocalización resultó tener la calificación más alta en comparación a otra ubicación propuesta.

Con la ingeniería del proyecto se estableció el proceso productivo de procesamiento de pollo.

En la organización administrativa se estableció que la empresa se creará como una Compañía de Responsabilidad Limitada, por lo que su razón social será “Don Pollo Cía. Ltda.”

Con el estudio financiero se logró determinar el monto de la inversión inicial para el inicio de operaciones de la empresa en USD. \$56.131,65 dólares de los Estados Unidos de América y su financiamiento será 30% con aportaciones de capital de los socios y 70% con crédito bancario.

La evaluación financiera arrojó los siguientes resultados: El Valor Actual Neto del presente proyecto es mayor a uno y positivo, por lo tanto de acuerdo a esta variable se acepta el proyecto. La Tasa Interna de Retorno del presente proyecto es de 17,90%, cifra superior a la tasa de descuento que es del 10,47%, por lo tanto de acuerdo a los criterios de evaluación el proyecto es factible su realización. El capital invertido se recupera en 1 años, 10 meses y 27 días, tiempo inferior a la vida útil del proyecto que es de 10 años, por lo tanto se concluye que el proyecto es factible. De

acuerdo al índice de relación beneficio-costo, la empresa recuperará veinte centavos de dólar de los Estados Unidos de América por cada dólar invertido en el proyecto. Finalmente, de acuerdo al último criterio de evaluación, con el análisis de sensibilidad estableciendo un incremento del 12,68% en los costos y una disminución del 10,55% en los ingresos, el resultado es positivo en ambos casos por tanto el proyecto es factible realizarlo.

Como también se efectuó el estudio del impacto ambiental y social con la finalidad de mitigar riesgos en cuanto al daño que pueda ocasionarse al medio ambiente.

Por lo tanto en base a los criterios de evaluación financiera y luego de haber efectuado el estudio del impacto ambiental, se concluye que es factible la ejecución del proyecto.

Abstract

The present study was conducted focusing on the overall target previously raised in the draft, ie determine the commercial feasibility of implementing a processing and marketing company of chickens in the city of Zamora province of Zamora Chinchipe.

For this purpose based methods such as inductive, and deductive Statistical analysis was performed. In addition to the application of research techniques such as direct observation and implementation of surveys of households consuming chicken meat in Zamora, resulting in 375 surveys.

After analyzing the surveys of consumer families chicken meat could be performed market research with which it was determined that there is an effective demand of 405.483 pounds of chicken against an offer of 182.400 pounds of tendered chicken in city of Zamora. With what could determine unmet demand for 222.845 pounds of chicken meat in that city.

With technical study it determined that the installed capacity of the plant can be 192.000 pounds of chicken a year. However, the company in its first year of operation will start with 85% of its installed capacity, ie it will produce 163.200 pounds of chicken.

The plant will be located in the Tunantza neighborhood, according to the application microlocalization matrix was found to have the highest rating compared to other proposed location.

With the project engineering the production process chicken processing was established.

In the administrative organization it was established that the company was created as a Limited Liability Company, so its name is "Don PolloCia. Ltda."

With financial study it was determined the amount of the initial investment for the start of operations of the company and its financing \$ 56,131,65 dollars of the United States of America will be 30% with equity contributions from the partners and 70% with bank credit.

The financial evaluation produced the following results: the net present value of the project is greater than one and positive, so according to this variable is accepted the project. The internal rate of return of this project is 17,90%, higher than the cost of capital is 10,47% figure, thus according to the evaluation criteria for the project is feasible realization. Invested capital is recovered in 1 years, 10 months and 27 days shorter than the useful life of the project is 10 years time, therefore it is concluded that the project is feasible. According to the rate of benefit-cost ratio, the company recovered

twenty cents for each dollar invested in the project. Finally, according to the latest evaluation criteria, with sensitivity analysis by setting a 12,68% increase in their costs and 10,55% in the revenues, the result is positive so the project is feasible to do.

As the study of environmental and social impact in order to mitigate risks regarding damage that may result to the environment was also carried out.

Therefore based on the criteria of financial evaluation concludes that the project implementation is feasible.

c. Introducción

La avicultura es un tema extenso que tiene diferentes etapas y procesos, donde están involucrados grandes y pequeños empresarios, en el que se puede aprovechar el creciente mercado de consumo de pollos.

El presente trabajo tiene como título: Proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa procesadora y comercializadora de pollos en la ciudad de Zamora, provincia de Zamora Chinchipe, para el año 2015, y cuyo objetivo general es determinar su viabilidad. Para la elaboración de este proyecto ha sido necesario realizar una investigación de campo y bibliográfica de acuerdo a los temas a tratar y a las áreas escogidas.

En primer lugar, se determinó la población objeto de estudio, en este caso las familias habitantes y consumidoras de pollo, a quienes se aplicó una encuesta para determinar gustos, frecuencia de consumo, preferencias en cuanto al producto referido. La muestra de aplicación de encuestas se estableció en 375 encuestas a las familias habitantes de Zamora.

Previo a la aplicación de la encuesta se definió el uso de los respectivos métodos de investigación que facilitarán su aplicación: método inductivo, deductivo y estadístico. Además de la aplicación de técnicas como observación directa y encuestas, cuyo objetivo fue mencionado anteriormente.

Se realizó un estudio de mercado para determinar la demanda y oferta del mercado potencial, real y efectivo para el procesamiento y comercialización de pollo en la ciudad de Zamora.

En base a los resultados de estudio de mercado, se elaboró un estudio técnico para crear la empresa de procesamiento y comercialización de pollo, con el objetivo de determinar el tamaño del proyecto en cuanto a la capacidad instalada y utilizada. Además, con la matriz de microlocalización se definió el mejor lugar para la ubicación de la empresa.

Se realizó un estudio organizacional de la empresa, para determinar el tipo de organización, su razón social y su estructura orgánica y funcional.

Se realizó el análisis financiero, con el fin de conocer el monto de inversión necesaria y las mejores fuentes de financiamiento para la obtención del capital.

Mediante la evaluación financiera se pudo comprobar la factibilidad de este proyecto, como también se efectuó el estudio de impacto ambiental y social para fortalecer el proyecto en relación al medio ambiente.

Finalmente se da a conocer las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

d. Revisión de literatura

d.1. Marco referencial

d.1.1. Definición de Avicultura

“El cuidado de las aves, el fomento a su reproducción y el aprovechamiento de sus productos (carne, huevos o plumas) se conoce como avicultura.

d.1.2. Pollo Broiler

Broiler hace referencia a una variedad de pollo desarrollada específicamente para la producción de carne.

Los pollos de tipo broiler se alimentan especialmente 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.”¹

d.1.3. El procesamiento de pollo

¹ Vaca, Leonel. (2009). Producción Avícola. Quito, Ecuador: Editorial Océano. Edición I. ISBN 92-5-30-5075-6

“En la plantas de procesos de pollos podemos ver como en una década han evolucionado los gustos de los consumidores cada día buscando más productos de calidad. Cada día las plantas procesadoras de pollos procesan millones de pollos. Los pollos vivos entra por la parte de atrás de la planta, y por adelante salen los pollos de diferentes tipos de cortes en menos de 2 horas, todos en forma automática utilizando las más altas tecnologías americanos y europeos. Es increíble ver como los pollos son desplumados, eviscerados automáticamente en la presencia de los inspectores de calidad y los de salud que revisan los pollos individualmente. Después de la evisceración e inspección, los pollos pasan a los enfriadores industriales que bajan la temperatura a menos de 40°F eliminando todas las bacterias y aumentando la vida media de los pollos que llegan a los consumidores. Los pollos después pasan a los cortadores automáticos que corta los pollos según especificaciones de los consumidores y de allí se empaca los pollos en bandejas en forma herméticamente evitando que esto pollos tengan contacto directo con las manos o bacterias en el ambiente.

Los pollos en América Latina normalmente tienen más de 80% rendimiento, porque se utilizan casi todas las partes de pollos, como los menudos (mollejas, hígado, corazón, y hasta las patas. Hoy en día básicamente no se desperdicia nada del pollo, ya que las partes no comestibles como víscera, sangre o la pluma se convierten a sub-

productos como harina de víscera, pluma / sangre y son utilizado en los plantas de alimentos para mascotas. Un pollo bien procesado tiene casi 40% de carne pura siendo la mayoría carne blanca.”²

d.1.4. Información Nutricional del Pollo

“La carne de pollo es un alimento:

- Con bajo contenido calórico y graso.
- Con alto contenido de proteínas.
- Con valores de sodio y potasio proporcionales a las necesidades de nuestro organismo.
- Fuente de hierro y fósforo.
- Con predominio de grasas insaturadas: entre ellas se encuentran las grasas mono insaturadas como el ácido oleico y grasas poli insaturadas principalmente el ácido linoleico (omega 6), y ácidolinoléico (omega 3).

d.1.5. El Consumo de Carne de Pollo en el Ecuador

“El consumo de pollo en los hogares ecuatorianos ha crecido cinco veces más en los últimos 23 años. Mientras en 1991 cada persona consumía 7

² Vaca, Leonel. (2009). Producción Avícola. Quito, Ecuador: Editorial Océano. Edición I. ISBN 92-5-30-5075-6

kg al año, en el 2014 este indicador ya se ubicó en 35 kg, según la Corporación Nacional de Avicultores del Ecuador (Conave).

Si bien el crecimiento demográfico responde en parte a ese aumento, las empresas vinculadas al sector refieren que las estrategias de promoción del producto y el menor precio frente a otras proteínas de origen animal han impulsado el consumo a una tasa anual del 8%.³

d.2. Marco conceptual

d.2.1. Proyecto de Inversión

“Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias.

Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal.

³Vaca, Leonel. (2009). Producción Avícola. Quito, Ecuador: Editorial Océano. Edición I. ISBN 92-5-30-5075-6

Responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la prestación de servicios”.⁴

d.2.2. Proyecto de Factibilidad

“Sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo del proyecto, además de ser un conjunto de información que nos permite tomar la mejor decisión. Si procede o no su estudio, desarrollo o implementación. Su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen los estudios técnico, financiero, de mercado y administrativo.”⁵

“En el Estudio de Factibilidad intervienen cuatro grandes etapas:

- Identificación de la idea
- Pre inversión
- Inversión
- Operación

Un proyecto está formado por cuatro estudios principales:

1. Estudio de Mercado

⁴Gido, Jack & Clements, James. Administración Exitosa de Proyectos. México: CengageLearning Editores. Quinta Edición. ISBN 978-0-538-47897-7

⁵Hurtado, Fernando. (2011). Dirección de Proyectos. Bloomington, Estados Unidos. Primera Edición. ISBN 978-1-4633-0909-1

2. Estudio Técnico
3. Estudio Financiero
4. Estudio de Organización

d.2.3. Estudio de Mercado

“El mercado está formado por todos los demandantes y oferentes que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar de un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo.”⁶

d.2.3.1. Mercado

“Es el deseo que se tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago.

Producto.- Es todo aquello que puede proveer una satisfacción física o psicológica al usuario. El producto representa un conjunto de valores que son recibidos por el consumidor al pasar a su posesión o uso.

Precio.- Cantidad de dinero dada a cambio de una mercancía o servicio, es decir, el valor de una mercancía o servicio en términos monetarios.

⁶ Viniegra, Sergio. (2011). Entendiendo El Plan de Negocios. Bogotá, Colombia: Editorial Universitaria. Primera Edición. ISBN 978-1-4303-0684-9

Plaza.- Es el camino que recorre un producto o servicio desde el fabricante hasta su consumidor.

Promoción.- Tiene que ver con el sistema de difusión y consecución de la aceptación del producto por parte de los consumidores.”⁷

d.2.3.2. Demanda

“Es el número de unidades de un determinado bien o servicio que los consumidores están dispuestos a adquirir durante un periodo determinado de tiempo según determinadas condiciones de precios, calidad, ingresos, gastos de los consumidores, etc.

Demanda potencial.-Es el volumen máximo que podría alcanzar un producto o servicio en unas condiciones y tiempo determinado, y se expresa en unidades físicas o monetarias

Demanda efectiva.-Punto de la demanda en el que la oferta de los empresarios se corresponde con el nivel de empleo que maximiza sus expectativas de beneficio.

Demanda insatisfecha.-En este caso, los productos o servicios disponibles no son suficientes ni satisfacen la demanda de los

⁷Kotler, Philip & Lane Keller, Kevin. (2010). Dirección de Marketing. México. Editorial Pearson Educación. Duodécima Edición. ISBN 970-26-0763-9

destinatarios. Aquí, los especialistas deberán lograr el desarrollo de un nuevo producto o mejorar uno ya existente para colmar la brecha; cuando traten de satisfacer una demanda insatisfecha tendrán que distinguir entre una brecha en el nivel de satisfacción y un vacío en el tipo de satisfacción.

d.2.3.3. Oferta

La oferta es la cantidad de productos o servicios ofrecidos en el mercado. En la oferta, ante un aumento del precio, aumenta la cantidad ofrecida.”⁸

d.2.4. Estudio técnico

“En el análisis de la viabilidad financiera de un proyecto, el estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área. Técnicamente existirían diversos procesos productivos opcionales, cuya jerarquización puede diferir de la que pudiera realizarse en función de su grado de perfección financiera.

Por lo general, se estima que deben aplicarse los procedimientos y tecnologías más modernos, solución que puede ser óptima técnicamente, pero no serlo financieramente.

⁸Acosta Tobon, Alberto. (2010). Análisis de Mercado. Editorial Vértice. Primera Edición. ISBN 978-84-92556-13

d.2.4.1. Tamaño

“Por tamaño del proyecto entenderemos la capacidad de producción en un período de referencia. Técnicamente, la capacidad es el máximo de unidades (bienes o servicios) que se puede obtener de unas instalaciones productivas por unidad de tiempo.

El análisis del tamaño de un proyecto tiene por objeto dimensionar conjuntamente la capacidad efectiva de producción y su nivel de utilización, tanto para la puesta en marcha como en su evolución durante la vida útil del proyecto.

Capacidad instalada

Volumen de producción de bienes y/o servicios que le es posible generar a una unidad productiva de acuerdo con la infraestructura disponible.

Capacidad utilizada

Proporción de la capacidad instalada de una empresa que utiliza. También se considera a la parte de la capacidad para producir.”⁹

⁹ García Santillán, Arturo & Vásquez Cotera, Daniel. (2010). Proyectos de Inversión. Evaluación Integral. México: Pearson Educación de México. Segunda Edición. ISBN 978-970-68-63-881.

d.2.4.2. Localización

“Consiste en seleccionar el mejor lugar de emplazamiento del proyecto tomando en cuenta factores cuantitativos y cualitativos como cercanía a los grupos de interés, que incluye el acceso a clientes y proveedores, accesibilidad vial de la zona, seguridad, competencia directa e infraestructura presente en la zona.

d.2.4.3. Factores locacionales

Llamamos factores locacionales a los elementos que influyen en el análisis de localización. Actúan como parámetros orientadores, determinantes o restrictivos de la decisión. La siguiente es una relación de los más comunes:

- Ubicación de la población objetivo.
- Localización de materias primas e insumos.
- Existencia de vías de comunicación y de medios de transporte.
- Facilidades de infraestructura y de servicios públicos (energía, agua, alcantarillado, teléfono, etc.).
- Condiciones topográficas y calidad de suelos.
- Condiciones climáticas, ambientales y de salubridad.
- Control ecológico.
- Planes reguladores municipales y de ordenamiento urbano.

- Tendencias espaciales de desarrollo del municipio.
- Precio de la tierra.
- Sistema de circulación y tránsito urbano.
- Políticas, planes o necesidades de desconcentración.
- Protección y conservación del patrimonio histórico cultural.
- Tamaño.
- Tecnología.”¹⁰

d.2.4.4. Ingeniería del proyecto

“La ingeniería de un proyecto industrial tiene por objeto llenar una doble función:

Primero: La de aportar la información que permita hacer una evaluación económica del proyecto.

Segundo: La de establecer las bases técnicas sobre las que se construirá e instalará la planta, en caso de que el proyecto demuestre ser económicamente atractivo.

La primera fase de la ingeniería del proyecto consiste en la realización de una serie de actividades que tienen por objeto obtener la información necesaria para la adopción de un proceso de producción adecuado; es

¹⁰Ramírez, Elbar&Cajigas, Margot. (2009). Proyectos de Inversión Competitivos. Colombia. Universidad Nacional de Colombia. Primera Edición. ISBN 970-6-863-885

necesario que se seleccione la tecnología a utilizar, es decir, el paquete de técnicas, procesos y prácticas, la determinación de los insumos, de las materias primas y las obras civiles, etc. En la segunda fase se especifica la maquinaria, equipos y obras civiles para obtener cotizaciones y presupuestos, y con esta base, determinar la magnitud de la inversión requerida.”¹¹

d.2.4.5. Estudio organizacional

“En el estudio organizacional se define el marco formal: el sistema de comunicación y los niveles de responsabilidad y autoridad de la organización, necesaria para la puesta en marcha y ejecución de un proyecto. Incluye organigramas, descripción de cargos y funciones y los gastos administrativos necesarios para el posterior estudio económico y financiero.”¹²

d.2.4.6. Estructura legal

“Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley, entre ellos tenemos:

¹¹Fernández, Saúl. (2009). Los proyectos de inversión: evaluación financiera. San José, Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica. Tercera Edición. ISBN 978-958-648-855-6

¹²Gómez Ceja, Guillermo. (2009). Planeación y Organización De Empresas. México. Editorial Mc Graw Hill. Segunda Edición. ISBN 958-698-174-6

Acta constitutiva. Es el documento certificador de la conformación legal de la empresa, en él se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.

La razón social o denominación. Es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la Ley.

Domicilio. Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica.

Objeto de la sociedad. Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir o generar o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.

Capital social. Debe indicarse cuál es el monto del capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como este se ha conformado.

Tiempo de duración de la sociedad. Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente

para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para qué tiempo o plazo operará.

Administradores. Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o una persona que será quién responda por las acciones de la misma.”¹³

d.2.4.7. Estructura Empresarial

“Parte fundamental en la etapa de operación de la empresa es, la estructura organizativa con que esta cuente, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. Esto hará posible, que los recursos, especialmente el Talento Humano sea manejado eficientemente.

La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad.

¹³Gómez Ceja, Guillermo. (2009). Planeación y Organización De Empresas. México. Editorial Mc Graw Hill. Segunda Edición. ISBN 958-698-174-6

d.2.4.8. Niveles Jerárquicos de Autoridad

Estos se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme lo que establece la Ley de Compañías en cuanto a la administración, más las que son propias de toda organización productiva, la empresa tendrá los siguientes niveles:

Nivel Legislativo-Directivo

Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomaran el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se hayan constituido. Es el órgano máximo de dirección de la empresa, está integrado por los socios legalmente constituidos. Para su actuación está representado por la Presidencia.

Nivel Ejecutivo

Este nivel está conformado por el Gerente - Administrador, el cuál será nombrado por nivel Legislativo-Directivo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.

Nivel asesor

Normalmente constituye este nivel el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial como es el caso por ejemplo de las situaciones de carácter laboral y las relaciones judiciales de la empresa con otras organizaciones o clientes. Generalmente toda empresa cuenta con un Asesor Jurídico sin que por ello se descarte la posibilidad de tener asesoramiento de profesionales de otras áreas en caso de requerirlo.

Nivel de Apoyo

Este nivel se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa.

Nivel Operativo

Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo.

Nivel Descentralizado

En una organización descentralizada, la autoridad se delega en todos los niveles de gestión y en la organización. Un grado de organización de

centralización o descentralización depende del grado de poder de decisión que se distribuye a lo largo de todos los niveles.

La descentralización es un rasgo común de las organizaciones con visión de futuro. Una estructura organizativa descentralizada permite una toma de decisiones más rápida y una mejor capacidad de adaptación a las condiciones locales y al contexto.

En una organización grande, un alto grado de centralización daría lugar a la ineficacia ya que todas las acciones tendrían que ser aprobadas y autorizadas por la alta dirección.

La descentralización también permite a la organización adaptarse mejor a las condiciones delegando la autoridad a los que están físicamente presentes y activos en un determinado proyecto u operación. Otra ventaja importante es la gestión de la experiencia. En una organización descentralizada, los gerentes de niveles inferiores adquieren experiencia relevante, lo cual mejora la calidad de los recursos humanos.”¹⁴

d.2.4.9. Organigramas

Representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o parte de ella, y de las relaciones que guardan entre sí las unidades administrativas que la integran.

¹⁴Gómez Ceja, Guillermo. (2009). Planeación y Organización de Empresas. México. Editorial Mc Graw Hill. Segunda Edición. ISBN 958-698-174-6

d.2.4.9.1. Tipo de Organigramas

“Los organigramas se clasifican según el contenido y según la presentación:

- Según el Contenido:

Organigramas Funcionales

Es aquel donde las funciones, competencias y atribuciones de cada unidad departamental se encuentran especificadas. Tiene una gran utilidad informativa para cursos de capacitación o para realizar una presentación formal sobre la estructura y funcionamiento de la empresa.

Organigramas Estructurales

En ellos se representan todas las unidades administrativas de la empresa y las relaciones jerárquicas o de dependencia que se establecen entre las mismas.

En estos se señala qué puestos se necesitan para cada unidad, el número de plazas que existen y que se requieren. A veces incluyen los nombres de quienes integran las plazas.

- Según la presentación:

Organigramas Horizontales

En estos las unidades son desplegadas de izquierda a derecha colocando al titular en el extremo izquierdo. Las relaciones entre las unidades se representan mediante líneas horizontales y las jerarquías se ordenan en columnas.

Organigramas Verticales

Las unidades se despliegan de arriba hacia abajo y el titular se ubica en el extremo superior y las jerarquías se despliegan de manera escalonada.

Organigramas Mixtos

Estos son una combinación de los dos anteriores, por lo que permiten un mayor despliegue.

Organigramas Circulares

En este tipo de diseño gráfico, la unidad organizativa de mayor jerarquía se ubica en el centro de una serie de círculos concéntricos, cada uno de los cuales representa un nivel distinto de autoridad, que decrece desde el centro hacia los extremos, y el último círculo, o sea el más extenso, indica el menor nivel de jerarquía de autoridad. Las unidades de igual jerarquía

se ubican sobre un mismo círculo, y las relaciones jerárquicas están indicadas por las líneas que unen las figuras.”¹⁵

d.2.4.10. Manual de funciones

“Los manuales tienen por objeto el decirle a cada empleado por escrito lo que se espera de él, en materia de funciones, tareas, responsabilidades, autoridad, comunicaciones, e interrelaciones dentro y fuera de la empresa.

Es un instrumento eficaz de ayuda para el desarrollo de la estrategia de una empresa. Determina y delimita los campos de actuación de cada área de trabajo, así como de cada puesto de trabajo.

Un manual de funciones debe contener la información clara sobre los siguientes aspectos:

- Relación de dependencia (Ubicación interna)
- Dependencia Jerárquica. (Relaciones de autoridad)
- Naturaleza del trabajo
- Tareas principales. Tareas secundarias. Responsabilidades
- Requerimiento para el puesto.

¹⁵Gómez Ceja, Guillermo. (2009). Planeación y Organización De Empresas. México. Editorial Mc Graw Hill. Segunda Edición. ISBN 958-698-174-6

El proporcionar toda esta información permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo.¹⁶

d.2.5. Estudio financiero

“El estudio financiero determina cual será el monto total de la inversión y el financiamiento que se puede realizar, esto se hace en función a los requerimientos de recursos humanos, materiales y físicos necesarios para poder cubrir la capacidad instalada de producción durante un ejercicio económico y a lo largo de la vida útil de la empresa, esta determinación cuantitativa de producción la obtenemos mediante el estudio de mercado realizado, para evaluar el proyecto se tiene que partir de indicadores económicos que servirán de base para determinar su implantación o no y en caso de la posibilidad, se determina la rentabilidad.

d.2.5.1. Inversión

La inversión tiene como finalidad determinar las necesidades de recursos financieros para ejecutar el proyecto, ponerlo en marcha y garantizar su funcionamiento.

¹⁶Gómez Ceja, Guillermo. (2009). Planeación y Organización De Empresas. México. Editorial Mc Graw Hill. Segunda Edición. ISBN 958-698-174-6

Inversiones fijas.- Las inversiones fijas que tiene una vida útil mayor a un año se deprecian, tal es el caso de las maquinarias y equipos, edificios, muebles, enseres, vehículos, obras civiles, instalaciones y otros.

Inversiones diferidas.- Se caracteriza por su inmaterialidad y son derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio e implementación del Proyecto, no están sujetos a desgaste físico.

Capital de trabajo.-Considera aquellos recursos que requiere el Proyecto para atender las operaciones de producción y comercialización de bienes o servicios y, contempla el monto de dinero que se precisa para dar inicio al Ciclo Productivo del Proyecto en su fase de funcionamiento.”¹⁷

d.2.5.2. Financiamiento

El financiamiento ayuda a que la empresa pueda solventar su inversión. Este puede darse con capital propio o ajeno.

Fuentes internas de financiamiento.- Está constituido por el aporte del inversionista o promotor del Proyecto.

Fuentes externas de financiamiento.- Son aquellas que vienen de fuera de la empresa o no se originan en sus operaciones.

¹⁷SapagChain, Nassir. (2007). Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación. México. Editorial Pearson Educación. Primera Edición. ISBN 978- 970- 10-42-489

d.2.5.3. Costos

Es la valorización monetaria de la suma de recursos y esfuerzos que han de invertirse para la producción de un bien o de un servicio.

El precio y gastos que tienen una cosa, sin considerar ninguna ganancia.

Costos Directos.- Son aquellos que puede ser directamente identificados con un producto específico sobre una base consistente y lógica.

Costos Indirectos.- Son aquellos que no pueden ser directamente identificados con un producto específico; aunque son indispensables en el proceso de fabricación no hacen parte física del mismo.

Costos de producción.- Valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien.

Gastos de administración.- Son los que corresponde a aquellos resultantes de la administración de la empresa independientemente del aspecto productivo de la industria.

Gasto de ventas.- Son los resultantes directamente de la venta final del producto, de manera que también forma parte del costo total.

Gastos Financieros.- Están determinados por el uso del dinero ajeno, es decir, son los gastos resultantes de la contratación de los préstamos o créditos necesarios para impulsar un proyecto.

Costos fijos.- Son aquellos en los que incurre la empresa y que en el corto plazo o para ciertos niveles de producción, no dependen del volumen de productos.

Costo variable.- Costo que incurre la empresa y guarda dependencia importante con los volúmenes de fabricación.”¹⁸

d.2.5.4. Ingresos

“Puede hacer referencia a las cantidades que recibe una empresa por la venta de sus productos o servicios”. ¹⁹

d.2.6. Evaluación financiera

“La razón más importante para desarrollar un modelo de negocio consiste en generar predicciones financieras que sean el elemento fundamental de cualquier plan de negocios.

¹⁸Hernández, Gustavo. (2009). Diccionario de Economía. Medellín, Colombia. Primera Edición. ISBN 958-8205-80-8

¹⁹Fernández, Esteban. (2010). Administración de Empresas: Un enfoque interdisciplinar. Madrid, España: Paraninfo. Primera Edición. ISBN 978-84-283-802-9

Flujo de caja.- Es aquel que será elaborado a base de los ingresos y egresos es decir estará dado por las ventas netas del proyecto menos todos los gastos en efectivo.

Estado de Pérdidas y Ganancias.- Tiene como finalidad demostrar en forma ordenada la utilidad líquida, la misma que refleja los beneficios obtenidos una vez reducidos los valores correspondientes a la participación de los trabajadores y el impuesto a la renta.”²⁰

d.2.6.1. Valor Actual Neto (VAN)

“Se define como la diferencia entre los ingresos y egresos (incluida como egreso la inversión) a valores actualizados o la diferencia entre los ingresos netos y la inversión inicial.

El valor actual es el método más conocido y el más aceptado. Mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja proyectados a partir del primer período de operación y le resta la inversión total expresada en el momento cero.

$$VAN = \sum \text{Flujos actualizados} - \text{Inversión Inicial}$$

²⁰Córdoba Padilla, Marcial. (2010). Formulación y Evaluación de Proyectos. México. Editorial Ecoe. Segunda Edición. ISBN 978-958-648-4275

Los criterios de aceptación o rechazo son: Si el VAN es mayor a uno, se hace la inversión, si el VAN es igual a uno, es indiferente para la inversión y si el VAN es menor a uno es indiferente para la inversión

Represente el valor presente de los beneficios después de haber recuperado la inversión realizada en el proyecto más sus costos de producción.”²¹

d.2.6.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

“La tasa interna de retorno conocido como la TIR; refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará período a período durante toda su vida útil. La relación entre el VAN y la tasa de descuento es una relación inversa, como surge de la fórmula del VAN: un aumento de la tasa disminuye el valor actual neto.

Esto, en particular, en los proyectos que tienen uno o varios períodos de flujos negativos al inicio y luego generan beneficios netos durante el resto de su vida, su fórmula es:

$$TIR = Tasamenor + \text{Diferenciasdetasas} \left(\frac{VANtasamenor}{VANtasamenor - VANtasamayor} \right)$$

²¹Hernández, Abraham. (2009). Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Madrid, España. Editorial Thomson. Primera Edición. ISBN 9977-66-185-5

Los criterios de aceptación / rechazo son: La TIR se compara con la tasa de interés relevante (es decir, con la rentabilidad de la mejor alternativa de uso de los recursos que se emplean en el proyecto) y se aceptan todos aquellos en los que la TIR es igual o superior: Así:

- TIR es mayor que la tasa de interés de oportunidad, entonces se puede aceptar.
- Si la TIR es menor a la tasa de interés de oportunidad, se rechaza, y
- TIR es igual a la tasa de interés de oportunidad, es indiferente realizar o no el proyecto.

d.2.6.3. Relación Costo- Beneficio

El indicador beneficio / costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

$B/C > 1$ Índice que por cada dólar de costos se obtiene más de un dólar de beneficio. En consecuencia, si el índice es positivo, el proyecto debe aceptarse.

B/C < 1 Índice que por cada dólar de costos se obtiene menos de un dólar de beneficio. En consecuencia, si el índice es negativo, el proyecto no debe aceptarse.

B/C = 1 Es indiferente realizar o no el proyecto

Se calcula de la siguiente manera:²²

$$\text{RelaciónBeneficioCosto} = \frac{\text{SumatoriadelIngresoactualizado}}{\text{SumatoriadelCostoactualizado}}$$

d.2.6.4. Periodo de Recuperación de Capital

“Es el número esperado de años que se requieren para recuperar la inversión original, consiste en el tiempo necesario para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital.

Comúnmente los períodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas.

$$PRC = \text{Año que supera la Inversión} - \left(\frac{\text{Inversión} - \sum \text{primeros flujos}}{\text{Flujo del periodo que supera la Inversión}} \right)$$

²²Hernández, Abraham. (2009). Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Madrid, España. Editorial Thomson. Primera Edición. ISBN 9977-66-185-5

d.2.6.5. Análisis de Sensibilidad

“El aumento de costos y la disminución de ingresos provocan desajustes en la factibilidad de implementación de un negocio a futuro, el análisis de sensibilidad permite establecer la magnitud de los riesgos cuando estos se presentan.

Según el análisis de sensibilidad, la aceptación de un proyecto se basa en:

- Coeficiente de sensibilidad >a 1 el proyecto es sensible.
- Coeficiente de sensibilidad = a 1 el proyecto no sufre ningún efecto.
- Coeficiente de sensibilidad <a 1 el proyecto no es sensible.”²³

$$DiferenciadeTIR = TIRdelproyecto - NuevaTIR$$

$$\% Variación = \frac{DiferenciadeTIR}{TIRdelproyecto}$$

$$Sensibilidad = \frac{\% Variación}{NuevaTIR}$$

²³Hernández, Abraham. (2009). Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Madrid, España. Editorial Thomson. Primera Edición. ISBN 9977-66-185-5

d.2.7. Estudio Impacto Ambiental

d.2.7.1 El suelo

Para el establecimiento del proyecto se procederá a hacer el respectivo estudio y análisis del suelo, es decir, se observará que el sitio designado se encuentre despejado y no exista un gran hábitat de flora y fauna.

Las características del suelo donde se asentará el proyecto no se verá alterado en forma significativa por las obras de construcción y operación de la empresa de procesamiento de pollo.

En el proceso de construcción de las obras pertinentes para efectuar el proyecto, se acudirá a una empresa externa, misma que estará encargada de gestionar adecuadamente los residuos generados por efectos de construcción y domiciliarios generados durante esta etapa.

Dentro de la etapa de crianza o proceso productivo de pollos puede suscitarse una etapa de un alto índice de mortalidad por lo cual se tomara medidas de protección ambientales como es recoger todos los pollos muertos y enviarlos a una fosa común capaz de generar humus y procesarlo para que sea un abono natural.

También se realizara una desinfección de los galpones-criaderos de manera rutinaria, para minimizar los olores y mantener un ambiente de alta salubridad a fin de no causar efectos en el ambiente ni en el entorno que rodea a esta empresa.

d.2.7.2. El agua

El agua se constituye en uno de principales factores que intervienen en la creación del proyecto de crianza de pollos, por cual se ha dispuesto realizar una serie de estudios con el propósito de salvaguardar dicho recurso, entre ellos está el identificar si en la zona geográfica del Barrio Tunatza cuenta con abundante agua para no perturbar a su producción agrícola y ganadera, y con esto asegurar la creación del proyecto sin que el resto de los habitantes se vean afectados dentro su diario vivir.

El análisis de la calidad del agua se llevará a cabo en un laboratorio de investigación química, con la intención de identificar si este recurso es apto para el consumo de los pollos y dar marcha a la creación del proyecto en el cual no se vea afectado el ambiente, la humanidad y la fauna. En el desarrollo del proyecto no se buscará la explotación de recursos hídricos en áreas o zonas que pudieren verse afectados por el ascenso o descenso de los niveles de aguas subterráneas o superficiales.

d.2.7.3. El aire

En el curso de construcción del proyecto, incluidas sus obras y/o acciones asociadas, se generaran emisiones de gas a la atmosfera. Las principales emisiones a la atmósfera se producirán en la etapa de construcción de manera principal por causa del polvo de tránsito vehicular o maquinaria, además se producirá emanaciones de CO2 causados por la combustión de los vehículos implicados en el transporte de material.

d.2.7.4. Flora y fauna

Para la creación del proyecto es preciso no incurrir en la explotación, alteración o manejo de especies de flora y fauna que se encuentre en alguna de las siguientes categorías de conservación: en peligros de extinción, vulnerables o insuficientemente conocidos.

El proyecto no afectará a la vegetación nativa. Los árboles y arbustos propios de la zona permanecerán intactos, lo que mantendrá la belleza escénica del sitio de localización.

d.2.7.5. Medidas para atenuar los impactos negativos del proyecto

La empresa deberá poner en práctica las siguientes medidas de mitigación en el impacto ambiental:

- En los galpones-criaderos se utilizará como factor principal el trabajo manual de limpieza que no afectará ni contribuirá a la contaminación del suelo, el agua o el aire, lo cual contribuye a mantener un ambiente saludable y natural para el normal crecimiento y producción de los pollos.
- Con el propósito de llevar a cabo un control adecuado de la mortalidad y prevenir incidentes inesperados e intensivos de infección de los pollos, se dispondrá de un establecimiento de planes preventivos en el manejo sanitario, que consistirá en la aplicación de medicamentos. De esta manera se busca también aminorar el impacto negativo que puede traer una gran carga de estos productos por la propagación de enfermedades.
- Quienes ingresen a la planta deberán hacerlo bajo estrictas normas de seguridad e higiene, con el fin de evitar cualquier tipo de contaminación en los canales de agua y para prevenir algún tipo de agente externo que pudiera afectar la salud de los pollos.
- Los trabajadores de la planta deberán utilizar los instrumentos y uniformes adecuados para el control y manipulación de los pollos, de tal manera que estese encuentre en óptimas condiciones para su posterior comercialización.

- Los trabajadores a la hora de ingreso y salida de la planta deberán ducharse, esto con la finalidad de no producir agentes patógenos en las distintas áreas de producción.
- Durante la etapa de construcción de las instalaciones, se contratará a una empresa externa que se encargará de la recolección de todos los residuos generados en esta etapa.
- En la etapa de construcción los vehículos y maquinaria pesada que ingresen a descargar los materiales en la zona, deberán estar en perfectas condiciones, con la finalidad de atenuar las emanaciones de CO₂, además se procederá a humedecer los caminos del tránsito vehicular cercanos a la planta, para no emanar polvo.
- En las áreas de administración, galponeras, servicio, espacios verdes y parqueaderos se colocarán recolectores de basura, para mantener limpia la planta y por ende el medio ambiente.
- La empresa se encargará de conservar, preservar y de ser el caso de reforestar, para contar con un hermoso paisaje natural, con el objetivo de que las personas se encuentren en contacto con la naturaleza.
- La empresa se compromete en preservar y proteger la naturaleza, ya que el ser humano tiene derecho a vivir en un ambiente sano y natural.

e. Materiales y métodos

e.1. Materiales

e.1.1. Materiales de Oficina:

- Esferos
- Lápices
- Borrador
- Grapadora
- Perforadora
- Papel Bond A4
- Libreta
- Hojas A4

e.1.2. Recurso Tecnológico:

- Computadora
- Impresora

e.1.3. Recursos Bibliográficos:

- Libros
- Revistas
- Internet

e.2. Métodos

e.2.1. Método Inductivo

Este método va de premisas particulares a una ley general. Se aplicó un proceso de experiencias de proyectos productivos similares específicos, y se efectuó de manera generalizada en beneficio del presente proyecto.

e.2.2. Método Deductivo

Contrariamente con el método anterior, se aplicó procesos definidos de empresas similares, y adaptar estas experiencias a este proyecto y verificar su factibilidad y la inmediata aplicación.

e.2.3. Método Estadístico

Este método permitió tabular, ponderar y graficar los resultados obtenidos en las encuestas.

e.3. Técnicas

e.3.1. Observación Directa

Sirvió para poder establecer técnicamente el lugar de la localización de la empresa de procesamiento y comercialización de pollos en la ciudad de Zamora.

e.3.2. Encuestas

En base a los objetivos propuestos en la investigación se estableció un cuestionario técnico sobre la factibilidad para la implementación de una empresa de procesamiento y comercialización de pollos en la ciudad de Zamora, y luego se analizaron los resultados para poder establecer fundamentalmente la validez de la investigación de mercados y verificar el cumplimiento de los objetivos previstos.

e.4. Tamaño de la Muestra de Población de Estudio

Al año 2010 en el cantón Zamora se registró una población de 25.510 habitantes de acuerdo a información pública del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC.

Dado que el consumo de carne de pollo es de tipo familiar, se procedió a dividir este valor para 4, ya que es el número promedio de integrantes por cada grupo familiar según el INEC. De los cuales corresponden el 53,9% a la población económicamente activa del cantón, es decir 13.750 personas económicamente activas que proyectada según la tasa de crecimiento poblacional del 2% según INEC al 2015 (Anexo 15, pág. 228), se obtiene un resultado de 15.181 económicamente activas, cuyo valor se lo transforma a número de familias porque como se explicó anteriormente el consumo de pollo es de tipo familiar, en base a esto obtenemos

3.795 familias al 2015 a partir de esta información se proyectará la población para el presente proyecto.

Para lo cual se planteó las siguientes fórmulas tanto para el cálculo de la Población Final como para determinar el tamaño de la muestra.

$$P_f = P_o(1 + r)^n$$

Dónde:

P_f = Población final

P_o = Población Actual

r = Tasa de crecimiento poblacional

1 = Constante

n = Número de años

$$P_f = 13.750 (1 + 0,02)^5 = 15.181$$

A continuación se aplica la fórmula del tamaño de la muestra para conocer cuántas encuestas se van a aplicar:

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

Datos:

Z = Nivel de confianza (95% = 1,96 tabla de distribución normal)

p = 0,5 probabilidad de que el evento ocurra

q = 0,5 probabilidad de que el evento no ocurra

N = Población Total

e² = 5% margen de error.

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)(15.181)}{(15.181)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{14.579,83}{38,91}$$

$$n = 375$$

El número total de encuestas aplicadas a las familias de Zamora

Chinchipec es de 375 encuestas.

Muestra para Oferta

Para el estudio de la Oferta, fue necesario recurrir a información del INEC.

A través de la herramienta Redatam, la cual muestra información del último censo económico realizado por este instituto que, para el año 2010 determinó que habían 405 establecimientos dedicados a la comercialización al por menor y de este segmento se desprende un 15% dedicado a la comercialización de víveres como tiendas, minimarkets, puestos de mercados, etc., es decir 59 establecimientos.

Esta información se proyectó para el año 2015 con una tasa de crecimiento económica estimada en el INEC del 3,8% para el año presente (Anexo 12, pág. 225).

Fórmula de Proyección

$$Pf = Po(1 + r)^n$$

$$Pf = 59 (1 + 0,038)^5$$

$$Pf = 59 (1,20499922) = 71$$

$$**Pf = 71**$$

Se aplican las encuestas para el estudio de oferta al total de la muestra indicada anteriormente, dado que es pequeña y es factible hacerlo.

f. Resultados

f.1. Resultados y análisis de las encuestas aplicadas a clientes en la ciudad de Zamora.

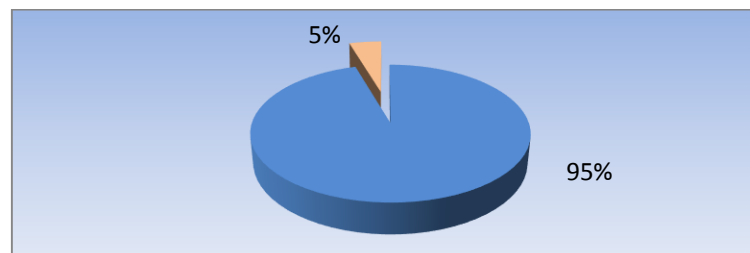
1. ¿Consume usted carne?

Cuadro Nro. 1
Consume Carne

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Si	356	95 %
No	19	5 %
TOTAL	375	100%

Fuente: Encuestas a clientes
Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 1
Consume Carne



Fuente: Cuadro Nro. 1
Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

De la muestra encuestada, el 95% respondió que si son consumidores de carne, mientras el 5% no lo son, con lo cual se deduce que hay un mercado potencial bastante amplio para la comercialización de productos dirigidos a familias consumidoras de carne. Con esta pregunta se obtiene el porcentaje de demanda potencial.

2. De los siguientes tipos de carne ¿cuál consume con mayor frecuencia?

Cuadro Nro. 2

Tipo de carne que consume

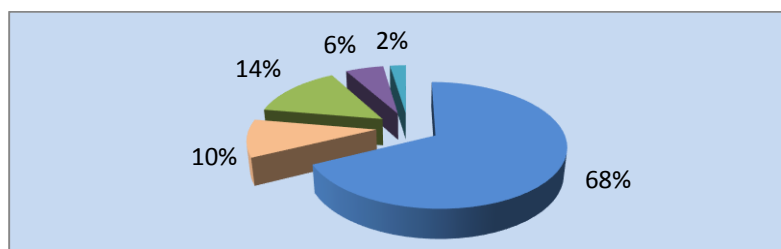
Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Pollo	242	68 %
Res	36	10 %
Cerdo	50	14 %
Pescado	21	6 %
Otras	7	2 %
TOTAL	356	100%

Fuente: Encuestas a clientes

Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 2

Tipo de carne que consume



Fuente: Cuadro Nro. 2

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

De la muestra encuestada el 68% prefieren consumir pollo en su dieta semanal. El 14% consume preferentemente cerdo. El 10% carne de res. El 6% pescado y un 2% responden otros tipos de carne. De lo cual se deduce que hay un porcentaje bastante alto de consumo de carne de pollo para explotar ese segmento.

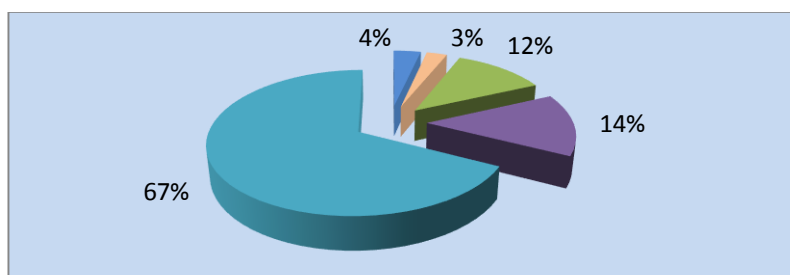
3. ¿Cuántas veces a la semana consume pollo?

Cuadro Nro. 3
Frecuencia de consumo de pollo

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
1 vez	10	4 %
2 veces	7	3 %
3 veces	29	12 %
4 veces	34	14 %
5 veces	162	67 %
TOTAL	242	100%

Fuente: Encuestas a clientes
Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 3
Frecuencia de consumo de pollo



Fuente: Cuadro Nro. 3
Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

De la muestra encuestada el 67% responde que consumen pollo 5 veces a la semana. El 14% consume más de 4 veces. El 12% consume alrededor de 3 veces a la semana. El 4% consume solamente una vez a la semana. Y el 3% consume pollo 2 veces a la semana. Existe una frecuencia variada de consumo de pollo en el cantón Zamora.

4. ¿Cuántas libras de pollo consume semanalmente?

Cuadro Nro. 4

Consumo semanal de pollo en libras

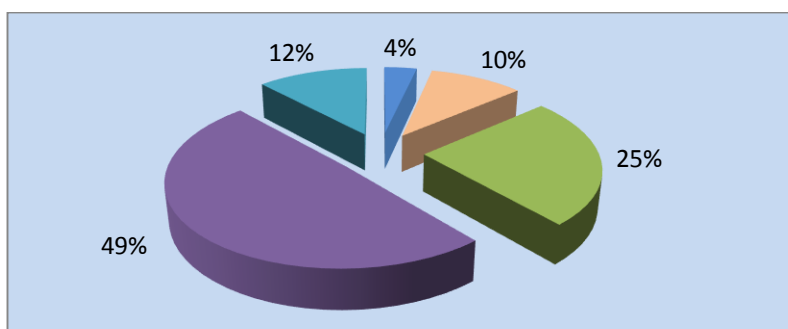
Indicador	Frecuencia	Porcentaje
1 libra	10	4 %
2 libras	24	10 %
3 libras	61	25 %
4 libras	118	49 %
5 libras	29	12 %
TOTAL	242	100%

Fuente: Encuestas a clientes

Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 4

Consumo semanal de pollo en libras



Fuente: Cuadro Nro. 4

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

De la muestra encuestada el 49% responde que consumen 4 libras de pollo a la semana. El 25% consume tres libras. El 12% consume 5 libras. El 10% consume dos libras a la semana. El 4% consume una libra a la semana. Existe una variada cantidad de consumo de pollo en el cantón Zamora.

5. ¿Cómo prefiere usted consumir el pollo?

Cuadro Nro. 5
Forma de preparación del pollo

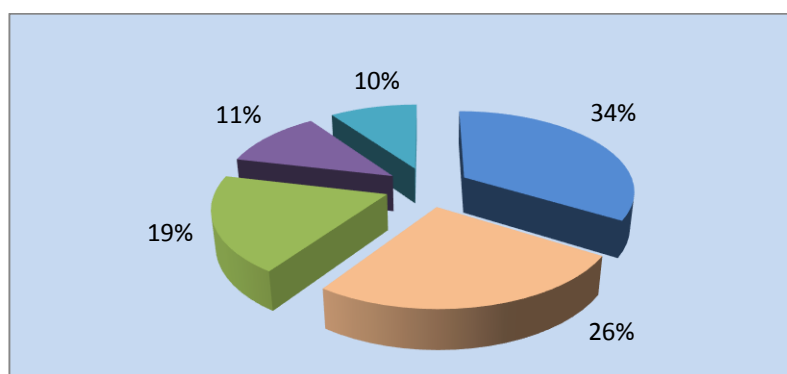
Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Frito	82	34 %
Asado	63	26 %
Ornado	46	19 %
Cocinado	27	11 %
Otro	24	10 %
TOTAL	242	100%

Fuente: Encuestas a clientes

Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 5

Forma de preparación del pollo



Fuente: Cuadro Nro. 5

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

El 34% de los consumidores de prefiere el pollo frito. El 26% prefiere el pollo asado. El 19% prefiere el pollo al horno. El 11% lo consume cocinado. Y el 10% de otras maneras. Con esto se deduce que existe una variedad de formas de preparación por razones de gusto y salud.

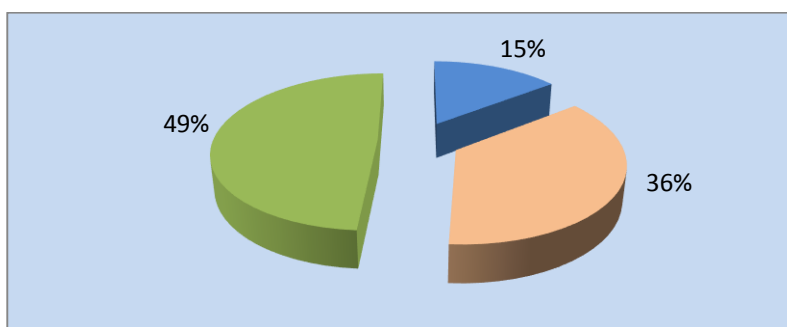
6. ¿En qué tipo de envase prefiere usted comprar el pollo?

Cuadro Nro. 6
Tipo de envase

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Funda plástica	36	15 %
Bandeja al vacío	87	36 %
Emplasticado al vacío	119	49 %
TOTAL	242	100%

Fuente: Encuestas a clientes
Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 6
Tipo de envase



Fuente: Cuadro Nro. 6
Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

El 49% de la muestra encuestada prefiere que el empaque de un pollo sea emplasticado al vacío. El 36% lo prefiere en bandeja pero empacado al vacío. Y el 15% lo prefiere en empaque simple de fundas plásticas. Este factor hay que tomar en cuenta al momento de decidir el empaque más conveniente para la comercialización del pollo.

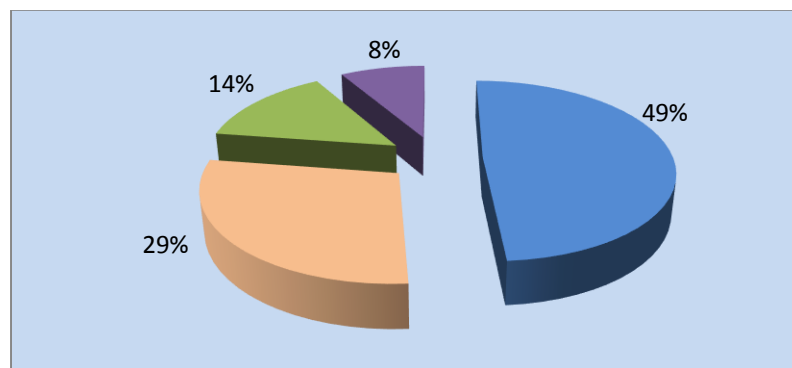
7. ¿En qué presentación prefiere usted comprar el pollo?

Cuadro Nro. 7
Corte de presentación

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Entero	119	49 %
Presas	70	29 %
Adobado	34	14 %
Semi preparado	19	8 %
TOTAL	242	100%

Fuente: Encuestas a clientes
Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 7
Corte de presentación



Fuente: Cuadro Nro. 7
Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

El 49% de la muestra encuestada prefiere comprar el pollo de forma entera. El 29% lo quiere en presas. El 14% quisiera encontrarlo ya adobado. Y el 8% en forma semi-preparada como pre-cocido o con apanadura.

8. ¿En qué lugares suele comprar el pollo?

Cuadro Nro. 8

Punto de venta

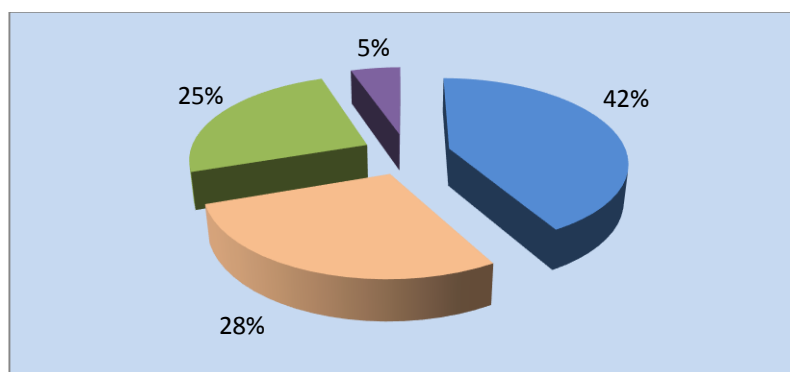
Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Mercados	102	42 %
Tiendas	68	28 %
Supermercado	60	25 %
Otros	12	5 %
TOTAL	242	100%

Fuente: Encuestas a clientes

Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 8

Punto de venta



Fuente: Cuadro Nro. 8

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

El 42% de la muestra encuestada suele comprar el pollo que consume en mercados. El 28% en tiendas. El 25% en supermercados. Y un 5% en otros puntos de venta. Este detalle es necesario conocer para definir el mejor canal de distribución o comercialización.

9. ¿Cuál es el valor que paga por cada libra de pollo?

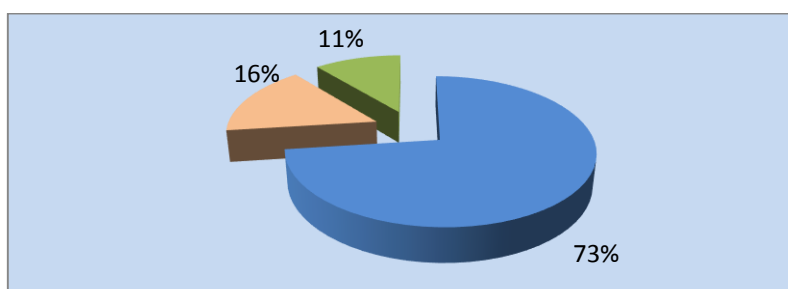
Cuadro Nro. 9
Precio por libra de pollo

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
\$ 1,60	176	73 %
\$ 1,80	39	16 %
\$ 1,90	27	11 %
TOTAL	242	100%

Fuente: Encuestas a clientes

Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 9
Precio por libra de pollo



Fuente: Cuadro Nro. 9

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

El 73% de la muestra encuestada respondió que pagan por una libra de pollo USD. \$1,60 dólares de los Estados Unidos de América. El 16% suele pagar USD. \$1,80 dólares de los Estados Unidos de América. Mientras un 11% paga USD. \$1,90 dólares de los Estados Unidos de América por cada libra de pollo. Esta variable de precio debemos consideras al momento de la comercialización del pollo que se producirá con la nueva empresa.

10. ¿Cuál de los siguientes factores es decisivo a la hora de comprar pollo?

Cuadro Nro. 10
Factor determinante de compra

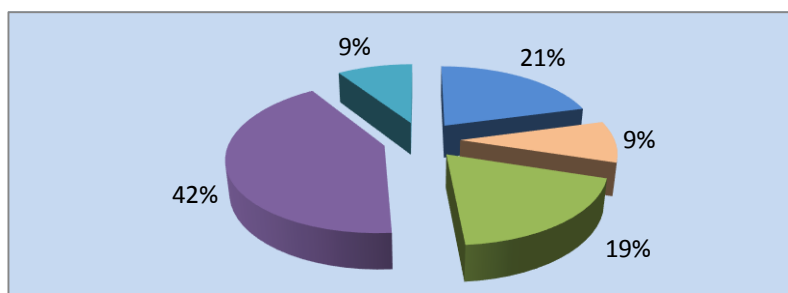
Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Frescura del producto	51	21 %
Marca	22	9 %
Empaque	46	19 %
Precio	101	42 %
Otros	22	9 %
TOTAL	242	100%

Fuente: Encuestas a clientes

Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 10

Factor determinante de compra



Fuente: Cuadro Nro. 10

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

El 42% de la muestra encuestada se decide al momento de comprar pollo por el precio del producto. El 21% se decide por la frescura del producto. El 19% lo hace por el empaque. El 9% por la marca del producto. Y un 9% por otros factores diferentes e implícitos a cada uno.

11. ¿Cuál es la marca de pollo que consume con mayor frecuencia?

Cuadro Nro. 11

Marca de pollo

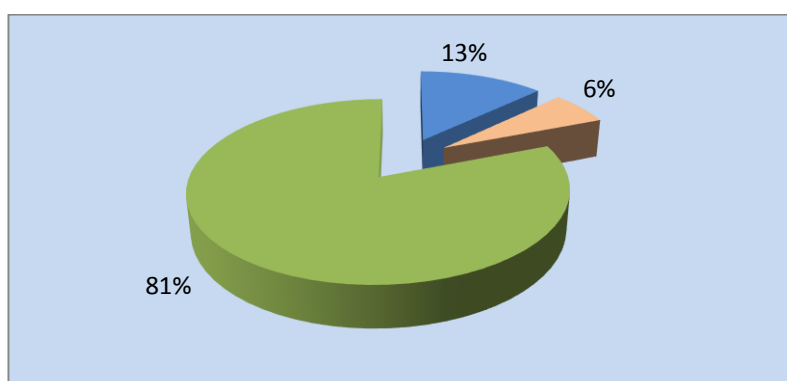
Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Frank	31	13 %
Mr. Pollo	15	6 %
Sin marca	196	81 %
TOTAL	242	100%

Fuente: Encuestas a clientes

Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 11

Marca de pollo



Fuente: Cuadro Nro. 11

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

De la muestra encuestada, el 81% compra pollo sin marca. El 13% prefiere y busca la marca de pollos Frank. Y un 6% prefiere Mr. Pollo. Esto demuestra que es indiferente la marca para la compra de este producto.

12. ¿Conoce usted los beneficios alimenticios de consumir la carne de pollo?

Cuadro Nro. 12:

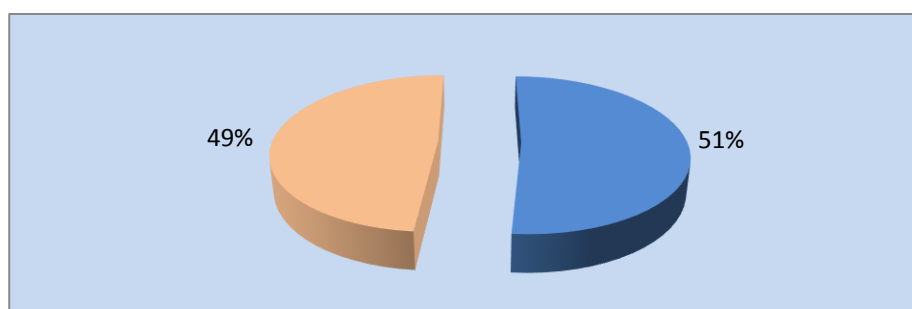
Conoce sobre los beneficios del consumo de carne de pollo

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Si	123	51 %
No	119	49 %
TOTAL	242	100%

*Fuente: Encuestas a clientes
Elaborado por: El Autor*

Gráfico Nro. 12

Conoce sobre los beneficios del consumo de carne de pollo



*Fuente: Cuadro Nro. 12
Elaborado por: El Autor*

Análisis e Interpretación

El 51% de la muestra encuestada indica que si conocen los beneficios nutritivos de consumir la carne de pollo. El 49% indica que desconoce estos valores alimenticios. Con esta información se puede crear un plan informativo para dar a conocer los beneficios que pueden tener los compradores y consumidores del pollo que oferte la nueva empresa.

13. De los medios de comunicación descritos, ¿Cuáles son los que usted más utiliza para informarse?

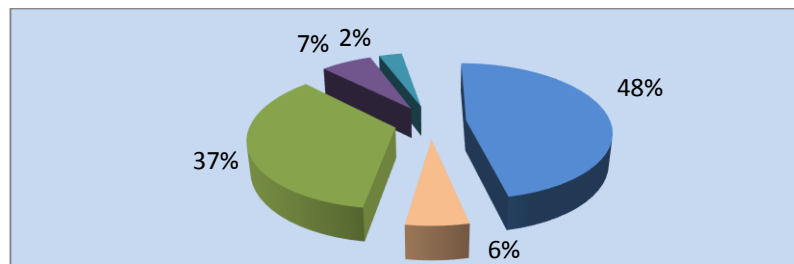
Cuadro Nro. 13
Medios de comunicación

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Radio	117	48 %
Televisión	15	6 %
Prensa	89	37 %
Internet	16	7 %
Revista	5	2 %
Otros	0	0 %
TOTAL	242	100%

Fuente: Encuestas a clientes

Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 13
Medios de comunicación



Fuente: Cuadro Nro. 13

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

De la muestra encuestada el 48% prefiere como medio de comunicación la radio al momento de recibir publicidad de un producto determinando que es el mejor medio para promocionar el producto. El 37% prefiere recibir información a través de la prensa. El 7% a través de internet. El 6% por medio de la televisión. El 2% a través de revistas.

14. ¿Cuál emisora de radio sintoniza con mayor frecuencia?

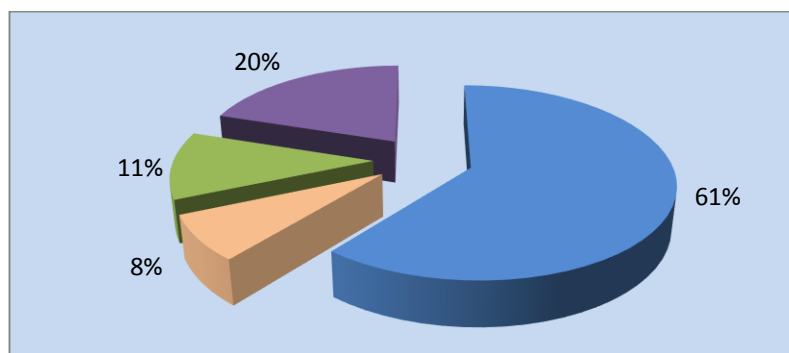
Cuadro Nro. 14
Radios más sintonizados

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
San Antonio	71	61 %
Integración	9	8 %
Amazonas	14	11 %
Podocarpus	23	20 %
TOTAL	117	100%

Fuente: Encuestas a clientes

Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 14
Radios más sintonizados



Fuente: Cuadro Nro. 14

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

De la muestra encuestada el 61% indican que al momento de escuchar la radio, prefieren radio San Antonio. El 20% prefiere Radio Podocarpus. El 11% prefiere radio Amazonas. El 8% prefiere radio Integración. Este detalle es importante conocer para la contratación de la emisora o radio de mayor audiencia en la localidad.

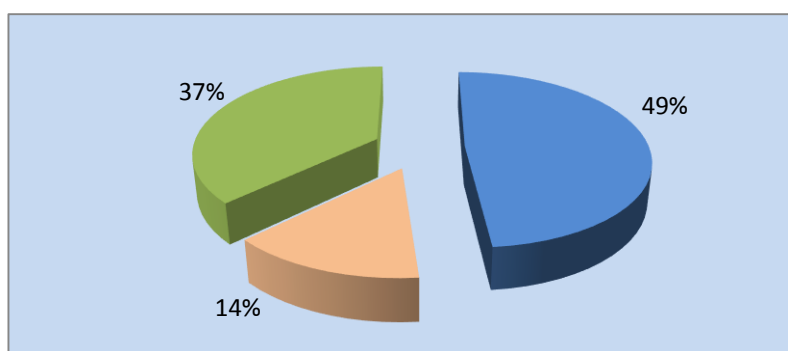
15. ¿Cuál es el horario preferido por usted para sintonizar una emisora de radio?

Cuadro Nro. 15
Horario que sintoniza las emisoras de radio

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Mañana	58	49 %
Tarde	16	14 %
Noche	43	37 %
TOTAL	117	100%

Fuente: Encuestas a clientes
Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 15
Horario que sintoniza las emisoras de radio



Fuente: Cuadro Nro. 15
Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

De la muestra encuestada, el 49% prefiere escuchar radio por las mañanas. El 37% por las noches. El 14% por las tardes. Con esta información podemos determinar el horario de mayor audiencia de radioescuchas para llegar con el producto a conocimiento.

16. De los canales de televisión descritos a continuación. ¿Cuál es su preferido?

Cuadro Nro. 16

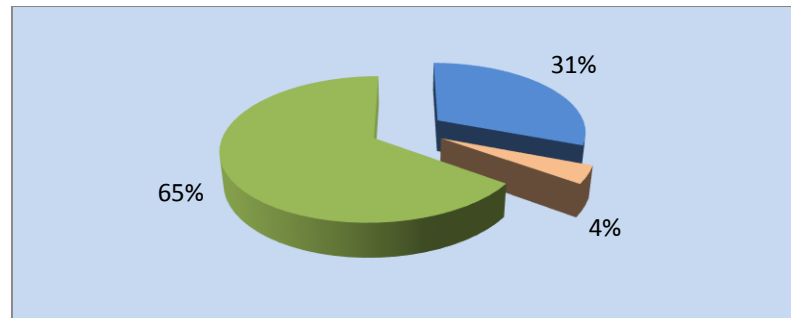
Preferencia en sintonía de canal de televisión

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
UV Televisión	4	31 %
Cable Visión	1	4 %
Ecotel TV	10	65 %
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuestas a clientes
Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 16

Preferencia en sintonía de canal de televisión



Fuente: Cuadro Nro. 16
Elaborado por: El Autor

Análisis e interpretación

En cuanto a televisión, el 65% de la muestra encuestada tienen mayor preferencia por Ecotel TV, el 31% por UV Televisión y el 4% por Cable Visión. Se determina que el medio de comunicación más sintonizado es Ecotel TV.

17. ¿Cuál es el horario preferido por usted para ver televisión?

Cuadro Nro. 17

Horario de mayor sintonía de televisión

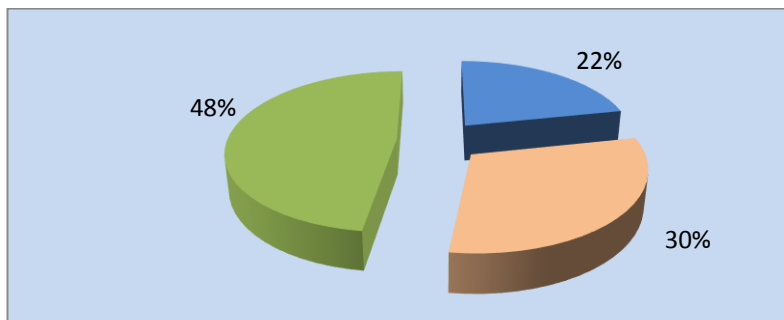
Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Mañana	3	22 %
Tarde	5	30 %
Noche	7	48 %
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuestas a clientes

Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 17

Horario de mayor sintonía de televisión



Fuente: cuadro Nro. 17

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

El 48% de la muestra encuestada prefiere ver televisión en horario nocturno. El 30% en la tarde, y el 22% en la mañana. Esto provee información de los mejores horarios para llegar a los consumidores a través de este medio en caso de considerárselo ya que no hay mucha preferencia por este medio televisivo.

18. ¿Cuál es el periódico que usted prefiere al momento de informarse por un medio escrito?

Cuadro Nro. 18

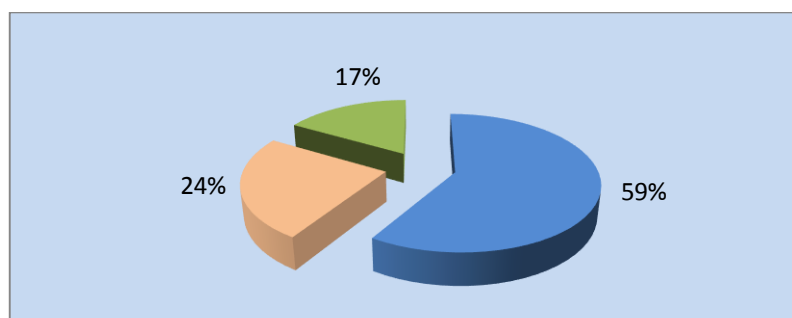
Preferencia de periódico

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
La Hora	53	59 %
Centinela	21	24 %
El Extra	15	17 %
TOTAL	89	100%

Fuente: Encuestas a clientes
Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 18

Preferencia de periódico



Fuente: Cuadro Nro. 18
Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

De los siguientes medios de prensa el de mayor preferencia es Diario La Hora con un 59% de aceptación. El 24% prefiero Diario Centinela. El 17% prefiere Diario Extra. Esta pregunta me permite definir la contratación del medio escrito para la publicidad del producto.

19. ¿Qué tipo de promoción le gustaría recibir por la compra de pollo?

Cuadro Nro. 19

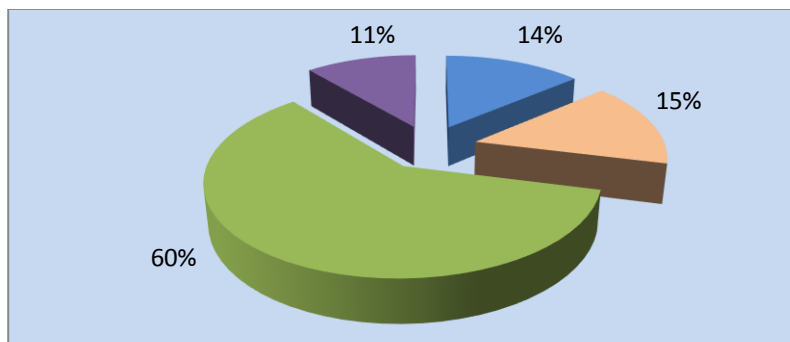
Preferencia en promociones

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Camisetas	34	14 %
Gorras	36	15 %
Producto Adicional	145	60 %
Recetario	27	11 %
TOTAL	242	100%

*Fuente: Encuestas a clientes
Elaborado por: El Autor*

Gráfico Nro. 19

Preferencia en promociones



*Fuente: Cuadro Nro. 19
Elaborado por: El Autor*

Análisis e Interpretación

El 60% de la muestra encuestada prefieren recibir como promoción producto adicional. El 15% preferiría gorras. El 14% prefiere camisetas. Y un pequeño 11% un recetario.

20. Si se creara una empresa productora y comercializadora de pollos en la ciudad de Zamora, provincia de Zamora Chinchipe, ¿estaría dispuesto a comprar este producto para su consumo?

Cuadro Nro. 20

Compraría el producto para su consumo

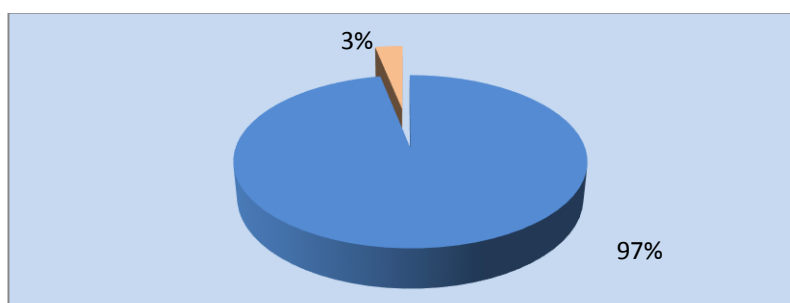
Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Si	235	97 %
No	7	3 %
TOTAL	242	100%

Fuente: Encuestas a clientes

Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 20

Compraría el producto para su consumo



Fuente: Cuadro Nro. 20

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

De la muestra encuestada el 97% responde que si se creara una empresa de producción y procesamiento de pollo en Zamora ellos estarían dispuestos a comprar el producto. Mientras el 3% responden que ellos no lo harían.

f.2. Tabulación y análisis de encuesta oferentes en Zamora.

1. ¿Vende usted pollo en su local?

Cuadro Nro. 21

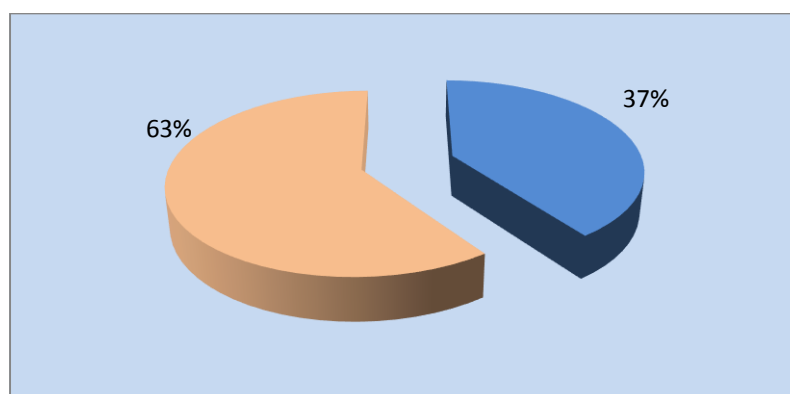
Venta de pollo

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Si	26	37 %
No	45	63 %
TOTAL	71	100%

Fuente: Encuestas a clientes
Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 21

Venta de pollo



Fuente: Cuadro Nro. 21
Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

De los oferentes encuestados, el 63% no realiza venta de pollo en su local, mientras que el 37% si lo hace. Esto demuestra que no existe la suficiente oferta del producto en los locales de la ciudad de Zamora.

2. ¿Cuántas libras de pollo vende semanalmente?

Cuadro Nro. 22

Venta semanal de pollo en libras

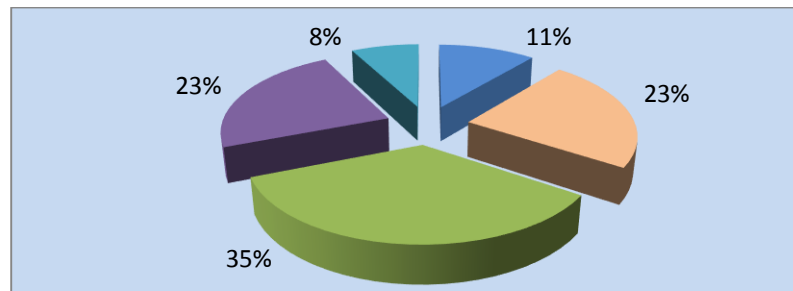
Indicador	Frecuencia	Porcentaje
50 libras	3	11 %
100 libras	6	23 %
150 libras	9	35 %
200 libras	6	23 %
250 libras	2	8 %
TOTAL	26	100%

Fuente: Encuestas a clientes

Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 22

Venta semanal de pollo en libras



Fuente: Cuadro Nro. 22

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

De la muestra de oferentes encuestados en Zamora, el 35% respondió que semanalmente venden 150 libras de pollo en su negocio. El 23% vende 100 libras. Mientras que otro 23% vende 200 libras de pollo semanal. Un 11% vende solamente 50 libras y el 8% confirma que vende 250 libras de pollo en la semana; lo que denota gran consumo de pollo en la ciudad de Zamora.

3. ¿Cuál es el fin para el cual sus clientes compran el pollo que usted vende?

Cuadro Nro. 23

A que se destina la compra de pollo

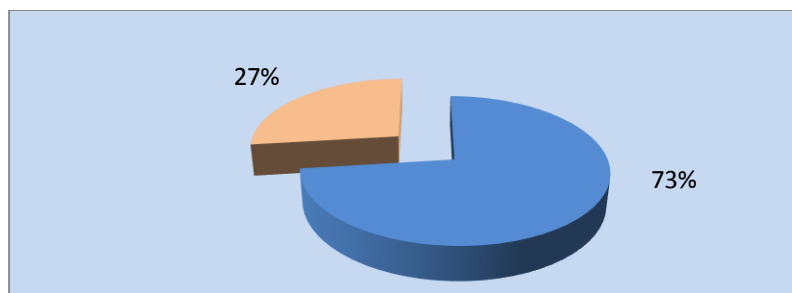
Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Para consumo final	19	73 %
Para negocio	7	27 %
Otro	0	0 %
TOTAL	26	100%

Fuente: Encuestas a clientes

Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 23

A que se destina la compra de pollo



Fuente: Cuadro Nro. 23

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

De los oferentes encuestados, el 73% indica que sus clientes compran la carne de pollo para consumo en su hogar. Mientras que el 27% restante lo destina para negocio. Esto permite deducir que la comercialización de pollo en la ciudad de Zamora es muy rentable para aquellos que se dedican a su comercialización.

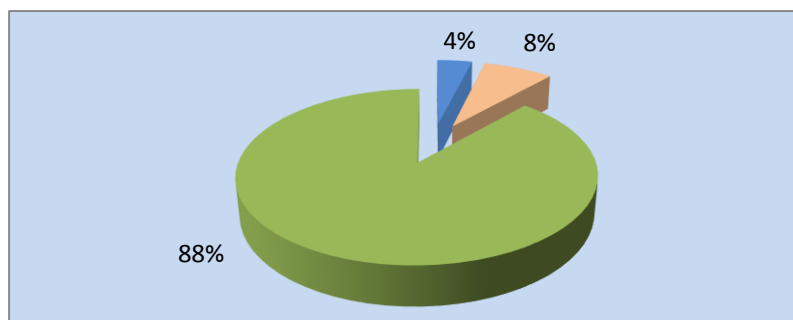
4. ¿En qué tipo de envase prefieren comprar pollo los clientes?

Cuadro Nro. 24
Preferencia por el tipo de envase

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Funda plástica	1	4 %
Bandeja al vacío	2	8 %
Emplastificado al vacío	23	88 %
TOTAL	26	100%

Fuente: Encuestas a clientes
Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 24
Preferencia por el tipo de envase



Fuente: Cuadro Nro. 24
Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

El 88% de la muestra encuestada prefiere el emplastificado al vacío para la compra del pollo, mientras que en menores porcentajes el 8% prefieren que este sea envasado en bandeja al vacío. Y el 4% prefiere un empaque simple como fundas plásticas. Este factor se considera importante para escoger el mejor método para empaque del producto.

5. ¿En qué presentación prefieren comprar pollo los clientes?

Cuadro Nro. 25

Preferencia en la presentación del producto

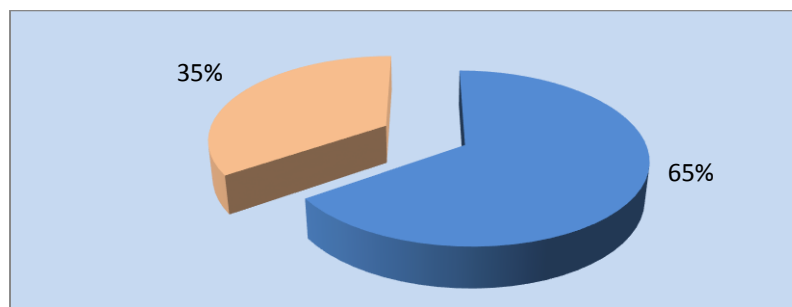
Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Entero	17	65 %
Presas	9	35 %
Adobado	0	0 %
Semi preparado	0	0 %
Ahumado	0	0 %
TOTAL	26	100%

Fuente: Encuestas a clientes

Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 25

Preferencia en la presentación del producto



Fuente: Cuadro Nro. 25

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

De la muestra encuestada el 65% prefiere comprar el pollo entero, en tanto que un 35% lo prefiere comprar en presas. Se toma en cuenta el tipo de presentación para ofrecer varias opciones a los clientes.

6. ¿Dónde compra usted el pollo que comercializa en su local?

Cuadro Nro. 26

Lugar de adquisición del pollo para la comercialización

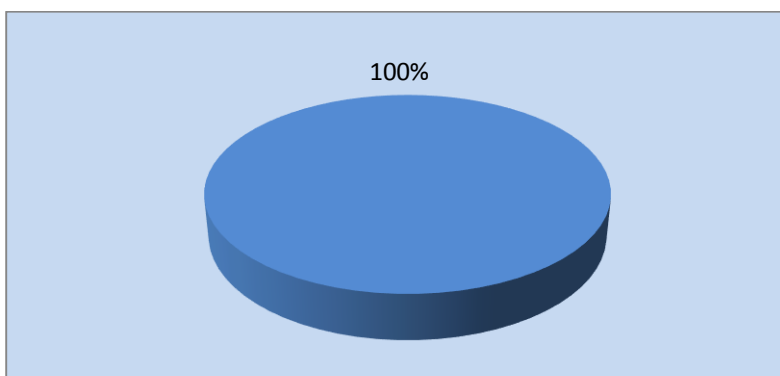
Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Granjas productoras	26	100 %
Intermediarios	0	0 %
Otros	0	0 %
TOTAL	26	100%

Fuente: Encuestas a clientes

Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 26

Lugar de adquisición del pollo para la comercialización



Fuente: Cuadro Nro. 26

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

El 100% de la muestra encuestada opta por comprar el pollo en las granjas productoras. Esto permite reconocer que estos lugares de crianza son la mejor alternativa para la comercialización del pollo.

7. ¿Cuál es el precio por cada libra de pollo que usted vende en su local?

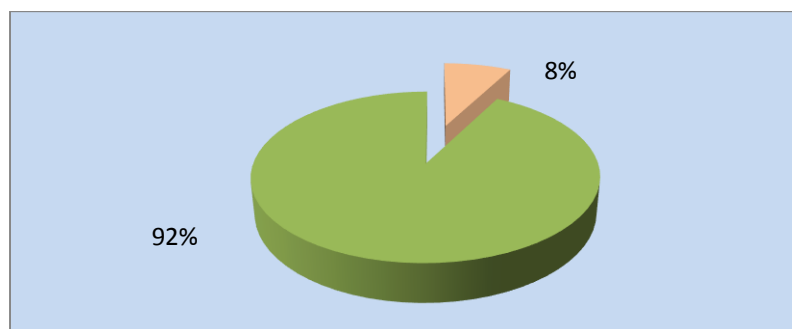
Cuadro Nro. 27
Precio de venta por libra de pollo

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
USD. \$ 1,60	0	0 %
USD. \$ 1,80	2	8 %
USD. \$ 1,90	24	92 %
TOTAL	26	100%

Fuente: Encuestas a clientes
Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 27

Precio de venta por libra de pollo



Fuente: Cuadro Nro. 27
Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

El 92% de los comerciantes de pollo realizan la venta en un valor de USD. \$1,90 dólares de los Estados Unidos de América; el 8% lo vende en USD. \$1,80 dólares de los Estados Unidos de América cada libra de pollo. Estos valores demuestran que hay distintas ofertas respecto al precio del pollo en la ciudad de Zamora.

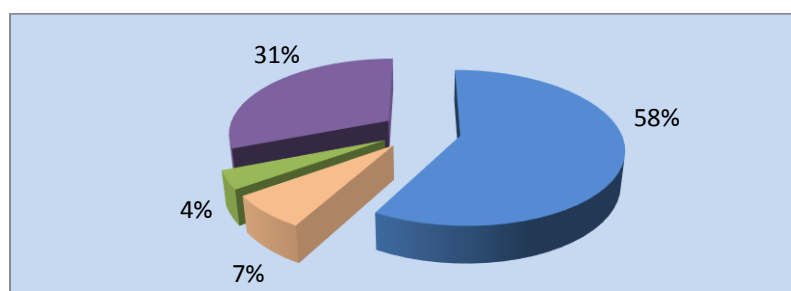
8. ¿Cuál de los siguientes factores es decisivo para los clientes a la hora de comprar pollo?

Cuadro Nro. 28
Factor a la hora de comprar pollo

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Frescura del producto	15	58 %
Marca	2	7 %
Empaque	1	4 %
Precio	8	31 %
Otro	0	0 %
TOTAL	26	100%

Fuente: Encuestas a clientes
Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 28
Factor a la hora de comprar pollo



Fuente: Cuadro Nro. 28
Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

El 58% de la muestra encuestada considera que la frescura del pollo es un factor decisivo al momento de adquirir el producto; el 31% opta por el precio del pollo, el 7% prefiere comprarlo por la marca y un 4% lo adquiere por el empaque. Se debe tomar en cuenta ésta característica para cubrir las necesidades de compra de los clientes.

9. ¿Cuál es la marca de pollo que usted más vende en su negocio?

Cuadro Nro. 29

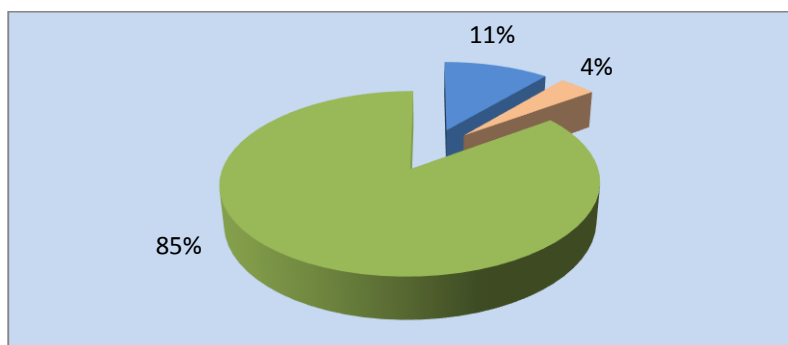
Marca de pollo que más se vende

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Frank	3	11 %
Mr. Pollo	1	4 %
Sin marca	22	85 %
TOTAL	26	100%

*Fuente: Encuestas a clientes
Elaborado por: El Autor*

Gráfico Nro. 29

Marca de pollo que más se vende



*Fuente: Cuadro Nro. 29
Elaborado por: El Autor*

Análisis e Interpretación

Respecto a la marca de pollo, el 85% prefiere que no sea un producto de marca, el 11% prefiere la marca Frank, y el 4% Mr. Pollo. Esto demuestra que al crear una empresa comercializadora de pollo si tendrá aceptación.

10. De los medios de comunicación descritos, ¿Cuál es el que usted más utiliza para dar a conocer su oferta?

Cuadro Nro. 30

Medios de comunicación más sintonizados

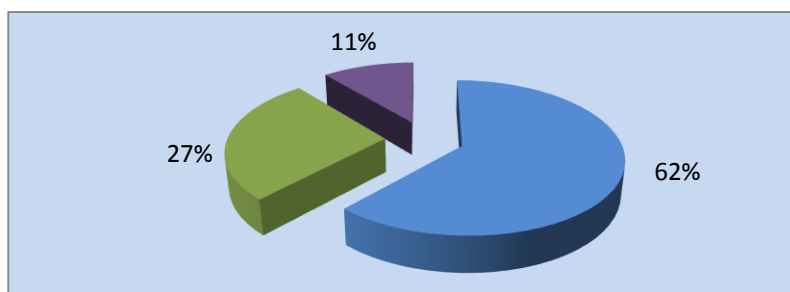
Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Radio	16	62 %
Televisión	0	0 %
Prensa	7	27 %
Internet	3	11 %
Revistas	0	0 %
Ninguno	0	0 %
TOTAL	26	100%

Fuente: Encuestas a clientes

Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 30

Medios de comunicación más sintonizados



Fuente: Cuadro Nro. 30

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

El medio de comunicación de preferencia para promoción del producto es la radio en un 62%, la prensa en un 27% e internet en un 11%. Este factor es determinante para conocer el medio que facilitará la promoción del producto a comercializarse.

g. Discusión

g.1. Estudio de mercado

Las razones por las cuales será necesario realizar un estudio de la demanda existente del producto será con la necesidad de medir todas aquellos factores que intervendrán en las necesidades del mercado y desde luego también buscaremos datos que nos permitan determinar la posibilidad de una participación en el mercado.

Para este estudio emplearemos las herramientas estadísticas, también se hará investigaciones de campo.

Para los efectos de este análisis clasificaremos al producto en los diferentes tipos de demanda que se puede presentar.

g.1.1. Población de Estudio

La población en estudio para este proyecto fue el cantón Zamora. Para este propósito se recurrió a la información del censo poblacional realizado por el INEC en el 2010, que resultó en 25.510 habitantes, de los cuales el 53, 90% corresponden a la población económicamente activa del referido cantón, es decir 13.750 habitantes. Esta información se proyectó al 2015 con una tasa de crecimiento poblacional del 2%, (Anexo 15, pág. 228), dando un valor de 15.181 de la población económicamente activas al 2015 para el cantón Zamora., como también se determinó el número de familias considerando a

4 miembros del PEA por familia dando un total de 3.795 (PEA por familias). A partir de esta información se proyectó a su vez la población del cantón Zamora por los 10 años de vida útil.

Cuadro Nro. 31

Proyección de población del cantón Zamora

Año	Tasa Anual de Crecimiento Poblacional	Población Económicamente Activa	Familias correspondientes a la PEA del cantón Zamora
2015	2%	15.181	3.795
2016		15.485	3.871
2017		15.794	3.949
2018		16.110	4.028
2019		16.433	4.108
2020		16.761	4.190
2021		17.096	4.274
2022		17.438	4.360
2023		17.787	4.447
2024		18.143	4.536

Fuente: Anexo Nro. 15; pág.228
Elaborado por: El Autor

g.1.2. Demanda potencial

La demanda potencial para el presente proyecto se determina con la aplicación de la pregunta N° 1 de la encuesta a la PEA con la cual se determina que parte de la población en estudio si consume carne, dando como resultado que el 95% si son consumidores de algún tipo de carne en su dieta diaria.

Cuadro Nro. 32

Demanda Potencial

Año	Familias correspondientes a la PEA del cantón Zamora	Porcentaje de Demanda Potencial	Demanda Potencial de familias consumidoras de carne en el cantón Zamora
2015	3.795	95%	3.606
2016	3.871		3.678
2017	3.949		3.751
2018	4.028		3.826
2019	4.108		3.903
2020	4.190		3.981
2021	4.274		4.060
2022	4.360		4.142
2023	4.447		4.224
2024	4.536		4.309

Fuente: Cuadro Nº 1 y 31

Elaborado por: El Autor

g.1.3. Demanda real

Es toda la población segmentada que realmente consume pollo. Para determinar la demanda real se aplicó la pregunta 2 en la encuesta a clientes que dio como resultado que un 68% de la población encuestada si prefieren consumir pollo sobre otro tipo de carne en lo posible.

Cuadro Nro. 33

Demanda Real

Año	Demanda Potencial de familias consumidoras de carne en el cantón Zamora	Porcentaje Demanda Real	Demanda Real de familias consumidoras de pollo en cantón Zamora
2015	3.606	68%	2.452
2016	3.678		2.501
2017	3.751		2.551
2018	3.826		2.602
2019	3.903		2.654
2020	3.981		2.707
2021	4.060		2.761
2022	4.142		2.816
2023	4.224		2.873
2024	4.309		2.930

fuente: Cuadro N° 2 y 32
laborado por: El Autor

g.1.4. Demanda efectiva

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

Para determinar el porcentaje de demanda efectiva en el cantón Zamora se aplicó la pregunta N° 20 a los clientes con la cual se determinó si están dispuestos a comprar el pollo que oferte la nueva empresa, resultando que el 97% si estarían dispuestos a comprar el producto de esta empresa.

Cuadro Nro. 34
Demanda Efectiva

Año	Demanda Real de familias consumidoras de pollo en cantón Zamora	% Demanda Efectiva	Demanda Efectiva de familias consumidoras de pollo en el cantón Zamora
2015	2.452	97%	2.378
2016	2.501		2.426
2017	2.551		2.474
2018	2.602		2.524
2019	2.654		2.574
2020	2.707		2.626
2021	2.761		2.678
2022	2.816		2.732
2023	2.873		2.786
2024	2.930		2.842

Fuente: Cuadro N° 20 y 33
Elaborado por: El Autor

g.1.5. Consumo per cápita

Es el consumo medido, por el consumo que hace cada habitante de un país o de una región.

Para determinar el porcentaje de demanda efectiva en el cantón Zamora se aplicó la pregunta N° 4 a los clientes con la cual se determinó cuantas libras de carne de pollo consumen semanalmente.

Cuadro Nro. 35

Promedio Semanal Familiar de Consumo de carne de pollo en libras

Alternativas	Xm	F	Xm(F)
1 libra	1	10	10
2 libras	2	24	48
3 libras	3	61	183
4 libras	4	118	472
5 libras	5	29	145
$\Sigma X_m (F)$			858

Fuente: Cuadro Nro. 4
Elaborado por: El Autor

Fórmula para cálculo de promedio per cápita

$$\text{Promedio per cápita} = \frac{\sum X_m(F)}{n}$$

$$\text{Promedio} = \frac{858}{242}$$

$$\text{Promedio} = 3,55$$

Consumo promedio semanal de pollo en libras = 3,55 libras semanal.

Consumo promedio mensual de pollo en libras = 14,20 libras mensuales.

Consumo promedio anual de pollo en libras = 170,40 libras anuales por familia.

Cuadro Nro. 36

Consumo Familiar Anual de Pollo en libras en Zamora

Año	Demanda Efectiva de familias consumidoras de pollo en el cantón Zamora	Promedio Per Cápita	Demanda Efectiva Anual de Consumo de Pollo en Libras
2015	2.378	170,40	405.245
2016	2.426		413.350
2017	2.474		421.617
2018	2.524		430.049
2019	2.574		438.650
2020	2.626		447.423
2021	2.678		456.371
2022	2.732		465.499
2023	2.786		474.809
2024	2.842		484.305

Fuente: Cuadro Nro. 35
Elaborado por: El Autor

El Promedio per cápita de consumo familiar de pollo en libras por las familias habitantes del cantón Zamora es de 3,55 libras semanales de pollo; y al año esto resulta en 170,40 libras de pollo por cada familia consumidora de este producto.

g.1.6. Análisis de la oferta

La oferta es considerada como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a colocar en el mercado en un momento dado a un precio determinado.

En este punto es de vital importancia investigar sobre la situación de los oferentes del servicio relacionado con el proyecto, estos constituyen la competencia, por tanto es fundamental conocer aspectos como: su capacidad instalada a efectos de saber si puede o no incrementar su producción; su producto en sí, para determinar la calidad del mismo, presentación, su tecnología para establecer si puede o no mejorar la calidad del servicio, precios, etc.

Para determinar la oferta existente se ha considerado los datos de la pregunta Nro. 2 de los oferentes del cantón Zamora existentes que son las que ofrecen pollo.

Cuadro Nro. 37

Oferta de pollo en libras en Zamora

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	f(xm)
50 libras	3	11 %	150,00
100 libras	6	23 %	600,00
150 libras	9	35 %	1.350,00
200 libras	6	23 %	1.200,00
250 libras	2	8 %	500,00
TOTAL	26	100%	3.800,00

Fuente: Cuadro Nº 22

Elaborado por: El Autor

Oferta per cápita = $xm(f) / n$

Oferta per cápita = $3.800,00 / 26$

Oferta per cápita = 146,15 (Libras de carne de pollo ofertados semanalmente)

Oferta mensual por ofertante = 585 libras de pollo

Oferta anual por ofertante = 7.015 Libras de pollo

Oferta total anual = 182.400 Libras de pollo

Luego proyectamos la oferta a los 10 años de vida útil del proyecto, tomando como base la tasa de crecimiento económica prevista para el año 2015 en 3,80% de acuerdo a estimaciones en INEC.

Cuadro Nro. 38

Proyección de Oferta

Años	Tasa de Crecimiento Económica	Oferta Total Anual Libras de Carne de Pollo en Zamora
1	3,80%	182.400
2		189.331
3		196.526
4		203.994
5		211.746
6		219.792
7		228.144
8		236.813
9		245.812
10		255.153

Fuente: Anexo 12 (pág. 225)

Elaborado por: El Autor

g.1.7. Demanda Insatisfecha

Es la relación que existe entre la oferta y demanda la cual permite determinar el número de demandantes o usuarios que no pudieron hacer uso del producto o servicio por falta de oferta en el mercado, para poder cuantificar esta demanda se realiza un balance entre oferta y demanda y de esta manera obtenemos la demanda insatisfecha.

Cuadro Nro. 39

Demanda Insatisfecha

Años	Demanda Efectiva Anual de Consumo de Pollo en Libras	Oferta Total Anual Libras de Carne de Pollo en Zamora	Demanda Insatisfecha de consumo familiar de Libras de Pollo en Zamora
1	405.245	182.400	222.845
2	413.350	189.331	224.018
3	421.617	196.526	225.091
4	430.049	203.994	226.055
5	438.650	211.746	226.904
6	447.423	219.792	227.631
7	456.371	228.144	228.227
8	465.499	236.813	228.685
9	474.809	245.812	228.996
10	484.305	255.153	229.152

Fuente: Cuadro N° 34 y 38
Elaborado por: El Autor

Como podemos apreciar en el cuadro anterior, identificamos que la demanda Insatisfecha para el primer año es de 222.845 libras de pollo y para el décimo año es de 229.152 libras de pollo, por lo que se demuestra que el proyecto brindará una nueva oportunidad de negocio para los demandantes, los mismos que se logrará captarlos mediante un buen servicio, buena calidad y precio cómodo.

g.2. Estrategia de mercado

Para diseñar las estrategias de mercado se recopiló información de las personas encuestadas con respecto al servicio, precio, promoción y publicidad etc.

g.2.1. Producto

Las estrategias van a estar encaminadas para posicionar el producto en el mercado por medio del consumidor final, ya que en su mente estará que el pollo ofertado por la empresa es el que necesitan consumir, y van a pedir a su proveedor de preferencia que sea el pollo de la empresa el que requieren para su consumo, por la razón que en el empaque del producto estará la leyenda enfocada como un pollo que llega a sus casas desde la granja y que es faenado en su totalidad de forma artesanal sin preservantes ni colorantes.

Para lograr un posicionamiento del producto en la mente de los consumidores es necesario definir un nombre y logo para el mismo. Para este fin se ha decidido nombrar al producto DON POLLO y se ha establecido colores llamativos en una mezcla dual de rojo y azul, con la imagen de un pollo sobresaliendo de una de las letras del nombre.

Gráfico Nro. 31

Marca y Logo del producto



Fuente: Sr. José Cueva - Diseñador Gráfico
Elaboración: El Autor

g.2.2. Precio

En la determinación del precio de nuestros servicios se consideró que debido a que la estrategia está enfocada en la diferenciación, para poder lograr ofrecer servicios de calidad, se debe establecer precios que ayuden a cubrir los costos para poder satisfacer las necesidades del cliente más exigente, por lo que nuestros clientes meta tendrán el poder adquisitivo suficiente para acceder a nuestro producto.

Los parámetros que se utilizaron para establecer los precios fueron:

- En base a los precios que ofrece la competencia.
- En función a los costos fijos y variables de oferentes existentes en sector, rendimiento esperado del inversionista, precios de la competencia nacional, así como también influyeron la situación política y económica del cliente y las temporadas altas y bajas del negocio.

g.2.3. Plaza

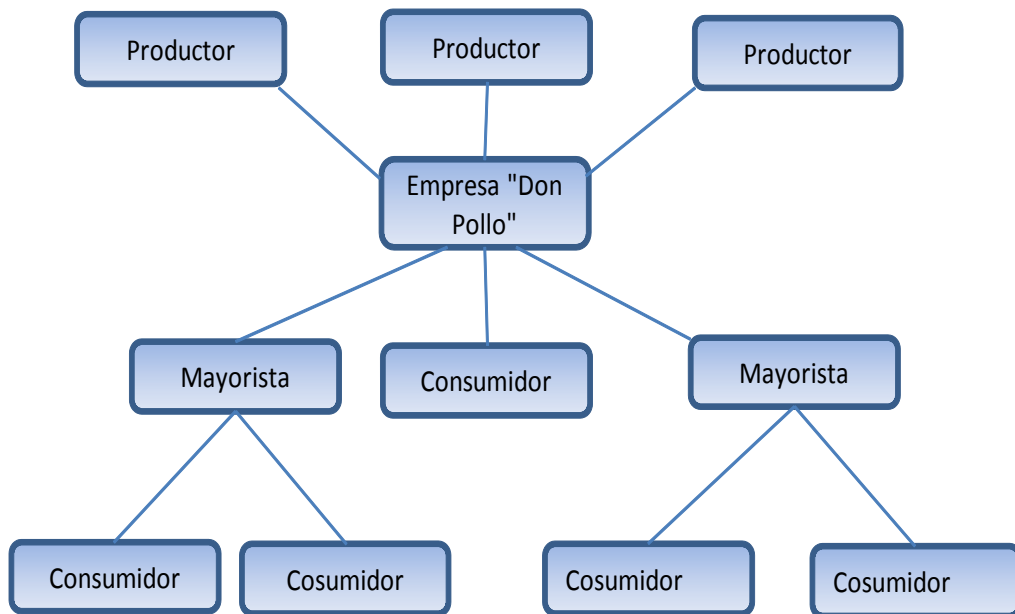
Las estrategias de plaza incluyen la administración del canal de distribución a través del cual la propiedad de los productos se transfiere de los locales al comprador y en muchos casos, el sistema o sistemas mediante los cuales los bienes se llevan del lugar de producción al punto de compra por parte del cliente final. Se diseñan las estrategias que se aplicarán al intermediario, como los mayoristas y detallistas.

Se basara en una estructura de distribución diseñada, operada y controlada por la empresa, y que sea la adecuada para llegar a un número óptimo de clientes al costo más bajo.

La estrategia de amplitud de distribución al cliente-meta, utilizando la opción de distribución exclusiva, intensiva por áreas o total y selectiva empleando varios distribuidores exclusivos. La logística aglutina todas las

funciones de distribución física, concentrándose en el costo total de la distribución en lugar de hacerlos en sus funciones individuales. Las decisiones sobre el transporte deben considerar las opciones existentes en cuanto al uso de camiones, camionetas y motos.

La distribución del producto se hará directamente a locales de venta de comida y locales que abastecen de víveres y alimentos, ya que hacia ellos se dirige el consumidor final para adquirir el producto, como se muestra a continuación.



Fuente: Sr. José Cueva - Diseñador Gráfico
Elaboración: El Autor

g.2.4. Promoción

Aunque el propósito general de la promoción de ventas como el de cualquier otra actividad de la mercadotecnia es aumentar las ventas, su resultado específico dependerá de cómo se emplea, a quién se dirige y como se realiza.

A través de las actividades promocionales de una empresa, es como ésta se comunica directamente con los clientes potenciales. La promoción es básicamente un intento de influir en el público.

g.2.4.1. Características de la acción promocional

Generalmente se considerarán las siguientes características en toda acción promocional:

- Unidad
- Potencia o concentración. Sin ella no se consigue la penetración
- Amplitud y repetición. Si solo se realizan acciones aisladas, los resultados también serán aislados y únicamente una campaña de gran envergadura puede garantizar los resultados en toda la provincia.
- Variación. Una acción promocional y repetida indefinidamente sin cambio alguno, termina por ser totalmente ineficaz.
- Continuidad. Es el sentido de que no ha de haber interrupciones.

Por todo lo expuesto la estrategia promocional de la empresa productora y comercializadora de pollos, será vender el pollo empacado al vacío y obsequiar al cliente la menudencia del pollo.

Entre las herramientas que se usarán están los medios impresos como:

g.2.4.2. Medios impresos locales

Se harán publicaciones 2 veces al mes con anuncios a full color en el Diario La Hora, ya que de acuerdo a la encuesta aplicada a clientes el 59% prefieren este periódico (cuadro N° 18). La contratación se hará por un año calendario.

Cuadro Nro. 40

Publicidad Escrita

Cantidad	Descripción	Valor Unitario USD. \$	Valor Mensual USD. \$	Valor Anual USD. \$
2	Anuncios en Prensa	11,15	22,30	267,60
TOTAL			22,30	267,60

Fuente: Cuadro N° 18
Elaborado por: El Autor

Se ha considerado una descripción corta, y centrada en ofrecer un producto de calidad, a continuación se detalla el contenido:

Anuncio publicitario para la prensa escrita

La empresa “Don pollo” hace conocer a la ciudadanía en general la venta al por mayor y menor de su producto: pollo empacado al vacío,

seleccionado en presas y de la mejor calidad, visítenos y será un placer atenderemos, teléfonos: 0983317863, 072606178.

g.2.4.3. Medios Radiales

Para el uso de este medio se hará contrato durante 6 meses con Radio San Antonio, ya que de acuerdo a la encuesta aplicada a clientes, el 61% prefieren esta emisora local, información detallada en cuadro N° 14.

Las pautas se harán de manera diaria durante el tiempo del contrato.

Cuadro Nro. 41

Publicidad en radio

Cantidad	Descripción	Valor Unitario USD. \$	Valor Mensual USD. \$	Valor Anual USD. \$
30	Pautas Radiales	4,30	129,00	774,00

Fuente: Cuadro N°14
Elaborado por: El Autor

Se ha considerado un anuncio centrado en la localización de centro de expendio del producto y afianzando la calidad del producto “Pollos empacados al vacío”, a continuación se detalla el contenido:

Anuncio Publicitario - Cuña radial

La procesadora y comercializadora don pollo abre sus puertas para ofrecerle toda la calidad de pollos empacados al vacío y seleccionados en

presas como pechugas, alitas, muslos y todo lo demás, esto realizado con el mejor proceso industrial y comercial, estamos ubicados en el barrio Tunantza, cantón Zamora, sus pedidos los puede realizar llamando al 0983317863.

g.3. Estudio técnico

El estudio técnico permite determinar los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción o prestación de servicios, considerando los datos proporcionados por el estudio de mercado con el objeto de determinar la tecnología, el espacio físico y el recurso humano más adecuado.

El objeto del estudio técnico es definir un tamaño óptimo de producción o servicio obedeciendo las necesidades del mercado, entrando así a un nuevo campo competitivo.

g.3.1. Tamaño de la empresa

Este estudio tiene por objeto determinar los requerimientos de los recursos básicos para el proceso de producción o servicio considerando los datos proporcionados por el estudio de mercado.

Este estudio permite describir el tamaño que tendrá la empresa a implantarse, la localización óptima y el diseño de ingeniería que será de acuerdo a las necesidades del mercado, además permite considerar el

tamaño necesario de la infraestructura para el desenvolvimiento de los recursos humanos tanto el aspecto administrativo como operativo.

El tamaño del proyecto se lo considera como la capacidad de producción de un bien o servicio con que la empresa contara durante un periodo de tiempo determinado.

g.3.1.1. Capacidad instalada

La empresa adquirirá pollos Broiler Ross 308 con el cual se manejarán todos los estándares del pollo de engorde: tendrá una capacidad de compra de 2.000 pollos mensuales con un peso promedio de 8 libras cada uno.

Al año esto significará 24.000 pollos comprados para procesar finalmente 16.000 libras de pollo al mes y 192.000 libras de pollo al año.

Cuadro Nro. 42

Producción mensual y anual de Pollos

Compra mensual de Pollos en pie para procesamiento	Procesamiento Mensual de Libras de Pollo	Compra Anual de Pollos en pie para procesamiento	Procesamiento Anual de Libras de Pollo
2.000	16.000	24.000	192.000

Fuente: Observación Directa
Elaborado por: El Autor

Cuadro Nro. 43

Capacidad Instalada

Años	Demanda Insatisfecha de consumo familiar de Libras de Pollo en Zamora	Capacidad Instalada por libras de pollo	% Mercado que cubre la empresa
1	222.845	192.000	86,16%
2	224.018	192.000	85,71%
3	225.091	192.000	85,30%
4	226.055	192.000	84,94%
5	226.904	192.000	84,62%
6	227.631	192.000	84,35%
7	228.227	192.000	84,13%
8	228.685	192.000	83,96%
9	228.996	192.000	83,84%
10	229.152	192.000	83,79%

Fuente: Cuadro N°39 y 42

Elaborado por: El Autor

g.3.1.2. Capacidad utilizada

Al existir una demanda insatisfecha muy amplia se utilizará al inicio de las operaciones el 85% de la capacidad instalada y la empresa trabajará los 365 días del año calendario. Conforme pasan los años de vida útil del proyecto irá aumentando gradualmente hasta alcanzar el 100% de su capacidad instalada.

Cuadro Nro. 44

Capacidad Utilizada

Años	Capacidad Instalada por libras de pollo	Porcentaje de inicio de operación de la planta	Capacidad Utilizada (libras)
1	192.000	85%	163.200
2	192.000	90%	172.800
3	192.000	90%	172.800
4	192.000	90%	172.800
5	192.000	95%	182.400
6	192.000	95%	182.400
7	192.000	95%	182.400
8	192.000	100%	192.000
9	192.000	100%	192.000
10	192.000	100%	192.000

Fuente: Cuadro N°43
Elaborado por: El Autor

g.3.2. Localización

Existen algunos factores que determinan la localización de un lugar para la prestación de un servicio y que generalmente se denominan factores localizaciones, entre los que podemos mencionar: terreno, mercado, vías de comunicación, disponibilidad de mano de obra, transporte, servicios básicos como luz, agua, teléfono, etc.

Disponibilidad de mano de obra

Es otro factor importante que hace posible la localización, teniendo presente que la mano de obra que dispone la ciudad de Zamora, es cuantiosa y diversificada ya que dispone de gente con formación de nivel medio y superior, que están preparando mano de obra calificada y que por la falta de gestión empresarial no se generan fuentes de trabajo, situación que da la pauta para que se considere seriamente la ubicación de la empresa y específicamente en Barrio Tunantza, ofreciendo fuentes de trabajo y coadyuvando al desarrollo social.

Disponibilidad de servicios básicos

Este factor es prioritario en la selección de la ubicación de la planta, ya que se trata de servicio de utilización humana, por lo tanto estos servicios deben ser óptimos y que dispone la ciudad de Zamora para dar una localización apropiada al proyecto.

El agua

Es el elemento necesario y primordial en la prestación del servicio, en la ciudad de Zamora se tiene agua potable, siendo ideal para los requerimientos de la empresa y se tiene en cantidad suficiente.

Energía eléctrica

De igual manera la ciudad de Zamora y principalmente en el Barrio Tunantza cuenta con el servicio constante del fluido eléctrico.

Telefonía

Este servicio cubre toda la ciudad de Zamora Chinchipe y principalmente en el Barrio Tunantza y además cuenta con servicios tecnológicos en comunicación y telefonía celular.

e.3.2.1. Macrolocalización

El estudio de la macrolocalización consiste en especificar el lugar, zona, región, provincia, ciudad o área geográfica en la que corresponderá instalar la unidad de producción, tratando de reducir al mínimo los costos totales de transporte.

Los factores generales y necesarios para la macrolocalización:

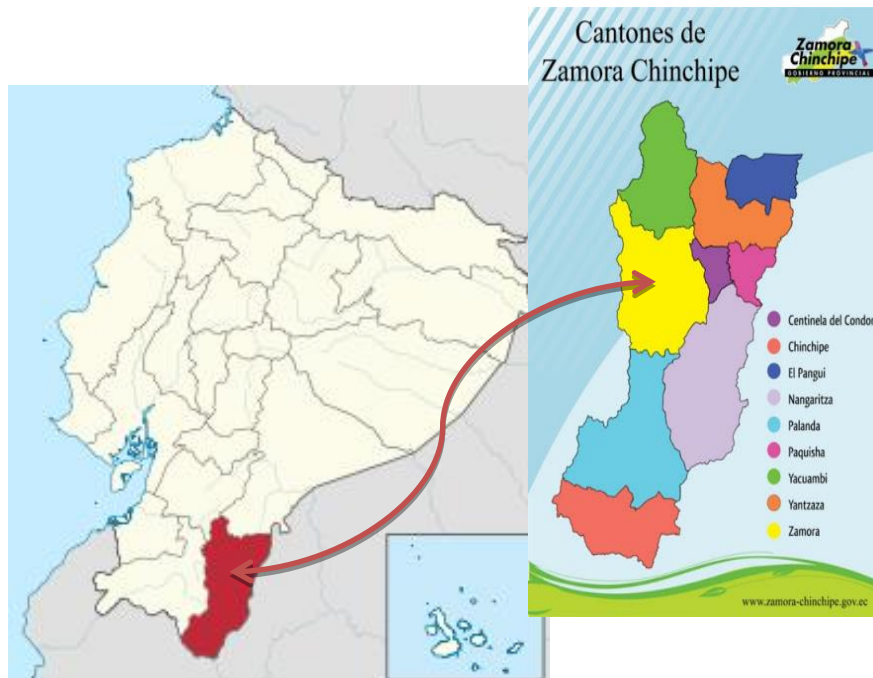
- La cercanía a los principales centros de establecimiento de los consumidores.
- Interés en aprovechar ciertos estímulos públicos.
- Análisis primordial del costo del transporte.

- Deseo del grupo de inversionistas en promover la economía de determinada región.

El proyecto se encontrará localizado en una forma macro en la ciudad Zamora, Provincia de Zamora Chinchipe en Ecuador.

Gráfico Nro. 32

Macrolocalización



Fuente: https://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Zamora_Chinchipe#/media/File:Zamora-Chinchipe_in_Ecuador
 Elaborado por: El Autor

e.3.2.2. Microlocalización

Se refiere al lugar específico donde estará ubicada la empresa procesadora y comercializadora de pollo “Don Pollo”. Para cumplir este objetivo se planteó la matriz de microlocalización descrita a continuación:

Cuadro Nro. 45

Matriz de Microlocalización

Factores	Variables	Peso	Sector A		Sector B		Criterios	Valor
			Calificación	C. Ponderada	Calificación	C. Ponderada		
Geográfico	Clima	0,05	8	0,4	8	0,4	Alta	10
							Normal	8
							Baja	6
	Vías de acceso	0,16	10	1,6	10	1,6	Buen estado	10
							Más o menos	8
							Mal estado	6
	Disponibilidad del terreno	0,23	8	1,84	10	2,3	Si hay	10
							Con dificultad	8
							No hay	6
	Servicios básicos	0,1	10	1	8	0,8	Todos	10
							Algunos	8
							Ninguno	6
Económico	Actividad económica del sector	0,19	7	1,33	8	1,52	Alto	10
							Medio	8
							Bajo	6
	Cercanía al cliente	0,14	8	1,12	10	1,4	Cerca	10
Lejos							8	
Institucional	Permisos	0,08	8	0,64	10	0,8	Fácil	10
							Complicado	8
							Muy complicado	6
Social	Disponibilidad de mano de obra	0,05	10	0,5	8	0,4	Si hay	10
							Con dificultad	8
							No hay	6
TOTAL				8,43		9,22		

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: El Autor

Se ha denominado sector A al barrio Bombuscaro. Sector B al barrio Tunatza. En este caso la empresa procesadora y comercializadora de pollo estará ubicada en el barrio Tunantza en la Provincia de Zamora Chinchipe debido a que luego del análisis de las variables geográficas, económicas, institucionales y sociales, resultó ser el lugar mejor puntuado en base a las ponderaciones detalladas en el cuadro N° 45.

Gráfico Nro. 33
Mapa de Microlocalización

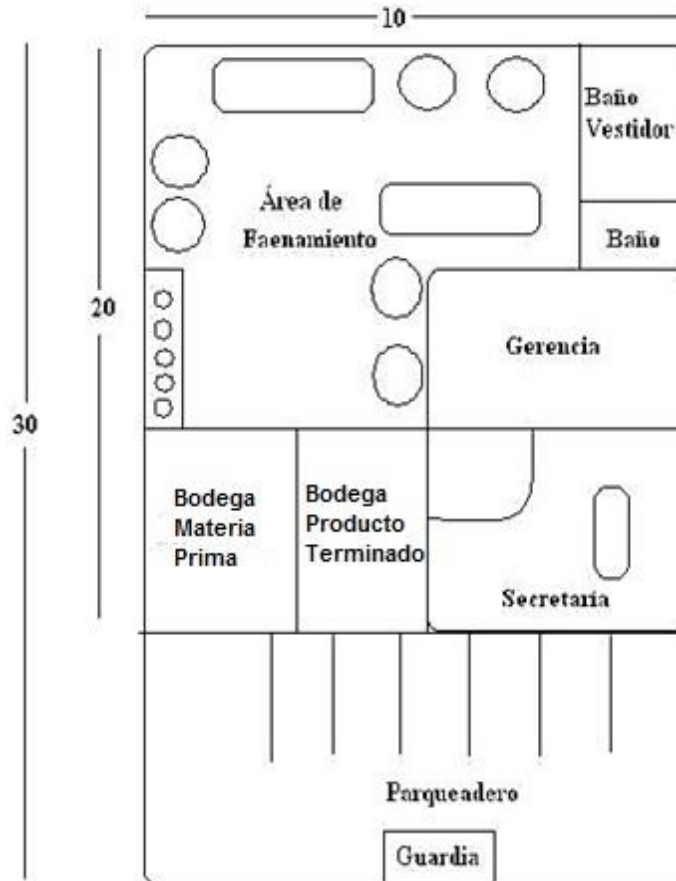


Fuente: <https://www.google.com.ec/maps/place/Zamora-Chinchipec/@-4.0616319,-78.9455302,17z/data=!4m2!3m1!1s>
Elaborado por: El Autor

e.3.3. Distribución de la planta

La distribución física de la planta tiene como objetivo principal localizar equipos e implementos necesarios de manera que se haga posible cumplir con lo establecido en el diagrama de proceso de operación. El ordenamiento de los equipos e implementos necesarios en una empresa permite la ejecución sin contratiempos de las operaciones y la minimización del tiempo del servicio.

Gráfico Nro. 34
Distribución de la planta



Fuente: Observación Directa
Elaboración: Arquitecto John Zavala

g.3.4. Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto se refiere específicamente a aquella parte del estudio que se relaciona en su fase técnica, es decir en las etapas del estudio, instalación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto, para lograr la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles en la comercialización de pollos.

g.3.4.1. Procesamiento del pollo

Pesado y Selección

Con esta etapa se inicia propiamente el proceso que consiste en seleccionar las aves por su peso, esto es los de 8 lbs., serán los que se faenen para la presentación de pollos enteros con y sin menudencia.

Aturdimiento

Normalmente se realiza por inmersión en un baño de agua por el que se hace pasar una corriente alterna sinusoidal (con una frecuencia de 50 Hz) de 50 V, durante 46 segundos/pollo.

La corriente eléctrica fluye desde la cabeza a los ganchos, desencadenando un ataque de tipo epiléptico que provoca la insensibilización, y estimulando directamente en cierta medida la masa muscular.

Degüello

Consiste en enganchar las aves en la noria del colgado para ser posteriormente degollado y desangrado mediante el corte de los grandes vasos sanguíneos del cuello.

Escaldado

En lo que concierne a la etapa de escaldado, el agua de las piletas debe renovarse continuamente. Se recomienda que la temperatura del agua del escaldador sea de 52° a 56° C y que el pasaje del ave por este equipo debe ser de aproximadamente de 2 a 3 minutos aproximadamente, esto es para conservar el extracto carneo de la piel por lo que a través del desplume presenta un color y apariencia natural.

Desplumado

Es un paso muy delicado; si las máquinas no están correctamente ajustadas o el tiempo es excesivo (normal 2 minutos) aumentarán los daños a la piel (sobre todo en muslos) incluso con desgarros, y las fracturas y dislocaciones de muslos y alas; o bien quedará un número excesivo de cañones de plumas en la canal.

Evisceración

Con respecto a la evisceración, es una etapa en la que hay que tener sumo cuidado con el objeto de evitar rupturas del aparato digestivo que pueda contaminar la superficie de la carcasa. Un factor importante a considerar es el dietado de las aves para evitar contaminaciones por roturas de vísceras.

Lavado

Luego se debe proceder a un lavado a fin de eliminar coágulos, y otros contaminantes adheridos al interior del ave.

Enfriamiento

A continuación se realiza el enfriamiento de los canales ya sea por chiller o por aire frío.

En el caso de emplear el chiller, el agua de enfriamiento debe renovarse permanente y se sugiere la incorporación a la misma de 18 a 25 ppm de cloro.

El flujo de agua debe ir en dirección contraria a la que siguen las canales de modo que éstas lleguen a la temperatura esperada en el punto en que entra agua limpia en la artesa.

Empaquetado

Al finalizar el proceso, la temperatura del pollo debe ser inferior a los 10°C, debe escurrir el excedente de agua por goteo e ingresar en la etapa de clasificación.

Una vez obtenido el producto final se procede al empaquetado y etiquetado para su posterior almacenamiento y distribución del mismo. Resulta esencial prestar la máxima atención en esta etapa del proceso, ya que los descuidos en la cadena de frío y en las condiciones de almacenaje pueden llegar a malograr todo el esfuerzo realizado a lo largo de la producción, faena y procesamiento de los pollos.

Los pollos ya envasados son introducidos en cámaras frigoríficas con diferentes regímenes de frío, dependiendo del tipo de producto. Una vez alcanzada la temperatura interior correspondiente, los productos son almacenados hasta realizar el transporte de los mismos.

Almacenamiento

La temperatura en la zona del almacenamiento deberá mantenerse a 4°C o menos, para productos enfriados, y a -18° C para productos congelados.

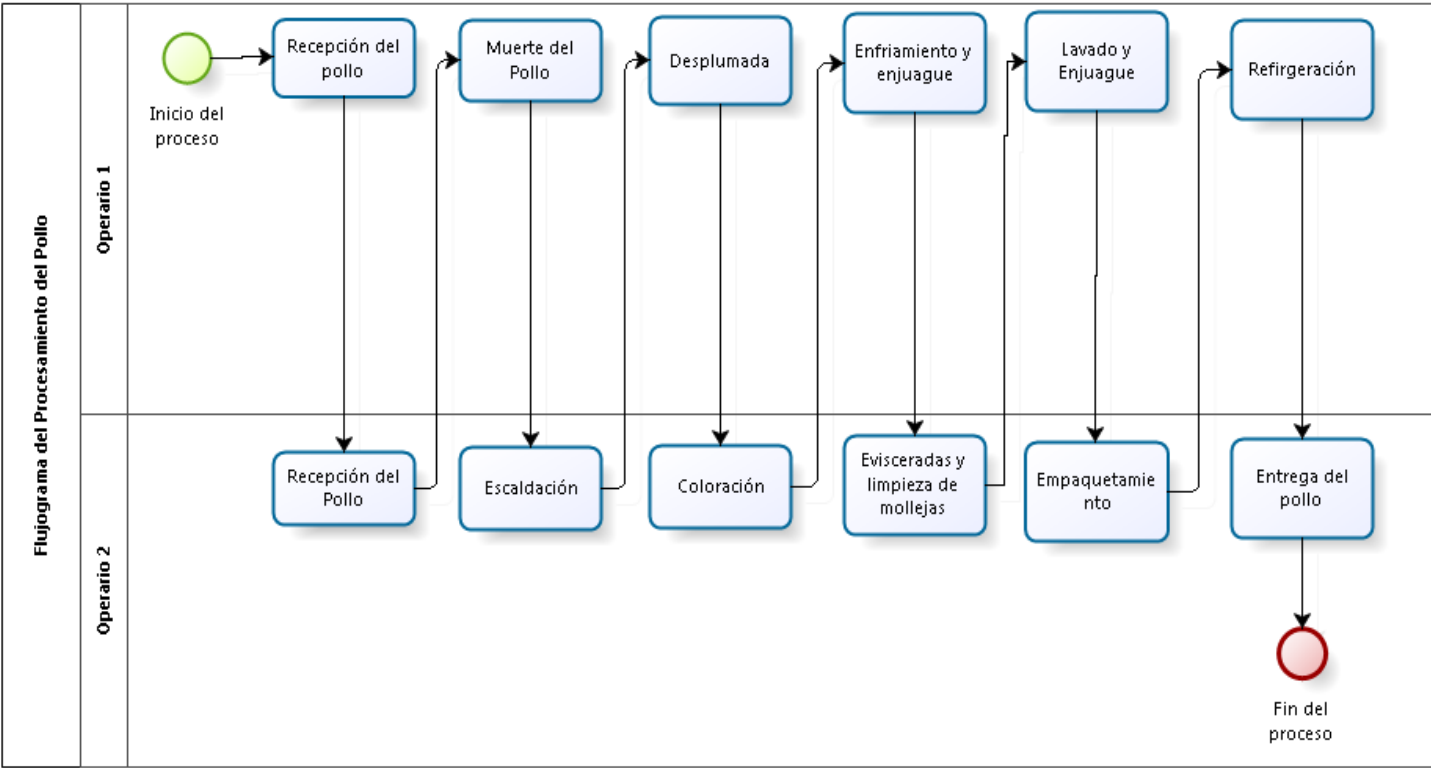
Como medida de prevención de la contaminación cruzada en la etapa de almacenamiento, no se debe depositar simultáneamente en una misma cámara frigorífica carnes, productos, subproductos o derivados provenientes de distintas especies animales.

Con esta descripción de actividades podemos tener una idea clara de cómo se va a desarrollar las operaciones para que nuestra materia prima

(MP) concluya como un producto terminado (PT), además nos sirve para realizar el diagrama de flujo de proceso.

El diagrama de flujo de proceso detalla en forma más técnica paso a paso la cantidad de actividades, con lo cual nos ayudará a conocer la cantidad necesaria de equipos para el óptimo desarrollo del proceso.

Gráfico Nro. 35
Flujograma del Procesamiento del Pollo



Fuente: Observación Directa
 Elaborado por: El Autor

g.4. Estudio administrativo

Actualmente donde la mayoría de empresas se enfrentan a una competencia mundial feroz, se hace fundamental que el diseño organizacional sea acorde a las exigencias del mercado. En un entorno tan competitivo y que cambia a cada momento se hace cada vez más esencial que los directores de empresas y microempresas pongan un adecuado interés en la organización, ya que si bien es cierto que existen empresas que a pesar de ser bien organizadas, fracasan, también es cierto que sin una acertada organización, es casi nula la oportunidad de sobrevivir. Es por este razonamiento que en este estudio se plantea la siguiente organización empresarial.

g.4.1. Titularidad de Propiedad de la Empresa

La compañía de responsabilidad limitada se contrae entre dos o más personas que responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y realizan actividades de comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán las palabras “Compañía Limitada” o su correspondiente abreviatura.

“Don Pollo Cía. Ltda.” es una empresa que adoptará la personería jurídica de Responsabilidad Limitada; la cual se inscribirá legalmente en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), con cuyo registro se podrán realizar todas las transacciones comerciales.

Se contará con cuatro personas que responderán por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales.

Este tipo de compañía es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes. Podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles por la ley.

El capital de esta compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior a USD. \$400,00 dólares de los Estados Unidos de América. Estará dividido en participaciones de USD.\$1,00 dólares de los Estados Unidos de América.

g.4.2. Sector y Actividad de la Empresa

La empresa según el Clasificador Internacional Industrial Unificado CIIU “Don Pollo Cía. Ltda.” se encuentra dentro del sector de “Elaboración de productos alimenticios y de Bebidas” correspondiente al subsector de “Producción de carne de aves de corral”.

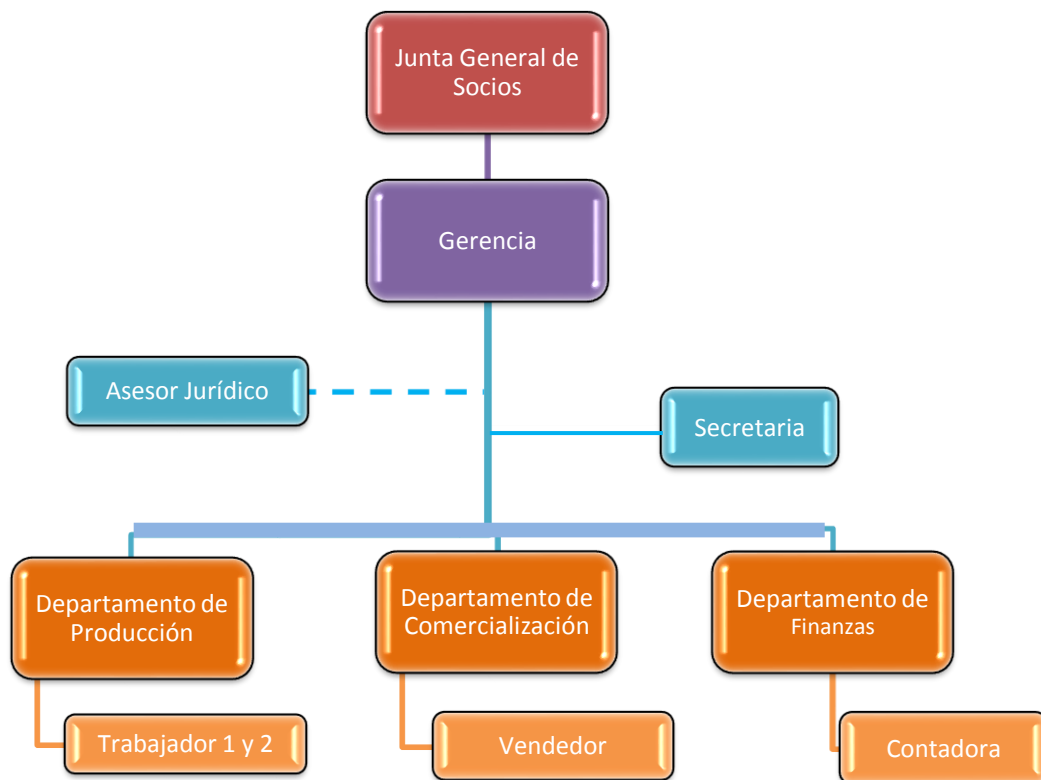
La actividad que llevará a cabo “Don Pollo Cía. Ltda.” tiene como finalidad la producción y la comercialización de carne de pollo, por lo que realizará un trabajo de carácter productivo con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes y a su vez generar un rédito económico para el accionista, constituyendo además con la generación de empleo y progreso del sector

g.4.3. Estructura Orgánica

El tipo de organización que asuma una empresa está determinado por las relaciones de autoridad existentes entre el personal directivo, ejecutivo, operativo, o sea, por las formas de delegación de autoridad y de control existentes en el interior de la empresa. A continuación los organigramas:

Gráfico Nro. 36

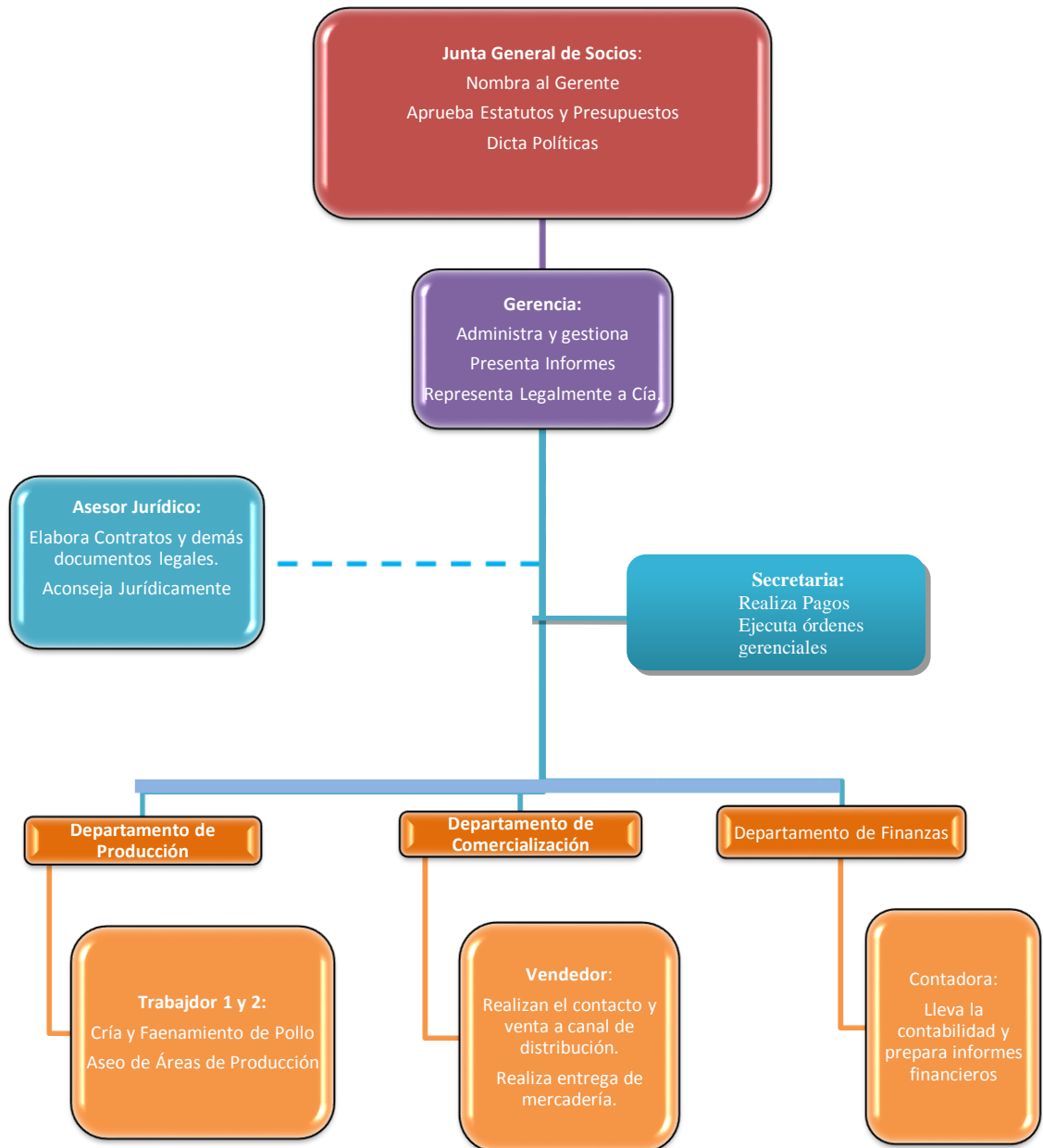
Organigrama estructural



Fuente: Observación Directa
Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 37

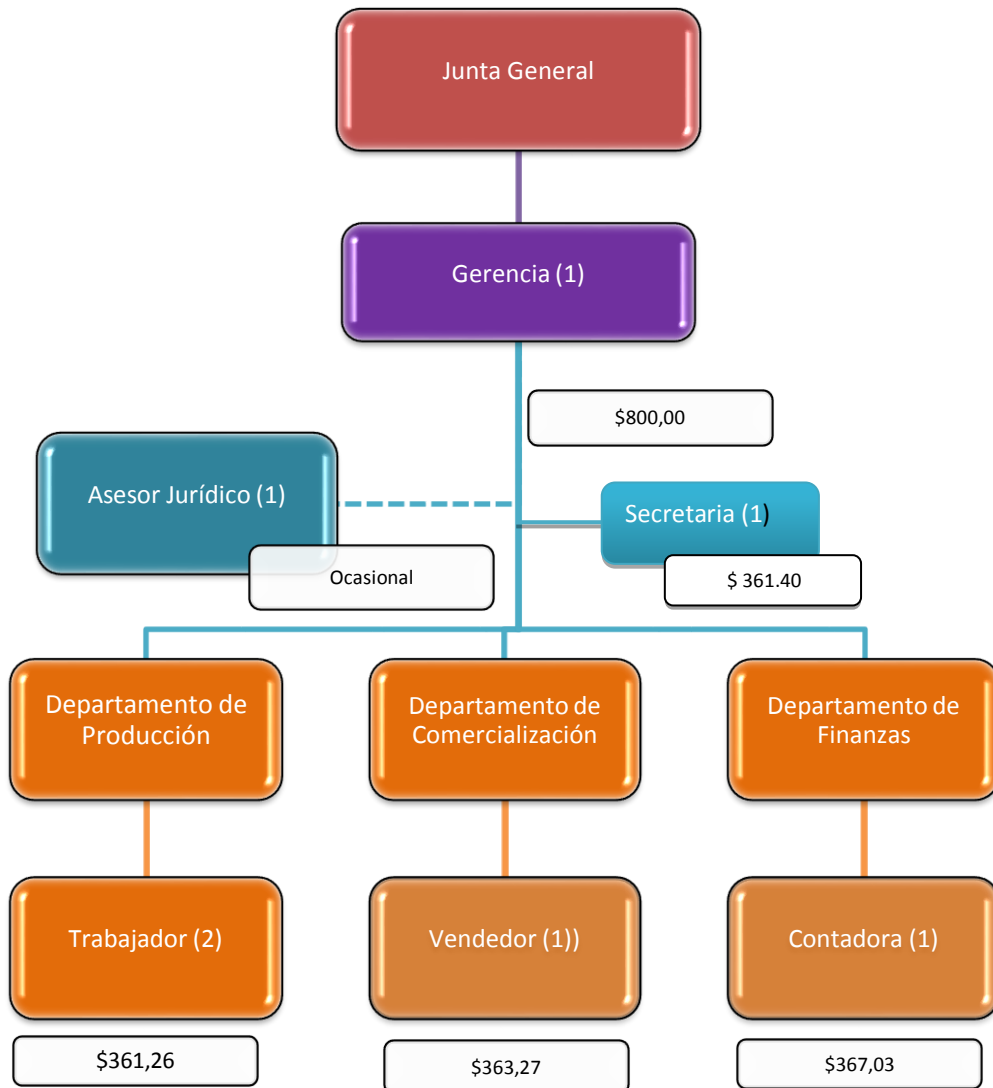
Organigrama funcional



Fuente: Observación Directa
Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 38

Organigrama posicional



Fuente: Observación Directa
Elaborado por: El Autor

g.4.4. Descripción de funciones

A continuación se describirá cada una de las funciones de los puestos que se crearán en la organización.

1. Junta general de socios
2. Gerente
3. Asesor Jurídico
4. Secretaria
5. Contadora
6. Vendedor
7. Obreros

g.4.4.1. Junta General de Socios

- Aprobar y reformar el Estatuto, así como su Reglamento Interno.
- Aprobar el plan de Trabajo Anual de la Empresa
- Autorizar la adquisición de bienes, o gravamen total o parcial de ellos.
- Conocer los balances semestrales y los informes relativos a la marcha de la empresa y aprobarlos o rechazarlos.
- Acordar la disolución de la empresa, su fusión con otra u otras.
- Designar al Gerente General

g.4.4.2. Gerente General

- Ejecutar y celebrar todo acto comprendido dentro del acto social.
- Cumplir y/o hacer cumplir las decisiones de la Junta Directiva.
- Manejar los asuntos y operaciones de la sociedad, tanto los externos como los concernientes a su actividad interna, todo dentro de las orientaciones e instrucciones emanadas de la Junta Directiva.
- Responder por la contratación y asegurarse de que en la empresa se cumpla el reglamento de contratación establecidos por la Junta Directiva.
- Delegar funciones en asuntos específicos.
- Preparar y ejecutar el presupuesto aprobado por la Junta Directiva de la sociedad, cuando es el caso.
- Presentar a consideración de la Junta Directiva, informes sobre la marcha de la sociedad y sobre su situación comercial, técnica, administrativa y financiera.

g.4.4.3. Asesor Jurídico

- Asesorar en la constitución legal de la creación de la empresa
- Asesorar al Gerente y directivos de la empresa.
- Asesorar de forma directa en el ámbito constitucional, legal, estatutario y reglamentario para fomentar un cumplimiento estricto en beneficio del buen desarrollo empresarial.

e.4.4.4. Secretaria

- Responsable de receptor, registrar y distribuir la correspondencia de gerencia.
- Emisión de correspondencia bajo numeración correlativa y codificada, de acuerdo al departamento que le ordene, y su remisión inmediata.
- Mantenimiento de archivos de contratos suscritos por la empresa con terceros.
- Atención diaria de las agendas de la Gerencia.
- Control del fondo fijo (Caja chica), de acuerdo a las normas y procedimientos establecidos para tal función.
- Cumplir y hacer cumplir las políticas, normas y procedimientos de la empresa.
- Mantener actualizados archivos físicos y en base de datos, sobre las facturas generadas y facturas anuladas, clasificándolas ordenadamente por tipo de transacción.

g.4.4.4. Obreros

- Verificar la cantidad de pollos que ingresan.
- Verificar la higiene de los pollos en su ingreso.
- Observar e informar al administrador si llegase haber algún ave enferma.

- Realizar el proceso de faenado con los estándares de calidad establecidos.
- Manejar el equipo y maquinaria a su cargo.
- Cumplir con las órdenes dadas por el administrador.

g.4.4.5. Vendedor

- Visitar a los clientes en sus locales o negocios para ofrecer el producto.
- Realizar seguimiento de satisfacción del cliente bajo el método 333 (visita después de tres días para preguntar al cliente sobre la calidad del producto, después de 3 semanas llamar al cliente para saber si su percepción del producto ha cambiado, y después de 3 meses para recordarle que la empresa está satisfecha de tenerlo como cliente).
- Contribuir a las soluciones de problemas que se susciten con los clientes.
- Realizar verificación personal de los productos facturados ya que su responsabilidad es entregar al cliente un producto en buen estado.
- Vender el producto de acuerdo a los objetivos planteados por la empresa.

g.4.4.6. Contadora

- Llevar los registros contables de la avícola.

- Elaborar y presentar los balances financieros
- Elaborar y presentar la declaración de impuestos mensualmente al SRI

g.5. Estudio financiero

La inversión fija comprende el conjunto de bienes que no son motivos de transacciones corrientes por parte de la empresa.

Se adquieren de una vez durante la etapa de instalación del proyecto y se utilizan a lo largo de la vida útil.

Su valor monetario constituye el capital fijo de la empresa; entre ellos se pueden distinguir los rubros que están sujetos a depreciación por efecto de la obsolescencia, así los edificios y construcciones, maquinaria y equipo, muebles y enseres, etc.; y aquellos otros que no lo están como los terrenos cuyo valor se recupera mediante el mecanismo de la revalorización.

La determinación de su cantidad depende de las especificaciones técnicas señaladas en la ingeniería del proyecto y su costo desde el punto de vista financiero se ha valorado a precios de mercado, solicitando a empresas oferentes las respectivas proformas.

g.5.1. Activos Fijos

Se consideraron los siguientes activos fijos para el presente proyecto:

g.5.1.1. Adecuaciones e Instalaciones

Cuantifica el valor que se incurrirá por adecuaciones de áreas de producción y administrativas.

Cuadro Nro. 46

Adecuaciones e Instalaciones

Cantidad	Descripción	Medida	Costo Unitario USD. \$	Costo Total USD. \$
2	Tool acero inoxidable 0.70 1/32	Planchas	36,00	72,00
4	Pintura de Local Interno y Externo	Galón	26,00	104,00
1	Pintura Fondo Epoxico de Local Interno	Caneca	240,00	240,00
40	Instalaciones Eléctricas	Puntos	8,25	329,80
TOTAL				745,80

Fuente: Anexo 9; pág. 222

Elaborado por: El Autor

g.5.1.2. Equipo de Computación

Cuantifica el valor de los equipos de cómputo necesarios para la normal operación de la parte administrativa de la empresa, este equipo será utilizado en Gerencia y Secretaría.

Cuadro Nro. 47

Equipo de Computación

Cantidad	Detalle	Medida	Costo Unitario USD. \$	Costo Total USD. \$
1	Computadora Portátil	Unidad	780,00	780,00
1	Computadora de Escritorio	Unidad	516,00	516,00
2	Impresora Multifunción	Unidad	354,00	708,00
TOTAL				1.296,00

Fuente: Anexo Nro. 8; pág. 221

Elaborado por: El Autor

Es importante notar que el equipo de cómputo solo tiene una vida útil de 3 años, por lo que al final de este tiempo es necesario hacer una reinversión en este activo fijo.

Para este propósito es necesario proyectar el costo original de este equipo para de este modo determinar el costo aproximado en el cuarto año de vida útil del presente proyecto. Para este efecto se ha proyectado con la tasa de inflación prevista para el año 2015 en 3,67%. Dado que el tiempo de vida útil del presente proyecto es de 10 años es necesario hacer dos reinversiones del equipo de computación durante este tiempo. La primera en el 4to año, la segunda en el 7mo año y la tercera en el 10mo año. A continuación el detalle correspondiente.

Cuadro Nro. 48

Reinversión de Equipo de Computación

Año	Valor	Tasa de Inflación	Valor Incremento USD. \$	Costo Incrementado Anualmente USD. \$
1	1.296,00	3,67%	47,56	1.343,56
2	1.341,36	3,67%	49,31	1.392,87
3	1.388,31	3,67%	51,12	1.443,99
4	1.436,90	3,67%	52,99	1.496,98
5	1.487,19	3,67%	54,94	1.551,92
6	1.539,24	3,67%	56,96	1.608,88
7	1.593,11	3,67%	59,05	1.667,93
8	1.648,87	3,67%	61,21	1.729,14
9	1.706,58	3,67%	63,46	1.792,60
10	1.766,31	3,67%	65,79	1.858,39

Fuente: Cuadro No. 47
Elaborado por: El Autor

g.5.1.3. Equipo de Producción

Se consideró la siguiente maquinaria y equipo para llevar a funcionamiento la empresa de procesamiento de pollos en el cantón Zamora.

Cuadro Nro. 49

Equipo de Producción

Cantidad	Detalle	Medida	Costo Unitario USD. \$	Costo Total USD. \$
1	Peladora de Pollo Industrial	unidad	1.900,00	1.900,00
1	Cámara de Frío	unidad	3.500,00	3.500,00
2	Balanza Electrónica	unidad	550,00	1.100,00
1	Selladora de empaque al vacío	unidad	550,00	550,00
4	Bomba para agua 1 HP	unidad	125,00	500,00
4	Tanque de 500 litros	unidad	175,00	700,00
10	Gabetas cerradas de 32x40x60	unidad	17,92	179,20
1	Cocina industrial de 4 q.	unidad	280,00	280,00
10	Cuchillo Jn	unidad	6,50	65,00
5	Ollas industriales	unidad	80,00	400,00
TOTAL				9.174,20

Fuente: Anexo Nro. 6; pág. 219

Elaborado por: El Autor

g.5.1.4. Equipo de Oficina

Cuantifica el valor de los equipos que se utilizarán en el área administrativa.

Cuadro Nro. 50

Equipo de Oficina

Cantidad	Detalle	Medida	Costo Unitario USD. \$	Costo Total USD. \$
1	Teléfono Celular	Unidad	250,00	250,00
1	Proyector	Unidad	514,00	514,00
TOTAL				764,00

Fuente: Anexo Nro. 7; pág.220

Elaborado por: El Autor

g.5.1.5. Muebles de Oficina

Comprende el valor que la empresa debe recurrir para equipar las instalaciones, aquí se diferencia los muebles y enseres destinados al área administrativa y los destinados al área operativa.

Cuadro Nro. 51

Muebles de Oficina

Cantidad	Detalle	Medida	Costo Unitario USD. \$	Costo Total USD. \$
1	Escritorio Gerencial	Unidad	365,00	365,00
1	Escritorio para Secretaria	Unidad	215,00	215,00
1	Mesa para Reuniones	Unidad	213,00	213,00
2	Sillón Giratorio	Unidad	62,50	125,00
TOTAL				918,00

Fuente: Anexo 4; pág. 217

Elaborado por: El Autor

g.5.1.6. Vehículo

Para el transporte del producto la empresa adquirirá una Camioneta Furgón.

Cuadro Nro. 52

Vehículo

Cantidad	Detalle	Medida	Costo Unitario USD. \$	Costo Total USD. \$
1	Camioneta Furgón	Unidad	26.000,00	26.000,00
TOTAL				26.000,00

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: El Autor

En vista de que la camioneta o vehículo solo tiene un tiempo de vida útil de 5 años será necesario hacer una reinversión de este activo fijo en el sexto año de vida útil de proyecto.

Cuadro Nro. 53

Reinversión de Vehículo

Año	Valor	Tasa de Inflación	Valor Incremento USD. \$	Costo Incrementado Anualmente USD. \$
1	26.000,00	3,67%	954,20	26.954,20
2	26.910,00	3,67%	989,22	27.943,42
3	27.851,85	3,67%	1.025,52	28.968,94
4	28.826,66	3,67%	1.063,16	30.032,10
5	29.835,60	3,67%	1.102,18	31.134,28
6	30.879,84	3,67%	1.142,63	32.276,91
7	31.960,64	3,67%	1.184,56	33.461,47
8	33.079,26	3,67%	1.228,04	34.689,51
9	34.237,03	3,67%	1.273,10	35.962,61
10	35.435,33	3,67%	1.319,83	37.282,44

Fuente: Tabla Nro. 53 y Anexo 13; pág. 226
Elaborado por: El Autor

g.5.2. Activos diferidos

Comprende los gastos que la empresa debe incurrir para constituir la empresa, así como el pago preliminar, permisos de funcionamiento, patente municipal entre otros.

Cuadro Nro. 54

Inversión de activos diferidos

Activo Diferido	Valor USD. \$
Gastos de Constitución	350,00
Honorarios de Abogado	125,00
Patente Municipal	200,00
Permiso de Cuerpo de Bomberos	30,00
Permiso Sanitario	30,00
Estudio de Factibilidad	600,00
TOTAL	1.335,00

Fuente: Observación Directa
Elaborado por: El Autor

g.5.3. Capital de trabajo o activo corriente

Es el capital inicial distinto a la inversión en activo fijo y diferido con el que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa, es decir hay que financiar la primera producción de servicios antes de recibir ingresos.

Es necesario indicar que todo el presente proyecto se proyectará con una tasa de inflación prevista para el 2015 en 3,67% de acuerdo a estimaciones del Banco Central del Ecuador.

g.5.3.1. Materia Prima Directa

La materia prima directa para el presente proyecto lo constituirá el pollo broiler, cuyo costo se ha calculado por libras.

Cuadro Nro. 55

Materia Prima Directa

Cantidad Libras	Unidades	Descripción	Medida	Precio Unitario USD. \$	Costo Mensual USD. \$	Costo Anual USD. \$
163.200	20.400	Pollo broiler	Unidades	0,85	11.560,00	138.720,00
TOTAL					11.560,00	138.720,00

Fuente: Observación Directa
Elaborado por: El Autor

Cuadro Nro. 56

Proyección Materia Prima Directa

Años	Capacidad Utilizada	Precio Unitario 3,67%	Total de Materia Prima Proyectada
1	163.200,00	0,85	138.720,00
2	172.800,00	0,88	152.270,50
3	172.800,00	0,91	157.858,82
4	172.800,00	0,95	163.652,24
5	182.400,00	0,98	179.083,74
6	182.400,00	1,02	185.656,11
7	182.400,00	1,06	192.469,69
8	192.000,00	1,09	210.035,08
9	192.000,00	1,13	217.743,37
10	192.000,00	1,18	225.734,55

Fuente: Cuadro N° 44 y 55
Elaborado por: El Autor

g.5.3.2. Materiales Indirectos

Los materiales indirectos del presente proyecto lo constituye el film plástico con el cual se empacará al vacío, considerando 10 rollos por mes y las bandejas 1 bandeja por pollo que en total nos darían 20.400 unidades por año.

Cuadro Nro. 57

Materiales Indirectos

Cantidad Anual	Descripción	Medida	Precio Unitario USD. \$	Costo Mensual USD. \$	Costo Anual USD. \$
120	Film Plástico	Rollos	16,24	250,00	1.948,80
20.400	Bandejas	unidades	0,0125	21,32	255,90
TOTAL				250,00	2.204,70

Fuente: Anexo 10; pág. 223
Elaborado por: El Autor

Cuadro Nro. 58

Proyección Materiales Indirectos

AÑOS	Valor Total Incrementado USD. \$
	3,67%
1	2.204,70
2	2.285,61
3	2.369,49
4	2.456,45
5	2.546,61
6	2.640,07
7	2.736,96
8	2.837,40
9	2.941,54
10	3.049,49

Fuente: Cuadro Nro. 57
Elaborado por: El Autor

g.5.3.3. Mano de Obra Directa

Se refiere al personal que está directamente involucrado en la transformación de la materia prima, en este caso en el procesamiento del pollo en su estado puro hasta limpiarlo, procesarlo y envasarlo.

Cuadro Nro. 59

Mano de Obra Directa

Descripción	Trabajador USD. \$
Sueldo Básico Unificado	361,26
Décimo Tercero	30,11
Décimo Cuarto	29,50
Aporte Patronal IESS 11,15%	40,28
Aporte IECE-SECAP (1%)	3,61
Total	464,76
Nº de Empleados	2
Total Mensual por trabajador	929,52
TOTAL ANUAL	11.154,24

Fuente: Tablas Sectoriales 2015

Elaborado por: El Autor

El cálculo del fondo de reserva se realiza a partir del segundo año:

$\$361,26 \times 2$ (Trabajadores) = $\$722,52$ por pagar de fondos de reserva.

$\$11.154,24$ (1er año) + $\$722,52$ (Fondos de Reserva) = $\$11.876,76$

$\$11.876,76 \times 3,67\%$ de incremento (tasa de inflación anual) = **$\$12.312,64$**

(2do Año)

Cuadro Nro. 60

Proyección de Mano de Obra Directa

AÑOS	Valor Total Incrementado USD. \$
	3,67%
1	11.154,24
2	12.312,64
3	12.764,51
4	13.232,97
5	13.718,62
6	14.222,09
7	14.744,04
8	15.285,15
9	15.846,11
10	16.427,67

Fuente: Cuadro N° 59
Elaborado por: El Autor

g.5.3.4. Mano de Obra Indirecta

Son aquellos quienes indirectamente hacen parte del proceso productivo en este proyecto, que si bien no intervienen en la transformación de la materia prima, si hacen parte de la cadena de comercialización.

Cuadro Nro. 61

Mano de Obra Indirecta

Descripción	Vendedor USD. \$
Sueldo Básico Unificado	363,27
Décimo Tercero	30,27
Décimo Cuarto	29,50
Aporte Patronal IESS 11,15%	40,50
Aporte IECE-SECAP (1%)	3,63
Total	467,17
Nº de Empleados	1
Total Mensual x Empleado	467,17
TOTAL ANUAL	5.606,04

Fuente: Tablas Sectoriales 2015

Elaborado por: El Autor

El cálculo del fondo de reserva se realiza a partir del segundo año:

$\$363,27 \times 1$ (Empleado) = $\$363,27$ por pagar de fondos de reserva.

$\$5.606,04$ (1er año) + $\$363,27$ (Fondos de Reserva) = $\$5.969,31$

$\$5.969,31 \times 3,67\%$ de incremento (tasa de inflación anual) = **$\$6.177,04$**

(2do Año)

Cuadro Nro. 62

Proyección de Mano de Obra Indirecta

AÑOS	Valor Total Incrementado USD. \$
	3,67%
1	5.606,04
2	6.188,38
3	6.415,50
4	6.650,95
5	6.895,04
6	7.148,08
7	7.410,42
8	7.682,38
9	7.964,32
10	8.256,61

Fuente: Cuadro N° 61

Elaborado por: El Autor

g.5.3.5. Sueldos Administrativos

Comprenden los valores correspondientes al pago mensual del personal administrativo de la empresa como el gerente, secretaria y contadora.

Cuadro Nro. 63

Sueldos Administrativos

Descripción	Gerente USD. \$	Secretaria USD. \$	Contadora USD. \$
Sueldo Básico Unificado	800,00	361,40	367,03
Décimo Tercero	66,67	30,12	30,59
Décimo Cuarto	29,50	29,50	29,50
Aporte Patronal IESS 11,15%	89,20	40,30	40,92
Total Mensual por Empleado	985,37	461,31	468,04
Total Anual por Empleado	11.824,40	5.535,75	5.616,48
Total Anual por Pagar	22.976,63		

Fuente: Tablas Sectoriales 2015

Elaborado por: El Autor

El cálculo del fondo de reserva se realiza a partir del segundo año:

$\$800 + \$361,40 + 367,03$ (Gerente + Secretaria + Contadora) = $\$1.528,43$

por pagar de fondos de reserva.

$\$22.976,63$ (1er año) + $\$1.528,43$ (Fondos de Reserva) = $\$24.505,06$

$\$24.505,06 \times 3,67\%$ de incremento (889,34) = **$\$25.404,40$ (2do Año)**

Cuadro Nro. 64

Proyección de Sueldos Administrativos

AÑOS	Valor Total Incrementado USD. \$
	3,67%
1	22.976,63
2	25.357,84
3	26.240,29
4	27.153,45
5	28.098,39
6	29.076,21
7	30.088,07
8	31.135,13
9	32.218,63
10	33.339,84

Fuente: Cuadro N° 63
Elaborado por: El Autor

g.5.3.6. Servicios Básicos:

Cuadro Nro. 65

Energía Eléctrica

Cantidad	Descripción	Medida	Costo Unitario USD. \$	Valor Mensual USD. \$	Valor Anual USD. \$
300	Energía eléctrica	Kw/h	0,12	36,00	432,00
TOTAL				36,00	432,00

Fuente: Empresa Eléctrica
Elaborado por: El Autor

Cuadro Nro. 66

Proyección de Energía Eléctrica

AÑOS	Valor Total Incrementado USD. \$
	3,67%
1	432,00
2	447,85
3	464,29
4	481,33
5	498,99
6	517,31
7	536,29
8	555,98
9	576,38
10	597,53

Fuente: Cuadro N° 65
Elaborado por: El Autor

Cuadro Nro. 67

Agua Potable

Cantidad	Detalle	Medida	Valor Unitario USD. \$	Valor Mensual USD. \$	Valor Anual USD. \$
50	Agua Potable	m3	0,56	28,00	336,00
TOTAL				28,00	336,00

Fuente: Empresa Municipal de Agua Potable
Elaborado por: El Autor

Cuadro Nro. 68

Proyección de Agua Potable

AÑOS	Valor Total Incrementado USD. \$
	3,67%
1	336,00
2	347,69
3	359,79
4	372,31
5	385,27
6	398,68
7	412,55
8	426,91
9	441,76
10	457,14

Fuente: Cuadro N° 67

Elaborado por: El Autor

Cuadro Nro. 69

Servicio Telefónico

Cantidad	Descripción	Medida	Costo Unitario USD. \$	Valor Mensual USD. \$	Valor Anual USD. \$
250	Telefonía	Minutos	0,08	20,00	240,00
TOTAL				20,00	240,00

Fuente: Corporación Nacional de Telecomunicaciones

Elaborado por: El Autor

Cuadro Nro. 70

Proyección de Servicio Telefónico

AÑOS	Valor Total Incrementado USD. \$
	3,67%
1	240,00
2	248,81
3	257,94
4	267,41
5	277,22
6	287,39
7	297,94
8	308,88
9	320,21
10	331,96

Fuente: Cuadro N° 69
Elaborado por: El Autor

g.5.3.7. Materiales de Oficina

Corresponde el valor de los materiales necesarios para la adecuada marcha de las actividades administrativas que se desarrollan en la empresa.

Cuadro Nro. 71

Materiales de Oficina

Cantidad	Detalle	Unidad	Valor Unitario USD. \$	Valor Mensual USD. \$	Valor Anual USD. \$
1	Papel Bond A4	Resma	4,60	4,60	55,20
4	Esferográficos	Unidad	0,35	1,40	16,80
1	Marcadores de Pizarra	Unidad	0,75	0,75	9,00
1	Rotulador	Unidad	0,65	0,65	7,80
3	Carpetas Archivadoras	Unidad	2,35	7,05	84,60
TOTAL				14,45	173,40

Fuente: Anexo Nro. 5; pág.218
Elaborado por: El Autor

Cuadro Nro. 72

Proyección de Materiales de Oficina

AÑOS	Valor Total Incrementado USD. \$
	3,67%
1	173,40
2	179,76
3	186,36
4	193,20
5	200,29
6	207,64
7	215,26
8	223,16
9	231,35
10	239,84

Fuente: Cuadro N° 71
Elaborado por: El Autor

g.5.3.8. Materiales de Limpieza

Abarca el gasto que la empresa incurre para la adquisición de materiales e insumos de limpieza los cuales son necesarios para el desenvolvimiento óptimo de la empresa.

Cuadro Nro. 73

Materiales de Limpieza

Cantidad	Descripción	Unidad	Valor Unitario USD. \$	Valor Mensual USD. \$	Valor Anual USD. \$
4	Escobas	Unidad	4,50	1,50	18,00
4	Trapeador	Unidad	6,35	2,12	25,40
6	Basureros G.	Unidad	12,60	6,30	75,60
12	Desinfectante	Galón	3,35	3,35	40,20
TOTAL				13,27	159,20

Fuente: Observación Directa
Elaborado por: El Autor

Cuadro Nro. 74

Proyección de Materiales de Limpieza

AÑOS	Valor Total Incrementado USD. \$
	3,67%
1	159,20
2	165,04
3	171,10
4	177,38
5	183,89
6	190,64
7	197,63
8	204,89
9	212,41
10	220,20

Fuente: Cuadro Nro. 73
Elaborado por: El Autor

g.5.3.9. Local de Arriendo

No será necesario adquirir un terreno para el funcionamiento de la empresa. Para iniciar el proyecto se ha estimado arrendar un local.

Cuadro Nro. 75

Local de Arriendo

Descripción	Valor Mensual USD. \$	Valor Anual USD. \$
Local de Arriendo	500,00	6.000,00
TOTAL	500,00	6.000,00

Fuente: Observación directa
Elaborado por: El Autor

Cuadro Nro. 76

Proyección de Local de Arriendo

AÑOS	Valor Total Incrementado USD. \$
	3,67%
1	6.000,00
2	6.220,20
3	6.448,48
4	6.685,14
5	6.930,49
6	7.184,83
7	7.448,52
8	7.721,88
9	8.005,27
10	8.299,06

Fuente: Cuadro Nro. 75
Elaborado por: El Autor

g.5.3.10. Publicidad

De acuerdo a la estrategia de medios publicitarios planteados en los cuadros N° 40 y 41 del presente estudio, se pudo determinar el presupuesto que corresponde a este rubro.

Cuadro Nro.77

Publicidad

Descripción	Valor Mensual USD. \$	Valor Anual USD. \$
Anuncio Radio	129,00	774,00
Anuncio Prensa	22,30	267,60
TOTAL	151,30	1.041,60

Fuente: Cuadro N° 40 y 41
Elaborado por: El Autor

Cuadro Nro.78

Proyección de Publicidad

AÑOS	Valor Total Incrementado USD. \$
	3,67%
1	1.041,60
2	1.079,83
3	1.119,46
4	1.160,54
5	1.203,13
6	1.247,29
7	1.293,06
8	1.340,52
9	1.389,72
10	1.440,72

Fuente: Cuadro N° 77
Elaborado por: El Autor

g.5.3.11. Combustible

Corresponde al gasto en el cual se incurrirá por concepto de combustible para el vehículo que hará el recorrido y entrega del producto.

Cuadro Nro. 79

Combustible

Cantidad	Descripción	Medida	Precio USD. \$	Valor Mensual USD. \$	Valor Anual USD. \$
100	Combustible	Galón	1,45	145,00	1.740,00
TOTAL				145,00	1.740,00

Fuente: Observación Directa
Elaborado por: El Autor

Cuadro Nro. 80

Proyección Combustible

AÑOS	Valor Total Incrementado USD. \$
	3,67%
1	1.740,00
2	1803,86
3	1870,06
4	1938,69
5	2009,84
6	2083,60
7	2160,07
8	2239,34
9	2321,53
10	2406,73

Fuente: Cuadro N° 79
Elaborado por: El Autor

g.5.3.12. Resumen de Activos Circulantes

A continuación se muestra el resumen calculado para cada rubro que representan a los activos circulantes.

Se muestra una columna para cálculo mensual y otra columna con el cálculo anual, debido a que se considera que se necesitará contar con el presupuesto que cubra el primer mes de vida de la empresa.

Cuadro Nro.81

Resumen de Activos Circulantes

Activo Circulante	Cuadro N°	Valor Mensual USD. \$	Valor Anual USD. \$
GASTOS DE PRODUCCIÓN			
Materia Prima Directa	55	11.560,00	138.720,00
Materiales Indirectos	57	183,73	2.204,70
Mano de Obra Directa	59	929,52	11.154,24
Mano de Obra Indirecta	61	467,17	5.606,04
Total de Gastos de Producción		13.140,98	157.684,98
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			
Sueldos Administrativos	63	1.914,72	22.976,63
Energía Eléctrica	65	36,00	432,00
Agua Potable	67	28,00	336,00
Teléfono	69	20,00	240,00
Materiales de Oficina	71	14,45	173,40
Materiales de Limpieza	73	13,27	159,20
Local de Arriendo	75	500,00	6.000,00
Total de Gastos de Administración		2.526,44	30.317,23
GASTOS DE VENTA			
Publicidad	77	86,80	1.041,60
Combustible	79	145,00	1.740,00
Total de Gastos de Venta		296,30	2.781,60
TOTAL		15.898,65	190.783,81

Fuente: Presupuestos

Elaborado por: El Autor

g.5.4. Resumen total de inversiones

Se establece el monto de la inversión que permitirá iniciar con el funcionamiento de la empresa detallando cada uno de los rubros a ser considerados en el inicio de las operaciones.

En cuanto a los rubros que agrupa los Activos Circulantes se ha definido calcular los valores mensuales para cada uno de ellos multiplicando su valor para el primer trimestre del primer año de vida útil del proyecto.

Cuadro Nro. 82

Resumen Total de Inversiones

Descripción	Cuadros N°	Valor Total USD. \$
Adecuaciones e Instalaciones	46	745,80
Equipo de Computación	47	1.296,00
Equipo de Producción	49	9.174,20
Equipo de Oficina	50	764,00
Muebles de Oficina	51	918,00
Vehículo	52	26.000,00
Total Activos Fijos		38.898,00
Gastos de Constitución	54	350,00
Honorarios de Abogado	54	125,00
Patente Municipal	54	200,00
Permiso de Cuerpo de Bomberos	54	30,00
Permiso Sanitario	54	30,00
Estudio de Factibilidad	54	600,00
Total Activos Diferidos		1.335,00
Materia Prima Directa	55	11.560,00
Materiales Indirectos	57	183,73
Mano de Obra Directa	59	929,52
Mano de Obra Indirecta	61	467,17
Sueldos Administrativos	63	1.914,72
Energía Eléctrica	65	36,00
Agua Potable	67	28,00
Teléfono	69	20,00
Materiales de Oficina	71	14,45
Materiales de Limpieza	73	13,27
Local de Arriendo	75	500,00
Publicidad	77	86,80
Combustible	79	145,00
Total de Activos Circulante		15.898,65
TOTAL DE LA INVERSIÓN		56.131,65

Fuente: Inversiones
Elaborado por: El Autor

g.5.5. Financiamiento

Es el conjunto de los recursos monetarios, financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios.

Existen varios tipos de financiamiento, sin embargo para fines del presente estudio se tomará la clasificación dependiendo de la procedencia, por lo tanto tenemos lo siguiente:

g.5.5.1. Financiamiento Interno

Comprende el dinero que aportarán los socios de la empresa, con el detalle de la cantidad de la inversión.

Cuadro Nro. 83

Financiamiento Interno

Socios	Porcentaje	Valor USD. \$
Socio 1	15,00%	8.419,75
Socio 2	15,00%	8.419,75
TOTAL INVERSIÓN	30,00%	16.839,50

Fuente: Observación Directa
Elaborado por: El Autor

g.5.5.2. Financiamiento externo

Este financiamiento ocurre siempre que los administradores de la empresa tienen que obtener fondos de prestamistas o inversionistas externos.

Cuadro Nro. 84

Financiamiento Externo

Descripción	Porcentaje	Valor USD. \$
Crédito Bancario	70,00%	39.292,15
TOTAL INVERSIÓN	70,00%	39.292,15

Fuente: Tabla de Amortización del Crédito - Anexo 16, pág. 229
Elaborado por: El Autor

Cuadro Nro. 85

Financiamiento Total

Descripción	Porcentaje	Valor USD. \$
Capital Aporte de Socios	30,00%	16.839,50
Crédito Bancario	70,00%	39.292,15
TOTAL INVERSIÓN	100,00%	56.131,65

Fuente: Cuadro N° 82 y 83
Elaborado por: El Autor

La tasa de descuento es del 10,47%, de acuerdo a la tasa de interés que fija el Banco Nacional de Fomento para este tipo de negocios.

g.5.6. Análisis de los costos

g.5.6.1. Gastos de Producción

Se define como el valor de los insumos que requieren las unidades económicas para realizar sus servicios ofertados.

Entre los elementos que conforman los costos de producción tenemos:

g.5.6.1.1. Costo Primo

Materia Prima Directa

Comprende el valor que la empresa incurre para suplirse de los materiales que facilitarán el procesamiento de la materia prima.

Mano de Obra Directa

Es la fuerza laboral que se encuentra en contacto directo con el procesamiento de la materia prima.

Mano de Obra Indirecta

Comprende el valor que la empresa debe pagar al personal que está indirectamente relacionado con el proceso de transformar la materia prima en un producto final.

g.5.6.1.2. Costos Indirectos de Producción

Lo constituyen la depreciación de las máquinas y equipos, así tenemos:

Depreciaciones

Se refiere a una reducción anual del valor de un equipo de producción, y construcciones. Esta depreciación puede derivarse de tres razones principales: el desgaste debido al uso, el paso del tiempo y la obsolescencia.

Cuadro Nro. 86

Depreciación de Equipo de Producción

VALOR DEL ACTIVO: 8.530,00

AÑOS DE VIDA ÚTIL: 10

DEPRECIACIÓN 10%

AÑOS	VALOR DEL ACTIVO USD. \$	VALOR RESIDUAL USD. \$	DEPRECIACIÓN USD. \$	VALOR ACTUAL USD. \$
0	8.530,00	853,00		7.677,00
1	7.677,00		767,70	6.909,30
2	6.909,30		767,70	6.141,60
3	6.141,60		767,70	5.373,90
4	5.373,90		767,70	4.606,20
5	4.606,20		767,70	3.838,50
6	3.838,50		767,70	3.070,80
7	3.070,80		767,70	2.303,10
8	2.303,10		767,70	1.535,40
9	1.535,40		767,70	767,70
10	767,70		767,70	0,00

Fuente: Cuadro N° 49

Elaborado por: El Autor

g.5.6.1.3. Gastos Administrativos

Se denominan gastos de administración a aquellos contraídos en el control y la dirección de una organización, pero no directamente identificables con la financiación, la comercialización, o las operaciones de producción.

Se incluyen también la depreciación de activos fijos relacionados con la actividad administrativa de la empresa.

Cuadro Nro. 87

Depreciación de Muebles de oficina

VALOR DEL ACTIVO: 793,00
AÑOS DE VIDA ÚTIL: 10
DEPRECIACIÓN 10%

AÑOS	VALOR DEL ACTIVO USD. \$	VALOR RESIDUAL USD. \$	DEPRECIACIÓN USD. \$	VALOR ACTUAL USD. \$
0	793,00	79,30		713,70
1	713,70		71,37	642,33
2	642,33		71,37	570,96
3	570,96		71,37	499,59
4	499,59		71,37	428,22
5	428,22		71,37	356,85
6	356,85		71,37	285,48
7	285,48		71,37	214,11
8	214,11		71,37	142,74
9	142,74		71,37	71,37
10	71,37		71,37	0,00

Fuente: Cuadro N° 51
Elaborado por: El Autor

Cuadro Nro. 88

Depreciación de Equipo de Computación para el primer trienio

VALOR DEL ACTIVO: 1.296,00

AÑOS DE VIDA ÚTIL: 3

DEPRECIACIÓN 33%

AÑOS	VALOR DEL ACTIVO USD. \$	VALOR RESIDUAL USD. \$	DEPRECIACIÓN USD. \$	VALOR ACTUAL USD. \$
0	1.296,00	427,68		868,32
1	868,32		286,55	581,77
2	581,77		286,55	295,23
3	295,23		295,23	0,00

Fuente: Cuadro N° 47

Elaborado por: El Autor

Cuadro Nro. 89

Depreciación de Equipo de Computación para el segundo trienio

VALOR DEL ACTIVO: 1.487,19

AÑOS DE VIDA ÚTIL: 3

DEPRECIACIÓN 33%

AÑOS	VALOR DEL ACTIVO USD. \$	VALOR RESIDUAL USD. \$	DEPRECIACIÓN USD. \$	VALOR ACTUAL USD. \$
4	1.487,19	490,77		996,42
5	996,42		328,82	667,60
6	667,60		328,82	338,78
7	338,78		338,78	0,00

Fuente: Cuadro N° 48

Elaborado por: El Autor

Cuadro Nro. 90

Depreciación de Equipo de Computación para el tercer trienio

VALOR DEL ACTIVO: 1.706,58
AÑOS DE VIDA ÚTIL: 3
DEPRECIACIÓN: 33%

AÑOS	VALOR DEL ACTIVO USD. \$	VALOR RESIDUAL USD. \$	DEPRECIACIÓN USD. \$	VALOR ACTUAL USD. \$
8	1.706,58	563,17		1.143,41
9	1.143,41		328,82	814,59
10	814,59		328,82	485,78
11	485,78		485,78	0,00

Fuente: Cuadro Nº 48
 Elaborado por: El Autor

Cuadro Nro. 91

Depreciación de Equipo de Oficina

VALOR DEL ACTIVO: 764,00
AÑOS DE VIDA ÚTIL: 10
DEPRECIACIÓN: 10%

AÑOS	VALOR DEL ACTIVO USD. \$	VALOR RESIDUAL USD. \$	DEPRECIACIÓN USD. \$	VALOR ACTUAL USD. \$
0	764,00	76,4		687,60
1	687,60		68,76	618,84
2	618,84		68,76	550,08
3	550,08		68,76	481,32
4	481,32		68,76	412,56
5	412,56		68,76	343,80
6	343,80		68,76	275,04
7	275,04		68,76	206,28
8	206,28		68,76	137,52
9	137,52		68,76	68,76
10	68,76		68,76	0,00

Fuente: Cuadro Nº 50
 Elaborado por: El Autor

g.5.6.1.4. Gastos de Venta

Comprende los valores que la empresa debe incurrir para promocionar el servicio. En este caso, el gasto corresponderá a la inversión que se haga sobre el plan de publicidad a implementarse a través de radio, prensa y volantes.

Incluye también el costo de depreciación por uso de vehículo adquirido por la empresa.

Cuadro Nro. 92

Depreciación de Vehículo para el primer quinquenio

VALOR DEL ACTIVO: 26.000,00
AÑOS DE VIDA ÚTIL: 5
DEPRECIACIÓN 20%

AÑOS	VALOR DEL ACTIVO USD. \$	VALOR RESIDUAL USD. \$	DEPRECIACIÓN USD. \$	VALOR ACTUAL USD. \$
0	26.000,00	5.200,00		20.800,00
1	20.800,00		4.160,00	16.640,00
2	16.640,00		4.160,00	12.480,00
3	12.480,00		4.160,00	8.320,00
4	8.320,00		4.160,00	4.160,00
5	4.160,00		4.160,00	0,00

Fuente: Cuadro N° 52
Elaborado por: El Autor

Cuadro Nro. 93

Depreciación de Vehículo para el segundo quinquenio

VALOR DEL ACTIVO:	30.879,84
AÑOS DE VIDA ÚTIL:	5
DEPRECIACIÓN	20%

AÑOS	VALOR DEL ACTIVO USD. \$	VALOR RESIDUAL USD. \$	DEPRECIACIÓN USD. \$	VALOR ACTUAL USD. \$
5	30.879,84	6.175,97		24.703,88
6	24.703,88		4.940,78	19.763,10
7	19.763,10		4.940,78	14.822,33
8	14.822,33		4.940,78	9.881,55
9	9.881,55		4.940,78	4.940,78
10	4.940,78		4.940,78	0,00

Fuente: Cuadro N° 53
Elaborado por: El Autor

g.5.6.1.5. Gastos Financieros

Constituyen los intereses a pagar por el crédito obtenido, visibles claramente en la tabla de amortización correspondiente al crédito y además distribuido en el correspondiente presupuesto de operación.

Cuadro Nro. 94

Información de Crédito Bancario

Beneficiario	Procesadora de Pollo Don Pollo Cía. Ltda.		
Institución Financiera	Banco del Fomento		
Valor	39.292,15 USD.		
Tasa de Interés	10,47%	Tasa Int. Mensual	0,87%
Plazo	5	años	
Moneda	Dólares de los estados Unidos de América		
Amortización cada	30	días	
Número de períodos	60	para amortizar capital	

Fuente: Anexo Nro. 14; pág. 227
Elaborado por: El Autor

Cuadro Nro. 95

Amortización de Crédito Bancario

P R E S T A M O (BANCO DE FOMENTO)						
		CAPITAL	=	39.292,15	Dólares	
		INTERÉS	=	10,47%		
		TIEMPO	=	5	Años	
Periodo anual	Saldo o deuda	Pago capital	Pago Interés	Pago anual	Pago mensual	Nuevo saldo
1	39.292,15	7.858,43	4.113,89	11.972,32	997,69	39.661,50
2	31.433,72	7.858,43	3.291,11	11.149,54	929,13	28.511,96
3	23.575,29	7.858,43	2.468,33	10.326,76	860,56	18.185,19
4	15.716,86	7.858,43	1.645,56	9.503,99	792,00	8.681,21
5	7.858,43	7.858,43	822,78	8.681,21	723,43	0,00
TOTAL		39.292,15	12.341,66	51.633,81		

Fuente: Simulador de Crédito del Banco Nacional de Fomento
Elaborado por: El Autor

g.5.6.2. Estructura de costos

Los costos son todas las erogaciones o desembolsos realizados durante un año o ejercicio económico. La proyección de estos costos se hizo a una tasa de inflación de 3,67% anual.

Cuadro Nro. 96
Presupuesto Operativo para el primer quinquenio

DESCRIPCIÓN	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES
COSTOS DE PRODUCCIÓN															
COSTO PRIMO															
Materia Prima Directa		138.720,00			152.270,50			157.858,82			163.652,24			179.083,74	
Materiales Indirectos		2.204,70			2.285,61			2.369,49			2.456,45			2.546,61	
Mano de Obra Directa		11.154,24			123.12,64			12.764,51			13.232,97			13.718,62	
Mano de Obra Indirecta	5.606,04			6.188,38			6.415,50			6.650,95			6895,04		
Total Costos Primos	5.606,04	152.078,94	157.684,98	6.188,38	166.868,75	173.057,13	6.415,50	172.992,83	179.408,33	6.650,95	179.341,67	185.992,61	6895,04	195.348,96	202.244,00
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN															
Depreciación de Equipos de producción	767,70			767,70			767,70			767,70			767,70		
Total Costos Indirectos de Producción	767,70	0	767,70	767,70	0	767,70	767,70	0	767,70	767,70	0	767,70	767,70	0	767,70
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	6.373,74	152.078,94	158.452,68	6.956,08	166.868,75	173.824,83	7.183,20	172.992,83	180.176,03	7.418,65	179.341,67	186.760,31	7.662,74	195.348,96	6.373,74
GASTOS DE OPERACION															
GASTOS ADMINISTRATIVOS															
Sueldos Administrativos	22.976,63			25.404,40			26.336,74			27303,30			28.305,33		
Depreciación de Muebles de Oficina	71,37			71,37			71,37			71,37			71,37		
Depreciación de Equipos de Computación	286,55			286,55			2.95,23						328,82		
Depreciación de Equipos de Oficina	68,76			68,76			68,76			68,76			68,76		
Útiles de Oficina	173,40			179,76			186,36			193,20			200,29		
Materiales de Limpieza	159,20			165,04			170,10			177,38			183,89		
Energía Eléctrica	432,00			447,85			464,29			481,33			498,99		
Agua	336,00			348,33			361,11			374,37			388,11		
Teléfono	240,00			248,81			257,94			267,41			277,22		
Local de Arriendo	6.000,00			6.220,20			6.448,48			6.685,14			6.930,49		
Total Gastos Administrativos	30.743,31	0,00	30.755,16	33.452,33	0,00	33.452,33	34.672,63	0,00	34672,63	35.633,50	0,00	35.633,50	37.264,51	0,00	37.264,51
GASTOS DE VENTA															
Publicidad		1.041,60			1.079,83			1.119,46			1.160,54			1.203,13	
Combustible	1.740,00			1.803,86			1.870,06			1.938,69			2.009,84		
Depreciación Vehículo	4.160,00			4.160,00			4.160,00			4.160,00			4.160,00		
Total Gastos de Venta	5.900,00	1.041,60	6941,6	5.963,86	1.079,83	7.043,68	6.030,06	1.119,46	7.149,52	6.098,69	1.160,54	7.259,23	6.169,84	1.203,13	7.372,97
GASTOS FINANCIEROS															
Interés Bancario	4.113,89			3.291,11			2.468,33			1.645,56			822,78		
Total Gastos Financieros	4.113,89	0,00	4.113,89	3.291,11	0,00	3.291,11	2.468,33	0,00	2.468,33	1.645,56	0,00	1.645,56	822,78	0,00	822,78
OTROS GASTOS															
Amortización de Activos Diferidos	133,5			133,50			133,50			133,50			133,50		
Total Activos Diferidos	133,5	0,00	133,50	133,50	0	133,50	133,50		133,50	133,50		133,50	133,50	0	133,50
TOTAL GASTOS DE OPERACION	40.891,30	1.041,60	41.332,90	42.829,54	1.079,83	43.909,37	43.293,28	1.119,46	44.412,73	43.500,00	1.160,54	44.660,54	44.379,38	1.203,13	45.582,51
COSTOS TOTALES DE PRODUCCIÓN	47.265,04	153.120,54	200.385,58	49.785,63	167.948,57	217.734,20	50.476,47	174.112,28	224.588,76	50.918,64	180.502,21	231.420,85	52.042,12	196.552,10	248.594,21

fuente: Cuadros de Costos e Inversión
laborado por: El Autor

Cuadro Nro. 97
Presupuesto Operativo para el segundo quinquenio

DESCRIPCIÓN	AÑO 6			AÑO 7			AÑO 8			AÑO 9			AÑO 10		
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES
COSTOS DE PRODUCCIÓN															
COSTO PRIMO															
Materia Prima Directa		185.656,11			192.469,69			210.035,08			217.743,37			225.734,55	
Materiales Indirectos		2.640,07			2.736,96			2.837,40			2.941,54			3.049,49	
Mano de Obra Directa		14.222,09			14.744,04			15.285,15			15.846,11			16.427,67	
Mano de Obra Indirecta	7.148,08			7.410,42			7.682,38			7.964,32			8.256,61		
Total Costos Primos	7.148,08	202.518,27	209.666,36	7.410,42	209.950,69	217.361,11	7.682,38	228.157,64	235.840,02	7.964,32	236.531,02	244.495,35	8.256,61	245.211,71	253.468,33
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN															
Depreciación de Equipos de producción	767,70			767,70			767,70			767,70			767,70		
Total Costos Indirectos de Producción	767,70	0	767,70	767,70	0	767,70	767,70	0	767,70	767,70	0	767,70	767,70	0	767,70
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	7.915,78	202.518,27	210.432,06	8.178,12	209.950,69	218.128,81	8.450,08	228.157,64	236.607,72	8.732,02	236.531,02	245.263,05	9.024,31	245.211,71	254.236,03
GASTOS DE OPERACIÓN															
GASTOS ADMINISTRATIVOS															
Sueldos Administrativos	29.344,13			30.421,06			31.537,51			32.694,94			33.894,85		
Depreciación de Muebles de Oficina	71,37			71,37			71,37			71,37			71,37		
Depreciación de Equipos de Computación	328,82			338,78			0			328,82			328,82		
Depreciación de Equipos de Oficina	68,76			68,76			68,76			68,76			68,76		
Útiles de Oficina	207,64			215,26			223,16			231,35			239,84		
Materiales de Limpieza	190,64			197,63			204,89			212,41			220,20		
Energía Eléctrica	517,31			536,29			555,98			576,38			597,53		
Agua	402,35			417,12			432,43			448,30			464,75		
Teléfono	287,39			297,94			308,88			320,21			331,96		
Local de Arriendo	7.184,83			7.448,52			7.721,88			8.005,27			8.299,06		
Total Gastos Administrativos	38.614,50	0,00	38.614,50	40.023,99	0,00	40.023,99	41.136,10	0,00	41.136,10	42.969,06	0,00	42.969,06	44.528,40	0,00	44.528,40
GASTOS DE VENTA															
Publicidad		1.247,29			1.293,06			1.340,52			1.389,72			1.440,72	
Combustible	2.083,60			2.160,07			2.239,34			2.321,53			2.406,73		
Depreciación Vehículo	4.940,78			4.940,78			4.940,78			4.940,78			4.940,78		
Total Gastos de Venta	7.024,38	1.247,29	8271,67	7.077,20	1.293,06	8.393,91	7.180,12	1.340,52	8.520,64	7.262,31	1.389,72	8.652,02	7.347,51	1.440,72	8.788,23
GASTOS FINANCIEROS															
Interés Bancario															
Total Gastos Financieros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
OTROS GASTOS															
Amortización de Activos Diferidos	133,50			133,50			133,50			133,50			133,50		
Total Activos Diferidos	133,50		133,50	133,50		133,50	133,50	0	133,50	133,50	0	133,50	133,50	0	133,50
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	45.761,13	1.247,29	47.008,42	47.247,09	1.293,06	48.540,15	48.438,47	1.340,52	49.778,99	50.353,62	1.389,72	51.743,33	51.998,16	1.440,72	53.438,87
COSTOS TOTALES DE PRODUCCIÓN	53.676,91	203.765,56	257.442,47	55.425,20	211.243,75	266.668,96	56.888,55	229.498,15	286.386,71	59.085,64	237.920,74	297.006,38	61.022,47	246.652,43	307.674,90

Fuente: Cuadros de Costos e Inversión
Elaborado por: El Autor

g.5.6.2.1. Costo unitario

Cuando ya se han determinado los costos totales en que se incurrirá, para el desarrollo normal de las actividades en un periodo determinado (generalmente un año), es relevante establecer el costo unitario del bien a producir. El costo unitario de un artículo cambia de acuerdo al nivel de producción.

$$\text{Costo Unitario} = \frac{\text{Costo Total}}{\text{N}^{\circ} \text{ Unidades Producidas}}$$

Cuadro Nro. 98

Costos Unitarios

Años	Producción Anual de Libras de Pollo	Costo Total USD. \$	Costo Unitario USD. \$
1	163.200	200.385,58	1,23
2	172.800	217.734,20	1,26
3	172.800	224.588,76	1,30
4	172.800	231.420,85	1,34
5	182.400	248.594,21	1,36
6	182.400	257.442,47	1,41
7	182.400	266.668,96	1,46
8	192.000	286.386,71	1,49
9	192.000	297.006,38	1,55
10	192.000	307.674,90	1,60

Fuente: Cuadro N° 44, 96 y 97

Elaborado por: El Autor

g.5.6.2.2. Precio de venta

Una vez determinado el costo unitario se procede a calcular el precio de venta, considerando la utilidad respectiva y razonable a fin de que la empresa reporte una utilidad razonable a lo largo de su vida útil.

$$\text{Precio de Venta} = \text{Costo Unitario} * \text{Margen de Utilidad}$$

Para el presente proyecto se ha establecido un margen de utilidad del 20% como el margen de ganancia que se obtendrá sobre cada unidad producida.

Cuadro Nro. 99

Precio de Venta

Años	Costo Unitario USD. \$	Utilidad	Precio de Venta USD. \$
1	1,23	20%	1,47
2	1,26		1,51
3	1,30		1,56
4	1,34		1,61
5	1,36		1,64
6	1,41		1,69
7	1,46		1,75
8	1,49		1,79
9	1,55		1,86
10	1,60		1,92

Fuente: Cuadro N° 98

Elaborado por: El Autor

g.5.6.2.3. Ingresos totales

Los ingresos totales son el efectivo que la empresa recibirá por la venta de la producción y comercialización del producto.

Cuadro Nro. 100

Ingresos Totales

Años	Producción Anual de Libras de Pollo USD	Precio de Venta por libra USD	Ventas Totales USD
1	163.200	1,47	240.462,69
2	172.800	1,51	261.281,04
3	172.800	1,56	269.506,51
4	172.800	1,61	277.705,02
5	182.400	1,64	298.313,06
6	182.400	1,69	308.930,97
7	182.400	1,75	320.002,75
8	192.000	1,79	343.664,05
9	192.000	1,86	356.407,65
10	192.000	1,92	369.209,88

Fuente: Cuadro Nº 99
Elaborado por: El Autor

g.5.6.3. Estado de pérdidas y ganancias

El Estado de Pérdidas y Ganancias, permite medir las utilidades de la unidad de producción durante un periodo determinado.

Cuadro Nro. 101

Estado de Pérdidas y Ganancias

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS										
Ingreso por Ventas	240.462,69	261.281,69	269.506,51	277.705,02	298.313,06	308.930,97	320.002,75	343.664,05	356.407,65	369.209,88
Valor Residual				427,68		6.175,97	490,77			563,17
Total de Ingresos	240.462,69	261.281,04	269.506,51	278.132,70	298.313,06	315.106,94	320.493,52	343.664,05	356.407,65	369.209,88
EGRESOS										
Costo de Operación	200.385,58	217.734,20	224.588,76	231.420,85	248.594,21	257.442,47	266.668,96	286.386,71	297.006,38	307.674,90
Resultados antes de Utilidad	40.077,12	43.546,84	44.917,75	46.711,85	49.718,84	57.664,46	53.824,56	57.277,34	59.401,28	61.534,98
15% Utilidad a Trabajadores	6.011,57	6.532,03	6.737,66	7.006,78	7.457,83	8.649,67	8.073,68	8.591,60	8.910,19	9.230,25
Resultados antes de Impuesto a la Renta	34.065,55	37.014,81	38.180,09	39.705,07	42.261,02	49.014,79	45.750,88	48.685,74	50.491,08	52.304,73
22% Impuesto a la Renta	7.494,42	8.143,26	8.399,62	8.735,12	9.261,02	10.783,25	10.065,19	10.710,86	11.108,04	11.507,04
Resultados antes de Reserva Legal	26.571,13	28.871,55	29.780,47	30.969,96	32.963,59	38.231,54	35.685,68	37.974,88	39.383,05	40.797,69
10%	2.657,11	2.887,16	2.978,05	3.097,00	3.296,36	3.823,15	3.568,57	3.797,49	3.938,30	4.079,77
Total de Egresos	216.548,68	235.296,64	242.704,09	250.259,74	268.645,82	280.698,55	288.376,40	309.486,66	320.962,91	332.491,96
UTILIDAD LÍQUIDA DEL EJERCICIO	23.914,01	25.984,40	26.802,42	27.872,74	29.667,23	34.408,39	32.117,12	34.177,39	35.444,74	36.717,92

Fuente: Ingresos y Gastos
Elaborado por: El Autor

g.5.6.4. Flujo de caja

Los flujos de caja son las variaciones de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado para una empresa.

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

A continuación se presenta el flujo de caja para el presente proyecto:

Cuadro Nro.102
Flujo Neto de Caja

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INGRESOS											
Ventas		240.462,69	261.281,04	269.506,51	277.705,02	298.313,06	308.930,97	320.002,75	343.664,05	356.407,65	369.209,88
Saldo Anterior		0,00	28.469,64	30.460,39	31.492,33	31.172,04	37.545,04	16.779,62	35.118,68	38.338,26	39.879,99
Valor Residual				427,68		6175,97	490,77			563,17	
Pago de Capital	56.131,65										
Total de Ingresos	56.131,65	240.462,69	289.750,68	300.394,58	309.197,35	335.661,07	346.966,77	336.782,37	378.782,73	395.309,09	409.089,87
EGRESOS											
Activo Fijo	38.898,00										
Activo Diferido	1.335,00										
Activo Circulante	15.898,65										
Reinversión					1.496,98		32.276,91	1.667,93			1.858,39
Reparto de Utilidades		0,00	28.469,64	30.460,39	31.492,33	31.172,04	37.545,04	16.779,62	35.118,68	38.338,26	39.879,99
Presupuesto de Operación		200.385,58	217.734,20	224.588,76	231.420,85	248.594,21	257.442,47	266.668,96	286.386,71	297.006,38	307.674,90
Total de Egresos		200.385,58	246.203,84	255.049,15	264.410,16	279.766,25	327.264,42	285.116,50	321.505,39	335.344,64	349.413,28
Base de Impuestos Gravables		40.077,12	43.546,84	45.345,43	44.787,19	55.894,81	19.702,35	51.665,86	57.277,34	59.964,45	59.676,59
Participación de Utilidades		6.011,57	6.532,03	6.801,81	6.718,08	8.384,22	2.955,35	7.749,88	8.591,60	8.994,67	8.951,49
Impuesto a la Renta		8.516,39	9.253,70	9.635,90	9.517,28	11.877,65	4.186,75	10.979,00	12.171,44	12.742,44	12.681,28
Reserva Legal		2.554,92	2.776,11	2.890,77	2.855,18	3.563,29	1.256,03	3.293,70	3.651,43	3.822,73	3.804,38
Utilidad	56.131,65	22.994,25	24.985,00	26.016,94	25.696,65	32.069,65	11.304,23	29.643,29	32.862,87	34.404,60	34.239,44
Amortización Activo Diferido		133,50	133,50	133,50	133,50	133,50	133,50	133,50	133,50	133,50	133,50
Depreciaciones		5.341,89	5.341,89	5.341,89	5.341,89	5.341,89	5.341,89	5.341,89	5.341,89	5.341,89	5.341,89
FLUJO NETO DE CAJA		28.469,64	30.460,39	31.492,33	31.172,04	37.545,04	16.779,62	35.118,68	38.338,26	39.879,99	39.714,83

Fuente: Cuadro N° 101
Elaborado por: El Autor

g.5.7. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite calcular el momento en el cual las ventas cubrirán los costos totales, expresándose en valores, porcentajes y/o unidades, además muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas excedan o caen por debajo de este punto, de tal forma que este viene a ser un punto de referencia, a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas, por tal razón se deberá analizar algunos aspectos importantes como son los costos fijos, costos variables y las ventas generadas.

g.5.7.1. Punto de equilibrio del Año 1

Cuadro Nro. 103

Datos para cálculo de Año 1 en USD. \$

Número de Unidades Producidas	163.200
Precio Unitario	1,47
Costo Unitario	1,23
Costo Variable Unitario	0,94
Ventas Totales	240.462,69
Costos Variables	153.120,54
Costos Fijos	47.265,04

a. En función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{47.265,04}{240.462,69 - 153.120,54} \times 100$$

$$PE = 54,11\%$$

b. En función de las ventas

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE = \frac{47.265,04}{1 - \frac{153.120,54}{240.462,69}}$$

$$PE = \$130.125,92$$

c. En función de las cantidades por producir

$$CVu = \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Unidades Producidas}}$$

$$CVu = \frac{153.120,54}{163.200} = 0,94$$

$$PE = \frac{CF}{(Pu - CVu)}$$

$$PE = \frac{47.265,04}{(1,47 - 0,94)}$$

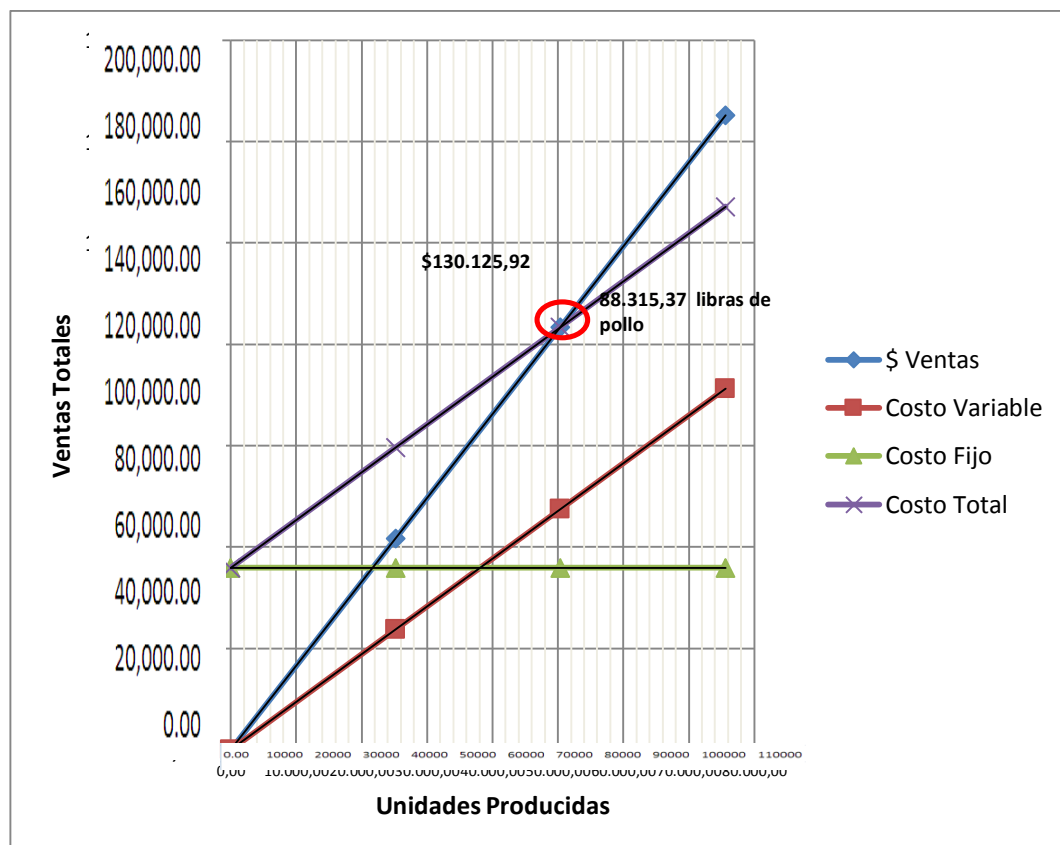
$$PE = 88.315,37$$

Análisis del Punto de Equilibrio del Año 1

Mediante los resultados obtenidos podemos decir que el punto de equilibrio en el año 1 se da cuando las ventas alcanzan los USD. \$130.125,92 dólares de los Estados Unidos de América con un 54,11% de la capacidad instalada de la empresa y 88.315,37 libras de pollo vendidas en el año. A continuación se muestran estos resultados graficados.

Gráfico 39: Punto de equilibrio año 1

Punto de equilibrio año 1



Fuente: Cuadro de Ingresos proyectados y costos proyectados
Elaborado por: El Autor

g.5.7.2. Punto de equilibrio del Año 5

Cuadro Nro. 104

Datos para cálculo de Año 5 en USD. \$

Número de Unidades Producidas	182.400
Precio Unitario	1,64
Costo Unitario	1,36
Costo Variable Unitario	1,08
Ventas Totales	298.313,06
Costos Variables	196.552,10
Costos Fijos	52.042,02

a. En función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{52.042,12}{298.313,06 - 196.552,10} \times 100$$

$$PE = 51,14\%$$

b. En función de las ventas

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE = \frac{52.042,12}{1 - \frac{196.552,10}{298.313,06}}$$

$$PE = \$152.561,88$$

c. En función de las cantidades por producir

$$\mathbf{CVu} = \frac{\mathbf{Costos\ Variables}}{\mathbf{Unidades\ Producidas}}$$

$$\mathbf{CVu} = \frac{196.552,10}{182.400} = 1,08$$

$$\mathbf{PE} = \frac{\mathbf{CF}}{(\mathbf{Pu} - \mathbf{CVu})}$$

$$\mathbf{PE} = \frac{52.042,12}{(1,64 - 1,08)}$$

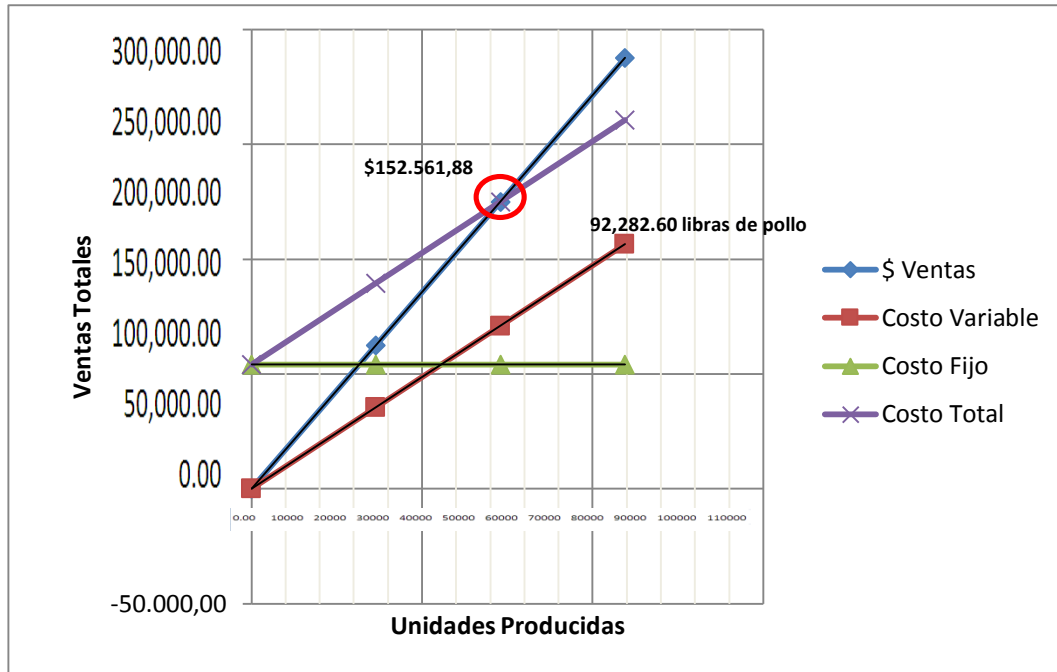
$$\mathbf{PE} = 92.282,06 \cong 92.286$$

Análisis del Punto de Equilibrio del Año 5

Mediante los resultados obtenidos podemos decir que el punto de equilibrio en el año 5 se da cuando las ventas alcanzan los USD. \$152.561,88 dólares de los Estados Unidos de América con un 51,14% de la capacidad instalada de la empresa y 92.282,06 libras de pollo vendidas en el año. A continuación se muestran estos resultados graficados.

Gráfico Nro. 40

Punto de equilibrio año 5



Fuente: Cuadro de Ingresos proyectados y costos proyectados
Elaborado por: El Autor

g.5.7.3. Punto de equilibrio del Año 10

Cuadro Nro. 105

Datos para cálculo de Año 10 en USD. \$

Número de Unidades Producidas	192.000
Precio Unitario	1,92
Costo Unitario	1,60
Costo Variable Unitario	1,28
Ventas Totales	369.209,88
Costos Variables	246.652.43
Costos Fijos	61.022,47

a. En función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{61.022,47}{369.209,88 - 246.652,43} \times 100$$

$$PE = 49,79\%$$

b. En función de las ventas

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE = \frac{61.022,47}{1 - \frac{246.652,43}{369.209,88}}$$

$$PE = \$183.832,96$$

c. En función de las cantidades por producir

$$CVu = \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Unidades Producidas}}$$

$$CVu = \frac{246.652,43}{192.000} = 1,28$$

$$PE = \frac{CF}{(Pu - CVu)}$$

$$PE = \frac{61.022,47}{(1,92 - 1,28)}$$

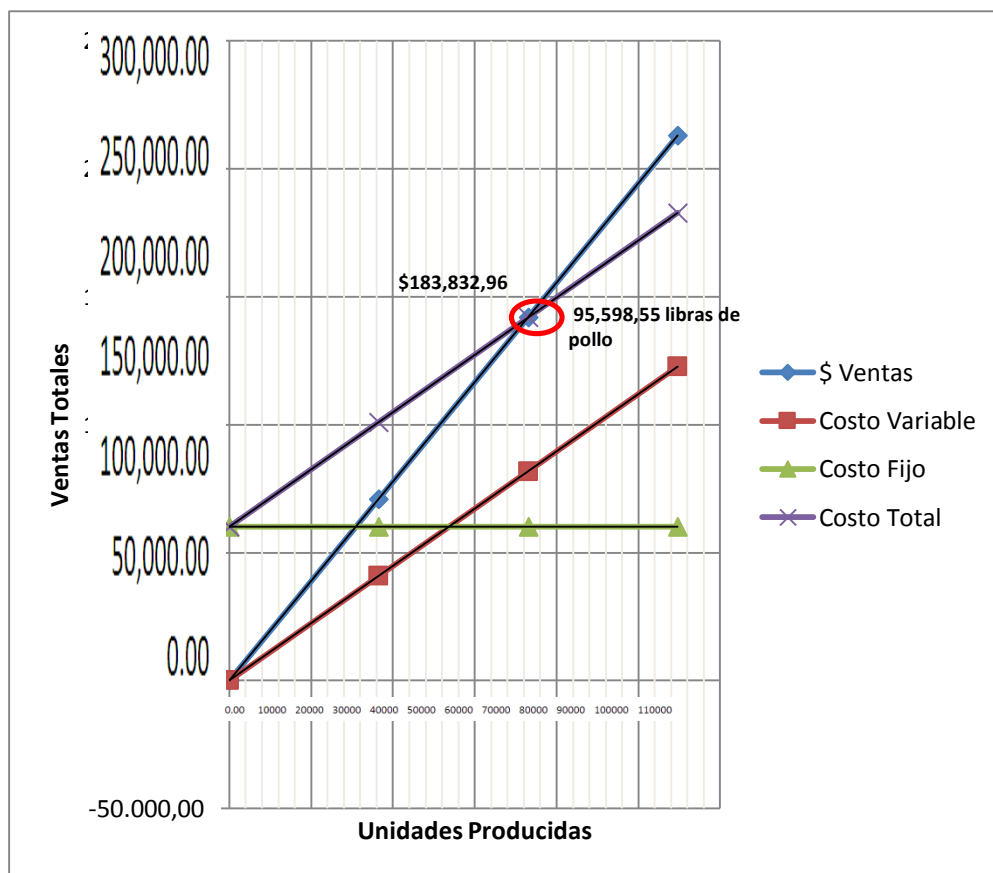
$$PE = 95.598,55 \cong 95.598$$

Análisis del Punto de Equilibrio del Año 10

Mediante los resultados obtenidos podemos decir que el punto de equilibrio en el año 10 se da cuando las ventas alcanzan los USD. \$183.832,96 dólares de los Estados Unidos de América con un 49,79% de la capacidad instalada de la empresa y 95.598,55 libras de pollo vendidas en el año. A continuación se muestran estos resultados graficados.

Gráfico Nro. 41

Punto de equilibrio Año 10



Fuente: Cuadro de Ingresos proyectados y costos proyectados
Elaborado por: El Autor

g.6. Evaluación financiera

El estudio de evaluación económica financiera es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Esto sirve para ver si la inversión propuesta será económicamente rentable.

g.6.1. Valor actual neto

Es el valor monetario que resulta de restar la sumatoria de flujos descontados a la inversión inicial, esto equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en ese momento o tiempo cero.

Para tomar una decisión de aceptación o rechazo de un proyecto se toma en cuenta los siguientes criterios:

- Si el VAN es mayor a uno, se hace la inversión
- Si el VAN es igual a uno, es indiferente para la inversión.
- Si el VAN es menor a uno es indiferente para la inversión.

Cuadro Nro. 106

Valor Actual Neto

Años	Flujo Neto USD. \$	Factor Actualización 10,47%	Valor Actualizado USD. \$
0			
1	28.469,64	0,90522	25.771,37
2	30.460,39	0,81943	24.960,12
3	31.492,33	0,74177	23.359,94
4	31.172,04	0,67146	20.930,90
5	37.545,04	0,60782	22.820,80
6	16.779,62	0,55022	9.232,43
7	35.118,68	0,49807	17.491,53
8	38.338,26	0,45086	17.285,33
9	39.879,99	0,40813	16.276,31
10	39.714,83	0,36945	14.672,67
TOTAL INVERSIÓN			192.801,39
VAN			56.131,65
			136.669,74

Fuente: Flujo de caja
Elaborado por: El Autor

$$\text{VAN} = \sum \text{Flujo Neto de Caja} - \text{Inversión} + \zeta$$

$$\text{VAN} = 192.801,39 - 56.131,65$$

$$\text{VAN} = \mathbf{136.669,74}$$

De acuerdo al resultado podemos concluir que el VAN es positivo, pues es mayor a 1, por lo tanto se realiza la inversión.

g.6.2. Relación beneficio-costo

El indicador beneficio costo, se interpreta como la calidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido, a esto se lo relaciona los ingresos actualizados frente a los costos actualizados que se producirían dentro del periodo del proyecto.

Cuadro Nro. 107

Relación Beneficio-Costo

AÑO	ACTUALIZACIÓN DEL COSTO TOTAL			ACTUALIZACIÓN DE INGRESOS		
	COSTO ORIGINAL USD. \$	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 10,47%	COSTO ACTUALIZADO USD. \$	INGRESO ORIGINAL USD. \$	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 10,47%	INGRESO ACTUALIZADO USD. \$
0						
1	200.385,58	0,905223	181.393,66	240.462,69	0,905223	217.672,39
2	217.734,20	0,819429	178.417,70	261.281,04	0,819429	214.101,24
3	224.558,76	0,741766	166.592,31	269.506,51	0,741766	199.910,77
4	231.420,85	0,671464	155.390,71	277.705,02	0,671464	186.468,86
5	248.594,21	0,607825	151.101,66	298.313,06	0,607825	181.322,00
6	257.442,47	0,550217	141.649,18	308.930,97	0,550217	169.979,02
7	266.668,96	0,498069	132.819,54	320.002,75	0,498069	159.383,45
8	286.386,71	0,450864	129.121,34	343.664,05	0,450864	154.945,61
9	297.006,38	0,408132	121.217,85	356.407,65	0,408132	145.461,42
10	307.674,90	0,369451	113.670,70	369.209,88	0,369451	136.404,84
			1.471.374,67			1.765.649,60

Fuente: Costos y Gastos
Elaborado por: El Autor

$$RBC = \frac{\text{Ingreso Actualizado}}{\text{Costo Actualizado}}$$

$$RBC = \frac{1'765.649,60}{1'471.374,67}$$

$$RBC = 1,20 \text{ dólares}$$

De acuerdo a los cálculos realizados se obtuvo un indicador de 1,20 lo que significa que por cada dólar invertido, se obtendrá una ganancia de USD. \$ 0,20 centavos de dólar de los Estados Unidos de América.

g.6.3. Periodo de recuperación de capital

Mide en cuanto tiempo se recuperará la inversión a valor presente, es decir nos revela la fecha en la cual se cubre la inversión inicial en años, meses y días.

Cuadro Nro.108

Periodo de Recuperación de Capital

AÑOS	Inversión USD. \$	Flujo Neto USD. \$	Flujo Acumulado USD. \$
0	56.131,65		
1		28.477,58	28.477,58
2		30.468,33	58.945,91
3		31.500,28	90.446,19
4		31.186,26	121.632,45
5		37.552,98	159.185,43
6		16.990,27	176.175,70
7		35.138,84	211.314,54
8		38.346,21	249.660,75
9		39.887,93	289.548,68
10		39.742,16	329.290,84

Fuente: Costos y Gastos
Elaborado por: El Autor

$$PRC = \text{Año que supera la Inversión} + \left(\frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo Netodelaño que supera la Inversión}} \right)$$

$$PRC = 3 + \left(\frac{56.131,6578 - 90.446,19}{31.500,28} \right)$$

$$PRC = 1,91$$

El capital se recuperará en 1 años, 10 meses y 2 días.

g.6.4. Tasa interna de retorno

Se interpreta como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiará la inversión. Cuanto mayor sea la tasa interna de retorno de un proyecto, más deseable será llevar a cabo el proyecto. Suponiendo que todos los demás factores iguales entre los diferentes proyectos, el proyecto de mayor TIR probablemente sería considerado el primer y mejor realizado.

Los criterios de decisión de la TIR son los siguientes:

- TIR > Costo de Capital. Se acepta el proyecto.
- TIR = Costo de Capital. Es indiferente la ejecución del proyecto.
- TIR < Costo de Capital. Debe rechazarse el proyecto.

Cuadro Nro.109

Tasa Interna de Retorno

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN 9,47%	VAN MENOR	FACTOR ACTUALIZACIÓN 11,47%	VAN MAYOR
0	56.131,65		(56.131,65)		(56.131,65)
1	28.469,64	0,913492	26.006,79	0,897102	25.540,18
2	30.460,39	0,834468	25.418,22	0,804793	24.514,30
3	31.492,33	0,762280	24.005,98	0,721981	22.736,88
4	31.172,04	0,696337	21.706,25	0,647691	20.189,86
5	37.545,04	0,636099	23.882,34	0,581045	21.815,37
6	16.779,62	0,581071	9.750,15	0,521257	8.746,49
7	35.118,68	0,530804	18.641,13	0,467621	16.422,23
8	38.338,26	0,484885	18.589,66	0,419504	16.083,05
9	39.879,99	0,442939	17.664,40	0,376338	15.008,35
10	39.714,83	0,404621	16.069,47	0,337614	13.408,27
		VAN Tm	145.602,76	VAN TM	128.333,32

Fuente: Flujo de caja
Elaborado por: El Autor

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right)$$

$$TIR = 9,47 + 1 \left(\frac{145.602,76}{145.602,76 - (-128.333,32)} \right)$$

$$TIR = 9,47 + 1 (8,431239382)$$

$$TIR = 17,90$$

Según los cálculos realizados la TIR del proyecto es de 17,90% que resulta mayor que la tasa de descuento 10,47%, por lo tanto en base a los criterios de decisión es factible la ejecución del proyecto.

g.6.5. Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad busca medir como se afecta la rentabilidad de un proyecto, cuando una o varias variables que conforman los supuestos, bajo los cuales se elaboraron las proyecciones financieras, se modifican. Su finalidad consiste en mejorar la calidad de la información para que el inversor tenga una herramienta adicional para decidir si invierte o no en el proyecto.

Es necesario hacer las pruebas respectivas para conocer hasta qué punto el proyecto puede soportar un incremento en sus costos y una disminución en sus ingresos.

Cuadro 110: Análisis de sensibilidad con incremento en los costos

Análisis de sensibilidad con incremento en los costos

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL USD. \$	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL USD. \$	ACTUALIZACIÓN				
		AUMENTADO		FLUJO NETO USD. \$	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUAL USD. \$	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUAL USD. \$
		12,68%			9,47%	Tm	11,47%	TM
0				56.131,65		-56.131,65		-56.131,65
1	200.385,58	225.794,47	240.462,69	14.668,22	0,91	13.399,31	0,90	13.158,90
2	217.734,20	245.342,90	261.281,04	15.938,14	0,83	13.299,87	0,80	12.826,90
3	224.588,76	253.066,61	269.506,51	16.439,90	0,76	12.531,81	0,72	11.869,30
4	231.420,85	260.765,01	277.705,02	16.940,01	0,70	11.795,95	0,65	10.971,89
5	248.594,21	280.115,96	298.313,06	18.197,10	0,64	11.575,15	0,58	10.573,34
6	257.442,47	290.086,18	308.930,97	18.844,79	0,58	10.950,16	0,52	9.822,98
7	266.668,96	300.482,58	320.002,75	19.520,17	0,53	10.361,38	0,47	9.128,04
8	286.386,71	322.700,54	343.664,05	20.963,51	0,48	10.164,90	0,42	8.794,27
9	297.006,38	334.666,78	356.407,65	21.740,87	0,44	9.629,88	0,38	8.181,91
10	307.674,90	346.688,08	369.209,88	22.521,80	0,40	9.112,80	0,34	7.603,67
					TOTAL	56.689,56	TOTAL	46.799,55

Fuente: Cuadro N° 101
Elaborado por: El Autor

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right)$$

$$NTIR = 34 + 1 \left(\frac{56.689,56}{56.689,56 - (46.799,55)} \right)$$

$$NTIR = 15,20$$

$$Diferencias\ TIR = TIR\ Proyecto - Nueva\ TIR$$

$$Diferencias\ TIR = 17,90 - 15,20$$

$$Diferencias\ TIR = 2,70$$

$$Porcentaje\ de\ Variación = \frac{Diferencias\ TIR}{TIR\ Proyecto}$$

$$Porcentaje\ de\ Variación = \frac{2,70}{17,90}$$

$$Porcentaje\ de\ Variación = 0,15$$

$$Sensibilidad = \frac{Porcentaje\ de\ Variación}{Nueva\ TIR} \times 100$$

$$Sensibilidad = \frac{0,15}{15,20} \times 100 = 0,99$$

Mediante los resultados obtenidos el índice de sensibilidad nos demuestra que es POSITIVO, lo que significa que el proyecto no es sensible a un incremento del 12,68% en los costos, demostrando mediante los resultados obtenidos que es factible realizar este proyecto.

Cuadro 111: Análisis de sensibilidad con disminución en los ingresos

Análisis de sensibilidad con disminución en los ingresos

AÑOS	INGRESO ORIGINAL USD. \$	INGRESO ORIGINAL	COSTO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
		DISMINUIDO		FLUJO NETO USD. \$	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUAL USD. \$	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUAL USD. \$
		10,55%			9,47%	Tm	11,47%	TM
0				56.131,65		-56.131,65		-56.131,65
1	240.462,69	215.093,88	200.385,58	14.708,30	0,91	13.435,92	0,90	13.194,85
2	261.281,04	233.715,89	217.734,20	15.981,69	0,83	13.336,21	0,80	12.861,95
3	269.506,51	241.073,57	224.588,76	16.484,81	0,76	12.566,05	0,72	11.901,73
4	277.705,02	248.407,14	231.420,85	16.986,29	0,70	11.828,18	0,65	11.001,87
5	298.313,06	266.841,03	248.594,21	18.246,82	0,64	11.606,77	0,58	10.602,23
6	308.930,97	276.338,75	257.442,47	18.896,28	0,58	10.980,08	0,52	9.849,82
7	320.002,75	286.242,46	266.668,96	19.573,50	0,53	10.389,69	0,47	9.152,98
8	343.664,05	307.407,49	286.386,71	21.020,78	0,48	10.192,67	0,42	8.818,30
9	356.407,65	318.806,64	297.006,38	21.800,27	0,44	9.656,19	0,38	8.204,27
10	369.209,88	330.258,24	307.674,90	22.583,34	0,40	9.137,70	0,34	7.624,44
					TOTAL	56997,82	TOTAL	47080,78

Fuente: Cuadro N° 101
Elaborado por: El Autor

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right)$$

$$NTIR = 26 + 1 \left(\frac{56.997,82}{56.997,82 - (47080,78)} \right)$$

$$NTIR = 15,22$$

$$Diferencias\ TIR = TIR\ Proyecto - Nueva\ TIR$$

$$Diferencias\ TIR = 17,90 - 15,22$$

$$Diferencias\ TIR = 2,68$$

$$Porcentaje\ de\ Variación = \frac{Diferencias\ TIR}{TIR\ Proyecto}$$

$$Porcentaje\ de\ Variación = \frac{2,68}{17,90}$$

$$Porcentaje\ de\ Variación = 0,15$$


$$Sensibilidad = \frac{Porcentaje\ de\ Variación}{Nueva\ TIR} \times 100$$

$$Sensibilidad = \frac{0,15}{15,22} \times 100 = 0,99$$

Mediante los resultados obtenidos el índice de sensibilidad nos demuestra que es POSITIVO, lo que significa que el proyecto no es sensible a una disminución del 10,55% en los ingresos, demostrando mediante los resultados obtenidos que es factible realizar este proyecto.

g.7. Estudio Impacto Ambiental

g.7.1. Ficha Ambiental

1. PROYECTO, OBRA O ACTIVIDAD.		2. ACTIVIDAD ECONÓMICA.		
EMPRESA PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE POLLOS EN LA CIUDAD DE ZAMORA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE.		EMPACADO Y ETIQUETADO DE PRODUCTOS CÁRNICOS		
3. DATOS GENERALES.				
Sistema de coordenadas UTM WGS84, Zona (correspondiente al Huso Horario) Centro de del proyecto, obra o actividad:				
X: 730370	Y: 9551879		Altitud:	
Estado del proyecto, obra o actividad:	Construcción:	Operación: X	Cierre: X	Abandono: X
Dirección del proyecto, obra o actividad:				
Cantón: Zamora	Ciudad: Zamora		Provincia: Zamora Chinchipe	
Parroquia: Zamora	Zona no delimitada: Barrio Tunantza		Periférico:	
Urbana: X				
Rural:				
Datos del Promotor: José David Soto Piedra				
Domicilio del promotor: Barrio Santa Elena				
Correo electrónico del promotor: jdavis_666hotmail.com			Teléfono: 072606178	
CARACTERÍSTICAS DE LA ZONA.				
Área del proyecto (ha o m2): 400m2	Infraestructura (residencial, industrial, u otros):			
Mapa de ubicación : Hoja Topográfica (IGM), SIG (Arcgis), Google Earth.				
				

EQUIPOS Y ACCESORIOS PRINCIPALES.		
1.- Peladora de Pollo Industrial	3.-Cocina industrial	5.-Planchas de acero inoxidable
2.-Bandejas grandes	4.- Selladora de empaque al vacío	6.-Tanque de 500 litros
Observaciones:		
REQUERIMIENTO DE PERSONAL.		
Personal Administrativo: 3 personas		
Trabajadores: 3 personas		
ESPACIO FÍSICO DEL PROYECTO.		
Área Total (m2, ha): 400m2		Área de Implantación (m2, ha): 400m2
Agua Potable: SI (x) NO ()		Consumo de agua (m3):
Energía Eléctrica: SI (x) NO ()		Consumo de energía eléctrica (Kv):
Acceso Vehicular: SI (x) NO ()		Facilidades de transporte para acceso: Si
Topografía del terreno: Regular		Tipo de Vía: Primer orden (Troncal Amazónica)
Alcantarillado: SI (x) NO ()		Telefonía: Móvil() Fija (x) Otra ()
Observaciones:		
El proyecto se desarrollara dentro del perímetro urbano, sector que cuenta con todos los servicios básicos, además de transporte terrestre y todo el equipamiento y servicios urbanos.		
SITUACIÓN DEL PREDIO		
Alquiler: X		Compra:
Comunitarias:		Zonas restringidas:
Otros (Detallar):		
Observaciones: se firmó un contrato de duración de 10 años con el propietario del área donde se encuentra ubicada la empresa.		

Marco Legal

Constitución de la República

En el Título II, Capítulo segundo, sección segunda, **Art. 14**, el mismo que dice: “se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir; es decir el sumakkawsay”

Art. 27: “El derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado, libre de contaminación y en armonía con la naturaleza”.

Ley de Gestión Ambiental

Art. 19:“Las obras públicas, privadas o mixtas y los proyectos de inversión públicos o privados que puedan causar impactos ambientales, serán calificados previamente a su ejecución, por los organismos descentralizados de control...”

ACUERDO MINISTERIAL N°.061 REFORMA EL TÍTULO I Y IV DEL LIBRO VI DEL TULSMA

Art. 6 Obligaciones Generales.- Toda obra, actividad o proyecto nuevo y toda ampliación o modificación de los mismos que pueda causar impacto ambiental, deberá someterse al Sistema Único de Manejo Ambiental, de acuerdo con lo que establece la legislación aplicable, este

Libro y la normativa administrativa y técnica expedida para el efecto

Descripción del Proyecto

Pesado y Selección

Con esta etapa se inicia propiamente el proceso que consiste en seleccionar las aves por su peso, esto es los de 8 lbs., serán los que se faenen para la presentación de pollos enteros con y sin menudencia.

Aturdimiento

Normalmente se realiza por inmersión en un baño de agua por el que se hace pasar una corriente alterna sinusoidal (con una frecuencia de 50 Hz) de 50 V, durante 46 segundos/pollo. La corriente eléctrica fluye desde la cabeza a los ganchos, desencadenando un ataque de tipo epiléptico que provoca la insensibilización, y estimulando directamente en cierta medida la masa muscular.

Degüello

Consiste en enganchar las aves en la noria del colgado para ser posteriormente degollado y desangrado mediante el corte de los grandes vasos sanguíneos del cuello.

Escaldado

En lo que concierne a la etapa de escaldado, el agua de las piletas debe renovarse continuamente. Se recomienda que la temperatura del agua del

escaldador sea de 52° a 56° C y que el pasaje del ave por este equipo debe ser de aproximadamente de 2 a 3 minutos aproximadamente, esto es para conservar el extracto carneo de la piel por lo que a través del desplume presenta un color y apariencia natural.

Desplumado

Es un paso muy delicado; si las máquinas no están correctamente ajustadas o el tiempo es excesivo (normal 2 minutos) aumentarán los daños a la piel (sobre todo en muslos) incluso con desgarros, y las fracturas y dislocaciones de muslos y alas; o bien quedará un número excesivo de cañones de plumas en la canal.

Evisceración

Con respecto a la evisceración, es una etapa en la que hay que tener sumo cuidado con el objeto de evitar rupturas del aparato digestivo que pueda contaminar la superficie de la carcasa.

Un factor importante a considerar es el dietado de las aves para evitar contaminaciones por roturas de vísceras.

Lavado

Luego se debe proceder a un lavado a fin de eliminar coágulos, y otros contaminantes adheridos al interior del ave.

Enfriamiento

A continuación se realiza el enfriamiento de los canales ya sea por chiller o por aire frío. En el caso de emplear el chiller, el agua de enfriamiento debe renovarse permanente y se sugiere la incorporación a la misma de 18 a 25 ppm de cloro.

Empaquetado

Al finalizar el proceso, la temperatura del pollo debe ser inferior a los 10°C, debe escurrir el excedente de agua por goteo e ingresar en la etapa de clasificación.

Una vez obtenido el producto final se procede al empaquetado y etiquetado para su posterior almacenamiento y distribución del mismo. Resulta esencial prestar la máxima atención en esta etapa del proceso, ya que los descuidos en la cadena de frío y en las condiciones de almacenaje pueden llegar a malograr todo el esfuerzo realizado a lo largo de la producción, faena y procesamiento de los pollos.

Los pollos ya envasados son introducidos en cámaras frigoríficas con diferentes regímenes de frío, dependiendo del tipo de producto. Una vez alcanzada la temperatura interior correspondiente, los productos son almacenados hasta realizar el transporte de los mismos.

Almacenamiento

La temperatura en la zona del almacenamiento deberá mantenerse a 4°C o menos, para productos enfriados, y a -18° C para productos congelados.

Como medida de prevención de la contaminación cruzada en la etapa de almacenamiento, no se debe depositar simultáneamente en una misma cámara frigorífica carnes, productos, subproductos o derivados provenientes de distintas especies animales.

Con esta descripción de actividades podemos tener una idea clara de cómo se va a desarrollar las operaciones para que nuestra materia prima (MP) concluya como un producto terminado (PT).

Descripción del Área de Implantación

INTERACCIÓN EN EL PROCESO		
MATERIALES, INSUMOS, EQUIPOS	FASE DEL PROCESO	IMPACTOS POTENCIALES
CAMIONES JAULAS DE LAS AVES VIVAS AGUA	OPERACIÓN	CONSUMO EXCESIVO DE AGUA POR ELIMINACIÓN DE MATERIA ORGÁNICA Y LIMPIEZA DE ÁREAS.
PELADORA DE POLLO INDUSTRIAL CUCHILLO BALDES	OPERACIÓN	EMISIÓN DE RUIDO Y GENERACIÓN DE DESECHOS SÓLIDOS
ESCALDADO DE CUERPO , CABEZA Y CORTE DE PATAS	OPERACIÓN	PRODUCCIÓN DE MALOS OLORES Y VAPORES GENERACIÓN DE VAPORES CONTAMINACIÓN DEL AGUA
CUCHILLO RECIPIENTES TANQUE DE ENFRIAMIENTO	OPERACIÓN	GENERACIÓN DE DESECHOS SÓLIDOS
SELLADORA DE EMPAQUE AL VACÍO FUNDAS DE POLIETILENO JABAS PLÁSTICAS CÁMARA DE FRIO	OPERACIÓN	GENERACIÓN DE EMPLEO

Descripción del Área de Implantación

- Región geográfica

El área geográfica se encuentra ubicado al sur del Ecuador de la Región Amazónica, en la provincia de Zamora Chinchipe, cantón y parroquia Zamora. por el norte se articulan directamente con el barrio La Fragancia, Soñaderos; por el sur se articula directamente con los barrios Romerillos Bajo y Alto, Numbami La Pituca, Jamboe Bajo y Alto de la parroquia Timbara; al este se articula directamente con el barrio Tunantza.

El área del proyecto está situada específicamente a 5 kilómetros de distancia de la cabecera provincial (ciudad de Zamora), al margen izquierdo a orillas del Río Zamora, conectado por el eje vial E - 45 o Troncal Amazónica

- Superficie del área de Influencia

El cantón Zamora tiene una extensión de 1,856.77 Km²aproximadamente, y el área de influencia del proyecto comprende una superficie de 500 m²; siendo esta zona de forma directa donde se realizan las actividades que implica la empresa procesadora y comercializa dora de pollo

- **Altitud**

La altitud en la cabecera parroquial de Zamora es de 970 msnm.

- **Clima**

Para el análisis climático del área del proyecto se realizó la recopilación y sistematización de la información meteorológica obtenida en la Estación Meteorológica más cercana al área de estudio. Sobre esta base de datos se realizara los cálculos estadísticos para homogeneizar la información y realizar la caracterización del tipo de clima y zonas de vida existentes.

El clima predominante del Área de Influencia Directa del proyecto es Cálido Húmedo, con una temperatura media anual que oscila entre 17 a 31.4° C., con una humedad relativa presenta una media anual del 89% con precipitaciones frecuentes que tienen un valor promedio anual de 2643 mm acompañadas de verano interrumpido; en los meses de febrero a Julio Verano interrumpido por aguaceros poco frecuentes en los meses de Agosto y Septiembre Verano con aguaceros esporádicos los meses de Octubre a Diciembre. Siendo el mes de abril donde se presentan mayores precipitaciones con un valor de 2688 mm y los meses de agosto y septiembre donde se presenta la menor cantidad de precipitaciones con un valor de 1822 mm

Los elementos climáticos básicos a considerarse son:

Temperatura: se determinó sobre la base a la información recopilada en el área del proyecto y de mapas cantonales y provinciales de isotermas, determinándose la temperatura media al igual que las variables mínimas y máximas, así como las isotermas del área de implantación del proyecto.

Precipitación.- a partir de la información generada de la estación base se estableció la media anual para el área de estudio, así como las mínimas y máximas en el mismo periodo, para posteriormente establecer el mapa de Isoyetas.

Humedad Relativa.- Se determinó en base a la información recopilada de la estación base, determinándose su parámetro medio, máximas y mínimas anuales para el área de influencia del proyecto

- **Geología, geomorfología, suelos**

La descripción de la geomorfología y geología del suelo del cantón Zamora está dentro del grupo de formación geológica Zamora, Tarqui, Santiago, de formación aluvial y glacial con rocas intrusivas esquistos, cuarcitas, génesis granito, granodiorita piroclásticos riodacíticos, lavas, calizas, arcilla esquistosa, areniscas y variada. El tipo de rocas predominantes son las metamórficas,

intrusivas, sedimentarias y variadas que corresponden a la edad paleozoica, terciario cretácico, cuaternario y mesozoico.

La formación del suelo está determinado en diferentes periodos con depósitos de sedimentos clásticos, calizas silíceas fosilíferas oscuras y areniscas cuarzosas blancas de estructuras argiláceas arenoso-micáceas porosos de grano grueso; la textura del suelo es franco arenoso, de profundidad media y baja fertilidad.

El uso del suelo está orientado a actividades agropecuarias, de conservación, actividad minera y asentamientos humanos

– Ocupación actual del área de implantación

El área del proyecto se encuentra en un área intervenida, donde cuyo espacio físico ha sido utilizado para la construcción de viviendas de uso domiciliario, comercial y turístico; además se puede observar el avance de la frontera agrícola, evidenciándose en su mayoría la presencia de pastizales. Además cabe indicar que median te visitas de campo se evidenció que en las partes altas del área de influencia todavía existe bosque.

- **Pendiente, tipo, calidad, permeabilidad del suelo, condiciones de drenaje.**

La calidad de los suelos son de baja fertilidad, inestables, pobres en materia orgánica, con baja capacidad de retención de la humedad, muy superficiales, de textura arcillosa y pH tendiente a ácidos, exceptuándose algunos suelos que están en los valles, que son utilizados para las actividades de agricultura, se encuentran principalmente en las superficies de las riveras del Río Zamora.

- **Hidrología, aire, ruido**

El área del proyecto es parte de una de las principales redes hídricas que es el río Zamora, tiene un nivel freático alto y profundo y las precipitaciones tipo medio ya que llueve en época invernal y esporádicamente.

En lo que respecta a la calidad del aire, se puede observar que por el tráfico vehicular se genera partículas de polvo en épocas soleadas, pero en general se puede decir que todavía la calidad del aire de la zona es buena. Referente al ruido se puede evidenciar que existe una mínima cantidad de ruido producida por la maquinaria que se utiliza para las actividades laborales.

Biótico

- Cobertura vegetal y flora

En base a la visita realizada a la zona del proyecto, y a la revisión de mapas de cobertura vegetal del sector, se determinó que el área mantiene la característica de un Bosque Siempre Verde Piemontano de la Amazonía.

Mediante la observación directa y la recolección de muestras en el campo de los especímenes, se determinó la presencia de las siguientes especies: laritaco (*Vernonanthurapatens*) , pasto gramalote (*Axonopus scoparius*); árboles frutales como: limón (*Citrus limón*), Guaba (*Inga sp*), zapote (*Pouteriasapota*) y cultivos rotativos como el plátano (*Musa paradisiaca*).

- Fauna básica asociada

Según lo manifestado por los habitantes de la zona con respecto a la fauna, en ciertas zonas ale dañas al área de implantación del proyecto todavía se pueden observar ciertas especies de mamíferos, aves y reptiles entre ellos se mencionaron los siguientes: mamíferos como: armadillo (*Dasypus novemcinctus*), guatusa

(Dasyproctafuliginosa), guanta (Cuniculus paca) aves como: guacamayo (Ara macao), chachalaca (Ortalisguttata), pava de monte (Penelopebarbata), y pato silvestre (Familia Anatidae) y reptiles como: hoja podrida (Bothrocophiasmicrophthalmus), coral (Micrurusssp.), culebra ciega (Amphisbaenasp.) y colambos (Drymarchonmelanurus).

- **Medio perceptual.**

Esta zona presenta todavía rasgos característicos de un Bosque Siempre Verde Piemontano de la Amazonía (Sierra ,2002) en las zonas más altas. Sin embargo el paisaje ha sido alterado por el cambio del uso del suelo para la ejecución de las actividades ganaderas, avance de la frontera agrícola, y turísticas

Social

- **Demografía**

El cantón Zamora cuenta con una población de 25 510 habitantes, con una densidad poblacional de 13.44 habitantes por kilómetro cuadrado; de ésta población el 52% está constituido por hombres y el 48% por mujeres, la población mayoritaria es joven con edades entre 5 a 39 años, que a la vez se convierte en un recurso potencial para el cantón; la población rural representa el 51.45% y la población urbana que constituye el 48.55%

- **Descripción de los principales servicios**

- **Salud**

En la ciudad de Zamora existe dos Hospital Provincial General Julius Doepfner y Hospital del IESS que da atención a las comunidades en salud básica, a través de la consulta externa, emergencia, servicio de odontología, pre y post consulta así como el servicio de farmacia.

- **Agua Potable**

Los habitantes de la parroquia de Zamora se abastecen del líquido vital mediante la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Zamora EMAPAZE.P.

- **Educación**

La parroquia de Zamora cuenta con un servicio de educación pública básica, primaria, secundaria y bachillerato; además en la cabecera cantonal se dispone de un centro de educación especial Andrés Francisco Córdova, un centro de formación artística Conservatorio Superior Nacional Marcos Antonio y dos centros artesanales Julius Dopfner y la Inmaculada.

En lo que respecta a la educación Superior existen dos extensiones de Universidades en el Cantón Zamora como son la Universidad Técnica Particular de Loja y la Universidad Católica

- **Actividades socio-económicas**

El aprovechamiento y uso de la tierra es su mayoría está dedicada a residencia privadas, terrenos municipales y públicos, como áreas verdes, de recreación y administración. Las actividades más relevantes a las que se dedica la población son: servidores públicos, comerciantes, turismo y artesanías

- **Organización social (asociaciones, gremios)**

La organización es de tercer grado ya que cuenta con Asociaciones y organizaciones barriales , además cuenta con una estructura de poder como la administración del Gobierno Cantonal, Provincial y Nacional, barrial , cooperativas y padres de familia

- **Aspectos culturales**

Cuenta con una lengua predominante del castellano, además la mayor parte de su población es Católica y en menor proporción. Evangélica, y cuentan con tradiciones Religiosas y Populares. Existen impactos relacionados con las modificaciones en los

hábitos locales de recreación y educación, en los centros educativos localizados cerca del área de influencia directa

Principales Impactos Ambientales

En el siguiente apartado se describe los principales impactos identificados para la etapa de operación de la empresa procesadora y comercializadora de pollos.


PRINCIPALES IMPACTOS AMBIENTALES.			
ASPECTO AMBIENTAL	IMPACTO AMBIENTAL	POSITIVO / NEGATIVO	ETAPA DEL PROYECTO
Generación y manejo de desechos líquidos	Contaminación de aguas por vertimiento de excretas	NEGATIVO	OPERACIÓN
Generación de ruido	Incremento de los niveles de presión sonora en el área del	NEGATIVO	OPERACIÓN
Alteración de la calidad del aire	Contaminación del aire por producción de malos olores y vapores	NEGATIVO	OPERACIÓN
Generación de desechos sólidos no peligrosos	Alteración paisajística Contaminación del suelo	NEGATIVO	OPERACIÓN
Desconocimiento de normativa ambiental y de seguridad y salud ocupacional	Contaminación del .suelo, aire y agua Afectación a la salud y seguridad de los trabajadores	NEGATIVO	OPERACIÓN
Generación de accidentes e incidentes que puedan afectar al factor social	Afectación a la salud del personal y la comunidad, posibles daños materiales	NEGATIVO	OPERACIÓN
Generación de ingresos económicos y empleo	Mejoramiento de las condiciones económicas de la comunidad	POSITIVO	OPERACIÓN

- De los impactos negativos que se generarán durante la operación de la empresa de procesadora y comercializadora de pollos, los más significativos son la disminución de la calidad del agua y el incremento de residuos sólidos. Al ser un área urbana ya intervenida no se presentarán impactos negativos severos o críticos.
- Se presentan impactos positivos moderados en el ámbito social, ya que la operación de la empresa incrementara fuentes de trabajo.

Plan de manejo ambiental (PMA)

El Plan de Manejo Ambiental para la operación de la empresa de procesadora y comercializadora de pollos comprende lo siguiente:

Plan de Prevención y Mitigación de Impactos, PPM

PLAN DE PREVENCIÓN Y MITIGACIÓN DE IMPACTOS, PPM					
PROGRAMA DE REDUCCIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES AL AIRE, AGUA Y SUELO					
OBJETIVOS: Prevenir y minimizar la generación de impactos ambientales negativos al entorno que puedan alterar la calidad de los recursos aire, agua y suelo a partir de las actividades de la empresa LUGAR DE APLICACIÓN: Sitio de Implantación del proyecto. (Barrio Tunantza) RESPONSABLE: Sr. José David Soto Piedra (Proponente del proyecto)					PPM-01
ASPECTO AMBIENTAL	IMPACTO IDENTIFICADO	MEDIDAS PROPUESTAS	INDICADORES	MEDIO DE VERIFICACIÓN	PLAZO (meses)

Generación de material particulado	Deterioro de la calidad del aire	Los vehículos que ingresen a la empresa deberán estar en buenas condiciones y recibirá mantenimiento periódico en sitios autorizados por la Autoridad Ambiental MAE.	Se han realizado mantenimiento trimestral de la maquinaria.	Facturas de mantenimiento	12
		En épocas de verano se aplicará agua en las vías de acceso, como paliativo en caso de generarse polvo por el tráfico vehicular.	Se regará agua permanentemente en la vía de acceso a la empresa	Informe de actividades (respaldo fotográfico)	12
		Implementar avisos (señalización) para la reducción de velocidad por la entrada y salida de vehículos Velocidad máxima: 20 km/h	# de avisos colocados/ # de avisos necesarios	Registro fotográfico. Factura de adquisición de letreros informativos.	12
Generación de ruido	Incremento de los niveles de presión sonora en el área	Las actividades que impliquen la generación de ruido serán realizadas en horarios de trabajo durante el día, respetando las horas de descanso.	Informes de ingreso y salida del personal	Registro de ingreso del personal	12
Generación de aguas residuales	Contaminación del agua	Utilizar detergentes y desinfectantes biodegradables dosificados para la limpieza de áreas de pelado y procesamiento del pollo	Dosis de producto biodegradable utilizado / total de producto biodegradable adquirido	Registro fotográfico. Factura de adquisición	12
		Los lodos generados en el sistema de tratamiento deberán ser estabilizados, espesados y desinfectados previos a su disposición final. Se deberá considerar la posibilidad de realizar compost con los lodos generados.	Kg de lodos generados/ Kg de lodos dispuestos correctamente o usados para compost	Registro de lodos generados	3
		Mantenimiento mensual de las trampas de grasa	# de mantenimientos realizados/ # de mantenimientos requeridos	Registro de mantenimiento Constancia física	3

h. Conclusiones

- A través del estudio de mercado se comprobó que existe una demanda efectiva de pollo para el primer año de vida útil del proyecto de 2.378 libras de pollo en las familias habitantes de la ciudad de Zamora. La diferencia entre la demanda efectiva y la oferta permitió determinar la demanda insatisfecha para el primer año en 222.845 libras de pollo.
- La capacidad instalada de la empresa es de 192.00 libras de pollo al año; con lo cual la nueva empresa cubrirá en el primer año un 86,16% la demanda insatisfecha. En el primer año de producción, la empresa se iniciará con el 85% de su capacidad instalada lo que permitirá producir 163.200 libras de pollo.
- La empresa estará ubicada en el barrio Tunatza, lugar que presta las condiciones más favorables para el proyecto.
- La puesta en marcha del proyecto demanda de 6 empleados entre operativos y administrativos, por lo que la creación de la empresa procesadora y comercializadora de pollo contribuirá a la generación de empleo.
- La inversión necesaria para la puesta en marcha del proyecto es de USD. \$56.131,65 dólares de los Estados Unidos de América. El 30%, es decir USD. \$16.839,50 dólares de los Estados Unidos de América será financiado con el capital aportado por los socios del proyecto. Y el

70% restante, es decir USD. \$39.292,15 dólares de los Estados Unidos de América será financiado mediante un crédito bancario a una tasa de interés anual del 10,47% y 5 años plazo.

- En el primer año de funcionamiento la empresa reportará una utilidad de USD. \$23.914,01 dólares de los Estados Unidos de América.
- La evaluación financiera arrojó los siguientes resultados: El Valor Actual Neto del presente proyecto es mayor a uno y positivo, lo que significa que el valor de la empresa tendrá un incremento de USD. \$136.669,74 dólares de los Estados Unidos de América, por lo tanto de acuerdo a esta variable se acepta el proyecto.

La Tasa Interna de Retorno del presente proyecto es de 17,90%, cifra superior a la tasa de descuento que es del 10,47%, por lo tanto de acuerdo a los criterios de evaluación el proyecto es factible su realización. El capital invertido se recupera en 1 años, 10 meses y 27 días, tiempo inferior a la vida útil del proyecto que es de 10 años, por lo tanto se concluye que el proyecto es factible.

De acuerdo al índice de relación beneficio-costos, la empresa recuperará veinte centavos por cada dólar invertido en el proyecto. Finalmente, de acuerdo al último criterio de evaluación, con el análisis de sensibilidad estableciendo un incremento del 12,68% en los costos y una disminución del 10,55% en los ingresos, el resultado es positivo en ambos casos por tanto el proyecto es factible realizarlo.

i. Recomendaciones

- Realizar un continuo estudio de mercado, con la finalidad de detectar aumentos o disminuciones en la demanda de la carne de pollo, dado que existe una gran demanda en el mercado de Zamora.
- Aumentar paulatinamente la producción de pollos; basándose en un estudio previo de mercado, de esta manera la empresa no solo incrementará su participación en el mercado sino que sus costos de producción serán menores.
- Establecer la empresa en el lugar indicado de acuerdo a los resultados determinados en la localización del proyecto, es decir la localidad o Barrio de Tunantza, pues presta las condiciones adecuadas para el establecimiento de la planta.
- Realizar las contrataciones correspondientes para el personal administrativo y operativo de la empresa.
- Obtener con el banco recomendado el respectivo préstamo para financiar el costo de la inversión inicial del proyecto.

- Se sugiere iniciar el proyecto con las inversiones y adquisiciones planteadas con la finalidad de generar una buena rentabilidad para que la empresa opere con normalidad.
- Es factible realizar el proyecto en base a los criterios de evaluación financiera aplicados.

j. Bibliografía

- Acosta Tobon, Alberto. (2010). Análisis de Mercado. Editorial Vértice. Primera Edición. ISBN 978-84-92556-13
- Córdoba Padilla, Marcial. (2010). Formulación y Evaluación de Proyectos. México. Editorial Ecoe. Segunda Edición. ISBN 978-958-648-4275
- Fernández, Saúl. (2009). Los proyectos de inversión: evaluación financiera. San José, Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica. Tercera Edición. ISBN 978-958-648-855-6
- García Santillán, Arturo & Vásquez Coterá, Daniel. (2010). Proyectos de Inversión. Evaluación Integral. México: Pearson Educación de México. Segunda Edición. ISBN 978-970-68-63-881.
- Gido, Jack & Clements, James. Administración Exitosa de Proyectos. México: Cengage Learning Editores. Quinta Edición. ISBN 978-0-538-47897-7
- Gómez Ceja, Guillermo. (2009). Planeación y Organización De Empresas. México. Editorial Mc Graw Hill. Segunda Edición. ISBN 958-698-174-6
- Hernández, Abraham. (2009). Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Madrid, España. Editorial Thomson. Primera Edición. ISBN 9977-66-185-5
- Hernández, Gustavo. (2009). Diccionario de Economía. Medellín, Colombia. Primera Edición. ISBN 958-8205-80-8

- Hurtado, Fernando. (2011). Dirección de Proyectos. Bloomington, Estados Unidos. Primera Edición. ISBN 978-1-4633-0909-1
- Kotler, Philip & Lane Keller, Kevin. (2010). Dirección de Marketing. México. Editorial Pearson Educación. Duodécima Edición. ISBN 970-26-0763-9
- Ramírez, Elbar & Cajigas, Margot. (2009). Proyectos de Inversión Competitivos. Colombia. Universidad Nacional de Colombia. Primera Edición. ISBN 970-6-863-885
- Sapag Chain, Nassir. (2007). Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación. México. Editorial Pearson Educación. Primera Edición. ISBN 978- 970- 10-42-489
- Vaca, Leonel. (2009). Producción Avícola. Quito, Ecuador: Editorial Océano. Edición I. ISBN 92-5-30-5075-6
- Viniegra, Sergio. (2011). Entendiendo El Plan de Negocios. Bogotá, Colombia: Editorial Universitaria. Primera Edición. ISBN 978-1-4303-0684-9

k. Anexos

Anexo N° 1

Encuesta a Clientes

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE POLLOS EN LA CIUDAD DE ZAMORA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE PARA EL AÑO 2015.

INTRODUCCIÓN:

Estimada (o) amiga (o)

Esta encuesta tiene como finalidad conocer la posibilidad de invertir en la creación de una empresa productora y comercializadora de pollos, para de esta manera servirle a usted y a toda la sociedad de una manera adecuada.

Esta información será de uso exclusivo del proyecto, guardando la reserva que amerita. Se ha procurado elaborarla de una manera lo más sencilla posible a fin de no quitarle mucho su valioso tiempo.

INSTRUCCIÓN:

Lea cada pregunta y la instrucción de como contestarla, a fin de que se le facilite responder a la misma.

1. ¿Consume usted carne?

Marque con una X en el lugar que corresponda.

SI () NO ()

Si su respuesta es afirmativa, conteste las siguientes preguntas

En caso de que su respuesta fuera negativa, le agradecemos por su tiempo

2. De los siguientes tipos de carne ¿Cuál consume con mayor frecuencia?

Ordene del 1 al 4 su respuesta de acuerdo a su opinión siendo 1 el primer lugar y 4 el último.

- a. Pollo ()
- b. Res ()
- c. Cerdo ()
- d. Otras ()

Si su respuesta fue pollo, por favor continuar la encuesta. Caso contrario agradecemos su valioso tiempo.

3. ¿Cuántas veces a la semana consume pollo?

Marque con una X en el lugar que corresponda.

- a. 1 vez ()
- b. 2 veces ()
- c. 3 veces ()
- d. 4 veces ()
- e. Más de 5 veces ()

4. ¿Cuántas libras de pollo consume semanalmente?

Marque con una X en el lugar que corresponda.

- a. 1 libra ()
- b. 2 libras ()
- c. 3 libras ()
- d. 4 libras ()
- e. Más de 5 libras ()

5. ¿Cómo prefiere usted consumir el pollo?

Marque con una X en el lugar que corresponda.

- a. Frito ()
- b. Asado ()
- c. Al horno ()
- d. Cocinado ()
- e. Otro ()

6. ¿En qué tipo de envase prefiere usted comprar el pollo?

Marque con una X en el lugar que corresponda.

- a. Fundas Plásticas ()
- b. Bandeja al vacío ()
- c. Emplastificado al vacío ()

7. ¿En qué presentación prefiere usted comprar el pollo?

Marque con una X en el lugar que corresponda.

- a. Entero ()
- b. Presas ()
- c. Adobado ()
- d. Semi-preparado ()

8. ¿En qué lugares suele comprar el pollo?

Marque con una X en el lugar que corresponda.

- a. Mercados ()
- b. Tiendas ()
- c. Supermercado ()
- d. Otros ()

9. ¿Cuál es el valor que paga por cada libra de pollo?

Marque con una X en el lugar que corresponda.

- \$1,90 () \$ 2,00 () \$2,10 ()

10. ¿Cuál de los siguientes factores es decisivo a la hora de comprar pollo?

Ordene del 1 al 4 su respuesta siendo 1 el primer lugar y 4 el último

- a. Frescura del producto ()
- b. Marca ()
- c. Empaque ()
- d. Precio ()
- e. Otro ()

11. ¿Cuál es la marca de pollo que consume con mayor frecuencia?

Marque con una X en el lugar que corresponda.

- a. Frank ()
- b. Mr. Pollo ()

12. ¿Conoce usted los beneficios alimenticios de consumir la carne de pollo?

Marque con una X en el lugar que corresponda.

- SI () NO ()

13. De los medios de comunicación descritos, ¿Cuáles son los que usted más utiliza para informarse?

Ordene del 1 al 6 su respuesta siendo 1 el que más utiliza y 6 el que menos.

- a. Radio () b. Televisión () c. Prensa ()
a. Internet () e. Revistas () f. Otros ()

14. ¿Cuál emisora de radio sintoniza con mayor frecuencia?

Marque con una X en el lugar que corresponda.

- a. San Antonio ()
b. Integración ()
c. Amazonas ()
d. Podocarpus ()

15. ¿Cuál es el horario preferido por usted para sintonizar una emisora de radio?

Marque con una X en el lugar que corresponda.

- a. Mañana ()
b. Tarde ()
c. Noche ()

16. ¿De los canales de televisión descritos a continuación. ¿Cuál es su preferido?

Marque con una X en el lugar que corresponda.

- a. UV Televisión () b. Ecotel TV ()

17. ¿Cuál es el horario preferido por usted para ver televisión?

Marque con una X en el lugar que corresponda.

- a. Mañana ()
b. Tarde ()
c. Noche ()

18. ¿Cuálesel periódico que usted prefiere al momento de informarse por un medio escrito?

Marque con una X en el lugar que corresponda.

- a. La Hora ()
b. Centinela ()
c. Extra ()

19. ¿Qué tipo de promoción le gustaría recibir por la compra de pollo?

Marque con una X en el lugar que corresponda.

- a. Camisetas ()
b. Gorras ()
c. Producto adicional ()
d. Recetario ()
e. Pieza de vajilla ()

20. ¿Si se creara una empresa productora y comercializadora de pollos en la ciudad de Zamora, provincia de Zamora Chinchipe, estaría dispuesto a comprar este producto para su consumo?

Marque con una X en el lugar que corresponda.

- Si () No ()

Anexos N° 2

Encuesta a Oferentes

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE POLLOS EN LA CIUDAD DE ZAMORA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE PARA EL AÑO 2015.

INTRODUCCIÓN:

Estimada (o) amiga (o)

Esta encuesta tiene como finalidad conocer la posibilidad de invertir en la creación de una empresa productora y comercializadora de pollos, para de esta manera servirle a usted y a toda la sociedad de una manera adecuada.

Esta información será de uso exclusivo del proyecto, guardando la reserva que amerita. Se ha procurado elaborarla de una manera lo más sencilla posible a fin de no quitarle mucho su valioso tiempo.

INSTRUCCIÓN:

Lea cada pregunta y la instrucción de como contestarla, a fin de que se le facilite responder a la misma.

1. ¿Vende usted pollo en su local?

Marque con una X en el lugar que corresponda.

SI () NO ()

Si su respuesta es afirmativa, conteste las siguientes preguntas

En caso de que su respuesta fuera negativa, le agradecemos por su tiempo

2. ¿Cuántas libras de pollo vende semanalmente?

Marque con una X en el lugar que corresponda.

- a. 25 libras ()
- b. 50libras ()
- c. 75libras ()
- d. 100 libras ()
- e. Más de 101libras ()

3. ¿Cuál es el fin para el cual sus clientes compran el pollo que usted vende?

Marque con una X en el lugar que corresponda.

- a. Para consumo final ()
- b. Para negocio ()
- c. Otro ()

4. ¿En qué tipo de envase prefieren comprar pollo los clientes?

Marque con una X en el lugar que corresponda.

- a. Fundas Plásticas ()
- b. Bandeja al vacío ()
- c. Emplastado al vacío ()

5. ¿En qué presentación prefieren comprar pollo los clientes?

Marque con una X en el lugar que corresponda.

- a. Entero ()
- b. Presas ()
- c. Adobado ()
- d. Semi-preparado ()
- e. Ahumado ()

6. ¿Dónde compra usted el pollo que comercializa en su local?

Marque con una X en el lugar que corresponda.

- a. Granjas Productoras ()
- b. Intermediarios ()
- c. Otros ()

7. ¿Cuál es el precio por cada libra de pollo que usted vende en su local?

Marque con una X en el lugar que corresponda.

- a. \$1,90 ()
- b. \$ 2,00 ()
- c. \$2,10 ()

8. ¿Cuál de los siguientes factores es decisivo para los clientes a la hora de comprar pollo?

Marque con una X en el lugar que corresponda

- a. Frescura del producto ()
- b. Marca ()
- c. Empaque ()
- d. Precio ()
- e. Otro ()

9. ¿Cuál es la marca de pollo que usted más vende en su negocio?

Marque con una X en el lugar que corresponda.

- a. Frank ()
- b. Mr. Pollo ()
- c. Sin marca ()

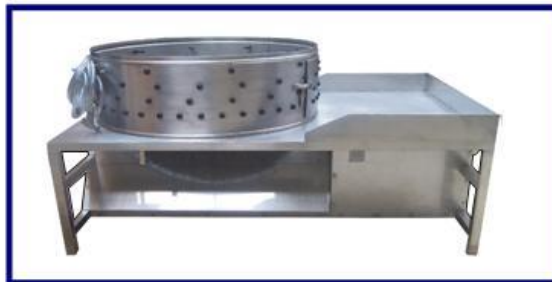
10. De los medios de comunicación descritos, ¿Cuál es el que usted más utiliza para dar a conocer su oferta?

Ordene del 1 al 6 su respuesta siendo 1 el que más utiliza y 6 el que menos.

- a. Radio ()
- b. Televisión ()
- c. Prensa ()
- d. Internet ()
- e. Revistas ()
- f. Ninguno ()

Anexo N° 3
Maquinaria y Equipo de Producción

Gráfico N° 42
Peladora de Pollo Industrial



Fuente: http://www.industriasmac.com/html/Desplumadoras_paraPollo.php

Gráfico N° 43
Cámara de Frío



Fuente: http://www.digimaq.cl/products_pictures/camaras%20de%20frio.jpg

Gráfico N° 44

Balanza Electrónica



Fuente: <http://industriasyaly.com/plataformas.html>

Gráfico N° 45

Selladora de Empaque al Vacío



Fuente: http://www.kortho.cl/?page_id=156

Gráfico N° 46

Bomba para agua



Fuente:<http://www.irrisystems.com/innovaportal/v/143/1/innova.front/bombas-de-agua-todos-los-modelos.html>

Gráfico N° 47

Tanque de 500 litros



Fuente:<http://www.degacor.com.ar/tanques/Tanque-Bajo-Techo-tricapa-gris-500-lts/4865.html>

Anexo N° 7

Cotizaciones Equipo de Oficina



LA TECNOLOGÍA QUE NECESITAS

Richard Bolivar Ibarra Castro

RUC: 0102162880001

COTIZACION N°: 3873

Cliente: SOTO PIEDRA JOSE DAVID

Dirección: SANTA ELENA

Fecha: 19/10/2015

Teléfono:

Contacto:


Item	Código	Descripción	Cant.	P.U.	Total
0001	000000006361	PROYECTOR EPSON POWER LITE S12 2600 LUM	1	458.92	458.92
0002	000000006871	TELEFONO CELULAR SAMSUNG GALAXY WAVE YOUNG S5380D	1	223.21	223.21



SubTotal: 682.14
Descuento: 0.00
IVA: 81.86
Recargo: 0.00
TOTAL: 764.00

Anexo N° 8

Cotizaciones Equipo de Computación




LA TECNOLOGÍA QUE NECESITAS

Richard Bolívar Idrovo Castro
RUC: 0102162880001

COTIZACION N°: 3874

Cliente: SOTO PIEDRA JOSE DAVID
Dirección: SANTA ELENA
Fecha: 19/10/2015
Teléfono:
Contacto:

Item	Código	Descripción	Cant.	P.U.	Total
0001	000000004667	COMPUTADOR DUAL CORE/ MEMORIA 4GB/ DISCO DURO 500GB/ LECTOR DE MEMORIA	1	460.71	460.71
0002	000000004667	PORTATIL HP DUAL CORE 1.7GHZ/500TB/4GB/14P/W8	1	517.86	517.86
0003	000000008054	IMPRESORA CANON PIXMA MULTIFUNCION MG2910 WIFI	2	89.28	178.57



RUC: 0102162880001
Tel.: 2605731 - 2606387
Zamora - Ecuador

SubTotal: 1,157.14
Descuento: 0.00
IVA: 138.86
Recargo: 0.00
TOTAL: 1,296.00

Anexo N° 9

Cotizaciones Pintura y Plancha de acero Inoxidable

DISTRIBUIDORA BLADEX

RUC: 1103563894001 Teléfonos: 2607391 XXX Impreso: 03/05/2016 4.47 PM

AV. ALONSO DE MERCADILLO S/N Y CLOTARIO PIEDRA

PROFORMA

Fecha: 03/05/2016 Hora: 4.47 PM # Comprob.: 001-000-46

Referente: SOTO PIEDRA JOSE DAVID

R.U.C.I.: 1900447358 Telefono: 2605178

Dirección: SANTA ELENA

DESCRIPCIÓN	CANT.	PRECIO U.	DCTO.	P. TOTAL
*FONDO EPOXICO COLOR GRIS CANECA	1.00	214,286	0.0	214,286
*TOOL ACERO INOXIDABLE 0.70 1/32	2.00	32,143	0.0	64,286

V. IVA 0.0 % V. IVA 12.0 % SUBTOTAL
0,0000 278,5715 278,5715

DESCUENTO 0,0000

SUBTOTAL 278,5715

IVA 12.0 33,4286

TOTAL 312,00

Observaciones

DISTRIBUIDORA

REVISADO POR

S.A.G.E - www.loxasoluciones.com

Usuario: MREYES

Anexo N° 10

Cotizaciones Materia Prima Indirecta y gabetas



De: Nixon Carrion
Dir.: Francisco de Orellana y Diego de Vaca



Cliente: José David Soto Piedra

Dirección: Av. del Ejercito

Fecha Emisión: 28 de Abril de 2016

R.U.C./C.I. 1900447358

CANT.	DESCRIPCIÓN	V./UNIT.	V. TOTAL
320	Paquetes de Bandejas retengular 7x9 1/4cm embaraje de 25U.	0,28	89,60
3	Cajas de Film Plastico embalaje 4 unidades de 25cm.	58,00	174,00
10	Gabetas Cerradas de 32x40x60cm	16,00	160,00

Original Blanco / Adhesivo / Copia Color / Emisor

[Handwritten Signature]
Firma Autorizada

SUB TOTAL	423,60
DESCUENTO	—
IVA 0 %	—
IVA 12 %	50,83
TOTAL \$	474,43

Anexo N° 11

Cotizaciones cocina, cuchillos, ollas industriales

Comercial "VIVAR"

Vivar Bravo Armando José

- * Amasadoras, Cocinas Freidoras, Frigoríficos, Vitrinas, Hornos, Etc.
- * Servicio de Reparación de Muebles Metálicos
- * Venta al por menor de Artefactos Eléctricos


Dirección: Pío Jaramillo Alvarado S/N y García Moreno


Cel.: 0981016451 Zamora - Ecuador

PROFORMA

R.U.C.: 1103992671001

N° 9000216





FECHA	DÍA	MES	AÑO
	22	04	2016

Cliente: JEFE DAVID FOTO PIEDRA

Dirección: AV. DEL EJERCITO R.U.C./C.I.: 1900447358

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	VALOR TOTAL
1	COCINA INDUSTRIAL 4 Q.	250,-	250,-
10	CUCHILLO JN.	5,80	58,07
5	OLLAS INDUSTRIALES	71,43	357,14
			665,18
			745,00

Original Blanco. Adquirentes copia. Emitor

Comercial "VIVAR"

Del

VIVAR BRAVO

ARMANDO JOSÉ

R.U.C.: 1103992671001

SUB TOTAL	665,18
DESCUENTO	
IVA %0	
IVA 12%	79,82
TOTAL \$	745,00.

Anexo Nº 12

Tasa de Crecimiento Económica



Búsqueda BUSCAR

Usted está aquí: Inicio > Boletines de prensa > EN 2014 LA ECONOMÍA ECUATORIANA CRECIÓ EN 3.8%, ES DECIR 3.5 VECES MÁS QUE EL CRECIMIENTO PROMEDIO DE AMÉRICA LATINA QUE ALCANZÓ 1.1%

EN 2014 LA ECONOMÍA ECUATORIANA CRECIÓ EN 3.8%, ES DECIR 3.5 VECES MÁS QUE EL CRECIMIENTO PROMEDIO DE AMÉRICA LATINA QUE ALCANZÓ 1.1%

Quito, 27 de marzo de 2015

- Durante el año 2014 el Producto Interno Bruto (PIB) tuvo una variación anual positiva de 3.8%.
- En el cuarto trimestre de 2014 la economía creció en 0.5%, respecto al trimestre anterior; y, en 3.5 % comparada con igual periodo de 2013.
- El Valor Agregado no Petrolero creció en 4.3% entre el cuarto trimestre de 2014 y el cuarto trimestre de 2013, y contribuyó con 3.71 puntos porcentuales al crecimiento total de la economía (3,5 %).

COMUNICACIÓN

BOLETINES DE PRENSA

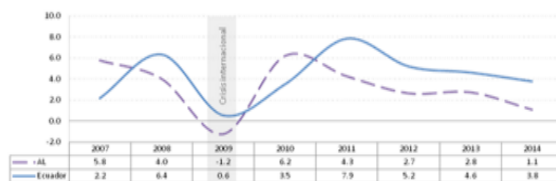
ARCHIVO

VIDEOS DE INTERÉS

FOTOS

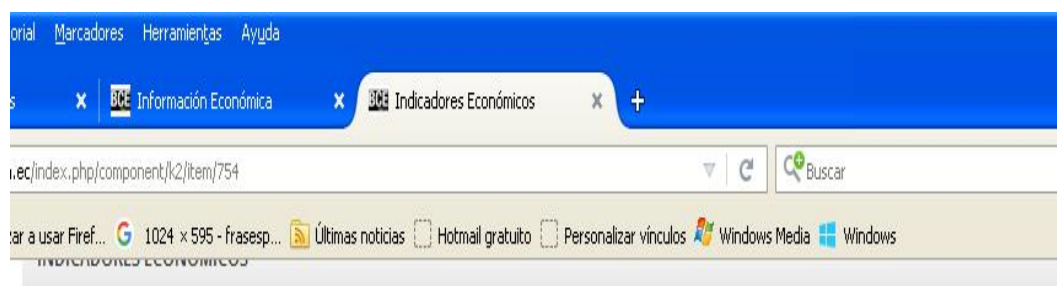
RESPONDIENDO A LOS MEDIOS

PIB DE ECUADOR Y AMÉRICA LATINA
Tasas de variación 2007-2014



Anexo N° 13

Tasa de Inflación, Tasa Interés Pasiva



	
▶ <u>Deuda Externa Pública como % del PIB (Diciembre 2014):</u>	<u>17.40%</u>
▶ <u>Inflación Anual Octubre-2015/Octubre-2014):</u>	<u>3.48%</u>
▶ <u>Inflación Mensual (Octubre-2015):</u>	<u>-0.09%</u>
▶ <u>Tasa de Desempleo Urbano a Septiembre-30-2015:</u>	<u>5.48%</u>
▶ <u>Tasa de interés activa (octubre-15):</u>	<u>9.11%</u>
▶ <u>Tasa de interés pasiva (octubre-15):</u>	<u>4.98%</u>
▶ <u>Baril Petróleo (WTI 29-Oct-15):</u>	<u>46.06USD</u>

- Cotizaciones
- Mercados Internacionales

Anexo N° 14

Tasa de Interés Efectiva

BNF Simulador de crédito

* Tipo de Crédito: Crédito
 * Destino: Productivo
 * Forma de Pago: Mensual
 Monto Desde: \$500.00
 Monto Hasta: \$300000.00
 Taza: 10.00%
 Taza Efectiva: 10.47%
 Plazo Hasta: 15 años
 * Monto Deseado: 59613.24 Ej: 1234.20
 * Plazo: 5 años
 * Sistema de Amortización: Cuota Fija

Todos los campos con ()asterisco son obligatorios

Calcular Limpiar

Exportar Excel Imprimir

Cuota	Saldo Capital	Capital	Interés	Seguro Desgravamen	Valor a Pagar
1	59,613.24	778.63	475.36	15.62	1,269.62
2	58,834.61	784.84	469.16	15.42	1,269.42
3	58,049.76	791.10	462.90	15.21	1,269.21
4	57,258.66	797.41	456.59	15.01	1,269.01
5		803.77	450.28	14.80	

Anexo N° 15

Tasa de Crecimiento Poblacional



Anexo N° 16

Tabla de amortización

P R E S T A M O (BANCO DE FOMENTO)						
CAPITAL		=	39.292,15	Dólares		
INTERES		=	10,47%			
TIEMPO		=	5	Años		
Periodo anual	Saldo o deuda	Pago capital	Pago interes	Pago anual	Pago mensual	Nuevo saldo
1	39.292,15	7.858,43	4.113,89	11.972,32	997,69	39.661,50
2	31.433,72	7.858,43	3.291,11	11.149,54	929,13	28.511,96
3	23.575,29	7.858,43	2.468,33	10.326,76	860,56	18.185,19
4	15.716,86	7.858,43	1.645,56	9.503,99	792,00	8.681,21
5	7.858,43	7.858,43	822,78	8.681,21	723,43	0,00
TOTAL		39.292,15	12.341,66	51.633,81		

Anexo Nº 16
Fotos de Encuestas







1859

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

AREA JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PLAN DE CONTINGENCIA

TEMA:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE POLLO EN LA CIUDAD DE ZAMORA, PARA EL AÑO 2015”

Anteproyecto de Tesis previa a la obtención del Grado de Ingeniero Comercial

AUTOR:

José David Soto Piedra

LOJA – ECUADOR
2015

a. Tema

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE POLLO EN LA CIUDAD DE ZAMORA, PARA EL AÑO 2015”

b. Problemática

En la ciudad de Zamora la producción de carne de pollo es de mayor importancia debido a que existe una gran demanda de la población por las carnes blancas, ya que este es un producto sano, fresco y accesible a su economía.

Debido a la demanda actual existente y el aumento de la población a nivel local se pretende realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa procesadora de pollos que garantice su excelencia y diferenciación entre los oferentes, estableciendo procesos claramente definidos y documentados que permitan garantizar el producto en el consumidor final, sin descuidar las temperaturas adecuadas para la conservación de la carne.

Con lo anterior expuesto, se ha determinado que la falta de un estudio de factibilidad para el procesamiento de pollos en la ciudad de Zamora, provincia de Zamora Chinchipe, no ha permitido el desarrollo de esta agroindustria en el sector, de una manera tecnificada y cumpliendo estándares de calidad para el producto que sea apto para el consumo humano y por ende propenda en el avance de la seguridad alimentaria.

c. Justificación

- ✓ Justificación Académica.- El desarrollo de esta investigación es un requisito estipulado en el artículo 135 del Reglamento de Régimen Académico vigente en la Universidad Nacional de Loja, previo a la obtención del título de pregrado.
- ✓ Justificación Económica.- En lo económico se justifica por cuanto éste proyecto aportará al desarrollo económico en el cantón y del país, lo que permitirá la disminución de desempleo y hará que los habitantes de la ciudad de Zamora mejoren su nivel de vida.
- ✓ Justificación Social.- El presente proyecto representa una alternativa que permitirá contribuir al desarrollo de la industria provincial y nacional, así como la creación de fuentes de empleo, además cabe mencionar la importancia y aporte nutricional que brinda el pollo permitiendo el mejoramiento de la seguridad alimentaria.

d. Objetivos

Objetivo General:

Determinar la viabilidad comercial de la implementación de una empresa productora y comercializadora de pollo en la ciudad de Zamora,

Objetivos Específicos:

- Comprobar la demanda local de pollo en la ciudad de Zamora a través del desarrollo de un estudio de mercado,
- Establecer la probabilidad técnica de la propuesta a través del desarrollo del estudio correspondiente,
- Diseñar la estructura organizacional y proponer un manual orgánico y funcional a través de la elaboración del estudio administrativo y legal del proyecto,
- Elaborar un pronóstico de ingresos y gastos por medio del desarrollo del estudio financiero del proyecto,
- Evaluar económica y financieramente el proyecto,
- Evidenciar el impacto social y ambiental de la propuesta

e. Marco Teórico

Carne de Pollo

La carne de pollo (se denomina a los tejidos procedentes del pollo), es muy frecuente encontrarse esta en muchos platos y preparaciones de la culinaria de todo el mundo. Su carne se considera un alimento básico y es por esta razón por la que se incluye en el.

Propiedades nutricionales del pollo

La carne de pollo suele ser más liviana y de mejor digestibilidad respecto a las carnes rojas. Además, posee menor contenido de purinas; las cuales son responsables de la aparición de hiperuricemia. Es por esta razón que es recomendada por médicos y nutricionistas²⁴.

Proyecto de Factibilidad

Se denomina Proyecto Factible la elaboración de una propuesta viable, destinada atender necesidades específicas a partir de un diagnóstico.

Para llevar a cabo un estudio de Factibilidad se realizan cuatro estudios:

1. Estudio de Mercado

²⁴ http://es.wikipedia.org/wiki/carne_de_pollo

2. Estudio Técnico

3. Estudio Administrativo

4. Estudio Financiero²⁵.

Estudio de Mercado

El estudio de mercado es considerado como lo fundamental y de vital importancia en un proyecto de inversión es necesario determinar la demanda y la oferta que son parámetros de medición para determinar las posibilidades favorables del estudio.

Estudio Técnico

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión; comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto, pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir o poner en marcha el servicio que se desea.

Estudio Administrativo

Este estudio consiste en definir como se hará la empresa o que cambios hay que hacer para constituir la y jerarquizarla.

²⁵ Miranda, Juan José.(2009). Gestión de proyectos: Identificación, formulación, evaluación financiera. Bogotá, Colombia: MM Editores

Estudio Financiero

El estudio financiero trata de determinar cuál será la cantidad de recursos económicos que son necesarios para que el proyecto se realice, además es una metodología para medir la rentabilidad de un proyecto, la estructura financiera futura de una empresa.

Valor Actual Neto

Son los flujos de caja actualizados, comprende la inversión inicial del proyecto. Se acepta cuando el VAN es positivo.

Tasa Interna de Retorno

La TIR es una herramienta de toma de decisiones de inversión utilizada para conocer la factibilidad de diferentes opciones de inversión.

Relación Beneficio/Costo

También llamado "índice de rendimiento". En un método de Evaluación de Proyectos, que se basa en el del Valor Presente, y que consiste en dividir el Valor Presente de los Ingresos entre el Valor Presente de los egresos.

Período de Recuperación de Capital

Este indicador mide el número de años que transcurrirán desde la puesta en explotación de la inversión, para recuperar el capital invertido en el proyecto mediante las utilidades netas del mismo, considerando además la depreciación y los gastos financieros.

Análisis de Sensibilidad

Este análisis nos permite definir cuáles son las variables que más afectan al proyecto, y que por esa razón se convierten en estratégicas para el desarrollo del mismo²⁶.

²⁶ Fernández, Saúl. (2009) Proyectos de inversión; Evaluación Financiera. San José, Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.

f. Metodología

Para la elaboración del proyecto planteado se aplicarán los siguientes métodos y técnicas, los mismos que me permitirán obtener la información necesaria:

MÉTODOS

Método Inductivo

Se aplicará un proceso de experiencias de proyectos productivos similares y ejecutados específicos, para aplicarlas de manera generalizada en beneficio del presente proyecto.

Método Deductivo

Contrariamente con el método anterior, se aplicarán procesos definidos de empresas similares, para aplicarla a este proyecto y verificar su factibilidad y la inmediata aplicación.

Método Estadístico

Este método me permitirá tabular, ponderar y graficar los resultados obtenidos en las encuestas.

TÉCNICAS

Observación Directa

Servirá para poder establecer técnicamente el lugar de la localización de la empresa de procesamiento y comercialización de pollos en la ciudad de Zamora.

Aplicación de Encuestas

En base a los objetivos propuestos en la investigación se establecerá un cuestionario técnico sobre la factibilidad para la implementación de una empresa de procesamiento y comercialización de pollos en la ciudad de Zamora, y luego se analizarán los resultados para poder establecer fundamentalmente la validez de la investigación de mercados y verificar el cumplimiento de los objetivos previstos.

Tamaño de la Muestra de Población de Estudio

De acuerdo a esta información, al 2010 en el cantón Zamora se registró una población de 25.510 habitantes en total. Es necesario proyectar esta población al año actual de estudio, es decir 2015, para esto se aplicará la siguiente fórmula, tomando en cuenta que la tasa de crecimiento poblacional intercensal anual es de 1,52% de acuerdo al INEC:

$$Pf = Po(1 + r)^n$$

Dónde:

Pf = Población final

Po = Población Actual

r = Tasa de crecimiento poblacional

1 = Constante

n = Número de años

$$Pf = 25.510 (1 + 0,0152)^5 = 27.509$$

A continuación se aplica la fórmula del tamaño de la muestra para conocer cuántas encuestas se van a aplicar:

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

$$n = \frac{27509}{1 + 27509(0,05)^2}$$

$$\frac{27509}{1 + 69,77}$$

$$n = 383$$

En dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

e = Margen de error permitido (0.05) 1

= Factor de correlación

Por lo tanto el número total de encuestas que se aplicarán en la ciudad de Zamora, Provincia de Zamora Chinchipe, será de 383 encuestas.

h. Presupuesto y Financiamiento

Recurso humano

Ing. Víctor Antonio Paredes Ortega, M.A.E - DIRECTOR José

David Soto Piedra - PROPONENTE

Presupuesto, (En dólares de los Estados Unidos de América)

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	SUBTOTAL
15	Resma de Papel A4	USD 4,25	USD 63,75
1	Calculadora	USD 23,00	USD 23,00
3	Cartucho blanco y negro	USD 18,50	USD 55,50
3	Cartucho a Colores	USD 23,00	USD 69,00
6	Carpetas Plásticas	USD 0,65	USD 3,90
6	Lápices	USD 0,40	USD 2,40
12	Esferográficos	USD 0,50	USD 6,00
1	Impresora	USD 187,00	USD 187,00
1	Portátil	USD 860,00	USD 860,00
	Alimentación y Alojamiento		USD 120,00
	Movilización		USD 50,00
TOTAL PRESUPUESTADO			USD 1.440,55

Financiamiento

El gasto será financiado por el Proponente.

i. Bibliografía

- Fernández, Saúl. (2009). Los proyectos de inversión: evaluación financiera. San José, Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- Miranda, Juan José. (2009). Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera. Bogotá, Colombia: MM Editores.

ÍNDICE

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN	2
ABSTRACT.....	5
c. INTRODUCCIÓN.....	8
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	10
e. MATERIALES Y MÉTODOS	44
f. RESULTADOS.....	50
g. DISCUSIÓN.....	80
h. CONCLUSIONES.....	203
i. RECOMENDACIONES.....	205
j. BIBLIOGRAFÍA.....	207
k. ANEXOS.....	209

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Consume Carne	50
Cuadro 2: Tipo de carne que consume.....	51
Cuadro 3: Frecuencia de consumo de pollo.....	52
Cuadro 4: Consumo semanal de pollo en libras	53
Cuadro 5: Forma de preparación del pollo	54
Cuadro 6: Tipo de envase	55
Cuadro 7: Corte de presentación	56
Cuadro 8: Punto de venta	57
Cuadro 9: Precio por libra de pollo.....	58
Cuadro 10: Factor determinante de compra	59
Cuadro 11: Marca de pollo.....	60
Cuadro 12: Conoce sobre los beneficios del consumo de carne de pollo	61
Cuadro 13: Medios de comunicación.....	62
Cuadro 14: Radios más sintonizados	63
Cuadro 15: Horario que sintoniza las emisoras de radio	64
Cuadro 16: Preferencia en sintonía de canal de televisión.....	65
Cuadro 17: Horario de mayor sintonía de televisión	66
Cuadro 18: Preferencia de periódico	67
Cuadro 19: Preferencia en promociones	68
Cuadro 20: Compraría el producto para su consumo	69
Cuadro 21: Venta de pollo.....	70
Cuadro 22: Venta mensual de pollo en libras	71
Cuadro 23: A que se destina la compra de pollo	72

Cuadro 24: Preferencia por el tipo de envase.....	73
Cuadro 25: Preferencia en la presentación del producto.....	74
Cuadro 26: Lugar de adquisición del pollo para la comercialización	75
Cuadro 27: Precio de venta por libra de pollo.....	76
Cuadro 28: Factor a la hora de comprar pollo	77
Cuadro 29: Marca de pollo que más se vende	78
Cuadro 30: Medios de comunicación más sintonizados	79
Cuadro 31: Proyección de población del cantón Zamora	81
Cuadro 32: Demanda Potencial.....	82
Cuadro 33: Demanda Real	83
Cuadro 34: Demanda Efectiva.....	84
Cuadro 35: Promedio Semanal Familiar de Consumo de carne de pollo en libras	85
Cuadro 36: Consumo Familiar Anual de Pollo en libras en Zamora.....	86
Cuadro 37: Oferta de pollo en libras en Zamora.....	87
Cuadro 38: Proyección de Oferta	88
Cuadro 39: Demanda Insatisfecha.....	89
Cuadro 40: Publicidad Escrita.....	95
Cuadro 41: Publicidad en radio	96
Cuadro 42: Producción mensual y anual de Pollos	98
Cuadro 43: Capacidad Instalada.....	99
Cuadro 44: Capacidad Utilizada.....	100
Cuadro 45: Matriz de Microlocalización	104
Cuadro 46: Adecuaciones e Instalaciones	123

Cuadro 47: Equipo de Computación	123
Cuadro 48: Reinversión de Equipo de Computación	124
Cuadro 49: Equipo de Producción.....	125
Cuadro 50: Equipo de Oficina.....	125
Cuadro 51: Muebles de Oficina	126
Cuadro 52: Vehículo	126
Cuadro 53: Reinversión de Vehículo	127
Cuadro 54: Inversión de activos diferidos.....	128
Cuadro 55: Materia Prima Directa	129
Cuadro 56: Proyección Materia Prima Directa.....	129
Cuadro 57: Materiales Indirectos.....	130
Cuadro 58: Proyección Materiales Indirectos.....	130
Cuadro 59: Mano de Obra Directa	131
Cuadro 60: Proyección de Mano de Obra Directa	132
Cuadro 61: Mano de Obra Indirecta.....	133
Cuadro 62: Proyección de Mano de Obra Indirecta	134
Cuadro 63: Sueldos Administrativos	134
Cuadro 64: Proyección de Sueldos Administrativos.....	135
Cuadro 65: Energía Eléctrica.....	135
Cuadro 66: Proyección de Energía Eléctrica	136
Cuadro 67: Agua Potable	136
Cuadro 68: Proyección de Agua Potable.....	137
Cuadro 69: Servicio Telefónico.....	137
Cuadro 70: Proyección de Servicio Telefónico	138

Cuadro 71: Materiales de Oficina	138
Cuadro 72: Proyección de Materiales de Oficina.....	139
Cuadro 73: Materiales de Limpieza.....	139
Cuadro 74: Proyección de Materiales de Limpieza	140
Cuadro 75: Local de Arriendo	140
Cuadro 76: Proyección de Local de Arriendo.....	141
Cuadro 77: Publicidad	141
Cuadro 78: Proyección de Publicidad.....	142
Cuadro 79: Combustible.....	142
Cuadro 80: Proyección Combustible.....	143
Cuadro 81: Resumen de Activos Circulantes.....	144
Cuadro 82: Resumen Total de Inversiones	146
Cuadro 83: Financiamiento Interno	147
Cuadro 84: Financiamiento Externo.....	148
Cuadro 85: Financiamiento Total	148
Cuadro 86: Depreciación de Equipo de Producción.....	150
Cuadro 87: Depreciación de Muebles de oficina	151
Cuadro 88: Depreciación de Equipo de Computación para el primer trienio	152
Cuadro 89: Depreciación de Equipo de Computación para el segundo trienio.....	152
Cuadro 90: Depreciación de Equipo de Computación para el tercer trienio	153
Cuadro 91: Depreciación de Equipo de oficina.....	153

Cuadro 92: Depreciación de Vehículo para el primer quinquenio.....	154
Cuadro 93: Depreciación de Vehículo para el segundo quinquenio.....	155
Cuadro 94: Información de Crédito Bancario	155
Cuadro 95: Amortización de Crédito Bancario	156
Cuadro 96: Presupuesto Operativo para el primer quinquenio	157
Cuadro 97: Presupuesto Operativo para el segundo quinquenio	158
Cuadro 98: Costos Unitarios.....	159
Cuadro 99: Precio de Venta.....	160
Cuadro 100: Ingresos Totales.....	161
Cuadro 101: Estado de Pérdidas y Ganancias	162
Cuadro 102: Flujo Neto de Caja	164
Cuadro 103: Datos para cálculo de Año 1.....	165
Cuadro 104: Datos para cálculo de Año 5.....	168
Cuadro 105: Datos para cálculo de Año 10.....	170
Cuadro 106: Valor Actual Neto	174
Cuadro 107: Relación Beneficio-Costo.....	175
Cuadro 108: Periodo de Recuperación de Capital	176
Cuadro 109: Tasa Interna de Retorno	178
Cuadro 110: Análisis de sensibilidad con incremento en los costos	180
Cuadro 111: Análisis de sensibilidad con disminución en los ingresos...	182

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico Nro. 1: Consume Carne	50
Gráfico Nro. 2: Tipo de carne que consume	51
Gráfico Nro. 3: Frecuencia de consumo de pollo.....	52
Gráfico Nro. 4: Consumo semanal de pollo en libras	53
Gráfico Nro. 5: Forma de preparación del pollo	54
Gráfico Nro. 6: Tipo de envase.....	55
Gráfico Nro. 7: Corte de presentación	56
Gráfico Nro. 8: Punto de venta	57
Gráfico Nro. 9: Precio por libra de pollo.....	58
Gráfico Nro. 10: Factor determinante de compra	59
Gráfico Nro. 11: Marca de pollo.....	60
Gráfico Nro. 12: Conoce sobre los beneficios del consumo de carne de pollo.....	61
Gráfico Nro. 13: Medios de comunicación.....	62
Gráfico Nro. 14: Radios más sintonizados	63
Gráfico Nro. 15: Horario que sintoniza las emisoras de radio	64
Gráfico Nro. 16: Preferencia en sintonía de canal de televisión	65
Gráfico Nro. 17: Horario de mayor sintonía de televisión	66
Gráfico Nro. 18: Preferencia de periódico	67
Gráfico Nro. 19: Preferencia en promociones.....	68
Gráfico Nro. 20: Compraría el producto para su consumo	69
Gráfico Nro. 21: Venta de pollo	70
Gráfico Nro. 22: Venta semanal de pollo en libras	71

Gráfico Nro. 23: A que se destina la compra de pollo	72
Gráfico Nro. 24: Preferencia por el tipo de envase.....	73
Gráfico Nro. 25: Preferencia en la presentación del producto.....	74
Gráfico Nro. 26: Lugar de adquisición del pollo para la comercialización .	75
Gráfico Nro. 27: Precio de venta por libra de pollo.....	76
Gráfico Nro. 28: Factor a la hora de comprar pollo	77
Gráfico Nro. 29: Marca de pollo que más se vende	78
Gráfico Nro. 30: Medios de comunicación más sintonizados	79
Gráfico Nro. 31: Marca del producto	91
Gráfico Nro. 32: Macrolocalización	103
Gráfico Nro. 33: Microlocalización.....	105
Gráfico Nro. 34: Distribución de Planta.....	106
Gráfico Nro. 35: Flujograma del procesamiento del pollo	112
Gráfico Nro. 36: Organigrama Estructural	115
Gráfico Nro. 37: Organigrama funcional	116
Gráfico Nro. 38: Organigrama posicional	117
Gráfico 39: Punto de equilibrio año 1	167
Gráfico Nro. 40: Punto de equilibrio año 5	170
Gráfico Nro. 41: Punto de equilibrio Año 10.....	172