



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
AVÍCOLA EN LA COMUNA MACA GRANDE”.**

Proyecto de Emprendimiento presentado previo a la obtención del Título de  
Licenciados en Administración de Empresas.

**Autores:**

Keni Rommel Ayala Unaicho

Daisy Lizbeth Toapanta Moposita

**Tutor:**

Doc. Walter Humberto Navas Olmedo PHD

**LATACUNGA-ECUADOR**

**FEBRERO-2024**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

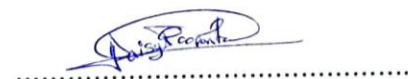
“Nosotros, Ayala Unaicho Keni Rommel y Toapanta Moposita Daisy Lizbeth declaramos ser autores del presente proyecto de emprendimiento: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AVICOLA EN LA COMUNA MACA GRANDE”** siendo Doc. Walter Humberto Navas Olmedo PHD tutor del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.



Keni Rommel Ayala Unaicho  
C.I. 0550689129

Latacunga febrero del 2024



Daisy Lizbeth Toapanta Moposita  
C.I: 1850073006

## **CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR**

Comparecen a la celebración del presente instrumento de cesión no exclusiva de obra, que celebran de una parte **AYALA UNAUCHO KENI ROMMEL**, identificado con cédula de ciudadanía No. 0550689129 de estado civil soltero, a quien en lo sucesivo se denominará **LA CEDENTE**; y, de otra parte, la Doctora Idalia Eleonora Pacheco Tigselema, en calidad de Rectora, y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez, Barrio El Ejido, Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes:

**ANTECEDENTES: CLÁUSULA PRIMERA.** - **LA CEDENTE** es una persona natural estudiante de la carrera de Administración de Empresas, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AVICOLA EN LA COMUNA MACA GRANDE”**, la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad; y, las características que a continuación se detallan:

### **Historial Académico**

Inicio de la carrera: Mayo 2020 - Septiembre 2020

Finalización de la carrera: Octubre 2023 – Marzo 2024

Aprobación en Consejo Directivo: 16 de noviembre del 2023

Tutor: Doc. Walter Humberto Navas Olmedo PHD

Tema: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AVICOLA EN LA COMUNA MACA GRANDE”**

**CLÁUSULA SEGUNDA.** - **LA CESIONARIA** es una persona jurídica de derecho público creada por ley, cuya actividad principal está encaminada a la educación superior formando profesionales de tercer y cuarto nivel normada por la legislación ecuatoriana la misma que establece como requisito obligatorio para publicación de trabajos de investigación de grado en su repositorio institucional, hacerlo en formato digital de la presente investigación.

**CLÁUSULA TERCERA.** - Por el presente contrato, **LA CEDENTE** autoriza a **LA CESIONARIA** a explotar el trabajo de grado en forma exclusiva dentro del territorio de la República del Ecuador.

**CLÁUSULA CUARTA.** - **OBJETO DEL CONTRATO:** Por el presente contrato **LA CEDENTE**, transfiere definitivamente a **LA CESIONARIA** y en forma exclusiva los siguientes derechos patrimoniales; pudiendo a partir de la firma del contrato, realizar, autorizar o prohibir:

- a) La reproducción parcial del trabajo de grado por medio de su fijación en el soporte informático conocido como repositorio institucional que se ajuste a ese fin.
- b) La publicación del trabajo de grado.

- c) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación del trabajo de grado con fines académicos y de consulta.
- d) La importación al territorio nacional de copias del trabajo de grado hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.
- e) Cualquier otra forma de utilización del trabajo de grado que no está contemplada en la ley como excepción al derecho patrimonial.

**CLÁUSULA QUINTA.** - El presente contrato se lo realiza a título gratuito por lo que **LA CESIONARIA** no se halla obligada a reconocer pago alguno en igual sentido **LA CEDENTE** declara que no existe obligación pendiente a su favor.

**CLÁUSULA SEXTA.** - El presente contrato tendrá una duración indefinida, contados a partir de la firma del presente instrumento por ambas partes.

**CLÁUSULA SÉPTIMA. - CLÁUSULA DE EXCLUSIVIDAD.** - Por medio del presente contrato, se cede en favor de **LA CESIONARIA** el derecho a explotar la obra en forma exclusiva, dentro del marco establecido en la cláusula cuarta, lo que implica que ninguna otra persona incluyendo **LA CEDENTE** podrá utilizarla.

**CLÁUSULA OCTAVA. - LICENCIA A FAVOR DE TERCEROS.** - **LA CESIONARIA** podrá licenciar la investigación a terceras personas siempre que cuente con el consentimiento de **LA CEDENTE** en forma escrita.

**CLÁUSULA NOVENA.** - El incumplimiento de la obligación asumida por las partes en la cláusula cuarta, constituirá causal de resolución del presente contrato. En consecuencia, la resolución se producirá de pleno derecho cuando una de las partes comunique, por carta notarial, a la otra que quiere valerse de esta cláusula.

**CLÁUSULA DÉCIMA.** - En todo lo no previsto por las partes en el presente contrato, ambas se someten a lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, Código Civil y demás del sistema jurídico que resulten aplicables.

**CLÁUSULA UNDÉCIMA.** - Las controversias que pudieran suscitarse en torno al presente contrato, serán sometidas a mediación, mediante el Centro de Mediación del Consejo de la Judicatura en la ciudad de Latacunga. La resolución adoptada será definitiva e inapelable, así como de obligatorio cumplimiento y ejecución para las partes y, en su caso, para la sociedad. El costo de tasas judiciales por tal concepto será cubierto por parte del estudiante que lo solicitare.

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 26 días del mes de febrero del 2024.



**Keni Rommel Ayala Unaicho**  
**LA CEDENTE**

**Dra. Idalia Pacheco Tigselema, Ph.D.**  
**LA CESIONARIA**

## CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR

Comparecen a la celebración del presente instrumento de cesión no exclusiva de obra, que celebran de una parte **TOAPANTA MOPOSITA DAISY LIZBETH**, identificado con cédula de ciudadanía No. **1850073006** de estado civil soltera, a quien en lo sucesivo se denominará **LA CEDENTE**; y, de otra parte, la Doctora Idalia Eleonora Pacheco Tigselema, en calidad de Rectora, y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez, Barrio El Ejido, Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes:

**ANTECEDENTES: CLÁUSULA PRIMERA.** - **LA CEDENTE** es una persona natural estudiante de la carrera de Administración de Empresas, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AVICOLA EN LA COMUNA MACA GRANDE”**, la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad; y, las características que a continuación se detallan:

### **Historial Académico**

Inicio de la carrera: Mayo 2019 – Agosto 2019

Finalización de la carrera: Octubre 2023 – Marzo 2024

Aprobación en Consejo Directivo: 16 de noviembre del 2023

Tutor: Doc. Walter Humberto Navas Olmedo PHD

Tema: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AVICOLA EN LA COMUNA MACA GRANDE”**

**CLÁUSULA SEGUNDA.** - **LA CESIONARIA** es una persona jurídica de derecho público creada por ley, cuya actividad principal está encaminada a la educación superior formando profesionales de tercer y cuarto nivel normada por la legislación ecuatoriana la misma que establece como requisito obligatorio para publicación de trabajos de investigación de grado en su repositorio institucional, hacerlo en formato digital de la presente investigación.

**CLÁUSULA TERCERA.** - Por el presente contrato, **LA CEDENTE** autoriza a **LA CESIONARIA** a explotar el trabajo de grado en forma exclusiva dentro del territorio de la República del Ecuador.

**CLÁUSULA CUARTA.** - **OBJETO DEL CONTRATO:** Por el presente contrato **LA CEDENTE**, transfiere definitivamente a **LA CESIONARIA** y en forma exclusiva los siguientes derechos patrimoniales; pudiendo a partir de la firma del contrato, realizar, autorizar o prohibir:

- f) La reproducción parcial del trabajo de grado por medio de su fijación en el soporte informático conocido como repositorio institucional que se ajuste a ese fin.
- g) La publicación del trabajo de grado.

- h) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación del trabajo de grado con fines académicos y de consulta.
- i) La importación al territorio nacional de copias del trabajo de grado hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.
- j) Cualquier otra forma de utilización del trabajo de grado que no está contemplada en la ley como excepción al derecho patrimonial.

**CLÁUSULA QUINTA.** - El presente contrato se lo realiza a título gratuito por lo que LA CESIONARIA no se halla obligada a reconocer pago alguno en igual sentido LA CEDENTE declara que no existe obligación pendiente a su favor.

**CLÁUSULA SEXTA.** - El presente contrato tendrá una duración indefinida, contados a partir de la firma del presente instrumento por ambas partes.

**CLÁUSULA SÉPTIMA. - CLÁUSULA DE EXCLUSIVIDAD.** - Por medio del presente contrato, se cede en favor de LA CESIONARIA el derecho a explotar la obra en forma exclusiva, dentro del marco establecido en la cláusula cuarta, lo que implica que ninguna otra persona incluyendo LA CEDENTE podrá utilizarla.

**CLÁUSULA OCTAVA. - LICENCIA A FAVOR DE TERCEROS.** - LA CESIONARIA podrá licenciar la investigación a terceras personas siempre que cuente con el consentimiento de LA CEDENTE en forma escrita.

**CLÁUSULA NOVENA.** - El incumplimiento de la obligación asumida por las partes en la cláusula cuarta, constituirá causal de resolución del presente contrato. En consecuencia, la resolución se producirá de pleno derecho cuando una de las partes comunique, por carta notarial, a la otra que quiere valerse de esta cláusula.

**CLÁUSULA DÉCIMA.** - En todo lo no previsto por las partes en el presente contrato, ambas se someten a lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, Código Civil y demás del sistema jurídico que resulten aplicables.

**CLÁUSULA UNDÉCIMA.** - Las controversias que pudieran suscitarse en torno al presente contrato, serán sometidas a mediación, mediante el Centro de Mediación del Consejo de la Judicatura en la ciudad de Latacunga. La resolución adoptada será definitiva e inapelable, así como de obligatorio cumplimiento y ejecución para las partes y, en su caso, para la sociedad. El costo de tasas judiciales por tal concepto será cubierto por parte del estudiante que lo solicitare.

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 26 días del mes de febrero del 2024



Daisy Lizbeth Toapanta Moposita  
**LA CEDENTE**

Dra. Idalia Pacheco Tigselema, Ph.D.  
**LA CESIONARIA**

## **AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO**

En calidad de Tutor del Trabajo de Emprendimiento sobre el título:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AVÍCOLA EN LA COMUNA MACA GRANDE”** de los estudiantes: Keni Rommel Ayala Unaicho y Daisy Lizbeth Toapanta Moposita, de la carrera de Administración de Empresas, considero que dicho Informe Investigativo es merecedor del aval de aprobación al cumplir las normas técnicas, traducción y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la pre-defensa.

Latacunga, 26 de febrero de 2024



**PhD. Walter Navas**

**CC: 0501475057**

**TUTOR**

## AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Emprendimiento de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Facultad de Ciencias Administrativas; por cuanto, los postulantes: Keni Rommel Ayala Unaicho y Daisy Lizbeth Toapanta Moposita con el título de Proyecto de Emprendimiento: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AVÍCOLA EN LA COMUNA MACA GRANDE”**, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.

Por lo antes expuesto, se autoriza grabar los archivos correspondientes en un CD, según la normativa institucional.

Latacunga, febrero 26 del 2024

Para constancia firman:




---

Ing. Yadija Borja  
CC: 0502786833  
**LECTOR 1 (PRESIDENTE)**



---

Mgs. Efrén Montenegro  
CC: 0502209992  
**LECTOR 2 (MIEMBRO)**



---

Dr. Luis David Moreano  
CC: 0502307960  
**LECTOR 3 (MIEMBRO)**



## **AGRADECIMIENTO**

*En este momento agradezco a la vida por permitirme disfrutar todo este proceso de la vida universitaria. A toda mi familia por haberme apoyado en todo momento y confiar en mí. También agradezco a mi compañera de tesis Daisy por haber sido parte de este proceso que fue difícil, pero lo logramos.*

*Gracias a mi Universidad por haberme acogido en sus aulas para brindarme sus conocimientos.*

***Keni***

## **AGRADECIMIENTO**

*Finalizando esta etapa maravillosa que fue la Universidad quiero agradecer a quienes fueron parte de este sueño, aquellas personas que se quedaron junto a mi en este largo camino que no ha sido nada fácil, pero con la ayuda de Dios ha sido posible cumplir con esta meta. Agradezco en especial a mi madre, hermano, familia, amigos que estuvieron en este proceso. También agradecer a mi compañero de tesis Keni por haber sido parte de este proceso. Mi gratitud a mi querida Universidad Técnica de Cotopaxi por haberme dado la oportunidad de formarme profesionalmente en esta institución.*

**Daisy**

## **DEDICATORIA**

*Mi proyecto de investigación de manera principal  
me dedico a mí mismo por el sacrificio puesto en la  
investigación y a la vez a un ser muy querido mi hija  
Sumak Pakarimuy Ayala Unaicho.*

***Keni***

## **DEDICATORIA**

*A mi querida madre Marina Moposita por ser mi mayor fuente de inspiración te agradezco infinitamente por tu amor, paciencia, apoyo incondicional que me ha brindado en todos estos años. Me hubiera gustado que estes físicamente para festejar este día muy especial espero que te sientas orgullosa de mí, pido a dios de todo corazón que te cuide en todo momento, gracias por siempre creer en mí. **Te amo mamá***

**Daisy**

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

### TITULO:” PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AVÍCOLA EN LA COMUNA MACA GRANDE”

**Autor/es:**

**Keni Rommel Ayala Unacuo;**

**Daisy Lizbeth Toapanta Moposita**

#### RESUMEN

La investigación ha planteado un objetivo general que es evaluar la viabilidad económica, técnica, financiera y social para la creación de una avícola en la comuna Maca Grande, de esa forma producir huevos orgánicos, con productos netamente de la zona, cabe recalcar que la idea de negocio tiene una similitud en muchas investigaciones donde se ha obtenido información en distintas tesis, a la vez se ha determinado todos los términos que se utilizará, basado en los autores, en el estudio de mercado se ha planteado una encuesta para determinar la oferta y la demanda también proyecciones de los precios, el lugar específico donde se puede implementar una avícola, algunos de los datos donde se ha podido obtener la información ha sido en la corporación CONAVE dentro del estudio técnico se determinó factores como producto, organigrama, macro, micro localización incluyendo la descripción de la planta donde se diseñó una posible infraestructura para la implementación considerando también el logotipo de la planta avícola, en el estudio económico financiero se ha obtenido factores como la inversión inicial, los costos de producción, estados de resultados, estado de situación financiera, seguidamente determinando la TMAR, con un 21,51%, un VAN de 4.163,72% y una TIR de 26,78% considerando que esto da una señal positiva para la investigación, para finalizar la investigación se ha hecho la respectiva comparación considerando que el TIR debe ser mayor que la TMAR y el VAN mayor a UNO donde se ha dado el cumplimiento a esta normativa.

**Palabras claves:** Proyecto de factibilidad, estudio económico, financiero, producción, comercialización, huevos orgánicos.

## ABSTRACT

The research has raised a general objective which is to evaluate economic, technical, financial and social viability the creation of a poultry farm in Maca Grande commune, In this way produce organic eggs, with products purely from the area. It should be noted that the business idea has a similarity in many investigations where information has been obtained in different thesis, At the same time, all the terms that will be used have been determined, based on the authors, in the market study a survey has been proposed to determine supply and demand, as well as price projections, specific place where the poultry farm can be implemented, some of the data where the information has been obtained has been in the CONAVE ‘‘National Corporation of Poultry Farmers of Ecuador’’ within the technical study, factors such as product, organization chart, macro, micro location were determined, including the description of the plant where a possible infrastructure was designed for the implementation, also it was considered the logo the poultry plant. In the economic-financial study, factors such as initial investment, production costs, income statements, financial statements were obtained, then determining the (MARR), with 21.51%, a NPV of 4,163.72% and an (IRR) of 26.78% considering that it gives a positive signal for the research, to finish the research the respective comparison has been made considering that The (IRR) must be greater than the (MARR) and the (NPV) greater than (ONE) where compliance with this regulation has been achieved.

**Keywords:** Feasibility Project, economic study, financial, production, marketing, organic eggs.

## CERTIFICACIÓN DE INFORME DE SIMILITUD

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Emprendimiento con el tema: **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AVICOLA EN LA COMUNA MACA GRANDE** de **Keni Rommel Ayala Unaucho** y **Daisy Lizbeth Toapanta Moposita**, de la carrera de Administración de Empresas, remito lacaptura de pantalla del reporte del sistema de reconocimiento de texto Compilatio, con un porcentaje de coincidencias del 1%; y, expreso una vez más, mi conformidad en cuanto a la dirección del trabajo de titulación.

**CERTIFICADO DE ANÁLISIS**  
magister

### TESIS KYD

**1%**  
Textos sospechosos

**1% Similitudes**  
< 1% similitudes entre comillas  
0% entre las fuentes mencionadas  
< 1% Idiomas no reconocidos

Nombre del documento: TESIS KYD.pdf  
ID del documento: fd6457bf11c45534d5a201c9c0ba8d371ef3fd36  
Tamaño del documento original: 4.07 MB

Depositante: WALTER HUMBERTO NAVAS OLMEDO  
Fecha de depósito: 29/2/2024  
Tipo de carga: interface  
Fecha de fin de análisis: 29/2/2024

Número de palabras: 16.766  
Número de caracteres: 111.756

Ubicación de las similitudes en el documento:

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Latacunga, 29 de febrero de 2024

Doc. Walter Humberto Navas Olmedo PHD  
C.C.: 0501475057

## ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>PORTADA</b> .....	ii
<b>DECLARACIÓN DE AUTORÍA</b> .....	ii
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR.....	iii
AVAL DEL TUTOR .....	vii
AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN .....	viii
AGRADECIMIENTO .....	ix
AGRADECIMIENTO .....	x
DEDICATORIA.....	xi
DEDICATORIA.....	xii
RESUMEN.....	xiii
ABSTRACT .....	xiv
<b>CERTIFICACIÓN DE INFORME DE SIMILITUD</b> .....	xv
<b>ÍNDICE DE CONTENIDO</b> .....	xvi
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	xxii
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	xxvii



INFORMACIÓN GENERAL .....	1
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	2
<b>Idea de negocio</b> .....	2
Planteamiento del problema .....	2
Formulación del problema.....	3
Objetivos del Proyecto .....	3
JUSTIFICACIÓN.....	5
<b>CAPÍTULO I</b> .....	6
1 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA Y METODOLÓGICA .....	6
1.1 Antecedentes .....	6
1.2 Fundamentación epistemológica.....	8
1.2.1 Proyecto de factibilidad.....	8
1.2.2 Fases del proyecto de factibilidad .....	9
1.2.3 Estudio Técnico .....	12
1.2.4 Estudio financiero.....	16
1.3 Metodología empleada.....	21

<b>CAPÍTULO II</b> .....	24
<b>2 ESTUDIO DE MERCADO</b> .....	24
2.1 Población .....	24
2.2 Muestra .....	25
2.2.1 Tamaño de la muestra.....	25
2.3 Distribución muestral.....	26
2.4 Análisis e interpretación de datos .....	26
2.5 Demanda proyectada.....	40
2.6 Oferta proyectada.....	41
2.7 Demanda Potencial Insatisfecha .....	43
2.8 Análisis de precios .....	43
2.8.1 Cálculo y proyección de precios.....	44
2.9 Análisis de comercialización .....	45
2.10 Estrategias de comercialización .....	46
2.11 Canales de distribución.....	46
2.12 Promoción.....	47

<b>CAPÍTULO III</b> .....	49
<b>3 ESTUDIO TÉCNICO</b> .....	49
3.1 Especificaciones del producto o servicio .....	49
3.2 Diagrama de flujo de procesos.....	50
3.3 Capacidad instalada de la planta .....	50
3.4 Ubicación de la empresa .....	51
3.5 Equipo e instalaciones .....	54
3.6 Descripción de la planta.....	56
3.7 Materia prima.....	57
3.8 Organigrama de la empresa .....	61
3.9 Análisis organizacional.....	62
Nombre de la organización.....	62
3.10 Misión y Visión de la empresa .....	62
3.11 DESCRIPCIÓN DEL LOGOTIPO .....	63
3.12 Descripción del uniforme.....	64
3.13 Descripción de servicios .....	64

3.14	Análisis FODA .....	65
3.14.1	Matriz FODA cruzado .....	67
3.15	Descripciones del puesto .....	68
CAPITULO IV .....		70
4	ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO .....	70
4.1	Inversión Inicial .....	70
4.2	Fuentes de Financiamiento .....	72
4.2.1	Financiamiento Propio.....	72
4.3	Determinación de los Costos .....	72
4.3.1	Costo Unitario de Producción.....	75
4.4	Determinación de los Ingresos.....	76
4.5	Punto de Equilibrio .....	76
4.6	Estados Financieros .....	78
4.6.1	Estado de Resultados .....	78
4.6.2	Estado de Situación Financiera.....	79
4.6.3	Estado de Flujo de Efectivo.....	81

4.6.4	Evaluación Económica .....	83
4.6.5	Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento .....	83
4.6.6	(VAN) Valor actual neto y (TIR) Tasa interna de retorno .....	84
4.6.7	Análisis de Indicadores Financieros .....	87
	CONCLUSIONES .....	92
	RECOMENDACIONES .....	93
	BIBLIOGRAFÍA .....	94
	ANEXOS .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

### **Tabla 1. 1**

Sistema de tareas en relación a los objetivos específicos ..... 4

### **Tabla 1. 2**

Símbolos de diagramas de flujo..... 14

### **Tabla 2. 1**

Proyección de la población de los sectores de la comuna Maca grande ..... 24

### **Tabla 2. 2**

De cuantas personas consta su familia ..... 26

### **Tabla 2. 3**

Es un alimento que está al alcance de su economía ..... 27

### **Tabla 2. 4**

Considera usted que el huevo es un alimento nutritivo ..... 28

### **Tabla 2. 5**

Algún miembro de su familia no consume huevos..... 29

### **Tabla 2. 6**

El huevo puede utilizarse en diversidad de platos ..... 30

### **Tabla 2. 7**

Cuando consume huevos ..... 31

<b>Tabla 2. 8</b>	
Cantidad de huevos compra.....	32
<b>Tabla 2. 9</b>	
Dónde prefiere comprar los huevos.....	32
<b>Tabla 2. 10</b>	
Te convendría tener una avícola cerca a tu domicilio .....	33
<b>Tabla 2. 11</b>	
Le gustaría comprar huevos orgánicos .....	34
<b>Tabla 2. 12</b>	
Tamaño de huevo que compra usted .....	35
<b>Tabla 2. 13</b>	
Vista la situación económica actual su consumo de huevo se incrementará.....	36
<b>Tabla 2. 14</b>	
Precio mínimo que usted paga por docena .....	37
<b>Tabla 2. 15</b>	
Cómo te gustaría que te vendan el huevo .....	38
<b>Tabla 2. 16</b>	
Cada cuánto tiempo compras huevos .....	39

<b>Tabla 2. 17</b>	
Demanda Actual .....	40
<b>Tabla 2. 18</b>	
Demanda Proyectada .....	41
<b>Tabla 2. 19</b>	
Oferta Actual .....	42
<b>Tabla 2. 20</b>	
Oferta Proyectada .....	42
<b>Tabla 2. 21</b>	
Demanda Insatisfecha.....	43
<b>Tabla 2. 22</b>	
Cálculo del Precio.....	44
<b>Tabla 2. 23</b>	
Precio Proyectado .....	44
 <b>Tabla 3.</b>	
1	
Matriz de localización .....	52



**Tabla 3. 2**

Maquinaria de equipo ..... 54

**Tabla 3. 3**

Materia prima ..... 57

**Tabla 3. 4**

FODA de la empresa productora de huevos ..... 65

Tabla 3. 5

FODA cruzada de la avícola..... 67

**Tabla 4. 1**

Inversión Inicial ..... 71

**Tabla 4. 2**

Costos Proyectados..... 73

**Tabla 4. 3**

Cálculo del costo Unitario ..... 75

**Tabla 4. 4**

Ingresos Proyectados ..... 76

**Tabla 4. 5**

Punto de Equilibrio..... 77

<b>Tabla 4. 6</b>	
Estado de Resultados Proyectado .....	78
<b>Tabla 4. 7</b>	
Estado de Situación Financiera Proyectado.....	80
<b>Tabla 4. 8</b>	
Estado de Flujo de Efectivo Proyectado.....	81
<b>Tabla 4. 9</b>	
Cálculo de la TMAR .....	83
<b>Tabla 4. 10</b>	
Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno .....	84
Tabla 4.	
11	
Análisis de Sensibilidad .....	86
Tabla 4.	
12	
Indicadores Financieros .....	88

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 2. 1</b> .....	27
<b>Figura 2. 2</b>	
Es un alimento que está al alcance de su economía .....	27
<b>Figura 2. 3</b>	
Considera usted que el huevo es un alimento nutritivo .....	28
<b>Figura 2. 4</b>	
Algún miembro de su familia que no consume huevos.....	29
<b>Figura 2. 5</b>	
El huevo puede utilizarse en diversidad de platos .....	30
<b>Figura 2. 6</b>	
Cuando consume huevos .....	31
<b>Figura 2. 7</b>	
Cantidad de huevos compra.....	32
<b>Figura 2. 8</b>	
Dónde prefiere comprar los huevos.....	33
<b>Figura 2. 9</b>	
Te convendría tener una avícola cerca a tu domicilio .....	34

<b>Figura 2. 10</b>	
Le gustaría comprar huevos orgánicos .....	34
<b>Figura 2. 11</b>	
Tamaño de huevo que compra usted .....	35
<b>Figura 2. 12</b>	
Vista la situación económica actual su consumo de huevo se incrementará.....	36
<b>Figura 2. 13</b>	
Precio mínimo que usted paga por docena .....	37
<b>Figura 2. 14</b>	
Cómo te gustaría que te vendan el huevo .....	38
<b>Figura 2. 15</b>	
Cada cuánto tiempo compras huevos .....	39
<b>Figura 3. 1</b>	
Diagrama de flujo de procesos de la producción de huevos orgánicos .....	50
<b>Figura 3. 2</b>	
Macro localización .....	51
<b>Figura 3. 3</b>	
Micro localización del emprendimiento .....	54

**Figura 3. 4**

Distribución de la planta..... 56

**Figura 3. 5**

organigrama de la empresa..... 61

## INFORMACIÓN GENERAL

**Título del Proyecto:**

Proyecto de factibilidad para la creación de una avícola en la comuna Maca Grande.

**Fecha de inicio:** 27 de octubre de 2023

**Fecha de finalización:** febrero 2024

**Lugar de ejecución:**

Maca Grande-Poalo-Latacunga-Cotopaxi-Universidad Técnica de Cotopaxi

**Facultad que auspicia**

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

**Carrera que auspicia**

Administración de Empresas

**Proyecto vinculado (si corresponde):** Proyecto de la Carrera

**Equipo de Trabajo:**

**Tutor:** Doc. Walter Humberto Navas Olmedo PHD CC. 0501475057

**Estudiante I:** Keni Rommel Ayala Unaicho CC. 0550689129

**Estudiante II:** Daisy Lizbeth Toapanta Moposita CC. 1850073006

**Área de Conocimiento:** Ciencias Administrativas

**Línea de investigación:** Emprendimiento

**Sub líneas de investigación de la Carrera (si corresponde):**

Estrategias financieras sostenibles

## INTRODUCCIÓN

### **Idea de negocio**

La idea de un proyecto de factibilidad para la creación de una avícola surge tomando en cuenta que en el cantón Latacunga no existe avícolas que ofrecen huevos orgánicos, nuestro propósito es cuidar la salud de cada uno de nuestros consumidores ofreciendo productos sanos y saludables, alimentaremos a las aves con productos naturales de la zona, a la vez cuidando el medio ambiente en la reducción de la contaminación ambiental.

La comunidad en los últimos 10 años hasta la actualidad ha sufrido de migración por la falta de empleo en nuestro país lo cual ha hecho que migren del país a distintos lugares buscando una mejor condición de vida por ello vemos una oportunidad de ayudar a generar empleo dentro de nuestra comunidad con la creación de la avícola.

Por otro lado, al realizar la investigación de manera prospectiva en el lugar de la implementación vemos que es factible implementar ya que geográfica, política, social, económico y tecnológicamente es posible porque la avícola esta fuera de la ciudad, no cuenta con personas alrededor de la zona de implementación a la vez fomentaremos la interculturalidad de la comunidad indígena en la producción de huevos.

### **Planteamiento del problema**

En la comuna maca Grande no existe avícolas que brinden productos frescos y orgánicos por otro lado se observa que en la localidad existen condiciones favorables para implementar una avícola como, recursos naturales disponibles, clima adecuado y acceso a mano de obra capacitado.

Por lo tanto, el problema principal radica que en la localidad no existen avícolas que brinden productos frescos naturales y orgánicos es necesario llevar a cabo un análisis de factibilidad para determinar la viabilidad de crear una avícola que cumpla con los estándares de calidad que implemente prácticas de producción sostenible y a la vez pueda ser capaz de abastecer de manera eficiente en el mercado.

Se ha realizado un estudio donde más de 400.000 personas mencionan que un día podrían comer una porción diaria de los huevos de forma entera con todas las características que tiene el huevo, por lo que un autor nos menciona que digerir de esta forma podría causar enfermedades como el cáncer, por lo que el riesgo de que una persona muera fue de un siete por ciento por cada huevo que se consumiría en el día. (Lamotte, 2021)

Los huevos son un alimento rico en colesterol y el alto consumo de esta sustancia aumenta la incidencia de enfermedades cardiovasculares, incluyendo problemas al corazón y derrames, e incluso el riesgo de muerte.

Los veterinarios especialistas en la avicultura dicen que las enfermedades respiratorias son las mayores pérdidas económicas que es por la alteración en la cascara del huevo por lo que se producen huevos de baja calidad. (Luis, 2021)

### **Formulación del problema**

¿Existe factibilidad económica, técnica y financiera para la creación de una avícola de huevos orgánicos en la comunidad de Maca grande?

### **Objetivos del Proyecto**

#### **Objetivo general**



Evaluar la viabilidad económica, técnica, financiera y social para la creación de una avícola en la comuna Maca Grande.

### Objetivos específicos

- Investigar la demanda insatisfecha para ofrecer productos que realmente cubran las expectativas de los consumidores.
- Realizar un estudio técnico y organizacional para creación de una planta avícola.
- Establecer la viabilidad y la rentabilidad de la empresa a través de un estudio financiero para tomar decisiones fundamentales en datos sólidos.

**Sistemas de tareas en relación a los objetivos específicos:** a continuación, se detallan los objetivos específicos y las actividades que se realizaron para asegurar su cumplimiento.

**Tabla 1**  
*Sistema de tareas en relación a los objetivos específicos*

Objetivo específico	Actividades	Cronograma	Productos
Realizar un análisis exhaustivo del mercado de Avícola en la comuna de Maca Grande determinando la demanda potencial de la avícola que se planea fabricar.	Investigación bibliográfica Revisión de artículos y libros	Semana 3	Marco teórico

Investigar los recursos necesarios para establecer y operar la avícola.	Realizar un Excel sobre el estudio financiero Determinar la oferta y la demanda con sus proyecciones	Semana 4, 5	El estudio técnico y estudio de mercado
Determinar la factibilidad del proyecto a través del estudio financiero.	Realizar el formato para determinar es estudio financiero Investigar de manera teórica en fuentes bibliográficas	Semana 6,7,8	Lo encontramos en estudio financiero y evaluación financiera

*Nota: Datos obtenidos del proyecto*

## **JUSTIFICACIÓN**

El presente proyecto que se va a realizar es con el propósito de analizar una viabilidad y la aceptación para la creación de una avícola que se dedicara a la producción, comercialización de huevos orgánicos dentro del cantón Latacunga, este proyecto contribuirá con la satisfacción de las necesidades básicas para la población, se debe tener en cuenta que la producción de huevos no es a base de incubación u otros mecanismos de producción, por lo contrario nuestro producto se realiza de manera natural y orgánica.

Las características de nuestro producto son llamativas para las personas por que es distinto a los huevos casuales, nuestro producto tiene un impacto positivo en la salud y bienestar de la población, también fomenta al desarrollo económico y promueve la responsabilidad social.

Por tal motivo se considera necesario desarrollar dicho proyecto de factibilidad para brindar una valoración general del desarrollo de la avícola con el fin de brindar la información necesaria.

## CAPÍTULO I

### 1 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA Y METODOLÓGICA

#### 1.1 Antecedentes

La realización del presente trabajo tiene como finalidad desarrollar un proyecto de factibilidad, se ha consultado varias fuentes de investigación que muestran modelos de cómo realizar un proyecto de factibilidad, para la creación de una avícola.

Así que se consideran algunos antecedentes investigativos.

En primer lugar, es mencionar el proyecto investigativo realizado por (Estrada , 2015) en la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, titulado Estudio de factibilidad.

La creación de una avícola en el cantón Mocache, la investigación tiene como finalidad determinar si el proyecto es factible o no, donde se ha encontrado información sobre la oferta y la demanda de la misma forma la estructura de un proyecto de factibilidad lo cual es de suma importancia para realizar la investigación de la misma manera se ha tomado el cuestionario validado para realizar la encuesta con la finalidad de determinar la demanda.

También se consideró la tesis de (Perez E. , bibdigital, 2010) Los huevos industrializados son considerados productos elaborados a partir de los huevos lo que contiene componentes o mezclas, esta investigación demuestra la calidad de los huevos que ofertan las avícolas industrializadas, lo cual ha sido importante para nuestra investigación para poder determinar la competencia en si y la diferencia de producto por otro lado también ha sido importante para poder definir la estructura de un proyecto de factibilidad.

Se hace referencia al trabajo de (Mendez, 2017) El huevo de gallina es un alimento con grandes propiedades nutricionales que lo hacen un elemento básico en la dieta diaria del

ser humano, esta investigación nos ha sido de mucha ayuda ya que se ha encontrado información relevante sobre la calidad del producto que se brinda a los demandantes, por lo tanto, en nuestra investigación buscamos diferentes alternativas para ofrecer el producto.

Según. (Quiles, 2005) nos menciona como se debe estructurar una micro y macro localización para la implementación de una avícola lo cual esta investigación cuenta con formatos para determinar la viabilidad de la implementación, lo cual ha sido relevante en nuestra investigación, y de suma importancia para poder desarrollar de manera correcta la implementación de la planta avícola con una investigación amplia.

Se ha realizado un estudio a una de las avícolas de la ciudad cercana con el objetivo de evaluar el nivel de cumplimiento de la medicina preventiva, lo cual esta investigación ha sido de suma importancia ya que uno de los factores muy importantes en nuestra investigación es una vez implantado la avícola ya que se considera de suma importancia el cuidado de nuestras aves para evitar futuros desastres y evitar que nuestra avícola se vaya de quiebra. (Perez, 2007)

El científico afirma y a la vez hacen mucho énfasis en la investigación y relacionan con la organización de las nuevas formas de producción, en el caso de la economía es parte de la producción este elemento nos permite el cumplimiento en los procesos de recursos mediante una gran escala, lo que esto nos permite es innovar dentro de la organización esta investigación ha sido de suma importancia para tomar en cuenta el avance tecnológico lo que se ha analizado en la parte técnica generando estrategias. (Aponte, 2015)

La producción en Ecuador ha sido una actividad eficiente en el sector agropecuario durante muchos años debido a que la demanda es muy alta en el país, aun así, tomando en cuenta la producción fronteriza de muchos países, la producción de huevos está aumentándose

cada día que se distingue por su fácil adaptabilidad en cualquier lugar del país y de misma manera es muy rentable, donde ha sido de suma importancia analizar la demanda a nivel nacional, provincia y cantonales para finalmente determinar la demanda efectiva a la vez determinando los estados financieros económicos . (Roa, 2019)

## **1.2 Fundamentación epistemológica**

### ***1.2.1 Proyecto de factibilidad***

Según (moya, 1980) considera que el proyecto factible va encaminado a solucionar una dificultad para ayudar una institución.” Este modelo de proyecto es el propósito de hacer un análisis detallado de la viabilidad de un negocio, donde se evalúa distintos parámetros como posibles riesgos recursos necesario lo que nos permite determinar si el emprendimiento es factible.

Según (Valarezo, 2016) “el estudio de factibilidad es una herramienta que permite a los directivos la evaluación de las propuestas de proyectos atendiendo a la disponibilidad financiera para aprobar las inversiones”. Un estudio de factibilidad permite evaluar la disponibilidad financiera para un proyecto de ejecución al futuro que plantea si será viable.

Entonces el proyecto de factibilidad netamente es centrado para ver la viabilidad de un producto que abarca diversos aspectos como es el análisis del mercado, el análisis técnico, análisis financiero, análisis ambiental, entre otros factores muy importantes para brindar seguridad y sostenibilidad para que en un tiempo no tienda a decaerse por otro lado las ventajas de crear un proyecto de factibilidad en nuestro caso es apoya a la reactivación económica de la comunidad.

## ***1.2.2 Fases del proyecto de factibilidad***

### **1.2.2.1 Estudio de Mercado**

Según (Dominguez, 2015) “El estudio de mercado es la identificación de la demanda y oferta totales, es decir, el volumen total del producto objeto de estudio, que el mercado estaría dispuesto a absorber a un precio determinado.”

Determinamos que el estudio de mercado es una investigación con el propósito de recopilar y analizar dicha información sobre un mercado específico con información netamente detallada sobre el mercado, consumidores y los competidores lo cual ayuda a la empresa la toma de decisiones sobre los productos o servicios que brinde.

### **Importancia de estudio de mercado**

Para (Alderete & Rodriguez, 2016), “el estudio de mercado ha dejado de ser una herramienta opcional en los negocios para convertirse en una necesidad en cualquier tipo de organización. Un estudio de mercado consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización.”

El estudio de mercado es de suma importancia ya que eso nos ayudaría con la toma de decisiones de una empresa por lo que, obteniendo información valiosa sobre las necesidades de los consumidores, tendencias del mercado la competencia y las oportunidades de negocio que pueda obtener.

### **1.2.2.2 Elementos de estudio de mercado**

#### **Producto**

(Klother, Armstrong, 2003), “es la forma en la cual los consumidores definen el producto en lo que concierne a sus atributos importantes, el lugar que ocupa el producto en mente de los consumidores en relación con los productos de la competencia”

El producto es una forma en la que los clientes escogen el producto se basan en la experiencia se basan en la experiencia y las habilidades que las personas lo proporcionan para ofrecer un mejor producto.

### **Población**

Según (Toledo, 2006) “Población es una investigación está compuesta por todos los elementos (personas, objetos, organismos, historias clínicas) que participan del fenómeno que fue delimitado en el análisis del problema de investigación.”

La población se refiere a un conjunto de personas que posiblemente pueden adquirir un producto.

### **Muestra**

Según (Arias, 2006) Nos dice que la muestra es como un subconjunto representativo que se extrae de la población.

La muestra es una parte de población que nos aporta para la investigación que se va a realizar.

### **Análisis de Demanda**

Para (Torres, 2022) es el proceso de entender la demanda de los consumidores hacia un producto o servicio en un mercado objetivo. Las técnicas de análisis se utilizan para abrir camino a un camino a un mercado exitosamente y generar los resultados esperados.

Entendemos como análisis de demanda como una evaluación que se realiza para obtener cantidad de un bien o servicio que nuestros consumidores tengan posibilidades de adquirir el producto a diferentes precios. El análisis de la demanda es una parte muy importante del estudio de mercado que es de suma importancia para la toma de decisiones empresariales.

### **Análisis de la oferta**

(Baca U. , 2010) Es un precio determinado por los productores que ponen a disposición del mercado tomando en cuenta la cantidad de bienes o servicios.

La oferta es un precio que lo insertamos por lo productos que las empresas ofrecen a dichos mercados, tomando en cuenta un aspecto muy importante que son los bienes o servicios.

### **Demanda Potencial Insatisfecha**

(Sanchez, 2020) a la demanda potencial se le denomina como un nivel máximo de la demanda alcanzable de un determinado producto, lo que llevara al éxito del producto dentro del mercado.

La demanda potencial insatisfecha tiene una relación con la cantidad de bienes o servicios que nuestros clientes estarían dispuestos a comprar si nuestro producto estuviera disponible en el mercado lo cual es una demanda adicional que podría dar resultado si los consumidores tuvieran acceso a dicho producto o servicio.

### **Precio**

Para (Armstrong, 2007) el precio es "el monto de dinero que se cobra por un producto o servicio. Lo que se define el precio como una suma de valores que pagan por un producto lo cual hace que las personas puedan usar el producto o servicio"



El precio es fundamental ya que con ello determinamos la rentabilidad y el éxito de una empresa por ello es importante que las empresas realicen un análisis cuidadoso del mercado y de la competencia con ello para poder determinar un precio adecuado que permita alcanzar el objetivo principal de la empresa y la satisfacción de los clientes.

### **Encuesta**

Según (Pardinas, 1991), Podemos decir que la encuesta es un numero de preguntas que tienen como finalidad obtener información para una investigación. Lo que nos permite obtener información muy relevante para la investigación que se requiera realizar.

#### **1.2.3 Estudio Técnico**

Con el estudio técnico podemos proponer analizar distintas opciones como la tecnología que nos permitirán producir bienes y servicios que necesitamos ya que esto nos permite verificar la factibilidad técnica para la ejecución de un proyecto o investigación. (Rosales, Estudio tecnico, 2005)

El estudio técnico en un análisis detallado de los aspectos técnicos dentro de un proyecto idea o un plan, es una evaluación rigurosa de las características técnicas los requerimientos y los recursos necesarios para la ejecución del proyecto de manera efectiva y eficiente detallando información precisa sore los aspectos técnicos del proyecto.

##### **1.2.3.1 Elementos de estudio Técnico**

#### **Tamaño**

(Cruz y Duran, 2002) El tamaño también es utilizado como expresión de una variable externa o «contingencia» que influye en el diseño y funcionamiento de la estructura de la

organización. Normalmente las empresas de mayor dimensión suelen tender a incrementar su nivel de burocracia, tienden a ser más rígidas en su funcionamiento y más lentas en la adopción de decisiones, dada la configuración alargada y estamental de sus relaciones jerárquicas.

El tamaño del proyecto es una capacidad que debemos obtener para poder cumplir con la demanda de nuestros clientes objetivo y la misma forma es de suma importancia recalcar que con esto esperamos expresar el volumen de producción para producir, recibir, alojar una instalación en un periodo determinado. (Urtecho Aguilar, 2019)

Un tamaño del proyecto es un factor muy importante que debemos tomar en cuenta en un estudio técnico por que influye en los requerimientos y desafíos técnicos del proyecto o idea como son los costos y la logística necesaria.

### **Localización**

(Fabiola, 2020) La localización tiene por objetivo, analizar los diferentes lugares en las que es posible ejecutar el proyecto por ello se busca establecer un lugar donde nos ofrezca beneficios máximos, costos mejores, donde la empresa tenga máximas ganancias en caso de ser una empresa privada con un costo unitario en caso de tratarse de un proyecto social.

Pese a que existen diferentes metodologías, que ayudan a determinar la localización de manera más acertada, no están siendo utilizadas, por falta de conocimiento tanto de quienes realizan proyectos, como de quienes supervisan la elaboración de los mismos.

La localización es un posible lugar para poder determinar un espacio o lugar viable para la ejecución del proyecto.

### **Macro Localización**

La macro localización de un proyecto tiene como finalidad determinar o decidir la región más ventajosa para ubicar el negocio lo cual describe la zona geográfica donde se pondrá el emprendimiento, considerando que el lugar debe ser escogido por los ciertos beneficios que generan, ya que es un requisito muy importante para una excelente inversión. (Akbar, 2021)

La macro localización es un estudio técnico que tiene referencia a la selección general de una región o un área geográfica para la ubicación de nuestra empresa o una instalación que tiene como factor la disponibilidad de recursos la accesibilidad al mercado, la infraestructura condiciones ambientales entre otros.

### **Micro Localización**

(Corillo , 2015) es el punto exacto donde se construirá la empresa dentro de la regio que se haya escogido ya que en esta parte es donde se ara las respectivas instalaciones en el terreno elegido.





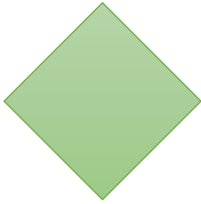
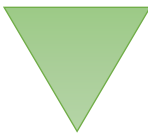
La micro localización es un análisis detallado y específico de las diferentes opciones de terrenos o edificios disponibles para la ejecución del proyecto.

### **Flujo grama de procesos**

Un flujograma es una representación gráfica de los procesos que cada paso de los procesos se los representa con símbolos que tiene como finalidad determinar la descripción de la etapa de procesos de un producto determinado. (AITECO, 2017)

El flujo grama del proceso es una representación gráfica de actividades que están dentro de los gráficos entrelazados que sirve para visualizar y entender la secuencia de un proceso o sistema.

Tabla 1. 1  
Símbolos de diagramas de flujo

<b>Símbolos del diagrama de flujo</b>		
<b>Símbolos</b>	<b>Nombre</b>	<b>Función</b>
	Inicio/Final	Representa el inicio y el final de un proceso.
	Línea de flujo	Este símbolo nos indica el orden de realizar las operaciones.
	Demora	Este símbolo nos indica la demora o el tiempo que nos toma realizar las actividades dentro de la empresa.
	Proceso	Esto nos indica el avance d las operaciones
	Decisión	Este símbolo hace referencia a la toma de decisión en caso de seguir o volver alguna operación.
	Almacenamiento	Este símbolo nos indica el almacenamiento del producto terminado.

*Nota: Datos obtenidos del proyecto*

## **Maquinaria y equipo**

(Llamas, 2012) Considerando los bienes tangibles que nos ayuda en el proceso de producción la maquinaria y el equipo es de suma importancia y están destinados para el proceso de producción de bienes y servicios dentro de cualquier tipo de emprendimiento.

La maquinaria y equipo son instrumentos que vamos a utilizar una vez implementado el negocio este tipo de materiales son de suma importancia para poder servir de manera eficiente y eficaz tanto al cliente como en la parte administrativa.

## **Distribución de la planta**

Según (Chaese & Alquilano, 2014) Lo denominamos como una ordenación física de los elementos industriales y comerciales que incluye los espacios necesarios para agilizar el fácil acceso del material y la distribución de las diferentes áreas operativas.

La distribución de la planta es una herramienta que ayuda a la distribución y ubicación de departamentos los puntos de almacenamientos entre otras áreas que nos servirá para distribuir el producto de manera correcta y así optimizar el flujo de materiales información y personas con el fin de aumentar la eficiencia y la productividad.

### ***1.2.4 Estudio financiero***

(Hernandez, 2005) define el análisis financiero como una técnica de evaluación del área operativo de una empresa lo que nos proporciona determinar un diagnóstico de la situación actual y la prospectiva hacia el futuro con finalidad de orientar los objetivos preestablecidos.

Se considera que el análisis financiero es de suma importancia ya que permite identificar problemas económicos y financieros que indican la situación actual de la empresa.

(Brigham, Eugene, & Houston, 2006) En una investigación es de mucha importancia el análisis financiero ya que es un instrumento disponible para todo tipo de áreas administrativas que nos sirve para ver de manera prospectiva algunas decisiones estratégicas que se podrían dar en algún futuro en las empresas, decisiones como venta de una dependencia, política cobro, variaciones de una política de crédito de igual manera una expiación de la empresa en otros lugares.

El estudio financiero se enfoca en aspectos como la inversión necesaria costos, gastos, ingresos esperados, flujo defectivo y los indicadores financieros, además de ellos se analizan los posibles riesgos que pueden afectar a la rentabilidad del proyecto.

#### **1.2.4.1 Elementos del estudio financiero**

##### **Inversión Inicial**

Para (Martinez, 2021) Inversión inicial se lo denomina como un monto económico inicial para llegar a ejecutar todo tipo de emprendimiento ya que esto se utilizará en compra de terrenos, instalación donde se efectuará la empresa, materia prima e inclusive la contratación del personal.

La inversión inicial se refiere al monto de dinero necesario que debemos tener para poner en funcionamiento el proyecto o negocio esto incluye todos los costos y gastos para iniciar operaciones como por ejemplo alquiler de terreno, contratación del personal, los costos legales y administrativos entre otros factores.

##### **Inversión Fija**

La inversión en activos fijos comprende los gastos necesarios para ampliar la capacidad productiva, entre lo que se incluye edificios, maquinaria, equipo, computadoras, herramientas, vehículos, licencias, patentes y marcas. (Mankiw, 2006)

La inversión fija es la compra de bienes que permite el funcionamiento de la empresa a través de su utilización en diferentes funciones.

### **Inversión Diferida**

(Bautista, 2010) manifiesta que las inversiones diferidas son “inversiones se realizan en bienes y servicio intangibles que son indispensables del proyecto o empresa, pero no intervienen directamente en la producción. Por ser intangibles, a diferencia de las inversiones fijas, están sujetas a amortización, se recuperan a largo plazo.”

Los activos intangibles son todos los bienes que posee la empresa que son de suma importancia para el funcionamiento de la empresa como son los patentes de inversión, marcas, modelos, industrias y soporte técnico.

### **Capital de trabajo**

Según (Flores, 2010) capital de trabajo permite medir el excedente de activos corrientes sobre los pasivos corrientes, considerado como un instrumento con el que cuenta las empresas para todos los movimientos, gastos y procesos. Y puede prevenir de inversiones, ventas, almacenaje, entre otras. La fórmula para el cálculo de esta ratio es:

$$CT= \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$$

Uno de los elementos que es de suma importancia dentro de la administración es el capital de trabajo ya que es incuestionable por lo que depende de la capacidad del gerente

financiero demostrando así una administración con eficiencia y eficacia la cuentas por cobrar y cuentas por pagar. (Gitman & Zutter, 2012)

El capital de trabajo es algo muy esencial para el funcionamiento de la empresa ya que sirve para realizar operaciones diarias de manera eficiente y sin interrupciones. Una empresa que no tenga suficiente capital en algún momento puede llegar a obtener inconvenientes lo que nos puede afectar la capacidad para operar y generar ganancias.

### **Estado financiero**

Según (Lopez, 2013) Se denominan estados financieros a todos los documentos que están suscritos por una entidad económica donde se determina vatos valuados en unidades monetarias.

### **Estado de pérdidas y ganancias**

Se presenta al estado de situación financiera como la posición de una entidad en un punto específico de tiempo. La gerencia puede aplicar el juicio en relación con la forma de exposición en muchas áreas, tales como el uso de un formato vertical u horizontal, como se deben presentar las subclasificaciones detalladas y que información se divulga en el cuerpo principal del balance o en las notas, además de los requerimientos mínimos. (Españeira, 2010)

### **Balance general**

De acuerdo a (Guajardo, 2005)Un balance general es el que presenta los montos de activo, pasivo y el capital en una fecha específica, permitiendo así un reporte de información necesaria para tomar decisiones en diferentes áreas de inversión y de financiamiento.

### **Flujo de caja**



El flujo de caja es un instrumento financiero que permite a los tomadores de decisión, visualizar el dinero que genera una empresa, el cual está constituido por un listado de los egresos e ingresos de efectivo que se prevé que el negocio produzca, ello, mediante las diversas actividades. (Rodriguez & Lopez, 2016)

El flujo de caja sirve para evidenciar los saldos de los ingresos y salida de efectivo donde los ingresos son generados por financiamiento, venta de productos o servicios en un periodo que hayamos establecido.

### **Indicadores financieros económicos**

Según los autores (Fajardo & Soto, 2018) determina a las decisiones de financiamiento como las más importantes debido que al acceder a un crédito con terceros o aportes de los accionistas la empresa deberá responder a ofertar beneficios por dicha prestación, para ello la información que proporcionará el gerente financiero deberá determinar qué tipo de recursos se deberán tomar sin afectar el nivel de endeudamiento o la rentabilidad.

Los indicadores financieros son considerados como una herramienta valiosa para evaluar los estados financieros de una empresa ya que eso permite analizar factores como la rentabilidad, liquidez, solvencia y la eficiencia en los recursos financieros.

### **Valor Actual Neto (VAN)**

Para (Kaplan & Norton, 2020) El Valor Actual Neto (VAN) es una herramienta de evaluación de inversiones que mide los flujos de efectivo esperados de una inversión y los descuenta al valor presente para determinar su valor actual neto. Esta herramienta es útil para determinar si una inversión es rentable.

El VAN es una herramienta también de suma importancia que nos sirve para evaluar la rentabilidad de un dicho proyecto o inversión a largo plazo por lo que tiene mucho en cuenta los flujos defectivos futuros y los ajusta por la tasa de descuento o costo de oportunidad del capital de los estados financieros.

### **Tasa Interna Retorno (TIR)**

(Baca G. , 2002) indica que “la tasa interna de retorno (TIR) se define como la tasa de descuento que hace que la suma de los flujos descontados sea igual a la inversión inicial, y agrega si la TIR es mayor que la tasa mínima aceptable de retorno (TMAR) se acepta el proyecto”. TIR conocida como tasa de descuento que hace la suma de flujos similar a la inversión inicial.

### **Costo de capital o tasa mínima aceptable de Rendimiento (TMAR)**

(Macareñas, 2021) señala que el coste del capital es la tasa de rendimiento interno que una empresa deberá pagar a los inversores para incitarles a arriesgar su dinero en la compra de los títulos emitidos por ella (acciones ordinarias, acciones preferentes, obligaciones, préstamos, etc.).

El costo de capital señal del rendimiento interno que debe pagar a los inversores para que ellos puedan arriesgar su dinero en tirulos emitidos como son las acciones ordinarias obligaciones prestamos entre otros.

## **1.3 Metodología empleada**

La metodología que se utilizó en este proyecto de factibilidad fue de enfoque cuantitativo, de acuerdo con (Tamayo, 2007) “el enfoque cuantitativo consiste en la investigación de las teorías ya existentes basadas en hipótesis de la misma con la finalidad de

obtener una muestra esta podría ser de forma aleatoria o de forma discriminada lo que significaría ser representativa de una población o fenómeno objeto de estudio.” En esta investigación hemos utilizado un enfoque cuantitativo que consiste en el contraste de teorías y a la vez una serie de hipótesis surgida de la misma es de suma importancia para obtener la muestra representativa o población de fenómeno.

El tipo de investigación de este trabajo se sustentó en un estudio descriptivo, según (Sabino, 1986) cuando trabajamos sobre la realidad de los hechos lo denominamos investigación descriptiva que tiene su característica fundamental que es demostrar una interpretación correcta de la misma.

El método aplicado en el presente proyecto fue el deductivo ya que muchos autores denominan este método que sirven para extraer razonamientos lógicos por lo que se basa en datos numéricos y precisos este método ha permitido la fundamentación de argumentos que nos ha ayudado a entender el principio de un proyecto de factibilidad los cuales se estudiaron para la investigación de la creación de una avícola en una comunidad indígena.

Por ello hemos utilizado la técnica de investigación que es la encuesta que permitió recopilar datos numéricos donde hemos sustentado el estudio de mercado.

### **Población**

La población a la que se dirige nuestro proyecto de factibilidad es a personas a partir de 18 años en adelante de la comunidad Maca grande considerando que en la comunidad cuenta con 1620 habitantes según el censo realizado por la comunidad hasta el 2024.

### **Muestra**

Tomando en cuenta la población actual proyectada, la población está conformada por 1620 habitantes, al ser una población amplia se procedió al cálculo de la muestra. El tamaño de la muestra que se estableció para este proyecto de factibilidad fue de 311 personas.

## CAPÍTULO II

### 2 ESTUDIO DE MERCADO

#### 2.1 Población

La población de la comuna maca grande está conformada por 1620 personas que viven en la comunidad de manera fija, como se indica en la siguiente tabla.

*Tabla 2. 1*  
*Proyección de la población de los sectores de la comuna Maca grande*

<b>Sectores</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Maca Atapulo</b>	185	250	435	26.85%
<b>Maca centro</b>	99	111	210	12.96%
<b>Maca Chuquiraloma</b>	100	150	250	15.43%
<b>Maca Milinpungo</b>	129	96	225	13.89%
<b>Maca ugshaloma</b>	124	166	290	17.90%
<b>Maca layua</b>	102	108	210	12.97%
<b>TOTAL</b>	739	881	1620	100%

*Nota: Datos obtenidos de la comuna Maca grande*

Después del cálculo de la proyección de la comuna Maca grande podemos decir que Maca Atapulo es uno de los sectores que tiene mayor población con un 26,85% seguido por el sector Maca Ugshaloma con un 17.90% entre mujeres y hombres, seguidamente de ellos tenemos el sector de Maca chuquiraloma con un total de 250 personas con un 15,43% con

poco menos porcentaje le sigue el sector Maca Milinpungo con un porcentaje de 13,89% existen os comunidades que tienen el mismo porcentaje de habitantes que es el sector de Maca Centro y Maca Layua.

Así obteniendo un total de 1620 personas equivalentes al 100%, cabe recalcar que el total de habitantes que se ha obtenido mediante la investigación por parte de los investigadores determinamos que las 1620 personas son económicamente activas es decir personas que pueden comprar nuestro producto con financiamiento propio.

## 2.2 Muestra

Para definir la muestra hemos utilizado el muestro aleatorio de todas las personas que viven en la comuna Maca Grande en el año 2024. Tomando en consideración que cada habitante que será encuestado es representativo a la población y podemos obtener conclusiones precisas para el proyecto de factibilidad de la creación de la planta avícola.

### 2.2.1 *Tamaño de la muestra*

Para calcular la muestra hemos utilizado la fórmula de la población finita con los datos que mostramos a continuación.

Formula:

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{(N - 1) \times e^2 \times Z^2 \times p \times q}$$

**Donde:**

**n**= tamaño de la muestra

**Z**= nivel de confianza 95% = 1,96

**N**= universo 1620

**p**= probabilidad de aceptación 0,50

**q**= probabilidad de no aceptación 0,50

$e = \text{margen de Error} = 5\% = 0,05$

$$= \frac{1620 * (1,96^2) * 0,50 * 0,50}{(1620-1) * (0,05^2) + (1,96^2) * 0,50 * 0,50}$$

$$= \frac{1555,848}{50079}$$

$$= \mathbf{311}$$

La muestra es de 311 habitantes a quienes se realizarán las encuestas para obtener la información deseada.

### 2.3 Distribución muestral

Para la distribución muestral se realizó el cálculo con el número de encuestados de los sectores de la comuna maca grande para obtener información para la creación de la avícola.

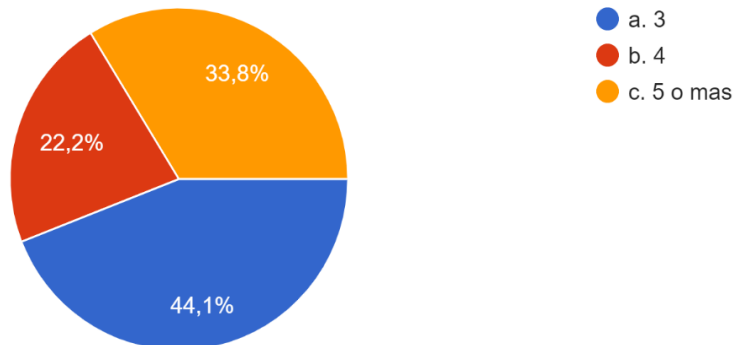
### 2.4 Análisis e interpretación de datos

#### 1.- ¿De cuantas personas consta la familia con quien vive?

**Tabla 2. 2**  
*De cuantas personas consta su familia*

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>TRES</b>	137	44,1%
<b>CUATRO</b>	69	22,2%
<b>CINCO O MAS</b>	105	33,8%
<b>TOTAL</b>	<b>311</b>	<b>100,10%</b>

*Nota: Datos obtenidos de la encuesta*

**Figura 2. 1***De cuantas personas consta su familia**Nota: Datos obtenidos de la encuesta*

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo con la encuesta realizada de nuestro proyecto hemos empezado con la cantidad de personas que viven en una casa lo cual entre tres y cinco o más personas son las que más evitan en el lugar donde hemos realizado la encuesta lo cual nos hace entender que si existe una probabilidad de realizar la encuesta.

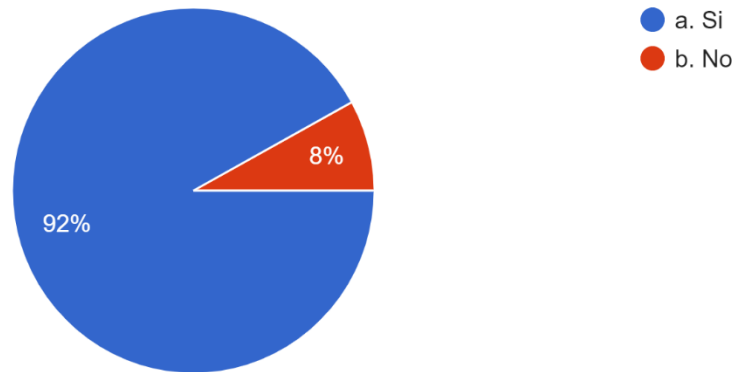
### **2.- ¿El huevo es un alimento que está al alcance de su economía?**

**Tabla 2. 3***Es un alimento que está al alcance de su economía*

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	286	92,0%
NO	25	8,0%
<b>TOTAL</b>	<b>311</b>	<b>100,00%</b>

*Nota: Datos obtenidos de la encuesta***Figura 2. 2***Es un alimento que está al alcance de su economía*





*Nota: Datos obtenidos de la encuesta*

### **Análisis e interpretación**

Según la encuesta realizada sobre si la economía de las familias está al alcance de adquirir nuestros productos una gran cantidad de personas nos dice que si a la vez existe una minoría que nos dicen que no por lo cual los investigadores de este proyecto aranean la respectiva información para determinar el por qué.

### **3- ¿Considera usted que el huevo es un alimento nutritivo?**

**Tabla 2. 4**

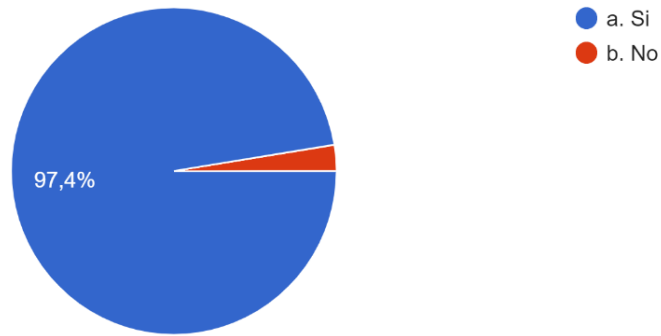
*Considera usted que el huevo es un alimento nutritivo*

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	303	97,4%
<b>NO</b>	8	2,6%
<b>TOTAL</b>	<b>311</b>	<b>100,00%</b>

*Nota: Datos obtenidos de la encuesta*

**Figura 2. 3**

*Considera usted que el huevo es un alimento nutritivo*



*Nota: Datos obtenidos de la encuesta*

### **Análisis e interpretación**

Según las encuestas realizadas sobre si el huevo es un alimento nutritivo, existe una gran cantidad de personas que nos dicen que, si con un 97,4% y por otra parte existe una minoría de 8 personas que consideran lo contrario, entonces podemos decir que nuestro producto si será consumible para las personas.

### **4.- ¿Hay algún miembro de su familia que no consume huevos?**

**Tabla 2. 5**

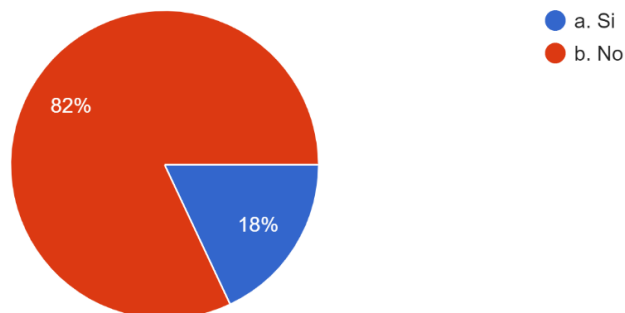
*Algún miembro de su familia no consume huevos*

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	56	18,0%
NO	255	82,0%
<b>TOTAL</b>	<b>311</b>	<b>100,00%</b>

*Nota: Datos obtenidos de la encuesta*

**Figura 2. 4**

*Algún miembro de su familia que no consume huevos*



*Nota: Datos obtenidos de la encuesta*

### **Análisis e interpretación**

Según las encuestas realizada en si en algún miembro de su familia no consume huevos existe una gran cantidad de personas que nos manifiestan que no existe personas en su hogar que no consuman huevos y existe una minoría que nos dice que si existen personas que no consumen el producto por lo cual podemos decir que nuestro producto si será adquirido por muchas familias con una aceptación de 82%.

### **5.- ¿Considera que el huevo puede utilizarse en diversidad de platos?**

**Tabla 2. 6**

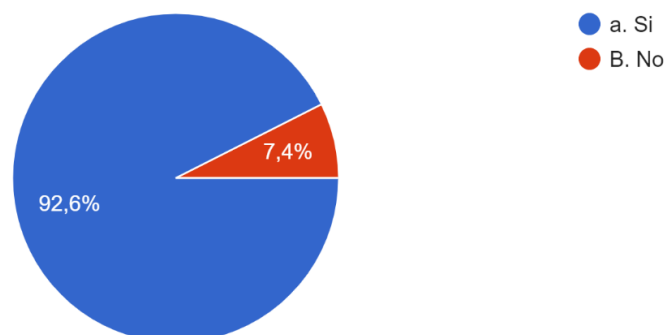
*El huevo puede utilizarse en diversidad de platos*

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	288	92,6%
<b>NO</b>	23	7,4%
<b>TOTAL</b>	<b>311</b>	<b>100,00%</b>

*Nota: Datos obtenidos de la encuesta*

**Figura 2. 5**

*El huevo puede utilizarse en diversidad de platos*



*Nota: Datos obtenidos de la encuesta*

### **Análisis e interpretación**

Según las encuestas realizadas sobre si el huevo puede ser utilizado en diversidad de platos 288 personas nos dicen que si también existe una minoría que nos dice que no con un 7,4% del 100% por ello los investigadores de este proyecto tienen la obligación de investigar a este grupo minoritario para saber el porqué del no.

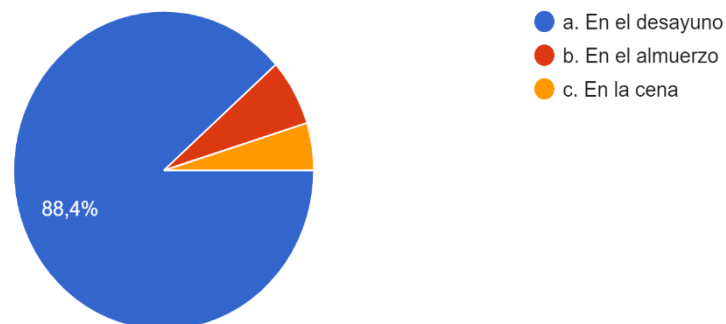
## 6.- ¿Cuándo consume huevos?

**Tabla 2. 7**  
Cuando consume huevos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DESAYUNO	275	88,4%
ALMUERZO	21	6,8%
CENA	15	4,8%
<b>TOTAL</b>	<b>311</b>	<b>100,00%</b>

*Nota: Datos obtenidos de la encuesta*

**Figura 2. 6**  
Cuando consume huevos



*Nota: Datos obtenidos de la encuesta*

## Análisis e interpretación

Según las encuestas realizadas sobre cuando consume huevos 275 personas nos dice que consumen en desayuno, pocas personas han optado por consumir en el almuerzo y otra cantidad nos dice que consumen en la cena por ello podemos decir que nuestro producto se consumiría en los desayunos con un 88,4% de aprobación.

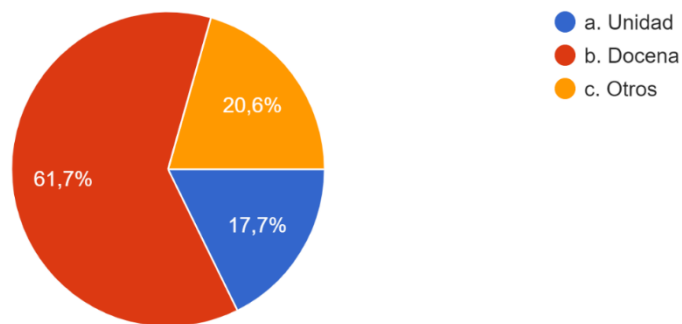
## 7.- ¿Qué cantidad de huevos compra?

**Tabla 2. 8**  
Cantidad de huevos compra

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
UNIDAD	55	17,7%
DOCENA	192	61,7%
OTROS	64	20,6%
<b>TOTAL</b>	<b>311</b>	<b>100,00%</b>

*Nota: Datos obtenidos de la encuesta*

**Figura 2. 7**  
Cantidad de huevos compra



*Nota: Datos obtenidos de la encuesta*

### **Análisis e interpretación**

Según la encuesta realizada sobre la cantidad de huevos que compran con un 61% de personas nos dice que comprarían la docena de huevos a pesar de que hay personas que piensan adquirirlo en unidades y otras personas nos dicen que comprarían en otros mecanismos lo cual los investigadores de este proyecto deben hacer un minucioso trabajo de conversar con las personas que quieren adquirir de otra manera para poder solventar sus dudas o adaptar otros mecanismos de ventas.

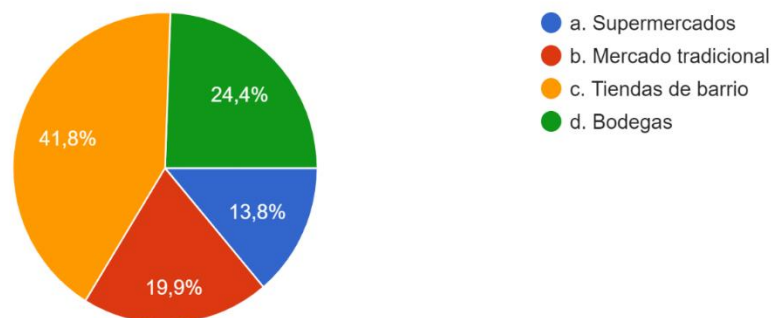
### **8.- ¿Dónde prefiere comprar los huevos?**

**Tabla 2. 9**  
Dónde prefiere comprar los huevos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>SUPERMERCADOS</b>	43	13,8%
<b>M. TRADICIONAL</b>	68	19,9%
<b>T. DE BARRIO</b>	130	41,8%
<b>BODEGAS</b>	70	24,4%
<b>TOTAL</b>	<b>311</b>	<b>99,90%</b>

*Nota: Datos obtenidos de la encuesta*

*Figura 2. 8*  
*Dónde prefiere comprar los huevos*



*Nota: Datos obtenidos de la encuesta*

### **Análisis e interpretación**

Según las encuestas realizadas del lugar donde las personas encuestadas adquirirían nuestro producto nos dicen que en las tiendas del barrio por lo que nosotros distribuiríamos a las tiendas, a la vez existe otras personas que también adquirirías de las bodegas y también existen otras personas que desearían que nuestros productos estén en los supermercados para adquirirlos.

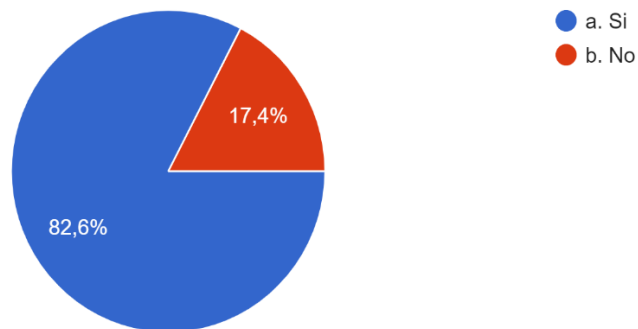
### **9.- ¿Considerarías que te convendría tener una avícola cerca a tu domicilio?**

*Tabla 2. 10*  
*Te convendría tener una avícola cerca a tu domicilio*

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>SI</b>	257	82,6%
<b>NO</b>	54	17,4%
<b>TOTAL</b>	<b>311</b>	<b>100,00%</b>

*Nota: Datos obtenidos de la encuesta*

**Figura 2. 9**  
Te convendría tener una avícola cerca a tu domicilio



*Nota: Datos obtenidos de la encuesta*

### **Análisis e interpretación**

Según las encuestas realizadas nos dice que el 82,6% de personas nos aceptan la creación de una avícola cerca de sus domicilios a la vez existe una menor cantidad de personas que no aceptan la avícola cerca de sus domicilios y es de suma importancia saber el porqué de la no aceptación para evitar problemas a futuro.

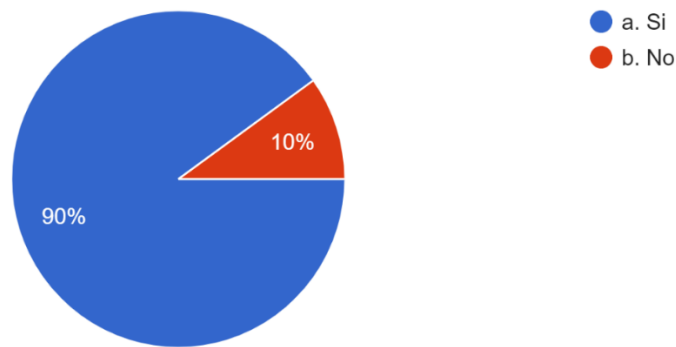
### **10.- ¿Le gustaría comprar huevos orgánicos?**

**Tabla 2. 11**  
Le gustaría comprar huevos orgánicos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	280	90,0%
NO	31	10,0%
<b>TOTAL</b>	<b>311</b>	<b>100,00%</b>

*Nota: Datos obtenidos de la encuesta*

**Figura 2. 10**  
Le gustaría comprar huevos orgánicos



*Nota: Datos obtenidos de la encuesta*

### **Análisis e interpretación**

Según las encuestas realizadas sobre nuestro producto el 90% de los encuestados nos aceptan el producto orgánico y lo prefieren a pesar de que hay una cantidad de personas que nos dicen que no y sería de suma importancia investigar del por qué no ya que en un futuro puede ser un problema para nosotros como investigadores y podemos llegar a fracasar en la avícola.

### **11.- ¿Qué tamaño de huevo compra usted?**

**Tabla 2. 12**

*Tamaño de huevo que compra usted*

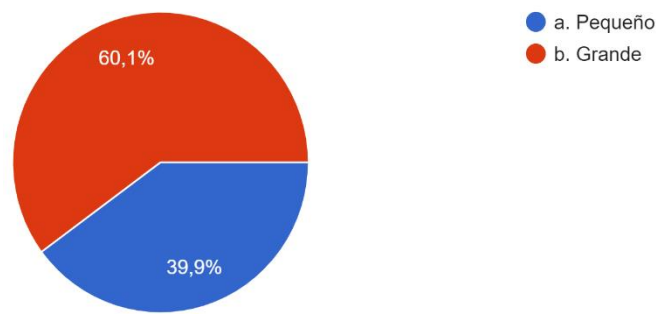
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PEQUEÑO	124	39,9%
GRANDE	187	60,1%
<b>TOTAL</b>	<b>311</b>	<b>100,00%</b>

*Nota: Datos obtenidos de la encuesta*

**Figura 2. 11**

*Tamaño de huevo que compra usted*





*Nota: Datos obtenidos de la encuesta*

### **Análisis e interpretación**

Según las encuestas realizadas sobre nuestro producto con un 60,1% las personas prefieren los huevos grandes y existe personas que adquirirían huevos de tamaño pequeño lo que hace que nosotros debemos investigar de manera minuciosa a todos ya que nosotros producimos huevos de un solo tamaño y no podríamos satisfacer las necesidades de los clientes.

### **12.- ¿Vista la situación económica actual cree usted que su consumo de huevo se incrementará en su familia?**

**Tabla 2. 13**

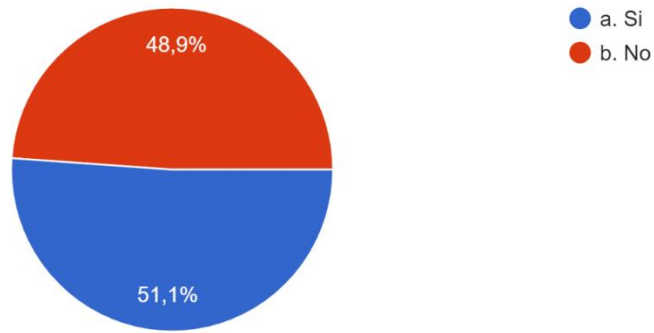
*Vista la situación económica actual su consumo de huevo se incrementará*

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	159	51,1%
NO	152	48,9%
<b>TOTAL</b>	<b>311</b>	<b>100,00%</b>

*Nota: Datos obtenidos de la encuesta*

**Figura 2. 12**

*Vista la situación económica actual su consumo de huevo se incrementará*



*Nota: Datos obtenidos de la encuesta*

### **Análisis e interpretación**

Sobre esta pregunta los encuestados nos dicen que habría una posibilidad de que en sus hogares consumieran más huevos a la vez existe otra parte de los encuestados que nos mencionan que no lo cual son otras de las preguntas que los proyectistas deben investigar para poder evitar problemas a futuros.

### **13.- ¿Cuál es el precio mínimo que usted compra el huevo por docena?**

**Tabla 2. 14**

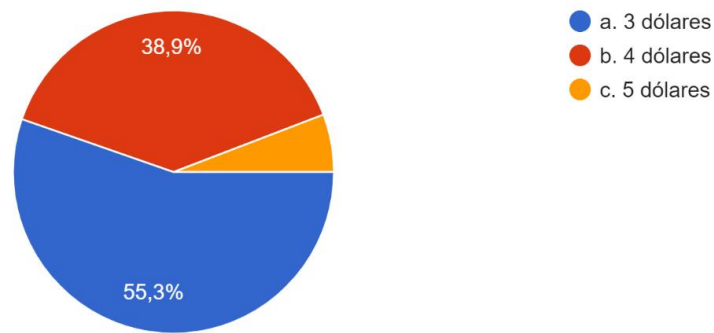
*Precio mínimo que usted paga por docena*

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>3 DOLARES</b>	172	55,3%
<b>4 DOLARES</b>	121	38,9%
<b>5 DOLARES</b>	18	5,8%
<b>TOTAL</b>	<b>311</b>	<b>100,00%</b>

*Nota: Datos obtenidos de la encuesta*

**Figura 2. 13**

*Precio mínimo que usted paga por docena*



*Nota: Datos obtenidos de la encuesta*

### **Análisis e interpretación**

Según las encuestas realizadas sobre los precios la gente está dispuesto a pagar los tres dólares por una docena de huevos a la vez existe otras personas que si pagan los 4 dólares y existe una parte de encuestados también que nos dice que pagaría más de 4 dólares también debemos hacer una investigación para poder determinar el precio fijo por lo que nos aceptarían nuestro producto.

### **14.- ¿Cómo te gustaría que te vendan el huevo?**

**Tabla 2. 15**

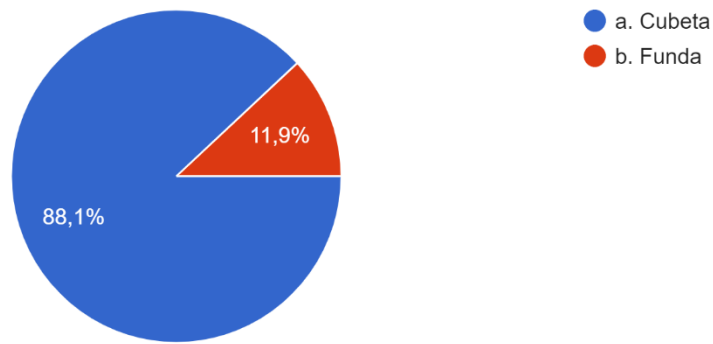
*Cómo te gustaría que te vendan el huevo*

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CUBETA	274	88,1%
FUNDA	37	11,9%
<b>TOTAL</b>	<b>311</b>	<b>100,00%</b>

*Nota: Datos obtenidos de la encuesta*

**Figura 2. 14**

*Cómo te gustaría que te vendan el huevo*



*Nota: Datos obtenidos de la encuesta*

### **Análisis e interpretación**

Según la encuesta realizada sobre el empaquetado donde iría nuestro producto la mayor parte de nuestros encuestados nos dice que nos comprarían el producto en cubetas y otra parte de las personas en funda y es de suma importancia para tomar en cuenta las preferencias de nuestros clientes.

### **15.- ¿Cada cuánto tiempo compras huevos?**

**Tabla 2. 16**

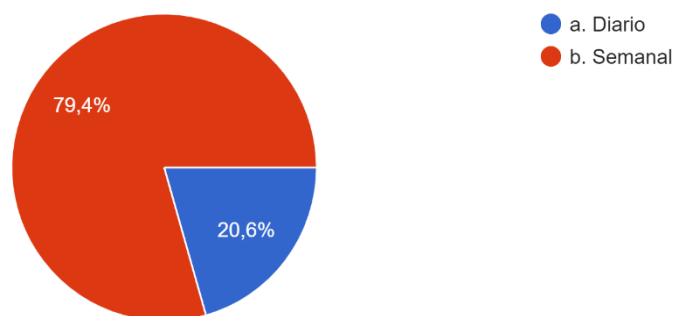
*Cada cuánto tiempo compras huevos*

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DIARIO	64	20,6%
SEMANAL	247	79,4%
<b>TOTAL</b>	<b>311</b>	<b>100,00%</b>

*Nota: Datos obtenidos de la encuesta*

**Figura 2. 15**

*Cada cuánto tiempo compras huevos*



*Nota: Datos obtenidos de la encuesta*

### **Análisis e interpretación**

Según la encuesta realizada el 79,4% de personas nos dice que adquieren el producto semanalmente y una parte nos dice que diario entonces esto nos podría servir para tomar mucho en cuenta en la producción en que momentos se podría realizar envíos de nuestro producto.

#### **2.5 Demanda proyectada**

El consumo de huevos es evidente en la población de Maca Grande. La información que se detalla en la siguiente tabla sobre los hábitos de consumo de huevos en las personas encuestadas muestra tanto la frecuencia de consumo como la cantidad consumida por cada habitante, lo que es necesario para comprender la demanda actual y proyectada de la producción de huevos.

*Tabla 2. 17*  
*Demanda Actual*

<b>Consumo de huevo</b>	<b>Diario</b>	<b>Semanal</b>	<b>Consumo Anual/ Diario</b>	<b>Consumo Anual/ Semanal</b>	<b>Consumo/Anual</b>	
<b>Unidad</b>	235	48	187	17436	9707	27143
<b>Docena</b>	820	169	651	729342	406055	1135397
<b>Cubeta</b>	274	56	217	608770	338928	947697
<b>Total</b>						2110237

*Nota. Información obtenida de las encuestas*

Para el cálculo de la demanda actual se observó en la encuesta que hay tres tipos de consumidores de huevos, aquellos que lo consumen por unidad, por docena y por cubeta. Además, se divide el consume en dos categorías de frecuencia, diarios y semanal obteniendo la demanda del año 2024 de 2'110.237 huevos.

A continuación, se muestra la demanda proyectada del consumo de huevos en la comunidad de Maca Grande:

**Tabla 2. 18**  
*Demanda Proyectada*

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA</b>
<b>2024</b>	2110237
<b>2025</b>	2143157
<b>2026</b>	2176590
<b>2027</b>	2210545
<b>2028</b>	2245029
<b>2029</b>	2280052

*Nota. Información obtenida de las encuestas*

La tabla muestra la proyección de la demanda de los años 2024 al 2029. También la demanda aumenta gradualmente cada año, lo que significa un crecimiento sostenido en la producción de huevos de 2'110.237 a 2'280.52.

## **2.6 Oferta proyectada**

La Corporación Financiera Nacional (2023) menciona que la producción de huevos del año 2023 fue de 85,37 millones de huevos. Además, el 92% de la producción se concentra en las siguientes provincias Tungurahua, Cotopaxi, Chimborazo y Pichincha. Sin embargo, en Cotopaxi se produce solo el 27%. Según la CONAVE (2023) la estimación de la producción de huevos en Paolo es alrededor del 20% de la provincia de Cotopaxi.

**Tabla 2. 19**  
*Oferta Actual*

<b>Producción Nacional</b>	<b>Producción por Provincias (Tungurahua, Cotopaxi, Chimborazo, Pichincha)</b>	<b>Producción por Cotopaxi</b>	<b>Producción por Poalo</b>
8'537.000	7'854.040	2'120.591	424.118

*Nota. Adaptado de Corporación Financiera Nacional (2023)*

La producción de huevos en Cotopaxi es de 2,120,591 unidades. Esto representa una parte significativa de la producción total, lo que indica que Cotopaxi es una región importante en términos de la oferta de huevos. Además, Poalo es una comunidad específica dentro de Cotopaxi, lo que sugiere que esta área contribuye significativamente a la producción total de huevos en la provincia y, por extensión, a nivel nacional. En la siguiente tabla se muestra la oferta proyectada del producto.

**Tabla 2. 20**  
*Oferta Proyectada*

<b>AÑO</b>	<b>OFERTA</b>
<b>2024</b>	424118
<b>2025</b>	430734
<b>2026</b>	437454
<b>2027</b>	444278
<b>2028</b>	451209
<b>2029</b>	458248

*Nota. Información obtenida del proyecto*

## 2.7 Demanda Potencial Insatisfecha

La demanda potencial insatisfecha representa una oportunidad para los nuevos productores de huevos para empezar sus operaciones y satisfacer la creciente demanda del mercado. También, permite monitorear la relación entre la oferta y la demanda para garantizar un equilibrio adecuado en el mercado de producción de huevos.

**Tabla 2. 21**  
*Demanda Insatisfecha*

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DPI</b>
<b>2024</b>	2110237	424118	1686119
<b>2025</b>	2143157	430734	1712422
<b>2026</b>	2176590	437454	1739136
<b>2027</b>	2210545	444278	1766267
<b>2028</b>	2245029	451209	1793820
<b>2029</b>	2280052	458248	1821804

*Nota. Información obtenida del proyecto*

La tabla presenta la demanda y la oferta de huevos para los años 2024 a 2029. El DPI muestra la diferencia entre la demanda y la oferta para cada año. Se calcula restando la oferta de la demanda. En todos los años, la demanda supera a la oferta de huevos, lo que indica que existe una demanda potencial insatisfecha.

## 2.8 Análisis de precios

El análisis de precios permite establecer los precios de venta de los huevos. Esto implica considerar los costos de producción junto con los márgenes de ganancia deseados y



los precios competitivos del mercado. Para calcular el precio se tomó como referencia a 4 avícolas del sector el cual se muestra en la siguiente tabla:

*Tabla 2. 22*  
*Cálculo del Precio*

<b>Avícolas</b>	<b>Precio/Huevo</b>	<b>Precio/Cubeta</b>
<b>San Agustín</b>	\$ 0,13	\$ 4,00
<b>Bellavista</b>	\$ 0,13	\$ 3,80
<b>Maricel Cia. Ltda.</b>	\$ 0,13	\$ 3,90
<b>AVE</b>	\$ 0,14	\$ 4,20
<b>Promedio</b>	\$ 0,13	\$ 3,98

*Nota. Información obtenida de CONAVE (2023)*

Para la obtención del precio de la cubeta se utilizó el método del promedio para obtener un precio promedio ponderado basado en los precios individuales de cada avícola. Por lo tanto, el precio de venta de la cubeta será de \$ 3,98. Precio que posteriormente será verificado con el cálculo de los costos de materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación.

### **2.8.1 Cálculo y proyección de precios**

*Tabla 2. 23*  
*Precio Proyectado*

<b>AÑO</b>	<b>Precio/Huevo</b>	<b>Precio/Cubeta</b>
<b>2024</b>	\$0,13	\$ 3,98
<b>2025</b>	\$0,13	\$ 4,03
<b>2026</b>	\$0,14	\$ 4,08
<b>2027</b>	\$0,14	\$ 4,14
<b>2028</b>	\$0,14	\$ 4,19
<b>2029</b>	\$0,14	\$ 4,25

*Nota. Información obtenida del proyecto*

La proyección del precio por cubeta de huevos muestra una tendencia creciente de \$3.98 en 2024, el precio aumenta gradualmente a \$4.25 en 2029. Este incremento constante puede deberse a una variedad de factores, como el aumento de los costos de producción, la inflación, la demanda creciente o cambios en la oferta y la demanda del mercado.

## **2.9 Análisis de comercialización**

Según (Arechavaleta, Readalyc, 2015) considerado también estrategias de mercadeo con acciones planeadas que se llevan a cabo para alcanzar objetivos relacionados hacia la mercadotecnia las cuales dan conocer un producto nuevo, aumenta las ventas o poder lograr una participación muy alta en el mercado.

Para poder comercializar un nuevo producto dentro del mercado planteamos las siguientes políticas que son de mucha ayuda para ser eficientes.

- Participar en ferias realizadas por el cantón.
- Realizar descuentos según la cantidad de compras.
- Realizar alianzas estratégicas.
- Garantizar la calidad y la seguridad alimentaria.
- Consolidar la imagen de la marca para obtener confianza de nuestros clientes.
- Crear conciencia preventiva en la alimentación.

### Políticas de la empresa

- Crear horarios flexibles para el personal.
- Crear valores organizacionales.
- Respeto al uniforme empresarial

- Brindar el trato justo a los clientes
- Puntualidad, honradez, educado, ético.
- El personal debe asistir a las capacitaciones designadas.
- Reconocimiento al mejor empleado
- Cumplir con la responsabilidad social.

## **2.10 Estrategias de comercialización**

- Crear una página web para mostrar los beneficios, precio, descripción de cada producto.
- Promocionar la marca de los huevos por medio del internet.
- Diseñar un logotipo llamativo con la imagen de la comunidad Maca grande.
- Publicitar el producto por medio de la radio para poder ser escuchados en diferentes lugares.
- Crear campañas de publicidad para el posicionamiento la marca.

## **2.11 Canales de distribución**

En el caso específico de la comercialización de los huevos que se utilizara es el de forma directa e intermediarios como tiendas, panaderías u otras formas quienes serán encargados de llevar el producto al consumidor final.

Considerando los resultados obtenidos en el estudio de mercado para la comercialización de huevos en la comunidad Maca grande, los canales de distribución a utilizarse son los siguientes:

**1. Tiendas de barrio:** Después de realizar la encuesta nuestra productora con un 41,8% distribuirá a las tiendas de barrio de toda la zona tanto rural como urbana.

**2. Bodegas:** Las personas quienes han considerado consumir nuestro producto con un 24,4% nos mencionan que posiblemente adquirirían el producto en la planta avícola ya que contamos con una bodega de almacenamiento de cubeta de huevos.

**3. Mercados tradicionales:** Con un 19,9% las personas encuestadas nos dicen que en la zona rural y urbana podrían adquirir el producto en los mercados tradicionales dentro del cantón Latacunga.

**4. Supermercados:** Haciendo el énfasis de la distribución de nuestro producto hemos visto que las personas de la zona urbana consideran que nuestro producto nutricional puede estar en los supermercados.

## 2.12 Promoción

La promoción debe apuntar a generar ventas, puesto que es una forma de motivar a la gente a comprar productos o servicios, la publicidad llega al público a través de los medios de comunicación.

- Crear una página Web con la cartera de productos que se ofrece.
- Realizar pequeños volantes con el logo de la empresa como llaveros, calendarios entre otras cosas que motiven a los consumidores.
- Poner afiches carteles en puntos estratégicos.
- Hacer un recorrido con un parlante promocionando el producto dando a conocer las ofertas o novedades dentro de la empresa.

### **Conclusiones del estudio de mercado**

- Después de una investigación minuciosa con un 80% de aceptación de nuestros demandantes nos dicen que nuestro producto orgánico sería un producto aceptable en sus hogares.
- También podemos mencionar que el precio accesible a nuestro producto con un 55,3% nuestros demandantes estarían en la posibilidad a 3 dólares la cubeta de huevos que contiene 30 huevos.
- Finalmente, el 82,3% de la población de la comuna Maca grande aceptan la creación de una granja avícola en dicha comunidad.

## CAPÍTULO III

### 3 ESTUDIO TÉCNICO

Después de realizar el análisis de mercado, continuaremos con los aspectos técnicos que son necesarios para la puesta en marcha de la granja avícola en la comunidad Maca Grande. En este se analiza el tamaño óptimo del proyecto, la localización más adecuada para la granja avícola que permita un buen servicio logístico, los recursos con que debe contar para el funcionamiento de la empresa entre otras cosas.

#### 3.1 Especificaciones del producto o servicio

El huevo de gallina se caracteriza por ser un producto nutricional a la vez siendo una proteína de un bajo costo que viene de un ave, es habitual en el consumo de los seres humanos. (J, 2012)

El huevo desde los tiempos remotos ha sido considerado por diferentes culturas y grupos como símbolo relacionado con la vida, fue usado para realizar rituales siendo uno de ellos que te libera de las malas energías.

El huevo orgánico se compone de tres factores que son la clara, yema, cascara porque cada uno de ellos tiene una composición nutricional que lo detallaremos a continuación.

La clara es una parte transparente del huevo que corresponde casi al peso total donde se distinguen calzas que son condensaciones de la clara y fijan la yema.

El huevo es un producto que tiene más de treinta proteínas que son las siguientes.

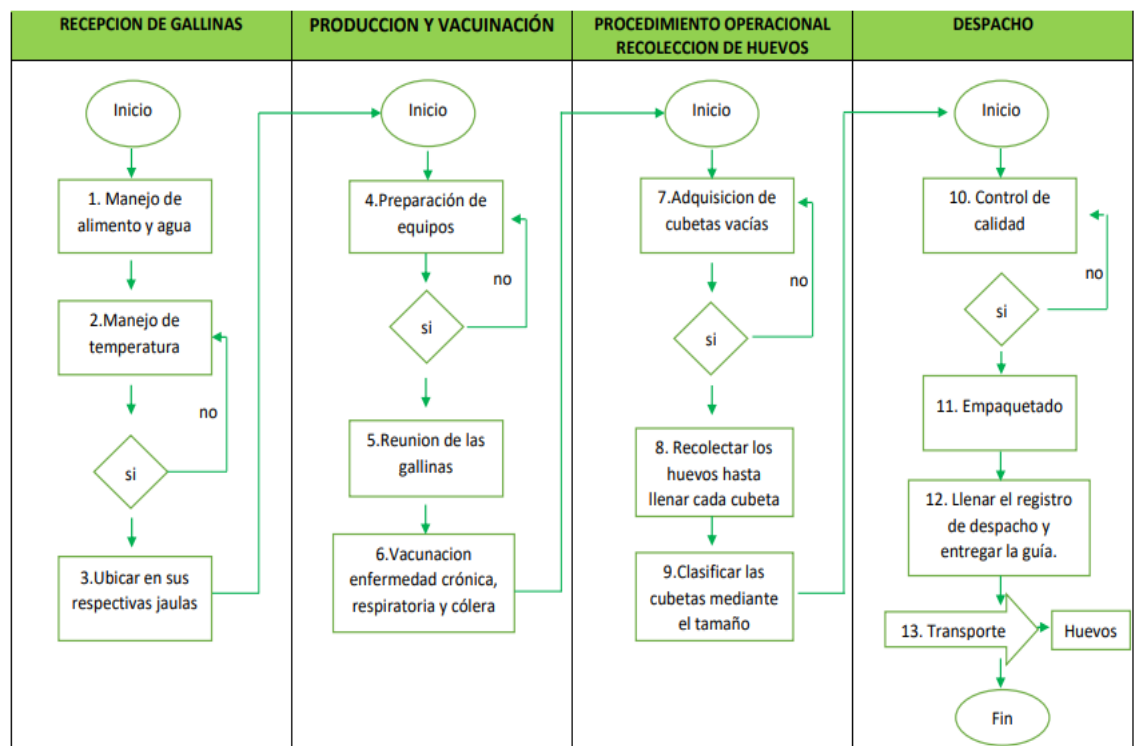
**Ovoalbúmina.** - es considerada como la principal proteína de la clara y para de digerible por el ser humano cambia su forma mediante el calor, dentro de sus características tiene la cisteína y la metionina.

**Con albumina.** - tiene más de catorce por ciento de proteínas de la clara que contiene propiedades antioxidantes y antimicrobianas que nos dan la mayor calidad.

**Ovumucoide.** - tiene más de doce por ciento de proteínas una de ella es la glucoproteína con una característica alrogénica

### 3.2 Diagrama de flujo de procesos

*Figura 3. 1*  
Diagrama de flujo de procesos de la producción de huevos orgánicos



*Nota: Datos obtenidos del proyecto*

### 3.3 Capacidad instalada de la planta

#### Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto muestra la viabilidad técnica es la posibilidad de que un proyecto o negocio pueda realizarse, teniendo en cuenta los recursos que se necesitan, aquellos con los que se cuenta y la capacidad para obtener aquellos que aún no se tienen.

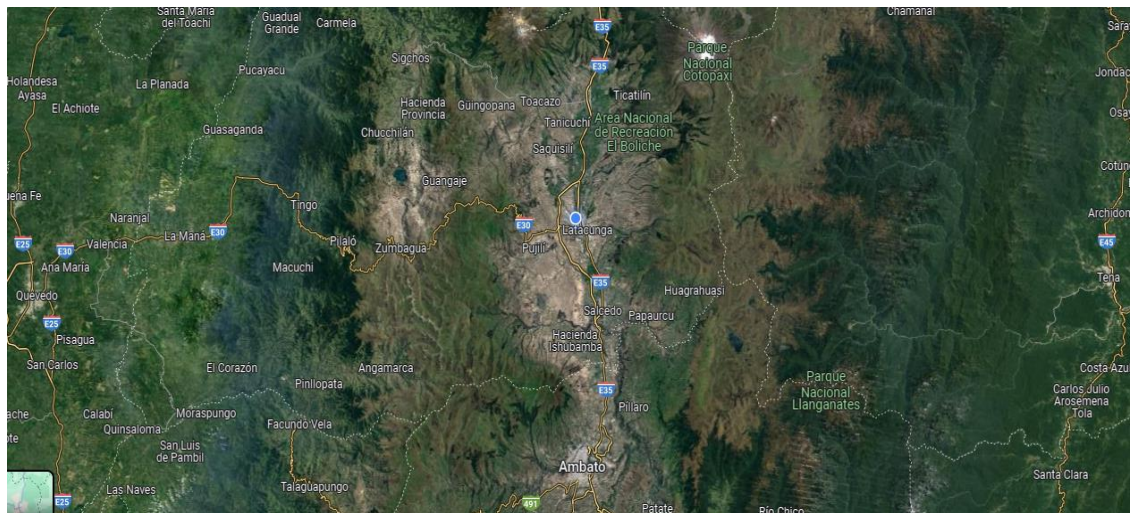
### 3.4 Ubicación de la empresa

#### Macro Localización

La localización de la planta de producción de huevos está ubicada en Ecuador, región Sierra en la provincia Cotopaxi en la comunidad Maca Grande.

- No hay competidores
- Existe movilidad de transporte
- Disponibilidad de recursos

**Figura 3. 2**  
*Macro localización*



**Nota:** Localización macro para la implementación de la avícola para la fabricación de huevos Matriz de localización



### Micro localización

*Tabla 3. 1*  
*Matriz de localización*

Matriz de localización							
		Maca Atápulo		Maca Ugshaloma		Maca Chuquirá	
Factores	Peso	Calificación/10	Calificación ponderada	Calificación/10	Calificación ponderada	Calificación/10	Calificación ponderada
Acceso a los clientes	0,15	8,00	1,20	6,00	0,09	5,00	0,75
Mano de obra disponible	0,15	8,00	1,20	6,00	0,09	7,00	1,05
Servicios básicos	0,15	7,00	1,05	5,00	0,75	7,00	1,05
Infraestructura	0,15	9,00	1,35	7,00	1,05	6,00	0,90
Disponibilidad de materia prima	0,05	8,00	1,20	7,00	0,35	4,00	0,20
Facilidades y espacio para el crecimiento	0,20	8,00	1,60	7,00	1,40	6,00	1,20
Regulaciones y permisos	0,05	8,00	1,20	5,00	0,25	7,00	0,35
Logística y distribución	0,05	9,00	0,45	7,00	0,35	4,00	0,20
Competencia	0,05	10,00	0,05	8,00	0,40	5,00	0,25
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>9,30</b>		<b>4,73</b>		<b>5,95</b>

*Nota: Datos obtenidos del proyecto*

La micro localización en si consiste en determinar el terreno concreto donde se va a ejecutar el proyecto, está ubicado en la provincia de Cotopaxi, Cantón Latacunga sector Maca Atapulo perteneciente a la comuna maca grande, en dicho lugar se cuenta con terreno y construcción de propiedad personal, se encuentra muy adecuada justamente para implementar la avícola.

La dimensión del terreno es de 200 metros cuadrados cuenta con seguridad, vías de acceso de primer orden calles asfaltadas considerando que es muy importante ya que es indispensable que existan vías de acceso para llegar con la finalidad que las personas no tengan problemas para llegar hasta el almacén por otro lado y con todo. Si en algún momento logramos introducir nuestro producto en el mercado nacional o internacional será de gran beneficio ya que los clientes podrán encontrar nuestro producto fácilmente, a la vez facilitamos la salida el producto y las entradas de materia prima a nuestra avícola. En cuanto a la disponibilidad de los servicios básicos del sector Maca Atapulo consta con agua potable, energía eléctrica, aire fresco por lo que la planta avícola no tendrá problemas en su funcionamiento.

En resumen, la empresa estará situada en:

**País:** Ecuador

**Región:** Sierra

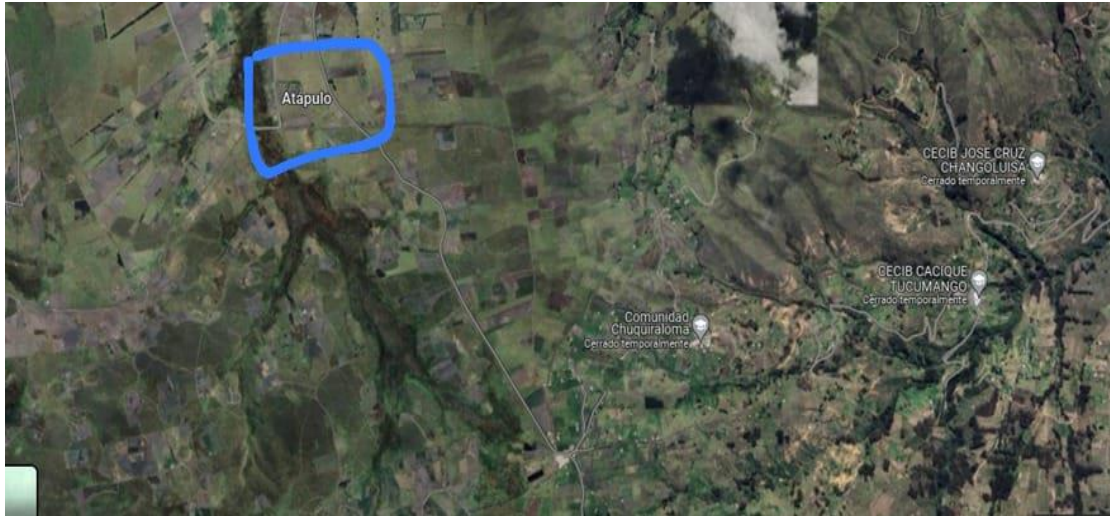
**Provincia:** Cotopaxi

**Cantón:** Latacunga

**Parroquia:** Poalo

**Comunidad:** Maca Grande

**Figura 3. 3**  
Micro localización del emprendimiento




*Nota: Elaborado por Google maps*


### 3.5 Equipo e instalaciones

Para poner en marcha la granja avícola es necesario con algunos elementos que se requiere para la producción y venta del producto, están relacionados con la construcción de la avícola, comederos, bebederos entre otros a continuación:

**Tabla 3. 2**  
Maquinaria de equipo

Equipo	Descripción
<p><b>Galpón:</b></p> 	<p>Galpón es un establecimiento dedicado con la crianza de pollos con objetivos comerciales ya sea por su carne o por los huevos.</p>

<p><b>Comederos:</b></p> 	<p>Los comederos de gallinas son recipientes en donde se coloca la comida de los animales el tamaño depende de la cantidad de pollos.</p>
<p><b>Bebedores:</b></p> 	<p>Los bebederos son recipientes de plástico, abierto fáciles para utilizar en los pollos. Debe estar ubicado a una altura apropiada.</p>
<p><b>Nido:</b></p> 	<p>Los nidales son elementos donde las gallinas pueden poner huevos. Es importante tenerlos en los sistemas extensivos ya que disminuye la pérdida de huevos.</p>
<p><b>Basculas:</b></p> 	<p>La balanza registra el peso de cada pollo, te dan el peso promedio, desviación estándar, coeficiente de variación, la uniformidad y los histogramas.</p>

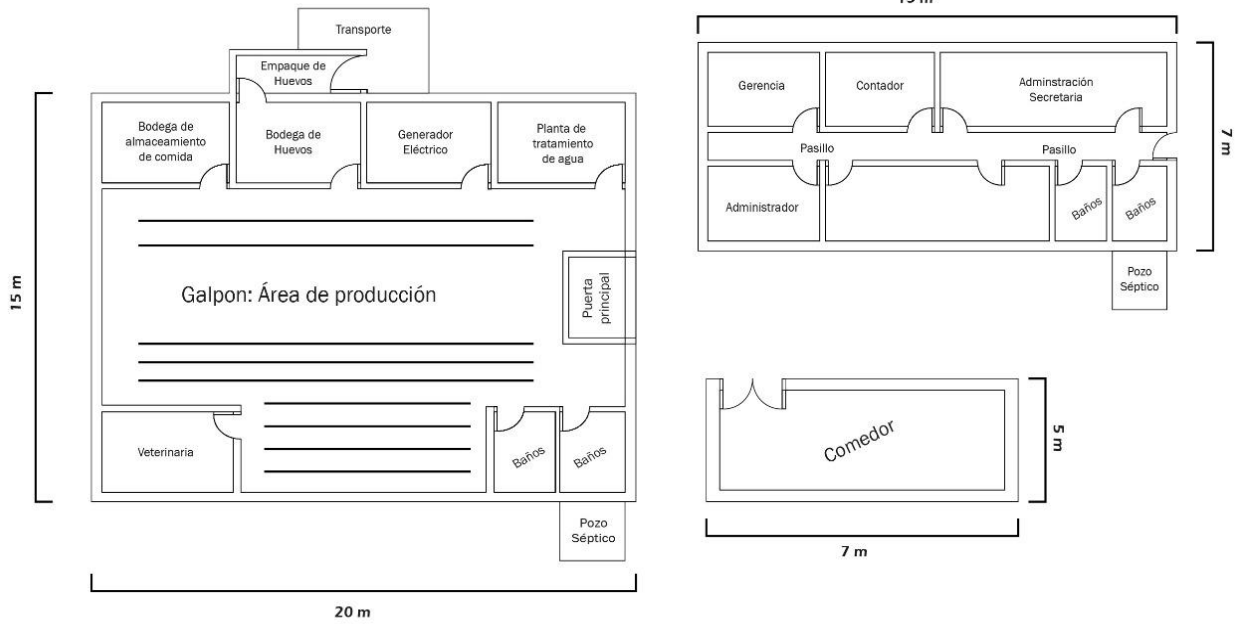
<p><b>Pala</b></p> 	<p>La pala va a ser una herramienta muy importante para recoger los desechos de las gallinas.</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------

*Nota: Datos obtenidos del proyecto*

### 3.6 Descripción de la planta

En Maca Atapulo el terreno donde se implementara la avícola tiene 200 metros cuadrados donde la planta avícola consta de 20 metros de largo y 15 metros de ancho donde estarán ubicados las diferentes áreas de trabajo como bodegas de almacenamiento de comida, bodega de huevos, generador eléctrico, planta de agua, veterinaria dentro de ello tenemos 2 baños para el uso del personal de trabajo, la otra parte de la infraestructura consta de 15 metros de largo y 7 metros de ancho con sus respectivos departamentos administrativos que cuentan también con dos baños para el uso del personal administrativo, al este de la infraestructura administrativa tenemos un comedor que cuenta con 7 metros de largo y 5 metros de ancho para el uso del personal administrativo y operativo.

**Figura 3. 4**  
*Distribución de la planta*




*Nota: Datos obtenidos del proyecto*

### 3.7 Materia prima

En este caso la materia prima son las gallinas ponedoras también el alimento de estas, dentro de los suministros tenemos los elementos de aseo y bioseguridad, que se relaciona a continuación.

**Tabla 3. 3**  
*Materia prima*

Materia prima	Descripción
	<p>Las gallinas criollas latinoamericanas son diversas, así es posible encontrar plumaje normal, grifas, cuellos denudo, sedosas, etc.</p>


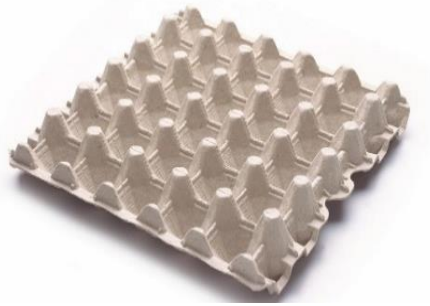


**Maíz****Cebada****Alfalfa****Suministros químicos para la desinfección POLYBIOCIDEX NF:**

El maíz es el principal alimento empleado para los pollos. Su alto aporte de xantofilas lo hace útil en la pigmentación de huevo y piel de los pollo, también tenemos otros productos de la misma comunidad que es la cebada aporta fibra soluble y proteínas, indispensables para un desarrollo y plumaje óptimo adicionalmente, la cebada incluye altos contenidos de calcio y potasio, bueno para sus huesos y puesta de huevos y también la alfalfa que ayuda al crecimiento de los pollos, , mejora la digestión, estimula la producción de huevos en las razas de gallinas ponedoras, reduce el riesgo de presencia de salmonela .

Es un desinfectante y antiséptico de amplio espectro y uso general para instalaciones pecuarias en las industrias Avícolas, Ganaderas y Porcicola.

	<p>El óxido de calcio uno de los productos que nos va ayudar a reducir el olor del excremento de las gallinas y evitamos que las gallinas sean sometidas a mucho olor toxico.</p>
<p><b>Bota de PVC:</b></p> 	<p>Ideales para trabajos con cambios bruscos de temperatura puede ser en áreas húmedas de sumersión, jardinería, lavaderos avicultura, modificado con excelentes propiedades de resistencia a grasas, sangre, aceites, animales y vegetales.</p>
<p><b>Overol enterizo:</b></p> 	<p>Los overoles de protección están diseñados para brindar protección en contra la contaminación proveniente de posibles peligros en su ambiente de trabajo.</p>
<p><b>Mascarilla</b></p> 	<p>La mascarilla será de suma importancia para protegernos al momento de ingresar a la planta avícola.</p>

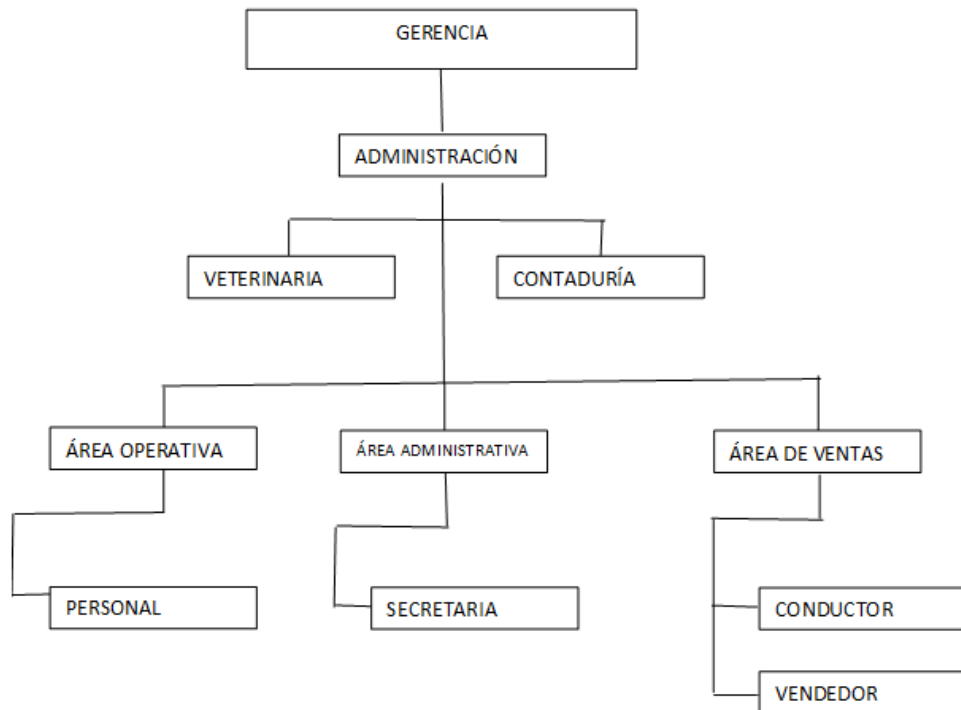


<p><b>Pasa montaña</b></p> 	<p>Las pasa montañas que irán por encima de la mascarilla para ayudar a cubrir a la mascarilla y este de manera segura.</p>
<p><b>Cubetas</b></p> 	<p>Las cubetas para huevos que es un material importante para recoger y almacenar los huevos.</p>
<p><b>Costales</b></p> 	<p>Los costales serán donde ubiquemos los desechos para otro tipo de uso.</p>
<p><b>Agua</b></p> 	<p>El agua también es importante para hidratar a las gallinas para que no sufran de sequedad y nos den problemas de infección.</p>

*Nota: Datos obtenidos del proyecto*

### 3.8 Organigrama de la empresa

*Figura 3. 5*  
*organigrama de la empresa*



*Nota: Datos obtenidos del proyecto*

Revisado por	Realizado por	Autorizado por
<b>Simbología</b>		
	Línea de autoridad	
	Nivel auxiliar	
	Nivel operativo	

### **3.9 Análisis organizacional**

#### **Nombre de la organización**

“Productora Urku lulun” S.A.

### **3.10 Misión y Visión de la empresa**

#### **Misión**

Ser la empresa líder del mercado en la producción y comercialización de huevos orgánicos brindando productos de calidad a nivel nacional inculcando una alimentación nutritiva, de fácil preparación y accesible a la economía de la sociedad.

#### **Visión**

Se espera para el año 2030 ser una de las empresas líderes en la eficiencia y eficacia en la producción, distribución de huevos orgánicos, entrando por completo al mercado nacional, cumpliendo todos los estándares de calidad para así obtener la preferencia de los clientes y consumidores.

#### **Slogan**

¡Métele huevos a la vida tú puedes!

#### **Core Bussines**

La idea principal de nuestro emprendimiento es la producción de huevos de ave ofreciendo productos nutritivos a la vez producida de manera orgánica, siempre cuidando la salud de todos los demandantes que adquieran nuestro producto.



### 3.11 DESCRIPCIÓN DEL LOGOTIPO

Se ha considerado la interculturalidad y la plurinacionalidad de la comuna Maca Grande ya que la planta avícola se constituirá en una comunidad indígena.

Color tomate: representa los productos de la comunidad.

Color negro: representa los tiempos de dolor y condolencia.

Color verde: representa las fuentes hídricas de la comunidad.

Color amarillo: representa el sol y el estado civil de las personas.

Color azul: representa el cielo que nos rodea.

Color celeste: representa el líquido vital.

Constitución de la Planta: nuestra planta avícola consta con dos socios, se constituye como una sociedad anónima considerando que cuenta con un cierto número de colaboradores recalcando que es una empresa que va a entrar en competencia al mercado en años futuros.

### **3.12 Descripción del uniforme**

#### **Unirme del personal de la parte administrativa**

Camisa: Blanco

Pantalón: Negro

#### **Uniforme del personal operativo**

El personal operativo será un overol color azul con botas blancas, guantes, mascarilla.

### **3.13 Descripción de servicios**

Nuestros demandantes podrán consumir nuestros productos nutritivos de manera confiable ya que nuestra planta avícola produce huevos de ave orgánicos, de ello ofrecemos productos a domicilio ya que contamos con transporte propio con la finalidad de ser eficientes con el cliente, a más de ello nuestro producto pueden adquirir lugares cercanos a sus hogares ya que se distribuirá a distintos locales, tiendas, restaurantes, supermercados, cafeterías en la misma manera en la planta avícola donde contamos con una bodega donde almacenamos las cubetas.

El negocio de la producción de huevos en el país siempre se ha visto de manera muy alterada en la alimentación dándonos resultados muchas de las enfermedades en la sociedad por lo cual nuestro producto se diferencia de ello por la alimentación a las aves, y con la demanda proyectada al 2029 creemos que nuestro producto será muy adquirido por los clientes.

### 3.14 Análisis FODA

En termino técnicos FODA o conocida también DAFO es una de las herramientas importantes de estudio de la situación de una organización, empresa, institución, proyecto o persona analizando dos características internas “debilidades y fortalezas” y la situación externa “amenazas y oportunidades”.

Considerando el objetivo principal del FODA es determinar ventajas competitivas bajo análisis y la estrategia genérica, además permite realizar un diagnóstico de los factores del micro entorno que permite desarrollar estrategias que afronten amenazas y trabajen con las debilidades de una empresa

**Tabla 3. 4**  
*FODA de la empresa productora de huevos*

<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El personal cuenta con conocimientos sobre el producto.</li> <li>• Posibilidad de acceder a ofertas del producto.</li> <li>• Capital propio</li> <li>• Buena calidad del producto final.</li> <li>• Procesos técnicos y administrativos de calidad.</li> </ul>	<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Abrir otra planta avícola en otra localidad.</li> <li>• Tendencias favorables en el mercado.</li> <li>• Mejora en los procesos de comercialización.</li> <li>• Posibilidades de exportación de nuestro producto a diferentes ciudades.</li> <li>• Competencia débil en la parroquia</li> </ul>
<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desconocimiento en el uso de los desechos.</li> <li>• Ausencia del control de calidad.</li> <li>• Incapacidad para ver errores.</li> <li>• Carencia de experiencia en la comercialización de huevos.</li> <li>• Solo contamos con una planta avícola.</li> </ul>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brotes de influenza aviar.</li> <li>• Exceso de competidores en la zona urbana.</li> <li>• Inexistencia de competencia en la comunidad.</li> <li>• Precios cambiantes de la materia prima.</li> <li>• Políticas gubernamentales</li> </ul>

*Nota: Datos obtenidos del proyecto*

El análisis FODA se puede utilizar como herramienta para evaluar las fortalezas y debilidades del emprendimiento a si tomar decisiones para maximizar la rentabilidad y minimizar riesgos. Después de analizar las fortalezas, debilidades, oportunidades y las amenazas de la planta de producción avícola se llegó a que la industria tiene un gran potencial de crecimiento y rentabilidad.

Las fortalezas de la avícola de huevos incluyen con un personal con conocimientos sobre el producto ya que esto nos facilitara la eficiencia de los colaboradores también la posibilidad de acceder a las ofertas del producto ya que nuestros productos en ocasiones se ofertarán con promociones, el capital propio es uno de las fortalezas que nos ayudara a evitar problemas financieros.

Contamos con numerosas oportunidades como con ideas prospectivas abrir otra planta avícola en otra localidad con el simple hecho de ser un producto diferente, tendencia favorable en el mercado ya que se ofertará productos nutritivos, mejora en los procesos de comercialización con la eficiencia y eficacia.

Por otro lado, en la amenaza de la plata avícola incluye los brotes de influencia aviar por lo que en algún momento puede existir el rebrote, excesos de competidores en la zona urbana con un producto casi similar, inexistencia de competidores en la comunidad ya que confiamos en que nuestro producto llegara ser potencial dentro el mercado y un ejemplo dentro de la comunidad lo cual los moradores de la comunidad pueden llegar a replicar nuestro producto con características similares.

Para finalizar tenemos algunas de las debilidades que consideramos en la planta avícola como el desconocimiento del uso de los desechos por lo que aún se está analizando las posibles soluciones para los desechos de las aves, ausencia del control de calidad nuestra

planta es de manera legal, carencia de experiencia en la comercialización de huevos ya que somos emprendedores nuevos.

Sin embargo, mantenerse actualizadas con las últimas tendencias el buen mantenimiento a tiempo puede ayudar a prosperar a pesar de los inconvenientes dentro y fuera de las instalaciones con la constante capacitación al área administrativa y operativa.

### 3.14.1 Matriz FODA cruzado

Tabla 3. 5  
FODA cruzada de la avícola

<p style="text-align: center;"><b>Fuerzas Externas</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Fuerzas Internas</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Oportunidades</b></p> <p>(O1) Abrir otra planta avícola en otra localidad.</p> <p>(O2) Tendencias favorables en el mercado.</p> <p>(O3) Mejora en los procesos de comercialización.</p> <p>(O4) Posibilidades de importación de nuestro producto a diferentes ciudades.</p> <p>(O5) Competencia débil en la parroquia rural.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Amenazas</b></p> <p>(A1) Brotes de influencia.</p> <p>(A2) Exceso de competidores en la zona urbana.</p> <p>(A3) Precios cambiantes de la materia prima.</p> <p>(A4) Políticas gubernamentales.</p> <p>(A5) No obtener resultados en el tiempo determinado del capital invertido.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Fortalezas</b></p> <p>(F1) El personal cuenta con conocimientos sobre el producto.</p> <p>(F2) Posibilidad de acceder a ofertas del producto.</p> <p>(F3) Capital propio</p> <p>(F4) Procesos técnicos y administrativos de calidad.</p> <p>(F5) Buena calidad del producto final.</p>	<p>(F1-O4) Capacitar al personal en temas de comercio exterior.</p> <p>(F2- O2) Implementar áreas de comunicación y marketing.</p> <p>(F3-O1) Realizar un plan de negocio con la finalidad de ver la viabilidad de la creación de otra planta avícola.</p> <p>(F4-O5) Adaptara procedimientos y estrategias de mercado y políticas de mercado.</p>	<p>(F1-A1) Crear capacitaciones de las diferentes enfermedades de las aves.</p> <p>(F2-A3) Tener fondos de reserva.</p> <p>(F3-A5) Llevar de eficiente la avícola.</p> <p>(F4-A4) Generar políticas prospectivas en la empresa.</p> <p>(F5-A2) Analizar el público objetivo en la zona urbana</p>



	(F5-O3) Implementar marketing digital.	
<b>Debilidades</b> (D1) Desconocimiento en el uso de los desechos. (D2) Ausencia del control de calidad. (D3) Incapacidad para ver errores. (D4) Carencia de experiencia en la comercialización de huevos. (D5) Solo contamos con una planta avícola.	(D1-O1) Buscar posibles soluciones para los desechos. (D2-O3) Alimentación nutritiva a las aves. (D3-O4) Contratar personal capacitaron en importación. (D4-O5) Implementar marketing publicitario. (D5-O2) Crear nuevas sucursales de distribución del producto.	(D1-A1) Implementar cal para los desechos. (D2-A5) Buscar accionistas para innovar la planta avícola (D3-A3) Establecer precio máximo con los proveedores. (D4-A2) Participar en expo ferias. (D5-A4) Adaptar la planta avícola a cada política gubernamental.

*Nota: Datos obtenidos del proyecto*

### 3.15 Descripciones del puesto

- Identificación: Gerencia
- Número de plazas: 1
- Clave: 1
- Ubicación: oficina central Maca Grande
- Ámbito de operación: Nivel estratégico

#### **Administrador**

- Función: planificar, controlar, organizar, dirigir.
- Título: Ing.: administración de empresas.
- Habilidad: habilidades analíticas
- Tiempo: horas que reglamenta la ley
- Experiencia: haber trabajado en otras instituciones mínimos cinco años

#### **Veterinario:**

- Experiencia: título de tercer nivel
- Habilidades: ágil, rápido, eficiente.
- Tiempo: disponibilidad de tiempo

**Contador**

- Experiencia: título de tercer nivel
- Habilidades: ser empático, honesto, confianza.
- Disponibilidad de tiempo
- Oficinas: oficinas centrales de Maca Grande

**Área operativa**

- Planificación operativa
- Finanzas
- Diseño de productos
- Control de calidad
- Estrategias
- Tener título de tercer nivel y certificados con relación al área operativa.

**Área administrativa**

- Capacidades técnicas
- Gestión del tiempo y cumplimiento de plazos
- Habilidades comunicativas
- Atención al cliente
- Aptitudes para redacción escrita
- Elaboración de informes
- Título de tercer nivel

**Área de ventas**

- Conocer el producto o servicio
- Afinidad con la tecnología
- Marketing
- Gestión y resolución de conflictos
- Título de tercer nivel

## CAPITULO IV

### 4 ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

El estudio económico financiero detalla los requerimientos de inversión de la avícola productora de huevos, desglosando los precios de venta, costos de producción, ingresos totales, punto de equilibrio e indicadores financieros a largo plazo. Además, se expone una estrategia de financiamiento que incluya aportes propios y créditos, junto con estimaciones minuciosas de ingresos y egresos para la duración total del proyecto (Córdoba, 2011).

#### 4.1 Inversión Inicial

La inversión inicial permite determinar en el proyecto de factibilidad para establecer la viabilidad y factibilidad de la avícola productora de huevos. Esta inversión abarca desde la adquisición de terrenos y construcción de infraestructuras adecuadas hasta la compra de aves reproductoras y equipos especializados. La calidad de esta inversión inicial establece las bases del negocio avícola. Además, la elección de aves de buena genética y salud en el stock inicial influye directamente en la productividad y calidad de los huevos producidos. Además, los costos de producción iniciales, que incluyen alimentación, atención veterinaria y gastos administrativos, representan una parte significativa de la inversión inicial y afectan la rentabilidad y competitividad del proyecto. Por lo tanto, la inversión inicial implica la obtención de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles esenciales para dar inicio a las operaciones de la empresa (Baca, 2013).

En la siguiente tabla se muestra la inversión inicial de la creación de la avícola productora de huevos:

**Tabla 4. 1**  
*Inversión Inicial*

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
Inversión (a+b)	<b>\$ 37.561,37</b>
a) Inversión Fija	<b>\$ 34.248,92</b>
Terrenos	\$ 12.000,00
Edificios y construcciones	\$ 3.485,92
Vehículo	\$ 15.000,00
Maquinaria y equipo	\$ 686,00
Muebles y enseres	\$ 1.940,00
Equipo de Computo	\$ 1.137,00
b) Inversión diferida	<b>\$ 3.312,45</b>
Gastos de instalación	\$ 600,00
Gastos de constitución	\$ 1.000,00
Intereses de pre-operación	\$ -
Imprevistos (5% activos fijos)	\$ 1.712,45
<b>Capital de trabajo</b>	<b>\$ 5.231,60</b>
Materia prima	\$ 2.256,92
Mano de obra directa	\$ 1.249,59
Costos generales de fabricación	\$ 275,50
Gasto de venta y administración	\$ 1.449,59
<b>Inversión Total (1+2)</b>	<b>\$ 42.792,96</b>

*Nota. Información obtenida del proyecto*

La tabla presenta una detallada descomposición de la inversión inicial necesaria para establecer la avícola. La inversión total asciende a \$42.792.96, comprendiendo dos grandes grupos: la inversión fija y la inversión diferida. La inversión fija, suma \$34.248,92, en el cual incluye la adquisición de terrenos, edificaciones, vehículo, maquinaria, mobiliario y equipo informático. Estos activos constituyen la infraestructura básica para el funcionamiento de la avícola. Por otro lado, la inversión diferida, totalizando \$3.312,45, incluye gastos de instalación, constitución y un porcentaje de imprevistos sobre los activos fijos. Este grupo refleja los costos adicionales asociados con la puesta en marcha del proyecto y la preparación de las instalaciones. Además, se reserva un monto para el capital de trabajo, esencial para

financiar los costos operativos iniciales como materia prima, mano de obra, costos de fabricación y gastos administrativos, totalizando \$5.231,60.

## **4.2 Fuentes de Financiamiento**

### **4.2.1 *Financiamiento Propio***

La fuente de financiamiento del proyecto de factibilidad de la avícola es propia. Estos recursos proporcionan a la avícola una mayor autonomía, flexibilidad y estabilidad financiera, lo que puede ser fundamental para su éxito a largo plazo en un entorno empresarial competitivo y en constante evolución.

## **4.3 Determinación de los Costos**

Los costos se dividen en dos categorías principales: costos fijos y costos variables. Los costos fijos, que incluyen mano de obra directa e indirecta, costos generales de fabricación, servicios básicos, suministros, depreciaciones y amortizaciones, así como gastos

administrativos y de ventas, se mantienen relativamente estables durante los años, con fluctuaciones mínimas como se muestra en la tabla:

**Tabla 4. 2**  
*Costos proyectados*

	AÑOS	AÑOS	AÑOS	AÑOS	AÑOS	AÑOS
	2023	2024	2025	2026	2027	2028
<b>Producción de huevos</b>	<b>623.864</b>	<b>633.596</b>	<b>643.480</b>	<b>653.519</b>	<b>663.713</b>	<b>674.067</b>
<b>DETALLE DE COSTOS</b>						
<b>1. Costos Fijos</b>	<b>\$ 45.750,79</b>	<b>\$ 41.710,50</b>	<b>\$ 42.484,96</b>	<b>\$ 43.279,69</b>	<b>\$ 44.095,30</b>	<b>\$ 39.315,10</b>
<u>Mano de Obra Directa</u>	<b>\$ 14.995,08</b>	<b>\$ 15.197,51</b>	<b>\$ 15.402,68</b>	<b>\$ 15.610,62</b>	<b>\$ 15.821,36</b>	<b>\$ 16.034,95</b>
<u>Costos Generales de Fabricación:</u>	<b>\$ 13.360,63</b>	<b>\$ 13.471,99</b>	<b>\$ 13.584,84</b>	<b>\$ 13.699,22</b>	<b>\$ 13.815,15</b>	<b>\$ 8.820,36</b>
Mano de Obra Indirecta	\$ 4.998,36	\$ 5.065,84	\$ 5.134,23	\$ 5.203,54	\$ 5.273,79	\$ 5.344,98
Servicios Básicos	\$ 250,00	\$ 253,38	\$ 256,80	\$ 260,26	\$ 263,78	\$ 267,34
Suministros y materiales de limpieza	\$ 3.000,00	\$ 3.040,50	\$ 3.081,55	\$ 3.123,15	\$ 3.165,31	\$ 3.208,04
Depreciaciones	\$ 4.449,78	\$ 4.449,78	\$ 4.449,78	\$ 4.449,78	\$ 4.449,78	-
Amortizaciones de la Inversión Deferida	\$ 662,49	\$ 662,49	\$ 662,49	\$ 662,49	\$ 662,49	-
<u>Gastos Administrativos y de Ventas:</u>	<b>\$ 17.395,08</b>	<b>\$ 13.041,00</b>	<b>\$ 13.497,44</b>	<b>\$ 13.969,85</b>	<b>\$ 14.458,79</b>	<b>\$ 14.459,79</b>
Sueldos y salarios	\$ 14.995,08	\$ 15.197,51	\$ 15.402,68	\$ 15.610,62	\$ 15.821,36	\$ 16.034,95
Publicidad y promoción	\$ 2.400,00	\$ 2.432,40	\$ 2.465,24	\$ 2.498,52	\$ 2.532,25	\$ 2.566,43

<u>Gastos Financieros:</u>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Intereses	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>2. Costos Variables</b>	<b>\$ 27.083,02</b>	<b>\$ 27.448,64</b>	<b>\$ 27.819,20</b>	<b>\$ 28.194,76</b>	<b>\$ 28.575,39</b>	<b>\$ 28.961,16</b>
Materia prima	\$ 27.083,02	\$ 27.448,64	\$ 27.819,20	\$ 28.194,76	\$ 28.575,39	\$ 28.961,16
<b>TOTAL</b>	<b>72.833,82</b>	<b>69.159,14</b>	<b>70.304,16</b>	<b>71.474,45</b>	<b>72.670,69</b>	<b>68.276,26</b>

*Nota. Información obtenida del proyecto*

En la producción de huevos de la empresa avícola, es evidente que los costos fijos representan una parte significativa de los gastos totales, mientras que los costos variables están estrechamente ligados a la cantidad de producción. Además, en la tabla se detalla los costos de producción asociados con la avícola. La producción de huevos aumenta de 623,864 en 2023 a 674,067 en 2028. Así mismo los costos ascienden de \$ 72.833,82 en el año 2023 a \$ 68.276,26 en el año 2028.

### 4.3.1 Costo Unitario de Producción

Una vez que se ha determinado los costos de producción totales es necesario el cálculo del costo unitario de producción de huevos y se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{Costo Unitario de Producción} = \frac{\text{Costos Totales}}{\text{Cantidad Producida}}$$

$$\text{Costo Unitario de Producción} = \frac{\$72.833,82}{623.864}$$

$$\text{Costo Unitario de Producción} = 0,12$$

El costo unitario de producción por cada huevo es de \$0,12 en los que incluyen materia prima, mano de obra y los costos indirectos de la fabricación.

**Tabla 4. 3**  
Cálculo del costo Unitario

DETALLE	AÑOS					
	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Costo Total	72.833,82	69.159,14	70.304,16	71.474,45	72.670,69	68.276,26
Producción de Huevos	623.864	633.596	643.480	653.519	663.713	674.067
<b>Costo Unitario</b>	<b>0,12</b>	<b>0,11</b>	<b>0,11</b>	<b>0,11</b>	<b>0,11</b>	<b>0,10</b>
<b>Precio de Venta</b>	<b>\$ 0,13</b>	<b>\$ 0,13</b>	<b>\$ 0,14</b>	<b>\$ 0,14</b>	<b>\$ 0,14</b>	<b>\$ 0,14</b>
<b>Posible Utilidad</b>	<b>0,01</b>	<b>0,02</b>	<b>0,03</b>	<b>0,03</b>	<b>0,03</b>	<b>0,04</b>

*Nota. Información obtenida del proyecto*

Las ventas muestran una tendencia creciente a lo largo del período, aumentando de 623,864 en 2023 a 674.067 en 2028. Esto sugiere un crecimiento constante en la producción y la demanda de huevos de la avícola a lo largo de los años. El precio de venta por huevo se mantiene relativamente estable en \$0.13 en los primeros dos años y luego aumenta a \$0.14 a partir de 2025.



#### 4.4 Determinación de los Ingresos

Los ingresos de la avícola se obtienen multiplicando el precio de venta por la cantidad de huevos vendidos. En este caso, si el precio de venta por huevo es de \$0.13 y la cantidad vendida es de 623.864 huevos, los ingresos totales serían el resultado de multiplicar estos dos valores. Por lo tanto, los ingresos totales de la avícola en este escenario específico serían de \$ 81.102,31. Este cálculo refleja la forma en que los ingresos se generan directamente a partir de las operaciones de venta de huevos de la avícola y resalta la importancia del precio de venta y el volumen de producción en la determinación de los ingresos totales de la empresa avícola como se muestra a continuación:

*Tabla 4. 4*  
*Ingresos Proyectados*

<b>Ingresos</b>						
<b>DETALLE</b>	<b>AÑOS</b>					
	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
Ventas	623.864	633.596	643.480	653.519	663.713	674.067
Precio de Venta	0,13	0,13	0,14	0,14	0,14	0,14
<b>Ingresos totales</b>	<b>81102,31</b>	<b>82367,51</b>	<b>90087,24</b>	<b>91492,61</b>	<b>92919,89</b>	<b>94369,44</b>

*Nota. Información obtenida del proyecto*

#### 4.5 Punto de Equilibrio

Se hace referencia al nivel de producción en el cual los ingresos generados por las ventas equivalen precisamente a la suma de los costos fijos y variables (Baca, 2013). Por lo tanto, en el año 2023, el punto de equilibrio monetario se sitúa en \$51,391.90, mientras que el punto de equilibrio físico alcanza las 387,863 unidades. Estos valores representan el umbral en el cual los ingresos totales igualan los costos totales, lo que significa que la avícola no estaría obteniendo ganancias ni sufriendo pérdidas en caso de alcanzar estas cifras. Para la

empresa, lograr un punto de equilibrio monetario y físico es esencial para su viabilidad a largo plazo. Al comparar ambos puntos de equilibrio, se observa que el punto de equilibrio monetario es significativamente menor que el punto de equilibrio físico, lo que sugiere que la empresa necesita generar menos ingresos para cubrir sus costos fijos y variables. Esta discrepancia puede ser el resultado de la estructura de costos de la empresa, donde los costos fijos tienen un peso considerable en comparación con los costos variables.

El punto de equilibrio se obtuvo aplicando la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Ingresos Totales}}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{39.552,43}{1 - \frac{27.083,02}{81.102,31}} = \$ 59.382,38$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{59.382,38}{0,13} = 448.169 \text{ huevos}$$

En la tabla se observa como aumenta el punto de equilibrio físico y monetario durante la vida útil del proyecto de factibilidad de la creación de la avícola productora de huevos.

**Tabla 4. 5**  
*Punto de Equilibrio*

DETALLE	AÑOS					
	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Ingresos por Ventas	81.102,31	82.367,51	90.087,24	91.492,61	92.919,89	94.369,44
Costo Total	72.833,82	69.159,14	70.304,16	71.474,45	72.670,69	68.276,26
Costos Fijos	45.750,79	41.710,50	42.484,96	43.279,69	44.095,30	39.315,10
Costos Variables	27.083,02	27.448,64	27.819,20	28.194,76	28.575,39	28.961,16
Precio de Venta	0,13	0,13	0,14	0,14	0,14	0,14
<b>P.E. Monetario</b>	<b>68.688,34</b>	<b>62.557,56</b>	<b>61.465,77</b>	<b>62.557,76</b>	<b>63.678,01</b>	<b>56.722,85</b>
<b>P.E. Físico</b>	<b>518.403</b>	<b>465.844</b>	<b>451.617</b>	<b>453.518</b>	<b>455.490</b>	<b>400.335</b>

*Nota. Información obtenida del proyecto*

## 4.6 Estados Financieros

Los estados financieros son documentos que muestran la situación de la empresa en un período específico, generalmente anual. Estos documentos incluyen información tanto económica como patrimonial, ofreciendo un reflejo detallado de la situación financiera del negocio (Arias, 2023).

### 4.6.1 Estado de Resultados

El Estado de Resultados se utiliza para evaluar el desempeño financiero de la avícola en los cinco años de duración del proyecto. Estos estados proporcionan información detallada de los ingresos generados por la venta de huevos, así como de los costos y gastos asociados con la producción, distribución y administración.

**Tabla 4. 6**  
*Estado de Resultados Proyectado*

CUENTAS	AÑOS					
	2023	2024	2025	2026	2027	2028
<b>INGRESOS</b>						
Ventas	<b>81.102,31</b>	<b>82.367,51</b>	<b>90.087,24</b>	<b>91.492,61</b>	<b>92.919,89</b>	<b>94.369,44</b>
<b>EGRESOS</b>						
<b>Costo de producción</b>	<b>60.437,10</b>	<b>56.118,14</b>	<b>56.806,72</b>	<b>57.504,60</b>	<b>58.211,90</b>	<b>53.816,47</b>
Materia Prima	27.083,02	27.448,64	27.819,20	28.194,76	28.575,39	28.961,16
Mano de obra directa	14.995,08	15.197,51	15.402,68	15.610,62	15.821,36	16.034,95
Costo general de fabricación	13.360,63	13.471,99	13.584,84	13.699,22	13.815,15	8.820,36
<b>Mano de obra indirecta</b>	<b>4.998,36</b>	<b>5.065,84</b>	<b>5.134,23</b>	<b>5.203,54</b>	<b>5.273,79</b>	<b>5.344,98</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>20.665,21</b>	<b>26.249,36</b>	<b>33.280,52</b>	<b>33.988,01</b>	<b>34.707,99</b>	<b>40.552,97</b>
<b>Gastos de operación</b>						

Gastos Administrativos y de Ventas	17.395,08	13.041,00	13.497,44	13.969,85	14.458,79	14.459,79
<b>UTILIDAD OPERACIONAL.</b>	<b>3.270,13</b>	<b>13.208,36</b>	<b>19.783,08</b>	<b>20.018,16</b>	<b>20.249,20</b>	<b>26.093,18</b>
<b>Gastos financieros</b>						
Intereses	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPA.</b>	<b>3.270,13</b>	<b>13.208,36</b>	<b>19.783,08</b>	<b>20.018,16</b>	<b>20.249,20</b>	<b>26.093,18</b>
15% Participación trabajadores	490,52	1.981,25	2.967,46	3.002,72	3.037,38	3.913,98
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>	<b>2.779,61</b>	<b>11.227,11</b>	<b>16.815,62</b>	<b>17.015,43</b>	<b>17.211,82</b>	<b>22.179,21</b>
Impuesto a la renta 25 %	694,90	2.806,78	4.203,90	4.253,86	4.302,96	5.544,80
<b>UTILIDAD ANTES DE RESERVA</b>	<b>2.084,71</b>	<b>8.420,33</b>	<b>12.611,71</b>	<b>12.761,57</b>	<b>12.908,87</b>	<b>16.634,40</b>
5% Reserva legal	104,24	421,02	630,59	638,08	645,44	831,72
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>1.980,48</b>	<b>7.999,32</b>	<b>11.981,13</b>	<b>12.123,50</b>	<b>12.263,42</b>	<b>15.802,68</b>

*Nota. Información obtenida del proyecto*

La utilidad neta del ejercicio de la empresa avícola productora de huevos muestra una tendencia general al alza durante el período de cinco años, desde 2023 hasta 2028. Iniciando con \$ 1.980,48 a \$ 15.802,68. Estos incrementos sucesivos de la utilidad reflejan un desempeño financiero sólido y creciente de la empresa avícola en el tiempo.

#### **4.6.2 Estado de Situación Financiera**

En el Estado de Situación Financiera se detalla los activos, pasivos y el patrimonio neto que posee la empresa avícola, lo que permite a los propietarios, gerentes e inversionistas comprender la salud financiera y solidez de la productora de huevos. Esta información se detalla a continuación:

**Tabla 4. 7**  
Estado de Situación Financiera Proyectado

Cuentas	Años					
	0	1	2	3	4	5
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>5.231,60</b>	<b>10.661,94</b>	<b>21.398,88</b>	<b>35.613,11</b>	<b>49.018,77</b>	<b>62.563,74</b>
<u>Disponible</u>						
Caja-Bancos	5.231,60	10.661,94	21.398,88	35.613,11	49.018,77	62.563,74
<b>ACTIVO FIJO</b>	<b>19.248,92</b>	<b>18.322,02</b>	<b>17.395,13</b>	<b>16.468,23</b>	<b>15.541,34</b>	<b>14.614,44</b>
<u>No depreciable</u>						
Terrenos	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00
<u>Depreciable</u>						
Edificios	3.485,92	3.311,62	3.137,33	2.963,03	2.788,74	2.614,44
Maquinaria y equipos	686,00	548,80	411,60	274,40	137,20	0,00
Muebles y enseres	1.940,00	1.552,00	1.164,00	776,00	388,00	0,00
Equipo de Computo	1.137,00	909,6	682,2	454,8	227,4	0
<b>OTROS ACTIVOS</b>	<b>3.312,45</b>	<b>1.280,00</b>	<b>960,00</b>	<b>640,00</b>	<b>320,00</b>	<b>0,00</b>
<u>Diferidos</u>						
Gastos de instalación	\$ 600,00	\$ 480,00	\$ 360,00	\$ 240,00	\$ 120,00	-
Gastos de construcción	\$ 1.000,00	\$ 800,00	\$ 600,00	\$ 400,00	\$ 200,00	-
Fondos	1.712,45	-	-	-	-	-
Gastos de preoperacion	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL, ACTIVO</b>	<b>27.792,96</b>	<b>30.263,96</b>	<b>39.754,01</b>	<b>52.721,34</b>	<b>64.880,11</b>	<b>77.178,18</b>
<b>PASIVO</b>						
<u>A corto plazo</u>						
15% participación Trab.	-	490,52	1.981,25	2.967,46	3.002,72	3.037,38
<u>A largo plazo</u>						
Documentos por pagar	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL, PASIVO</b>	<b>0,00</b>	<b>490,52</b>	<b>1.981,25</b>	<b>2.967,46</b>	<b>3.002,72</b>	<b>3.037,38</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital social	27.792,96	27.792,96	27.792,96	27.792,96	27.792,96	27.792,96
Utilidad acumulada		0	1.980,48	9.979,79	21.960,92	34.084,41
Utilidad del ejercicio		1.980,48	7.999,32	11.981,13	12.123,50	12.263,42
<b>TOTAL, PATRIMONIO</b>	<b>27.792,96</b>	<b>29.773,44</b>	<b>37.772,76</b>	<b>49.753,88</b>	<b>61.877,38</b>	<b>74.140,80</b>

<b>TOTAL, PASIVO Y PATR.</b>	<b>27.792,96</b>	<b>30.263,96</b>	<b>39.754,01</b>	<b>52.721,35</b>	<b>64.880,10</b>	<b>77.178,18</b>
------------------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

*Nota. Información obtenida del proyecto*

#### 4.6.3 Estado de Flujo de Efectivo

El Estado de Flujo de Efectivo permite gestionar adecuadamente las entradas y salidas de dinero durante un periodo específico (Restrepo, 2023). Para la avícola, el estado de flujo de efectivo es crucial para monitorear la capacidad de generar efectivo a partir de las operaciones comerciales, así como para evaluar la necesidad de financiamiento externo o la disponibilidad de fondos para inversiones y expansiones futuras.

**Tabla 4. 8**  
*Estado de Flujo de Efectivo Proyectado*

	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>A. INGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>0</b>	<b>81.102,31</b>	<b>82.367,51</b>	<b>90.087,24</b>	<b>91.492,61</b>	<b>92.919,89</b>
Ingresos por Ventas		81.102,31	82.367,51	90.087,24	91.492,61	92.919,89
<b>B. EGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>0</b>	<b>72.833,82</b>	<b>69.159,14</b>	<b>70.304,16</b>	<b>71.474,45</b>	<b>72.670,69</b>
Materia Prima		27.083,02	27.448,64	27.819,20	28.194,76	28.575,39
Mano de Obra Directa		14.995,08	15.197,51	15.402,68	15.610,62	15.821,36
Costos Indirectos de fabricación		13.360,63	13.471,99	13.584,84	13.699,22	13.815,15
Gastos Administrativos y ventas		17.395,08	13.041,00	13.497,44	13.969,85	14.458,79
<b>C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)</b>	<b>0</b>	<b>8.268,49</b>	<b>13.208,36</b>	<b>19.783,08</b>	<b>20.018,16</b>	<b>20.249,20</b>
<b>D. INGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>27.792,96</b>	<b>5.112,27</b>	<b>5.112,27</b>	<b>5.112,27</b>	<b>5.112,27</b>	<b>5.112,27</b>
Créditos a contratarse a corto plazo						
Créditos a contratarse a largo plazo	0,00					
Futuras capitalizaciones						
Aportes de capital	27.792,96					

Depreciación		\$ 4.449,78	\$ 4.449,78	\$ 4.449,78	\$ 4.449,78	\$ 4.449,78
Amortización		\$ 662,49	\$ 662,49	\$ 662,49	\$ 662,49	\$ 662,49
<b>E. EGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>77.041,88</b>	<b>1.185,42</b>	<b>4.788,03</b>	<b>7.171,37</b>	<b>7.256,58</b>	<b>7.340,34</b>
Pago de intereses		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pago de créditos a corto plazo						
Pago de créditos a largo plazo		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pago participación de utilidades		490,52	1.981,25	2.967,46	3.002,72	3.037,38
Pago de impuestos		694,90	2.806,78	4.203,90	4.253,86	4.302,96
Adquisición de activos fijos	34.248,92					
Terrenos	12.000,00					
Edificios	3.485,92					
Vehículo	15.000,00					
Maquinaria y equipos	686,00					
Muebles y enseres	1.940,00					
Equipo de Cómputo	1.137,00					
Cargos Diferidos	3.312,45					
Capital de Trabajo	5.231,60					
<b>F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)</b>	<b>0</b>	<b>3.926,85</b>	<b>324,24</b>	<b>-2.059,09</b>	<b>-2.144,31</b>	<b>-2.228,06</b>
<b>G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)</b>	<b>0</b>	<b>12.195,34</b>	<b>13.532,60</b>	<b>17.723,99</b>	<b>17.873,85</b>	<b>18.021,14</b>
<b>H. SALDO INICIAL DE CAJA</b>	<b>0</b>	<b>5.231,60</b>	<b>17.426,94</b>	<b>30.959,55</b>	<b>48.683,53</b>	<b>66.557,38</b>
<b>I. SALDO FINAL DE CAJA</b>	<b>0</b>	<b>17.426,94</b>	<b>30.959,55</b>	<b>48.683,53</b>	<b>66.557,38</b>	<b>84.578,52</b>

*Nota. Información obtenida del proyecto*

#### 4.6.4 Evaluación Económica

La evaluación financiera se refiere al análisis que compara la inversión inicial, valorada precios actuales en el año cero de inicio, con las ganancias o flujo del proyecto ajustadas salvo la presente (Mexicali, 2021). Esta Evaluación permite a los propietarios y gerentes de la avícola comprender el rendimiento financiero de la empresa evaluando el retorno de la inversión y determinando la tasa de rentabilidad a lo largo del tiempo.

#### 4.6.5 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento

La tasa aceptable mínima de rendimiento (TMAR) es un parámetro esencial que se debe utilizar en la creación de la avícola para evaluar la rentabilidad y viabilidad del proyecto. Esta tasa representa el retorno mínimo que la empresa espera obtener de una inversión para justificar el riesgo asociado. En el contexto avícola, donde las inversiones pueden ser significativas, la TMAR sirve como una clave de referencia para evaluar proyectos de expansión, adquisiciones de equipos o tecnología, y otras iniciativas de inversión. Por lo tanto, al establecer una TMAR adecuada, la avícola puede evaluar el potencial de retorno de las inversiones y compararlo con otras oportunidades disponibles en el mercado. La TMAR se calcula sumando la tasa de inflación y el riesgo país.

*Tabla 4. 9*  
*Cálculo de la TMAR*

<b>COSTO DEL CAPITAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
INFLACIÓN	1,35%
RIESGO DEL NEGOCIO	20,16%
<b>TMAR</b>	<b>21,51%</b>

*Nota.* Adaptado de INEC (2023).



La TMAR se compone de dos componentes principales: la tasa de inflación, que representa el aumento generalizado de precios en la economía, y el riesgo asociado con el negocio en sí. La inflación, establecida en un 1,35% a diciembre del 2023, refleja el impacto esperado de los cambios en los precios durante el período de inversión. Por otro lado, el riesgo del negocio, estimado en un 20,16% a diciembre de 2023, tiene en cuenta la incertidumbre y la volatilidad inherentes a la actividad avícola. La combinación de estos factores determina la TMAR, establecida en un 21,51%.

#### **4.6.6 (VAN) Valor actual neto y (TIR) Tasa interna de retorno**

El Valor Actual Neto (VAN) calcula la diferencia entre los flujos de efectivo futuros generados por un proyecto y el costo inicial de la inversión, descontando esos flujos de efectivo al valor presente (Sapag et al., 2014). Mientras que, la Tasa Interna de Retorno (TIR) representa la tasa de rendimiento que iguala el valor presente neto (VAN) de los flujos de efectivo de un proyecto a cero, lo que significa que es el rendimiento mínimo que debe ofrecer un proyecto para ser considerado viable (Baca, 2013).

**Tabla 4. 10**  
*Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno*

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJOS DE EFECTIVO</b>
0	-42.792,96
1	12.195,34
2	13.532,60
3	17.723,99
4	17.873,85
5	18.021,14
<b>VAN</b>	\$1.062,34
<b>TIR</b>	22,80%

*Nota. Información obtenida del proyecto*

El VAN positivo señala que los flujos de efectivo futuros generados por la avícola superan el costo inicial de la inversión, lo que implica que el proyecto genera un retorno financiero positivo. Por otro lado, la TIR del 22,80% muestra que el proyecto ofrece un rendimiento significativo sobre la inversión inicial, superando probablemente la tasa de descuento utilizada para evaluar el proyecto.

### **Periodo Promedio de Recuperación (PPR)**

El Periodo Promedio de Recuperación se utiliza para evaluar el tiempo que tarda un proyecto en recuperar la inversión inicial (Córdoba, 2011). Al calcular el PPR, la avícola puede determinar si el proyecto de factibilidad es financieramente viable y cuánto tiempo se tardará en recuperar los fondos invertidos. El cálculo del PPR se lo realiza con la siguiente fórmula:

$$PRI = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\frac{\sum \text{Flujo Neto de Efectivo}}{\text{número de años}}}$$

$$PRI = \frac{42.792,96}{\frac{79.346,93}{5}}$$

$$PRI = 2,70 \text{ años}$$

La inversión inicial realizada se recuperará en aproximadamente 2 años y 8 meses y 11 días. En este caso, un PPR de 2,70 años sugiere que la avícola puede esperar recuperar su inversión en un tiempo relativamente corto, lo que refleja una eficiencia financiera y una gestión sólida del proyecto.

### **Análisis de Sensibilidad**

El análisis de sensibilidad permite a los gerentes comprender las variaciones que podrían afectar a la rentabilidad y la viabilidad del negocio. Este análisis examina diferentes escenarios y sus impactos en los indicadores financieros como el VAN, la TIR y el PPR.

*Tabla 4. 11  
Análisis de Sensibilidad*

<b>VARIABLES</b>	<b>TMAR</b>	<b>TIR</b>	<b>VAN</b>	<b>PRI</b>	<b>R B/C</b>	<b>RESULTADO</b>
Proyecto	21,51%	22,80%	1.062,34	2,70	1,21	VIABLE
Precio de venta (-10%)	21,51%	5,88%	-12.043,14	4,16	1,09	NO VIABLE
Costo de Materias Primas (+10%)	21,51%	17,43%	-3.326,19	3,05	1,17	NO VIABLE
Costo de mano de obra y salarios (+10%)	21,51%	18,95%	-2.117,76	2,93	1,18	NO VIABLE
Volumen de ventas (+10%)	21,51%	37,88%	14.167,82	1,99	1,33	VIABLE

*Nota. Información obtenida del proyecto*

En este caso, se evaluaron variaciones en el precio de venta, el costo de las materias primas, el costo de mano de obra y salarios, así como el volumen de ventas. Se observa que el proyecto es viable según los valores base de la TMAR, TIR, VAN, PRI y el índice de rentabilidad B/C. Sin embargo, las sensibilidades muestran que el proyecto es más sensible a reducciones en el precio de venta y aumentos en el costo de las materias primas, lo que resultaría en un VAN negativo y una disminución en la TIR, lo que indica su susceptibilidad a cambios en estas variables. Por otro lado, el aumento en los costos de mano de obra y salarios y la disminución en el volumen de ventas tienen un impacto menos significativo en las métricas financieras del proyecto, lo que sugiere una menor sensibilidad a estas variables.

#### ***4.6.7 Análisis de Indicadores Financieros***

El análisis de indicadores financieros ayuda a la avícola a identificar posibles problemas financieros y a implementar estrategias correctivas para optimizar su rendimiento y asegurar su viabilidad a largo plazo en el mercado avícola.

Tabla 4. 12  
Indicadores Financieros

INDICADOR	FORMULA	RESULTADO	1	2	3	4	5
<b>1. RAZONES DE LIQUIDEZ</b>							
1.1. Capital Neto de Trabajo	Activo Corriente - Pasivo Corriente	\$	10.171,42	19.417,63	32.645,65	46.016,05	59.526,36
1.2. Índice de Solvencia	$\frac{\text{Activo Circulante}}{\text{Pasivo Circulante}}$	Veces	21,74	10,80	12,00	16,32	20,60
<b>2. RAZONES DE ACTIVIDAD</b>							
2.1. Rotación de Activos Fijos	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activos fijos}}$	Veces	4,43	4,74	5,47	5,89	6,36
2.2. Rotación de Activos Totales	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activos totales}}$	Veces	2,68	2,07	1,71	1,41	1,20
<b>3. RAZONES DE RENTABILIDAD</b>							
3.1. Margen de utilidad Bruta	$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas}} \times 100$	%	25,48	31,87	36,94	37,15	37,35
3.2. Margen de Utilidad Operacional	$\frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Ventas}} \times 100$	%	4,03	16,04	21,96	21,88	21,79

3.3. Margen de Utilidad Neta	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} \times 100$	%	2,44	9,71	13,30	13,25	13,20
3.4. Rendimiento de la Inversión	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}} \times 100$	%	7,13	26,43	30,14	23,00	18,90
3.5. Rendimiento del Patrimonio	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}} \times 100$	%	6,65	21,18	24,08	19,59	16,54
3.5. Rendimiento Financiero	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Propio}} \times 100$	%	7,13	28,78	43,11	43,62	44,12
<b>4. RAZONES DE ENDEUDAMIENTO</b>							
4.1. Razón de Endeudamiento Externo	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} \times 100$	%	0,00	1,62	4,98	5,63	4,63
4.2. Razón de Endeudamiento Interno	$\frac{\text{Patrimonio Total}}{\text{Activo Total}} \times 100$	%	98,38	95,02	94,37	95,37	96,06

*Nota. Información obtenida del proyecto*

La tabla presenta una serie de indicadores financieros esenciales para evaluar la salud y la eficiencia operativa de una avícola. Entre ellos, se destacan medidas de liquidez, actividad, rentabilidad y endeudamiento. En cuanto a la liquidez, se observa un incremento progresivo en el capital neto de trabajo, indicando una mejora en la capacidad de la avícola para cubrir sus obligaciones a corto plazo. Además, el índice de solvencia muestra un aumento constante a lo largo de los periodos evaluados, reflejando una mayor capacidad para cumplir con las obligaciones financieras.

Por otro lado, las razones de actividad como la rotación de activos fijos y totales indican una eficiencia en la utilización de los recursos para generar ventas. Sin embargo, se evidencia una disminución gradual en la rotación de activos totales, lo que puede requerir una revisión en la gestión de los activos. En cuanto a la rentabilidad, los márgenes de utilidad bruta, operacional y neta muestran un incremento consistente, lo que sugiere una mejora en la eficiencia operativa y la generación de ganancias. En cuanto al endeudamiento, tanto la razón de endeudamiento externo como interno exhiben una tendencia decreciente, lo que indica una menor dependencia de la financiación externa y una mayor estabilidad financiera.

### **Impacto del Proyecto**

La puesta en marcha de la avícola generaría nuevas fuentes de empleo, desde la contratación de personal para el cuidado de las aves hasta la logística de distribución. Además, al impulsar la producción local de huevos, el proyecto puede reducir la dependencia de importaciones y contribuir a la estabilidad y autonomía alimentaria en la región. Por otro lado, el proyecto también puede tener un impacto positivo en las comunidades locales al fomentar el desarrollo económico y generar oportunidades de crecimiento para los pequeños productores avícolas. Además, la avícola podría implementar prácticas sostenibles y éticas,

promoviendo el bienestar animal y respetando el medio ambiente. En conjunto, el proyecto de la avícola no solo busca generar beneficios económicos, sino también contribuir al desarrollo sostenible y al fortalecimiento de la seguridad alimentaria en la región.

### **Impacto Ambiental**

La creación de una avícola productora de huevos tiene impactos ambientales en los cuales se encuentran la gestión de los desechos, el consumo de recursos naturales y el potencial de contaminación. La producción avícola genera una cantidad considerable de residuos orgánicos, como estiércol y plumas, que pueden contaminar el suelo y el agua si no se gestionan adecuadamente. Es esencial implementar sistemas de gestión de residuos eficientes, como el compostaje, para reducir el impacto ambiental negativo y aprovechar los desechos como fertilizantes orgánicos. Además, el consumo de recursos naturales, como el agua y los piensos, debe ser monitoreado y optimizado para minimizar la huella ambiental del proyecto, debiéndose implementar prácticas de conservación del agua y estrategias de alimentación sostenible para reducir el uso de recursos y mitigar el impacto ambiental.

En conclusión, la creación de una avícola productora de huevos es viable. Con un Valor Actual Neto (VAN) de \$1.062,34 indica que el proyecto generará un retorno positivo sobre la inversión inicial, teniendo en cuenta el valor del dinero en el tiempo. También, la Tasa Interna de Retorno (TIR) del 22,80% muestra la rentabilidad del proyecto, superando la tasa mínima aceptable de rendimiento. Además, el Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) de 2 años 8 meses y 11 días señala el tiempo que tardará la empresa en recuperar la inversión inicial. Por último, el Costo Beneficio de 1.21 indica que por cada unidad monetaria invertida se obtendrá un retorno de 1.21 unidades monetarias.



## CONCLUSIONES

El proyecto de factibilidad para la creación de la una planta avícola nos ha permitido ver la viabilidad de la idea de negocio mediante factores como el estudio de mercado, evaluación técnica, financiera, económica y social. De esta manera se ha podido obtener información necesaria para determinar el mercado potencial del dicho proyecto lo cual se ha conformado con algunas preguntas como, ¿De cuantas personas consta la familia donde vive? ¿El huevo es un alimento que está al alcance de su economía? ¿Considera usted que el huevo es un alimento nutritivo? ¿Hay algún miembro de su familia que no come huevo? ¿Considera que el huevo se puede utilizar en diversidad de platos? ¿Cuándo consume huevos? ¿Qué cantidad de huevos compra? ¿Dónde prefiere comprar los huevos? ¿Consideraría que te convendría tener una avícola cerca de tu domicilio?, lo que ha permitido obtener información para los cálculos de la oferta y la demanda.

Se ha realizado de manera minuciosa la estructura de la parte administrativa, se ha determinado estrategias de venta y comercialización, incluyendo la distribución de la planta junto con el flujograma de procesos, a la vez se ha determinado el estado financiero para realizar las proyecciones a un futuro.

Finalmente, de esta investigación tratándose de un proyecto de factibilidad sabemos bien que el mayor objetivo ha sido identificar si es o no factible implementar la avícola en la comuna Maca Grande, entonces una vez que el VAN sea mayor que cero y el TIR sea mayor que la TMAR, en la realización de estudio financiero, económico con una  $VAN= 1.062,34$  y  $TIR=22,80\% > TMAR= 21,51\%$  lo que nos dice que el proyecto es factible implementar.

## RECOMENDACIONES

Una vez implementado la avícola se debe enfocar en la identificación de necesidades del público objetivo para establecer relaciones sólidas y a la vez mantener su lealtad. También las empresas deben establecer precios muy competitivos que reflejen la calidad del producto.

Se recomienda seguir muy de cerca el comportamiento del mercado y realizar muchos ajustes estratégicos según sea muy necesario para mantener la competitividad y el crecimiento sostenible en el tiempo.

Finalmente, la empresa debe optimizar procesos y a la vez seguir planteando nuevas estrategias de márketing a un futuro con una idea prospectiva considerando que la tecnología está en su etapa de crecimiento.

## BIBLIOGRAFÍA

AITECO. (14 de ABRIL de 2017). *AITECO*. Obtenido de AITECO:  
[https://www.aiteco.com/diagrama-de-flujo/#google\\_vignette](https://www.aiteco.com/diagrama-de-flujo/#google_vignette)

Akbar, R. (2 de marzo de 2021). *Asesoría financiera personal*. Obtenido de Asesoría financiera personal: <https://www.rpjmconsultoria.com/post/macro-y-micro-localizacion>

Alderete, A., & Rodriguez, M. (Marzo de 2016). *Estudio de mercado*. Obtenido de Estudio de mercado:  
[http://www.profesoresuniversitarios.org.mx/catedra\\_ciencia\\_international\\_journal/0024\\_estudios\\_de\\_mercado\\_opinion\\_empresarios.pdf](http://www.profesoresuniversitarios.org.mx/catedra_ciencia_international_journal/0024_estudios_de_mercado_opinion_empresarios.pdf)

Aponte. (2015). *Tesis Uta*. Obtenido de Tesis Uta:  
<http://biblioteca.uteg.edu.ec:8080/bitstream/handle/123456789/1157/Plan%20Estrat%C3%A9gico%20de%20innovaci%C3%B3n%20en%20el%20%20C3%A1rea%20de%20producci%C3%B3n%20para%20mejorar%20la%20rentabilidad%20econ%C3%B3mica%20de%20la%20Industria%20Av%20C3%ADcola%20GEN>

Arechavaleta. (2015). *Redalyc*. Obtenido de Redalyc:  
<https://www.redalyc.org/journal/6378/637869117010/637869117010.pdf>

Arechavaleta. (2015). *Redalyc*. Obtenido de Redalyc:  
<https://www.redalyc.org/journal/6378/637869117010/637869117010.pdf>

- Arias. (2006). *Metodología de Investigación*. Obtenido de Metodología de investigación:  
<https://virtual.urbe.edu/tesispub/0092660/cap03.pdf>
- Armstrong, K. y. (2007). *Recal*. Obtenido de Recal:  
<https://www.redalyc.org/journal/6379/637968300004/html/>
- Baca, G. (2002). *Evaluación de proyectos*. Obtenido de Evaluación de proyectos:  
<http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/lote01/Cabrera-Jose.pdf>
- Baca, U. (2010). *Análisis de mercado y comercialización*. Obtenido de Análisis de mercado y comercialización : <http://web.uqroo.mx/archivos/jlesparza/UnidadII-ACPSC-137.pdf>
- Bautista. (2010). *Presentaciones electrónicas*. Obtenido de Presentaciones electrónicas:  
[https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P\\_Presentaciones/index.html](https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/index.html)
- Brigham, Eugene, & Houston. (2006). *Fundamentos de administración financiera*. Obtenido de Fundamentos de administración financiera:  
[http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_nlinks&ref=2456011&pid=S1315-9984200900040000900001&lng=es](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=2456011&pid=S1315-9984200900040000900001&lng=es)
- Chaese, & Alquilano. (2014). *Administración de distribución y operaciones*. Obtenido de Administración de distribución y operaciones:  
<https://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/auprides/30060/capitulo%201.pdf>
- Corillo , F. (6 de octubre de 2015). *Estudio de localización*. Obtenido de Estudio de localización:  
[https://dicyt.uajms.edu.bo/revistas/index.php/ventana-cientifica/article/view/8/8#:~:text=a\)%20Macro%2D%20localizaci%C3%B3n%3B%20Consiste,y%20urbano%20de%20alguna%20regi%C3%B3n](https://dicyt.uajms.edu.bo/revistas/index.php/ventana-cientifica/article/view/8/8#:~:text=a)%20Macro%2D%20localizaci%C3%B3n%3B%20Consiste,y%20urbano%20de%20alguna%20regi%C3%B3n)

Cruz y Duran. (2002). *Ade y economia*. Obtenido de Ade y economia:  
<https://blogs.udima.es/administracion-y-direccion-de-empresas/libros/introduccion-a-la-organizacion-de-empresas-2/unidad-didactica-9-tamano-concentracion-y-crecimiento-de-la-empresa/1-introduccion-concepto-de-tamano-y-crecimiento-de-la-empresa/>

Dominguez, A. (marzo de 2015). *Repositorio Institucional*. Obtenido de Repositorio Institucional: <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/62621>

Espiñeira. (2010). *Adopcion de veniif*. Obtenido de Adopcion de veniif.

Estrada , A. (2015). Obtenido de  
<https://repositorio.uteq.edu.ec/server/api/core/bitstreams/b05ae73b-cd95-491c-b879-bd42e3e7deae/content>

Estrada, A. (2015). Estudio de factibilidad para la creacion de una granja avicola en el sector marañon, canton mocache 2015. (*Tesis de licenciatura*). Universidad Tecnica Estatal de Quevedo, Quevedo.

Fabiola, M. (2020). *Ventana Cientifica*. Obtenido de Ventana Cientifica:  
<https://dicyt.uajms.edu.bo/revistas/index.php/ventana-cientifica/article/view/8#:~:text=La%20localizaci%C3%B3n%20tiene%20por%20objetivo,se%20trata%20de%20un%20proyecto>

Fajardo, & Soto. (2018). *Dialnet-indicadores*. Obtenido de Dialnet-indicadores:  
[file:///C:/Users/TOSHIBA/Downloads/Dialnet-IndicadoresFinancierosYSuRelacionConLaTomaDeDecisi-9152110%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/TOSHIBA/Downloads/Dialnet-IndicadoresFinancierosYSuRelacionConLaTomaDeDecisi-9152110%20(1).pdf)

Flores. (mayo de 2010). *Trabajo de investigacion*. Obtenido de Trabajo de investigacion: [https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2197/victor%20rafael\\_henry%20sucelli\\_trabajo%20de%20investigacion\\_bachiller\\_2019.pdf?sequence=1&isallowed=y](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2197/victor%20rafael_henry%20sucelli_trabajo%20de%20investigacion_bachiller_2019.pdf?sequence=1&isallowed=y)

Gitman , & Zutter. (2012). *Principios de la administracion*. Obtenido de Principios de la administracion : <https://es.scribd.com/doc/315641936/1-Principios-de-Administracion-Financiera12edi-Gitman>

Guajardo. (2005). *Fundamentacion teorica* . Obtenido de Fundamentacion teorica: <https://virtual.urbe.edu/tesispub/0092937/cap02.pdf>

Hernandez, J. (3 de Noviembre de 2005). *Tecnica de analisis financiero*. Obtenido de Tecnica de analisis financiero: <https://gestiopolis.com/tecnicas-de-analisis-financiero-los-indicadores-financieros/>

J, M. (2012). *Costa Rica*. Obtenido de Costa Rica: <https://www.concrc.org/huevo-de-gallina-partes-y-valor-nutricional/>

Kaplan, R., & Norton, D. (16 de Mayo de 2020). *Libro de finanzas*. Obtenido de Libro de finanzas: <https://www.librodefinanzas.com/2020/05/van-valor-actual-neto.html>

Klother, Armstrong. (2003). Obtenido de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lad/flores\\_c\\_jd/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/flores_c_jd/capitulo2.pdf)

Lamotte, S. (19 de Julio de 2021). *CNN*. Obtenido de CNN: <https://cnnespanol.cnn.com/2021/07/19/comer-huevos-todos-los-dias-bueno-malo-salud/>

Llamas, J. (2012). *economipedia*. Obtenido de economipedia:  
<https://economipedia.com/definiciones/maquinaria.html>

Lopez, E. (julio de 2013). *Informacion Financiera y estados financieros*. Obtenido de Informacion Financiera y estados financieros:  
<https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/12899/CP2013%20G363c.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=De%20acuerdo%20al%20autor%20Elizondo,y%20aplicaci%C3%B3n%20de%20recursos%20materiales>.

Luis. (21 de diciembre de 2021). *Salud animal*. Obtenido de Salud animal:  
<https://www.universodelasaludanimal.com/avicultura/que-enfermedades-de-las-gallinas-de-caracter-respiratorio-afectan-la-cascara-del-huevo/>

Macareñas. (2021). *Redalyc.costo de capital del largo plazo*. Obtenido de Redalyc.costo de capital del largo plazo: <https://www.redalyc.org/pdf/257/25701402.pdf>

Mankiw. (2006). *macroeconomia*. Obtenido de macroeconomia:  
[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_nlinks&pid=S2448-6655202100010006300035&lng=en](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_nlinks&pid=S2448-6655202100010006300035&lng=en)

Martinez, J. (23 de diciembre de 2021). *Inversion inicial requerida*. Obtenido de Inversion inicial requerida: <https://blog.nubox.com/empresas/inversion-inicial-requerida-y-capital-de-trabajo#:~:text=La%20inversi%C3%B3n%20inicial%20para%20el,la%20contrata>

Mendez, B. (2017). Estudio de Pre-factibilidad para la implementacion de una granja de gallinas ponedoras en la provincia de CHINCHA. (*Tesis de Licenciatura*). Univesidad de Lima, Lima.

moya, R. d. (1980). *Universidad Simon Bolivar* . Obtenido de Universidad Simon Bolivar :  
<https://www.redalyc.org/pdf/410/41030203.pdf>

Pardinas. (1991). *SCIELO*. Obtenido de SCIELO:  
[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0040-29152000000100003](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0040-29152000000100003)

Perez. (2007). *tesis epoch*. Obtenido de tesis epoch:  
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/29433/1/Tesis%20153%20Medicina%20Veterinaria%20y%20Zootecnia%20-CD%20625.pdf>

Perez, E. (Marzo de 2010). *bibdigital*. Obtenido de bibdigital:  
<https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/2488/1/CD-3189.pdf>

Perez, E. (2010). Estudio de factibilidad para la produccion y exportacion de huevos industrializados (ovoproductos al mercado autrico con perspectiva de crecimiento hacia otros mercados. (*Tesis de licenciatura*). Escuela Politecnica Nacional.

Quiles. (2005). *Tesis Epoch*. Obtenido de Tesis Epoch:  
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/29433/1/Tesis%20153%20Medicina%20Veterinaria%20y%20Zootecnia%20-CD%20625.pdf>

Roa. (2019). *Universidad estatal de Guayaquil* . Obtenido de Universidad estatal de Guayaquil :  
<https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/3682/1/TESIS%20ULTIMA%20KARLA%20MORAN%20FINAL.pdf>



- Rodriguez, & Lopez. (2016). *studocu*. Obtenido de studocu:  
<https://www.studocu.com/pe/document/universidad-tecnologica-del-peru/auditoria-de-sistemas-informaticos/f-lujo-de-caja-trabajo-hecho/36630945>
- Rosales. (2005). *Estudio tecnico*. Obtenido de Estudio tecnico:  
[https://tomi.digital/es/107538/estudio-tecnico?utm\\_source=google&utm\\_medium=seo](https://tomi.digital/es/107538/estudio-tecnico?utm_source=google&utm_medium=seo)
- Rosales. (2005). *Estudio tecnico*. Obtenido de Estudio tecnico:  
[https://tomi.digital/es/107538/estudio-tecnico?utm\\_source=google&utm\\_medium=seo](https://tomi.digital/es/107538/estudio-tecnico?utm_source=google&utm_medium=seo)
- Sabino. (1986). *Metodologia de la investigacion*. Obtenido de Metodologia de la investigacion:  
<https://bianneygiraldo77.wordpress.com/category/capitulo-iii/>
- Sanchez, J. (30 de agosto de 2020). *economipedia*. Obtenido de economipedia:  
<https://economipedia.com/definiciones/demanda-potencial.html>
- Tamayo. (2007). *eudment.net*. Obtenido de eudment.net: [https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/metodologia\\_cuantitativa.html#:~:text=La%20metodolog%C3%A Da%20cuantitativa%20de%20acuerdo,o%20fen%C3%B3meno%20objeto%20de%20 estudio.](https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/metodologia_cuantitativa.html#:~:text=La%20metodolog%C3%A Da%20cuantitativa%20de%20acuerdo,o%20fen%C3%B3meno%20objeto%20de%20 estudio.)
- Toledo, N. (2006). *Poblacion y Muestra*. Obtenido de Poblacion y Muestra:  
<https://core.ac.uk/download/pdf/80531608.pdf>
- Torres, D. (18 de abril de 2022). *Hubspot*. Obtenido de Hubspot:  
<https://blog.hubspot.es/sales/analisis-demanda#:~:text=El%20an%C3%A1lisis%20de%20la%20demanda%20es%20el%20 proceso%20de%20entender,y%20generar%20los%20resultados%20esperados.>

Urtecho Aguilar, A. (14 de abril de 2019). *Metodologuia del proyecto*. Obtenido de Metodologuia del proyecto:  
<https://proyectoslean.wixsite.com/emprendimientolean/post/tama%C3%B1o-del-proyecto>

Valarezo, B. (2016). *Redalyc*. Obtenido de Redalyc:  
<https://www.redalyc.org/pdf/3604/360448031009.pdf>