



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TESIS DE GRADO

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN PLANTEL
AVÍCOLA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
HUEVOS BAJO UN RÉGIMEN DE ALIMENTACIÓN SIN QUÍMICOS
EN EL SECTOR DE LASSO PROVINCIA DE COTOPAXI**

Tesis presentada previa a la obtención del Título de Ingeniero Comercial

Autores:

Bermeo Tapia Norma Karina

Cisneros Amores Mayra Paola

Director:

Mgs. Merino Zurita Milton Marcelo

Latacunga – Ecuador

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación “PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN PLANTEL AVÍCOLA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HUEVOS BAJO UN RÉGIMEN DE ALIMENTACIÓN SIN QUÍMICOS EN EL SECTOR DE LASSO PROVINCIA DE COTOPAXI”, son de exclusiva responsabilidad de los autores .

.....

Bermeo Tapia Norma Karina

C.I. 050315952-7

.....

Mayra Paola Cisneros Amores

C.I. 050318184-4

AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el tema: “PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN PLANTEL AVÍCOLA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HUEVOS BAJO UN RÉGIMEN DE ALIMENTACIÓN SIN QUÍMICOS EN EL SECTOR DE LASSO PROVINCIA DE COTOPAXI”, de Bermeo Tapia Norma Karina y Cisneros Amores Mayra Paola, postulantes de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas, Carrera de Ingeniería Comercial, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Tesis que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Febrero del 2011

El Director

.....
Mgs. Merino Zurita Milton Marcelo

AGRADECIMIENTO

A Dios por haberme bendecido, fortalecido y guiado durante mi carrera universitaria, a mis padres queridos por brindarme su apoyo incondicional que gracias a ellos e culminado esta etapa de mi vida y han estado cuando más los he necesitado ya que han sido un pilar primordial.

Karina

AGRADECIMIENTO

La culminación de este proyecto agradezco a Dios por bendecirme cada día de mi vida, a mis adorados padres Mercedes y Raúl por haberme apoyado en el transcurso de mi carrera universitaria con cariño y responsabilidad y a mis hermanos, Maximiliano, Adrián y John por impulsarme a seguir adelante

Mayra

AGRADECIMIENTO

Primeramente queremos agradecer a la Universidad Técnica de Cotopaxi por darnos la oportunidad de lograr dentro de sus aulas nuestros más grandes sueños, a nuestros docentes gracias por brindarnos todos sus conocimientos, los mismos que nos han permitido desarrollarnos como sujetos activos dentro de la sociedad ya que sin ellos no hubiese sido posible lograr este objetivo.

Al Mgs. Milton Merino Zurita quien nos brindó su amistad, su tiempo y su conocimientos en la dirección de tesis.

Karina y Mayra

DEDICATORIA

El presente proyecto lo dedico a Dios, a mis padres, hermanos y sobre todo a mi hija Andrea Carolina quien ha sido mi impulso y fortaleza para salir adelante lo que ha permitido que hoy culmine esta etapa importante en mi vida.

Karina

DEDICATORIA

Mi tesis la dedico con todo amor y cariño a mis padres por brindarme su apoyo incondicional en los momentos buenos y malos de mi vida y principalmente a mi princesita Estefany Camila quien ha sido mi fuerza para seguir adelante con mis proyectos de vida, a mi esposo por apoyarme en la culminación de mi tesis y a mis hermanos.

Mayra



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

Latacunga – Ecuador

TEMA: “PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN PLANTEL AVÍCOLA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HUEVOS BAJO UN RÉGIMEN DE ALIMENTACIÓN SIN QUÍMICOS EN EL SECTOR DE LASSO PROVINCIA DE COTOPAXI”

Autores:

Bermeo Tapia Norma Karina

Cisneros Amores Mayra Paola

RESUMEN

El tema de estudio realizado consiste en generar alternativas que contribuyan el crecimiento y desarrollo de nuestro país ya que el mismo cuenta con recursos necesarios que pueden ser aprovechados de mejor manera, por esta razón nos vemos involucradas en dar solución a la problemática que se basa en determinar el beneficio de la creación de una empresa productora y comercializadora de huevos orgánicos ubicada en el sector de Lasso y comercializado en la ciudad de Latacunga.

El objetivo general de este proyecto es determinar si el negocio de producción y comercialización de huevos es rentable de tal forma que amerite la estructuración de una empresa formal en el sector de Lasso.

Para comenzar el presente proyecto se realizó encuestas a los consumidores, con la finalidad de determinar la demanda insatisfecha, gustos y preferencias del mercado en la ciudad de Latacunga.

Al haber culminado este proyecto se pudo conocer el gran número de demanda que requiere que sea cubierta, debido a que las empresas existentes no logran cubrir a cabalidad las expectativas que los consumidores esperan, bajo estos parámetros la población está de acuerdo con la implantación de una nueva propuesta encaminada a ofrecer seguridad, calidad y garantía en el producto.

Una vez obtenido esto se procedió a realizar el estudio de mercado, estudio técnico y estudio financiero los mismos que han permitido demostrar que el presente proyecto es factible y por ende rentable



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

Latacunga – Ecuador

THEME: “BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A POULTRY PLANT AND FOR THE COMMERCIALIZATION OF EGGS UNDER A FOOD REGIMEN WHICH DO NOT CONTAIN CHEMICALS IN THE SECTOR OF LASSO, COTOPAXI PROVINCE”.

Authors:

Bermeo Tapia Norma Karina

Cisneros Amores Mayra Paola

SUMMARY

The theme to be studied was carried out in order to generate alternatives that will contribute to the growth and the development of our country because it counts with the necessary resources that can be taken advantage in a better way. That is why we have gotten involved into finding a solution to the problem, which is based on determining the benefit of the creation a poultry and commercialization plant that commercialize organic eggs, the plan is located in LASSO, and commercialization will take place in Latacunga.

The general objective of the project is to determine whether the business is profitable or not so that the construction of the plan will be beneficial in the sector Lasso.

In order to commercialize the present project, some survey was carried out to determine the unsatisfactory demand, likes and preferences in the local market in Latacunga.

By having completed the project, it was possible to get to know the rate of the demand that needs to be covered, due to the fact that the existing enterprises do not meet the demands and the expectations of the consumers totally. Under these parameters of the population, they are agree with the establishment of a new proposal that aims at offering reliability, quality and the guaranty of the product.

Once this was obtained, we proceeded to the market research, the technical study and financial study, which have allowed to show that the present project is feasible and thus profitable.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de la avicultura ecuatoriana durante los últimos años ha sido notoria, a jugado un papel relevante en la generación de empleo y de riqueza, constituyéndose un rubro importante en la economía del sector agropecuario, la globalización de la economía promueve la competitividad de los sectores económicos a fin de que los productos puedan ser ubicados en mejores condiciones de precio y calidad en el mercado.

Ecuador es un país más agrícola que industrial, puesto que tiene una ubicación privilegiada, posee una tierra fértil y un clima muy variado. A pesar de tener un poco extensión territorial genera bastante riqueza. Los sectores agrícolas y avícolas en nuestro país son sectores aun no explotados en su totalidad.

La presente investigación que se realiza está estructurada por el CAPITULO I que hace referencia al Marco Teórico que contiene aspectos afines a la actividad que se pretende realizar; en la cual se anuncia citas textuales de diferentes autores que ayudó a tener una mejor ampliación en nuestros conocimientos que servirá como herramienta indispensable para el correcto desarrollo del proyecto.

El CAPITULO II comprende la investigación de mercados que permite conocer información de las condiciones de la demanda insatisfecha que el presente proyecto podría cubrir, para lo cual se analiza aspectos importantes como: producto, precio, demanda, oferta, comercialización que serán de utilidad para determinar la factibilidad del proyecto.

En el CAPITULO III se diseñó el estudio Técnico que analizó los factores que determinan el tamaño de la empresa, el lugar de ubicación del proyecto, los procesos que se adoptaron para obtener un producto, estructura organizacional, marco legal; en la etapa del estudio económico se dio a conocer el monto a cual ascendió la inversión

y la capacidad financiera a proponerse, presentación de costos e ingresos y estados financieros que permitieron recabar información que se utilizó en la evaluación financiera con la aplicación de los métodos como: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Periodo de Recuperación, Relación Costo Beneficio, Análisis de Sensibilidad que visualizó la factibilidad de poner o no en marcha el proyecto.

Al haber finalizado el estudio se logro determinar la factibilidad económica y social en la creación de un nuevo plantel avícola, con características que logren satisfacer las necesidades que se presentan en los consumidores.

ÍNDICE

PRELIMINARES

	Pag.
Carátula.....	i
Autoría.....	ii
Aval del director de tesis.....	iii
Agradecimiento	iv
Dedicatoria	vii
Resumen.....	ix
Introducción	xiii
Índice.....	xv

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

1.1	Administración	1
1.1.1	Definición	1
1.1.2	Importancia de la Administración.....	2
1.1.3	Características de la Administración.....	2
1.1.4	Etapas del proceso administrativo	4
1.2	Plan de negocios	5
1.3	Estudio de Mercado	5
1.3.1	Importancia del Estudio de Mercado	6
1.4	Demanda	6

1.4.1	Tipos de Demanda.....	7
1.5	Oferta	7
1.6	Precio.....	8
1.6.1	Tipos de precios	9
1.7	Comercialización.....	9
1.7.1	Canales de distribución.....	10
1.8	Estudio Técnico	10
1.8.1	Tamaño óptimo de la planta	11
1.8.2	Factores determinantes en el tamaño del proyecto	11
1.8.2.1	Disponibilidad de Mano de Obra	11
1.8.2.2	Disponibilidad de Materia Prima	12
1.8.3	Localización óptima del proyecto.....	12
1.8.3.1	Macro localización	13
1.8.3.2	Microlocalización	13
1.8.4	Ingeniería del Proyecto	14
1.8.4.1	Proceso productivo.....	15
1.8.4.2	Diagramas de flujo del Proceso Productivo.....	15
1.8.5	Plan Requerimientos materiales	17
1.9	Estudio financiero	17
1.9.1	Componentes de la Inversión.....	18
1.9.1.1	Inversión Fija	18
1.9.1.2	Depreciación	18
1.9.1.3	Inversión Diferida.....	19
1.9.1.4	Amortización	19
1.9.2	Capital de trabajo.....	19
1.9.3	Fuentes de Financiamiento	20
1.9.3.1	Financiamiento Propio	21
1.9.3.2	Financiamiento mediante préstamos.....	21
1.9.4	Costos de operación.....	21
1.9.4.1	Costos Fijos	22

1.9.4.2	Costos Variables	22
1.9.4.3	Costos unitarios de producción	23
1.9.4.4	Punto de Equilibrio	23
1.9.5	Estados financieros	24
1.9.5.1	Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado	24
1.9.5.2	Estado de Situación Financiera.....	25
1.9.5.3	Flujo de Caja.....	25
1.9.6	Evaluación Financiera del Proyecto.....	26
1.9.6.1	Tasa Mínima de Rendimiento Aceptable	26
1.9.6.2	Valor Actual Neto (VAN).....	27
1.9.6.3	Tasa Interna de Retorno.....	28
1.9.6.4	Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)	29
1.9.6.5	Relación Beneficio – Costo	29
1.9.6.6	Análisis de Sensibilidad.....	30

CAPÍTULO II

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.1	Definición del producto	31
2.2	Complementarios y Sustitutivos	31
2.3	Actividades de investigación	32
2.3.1	Problema	32
2.3.2	Justificación.....	33
2.3.3	Objetivos	33
2.3.4	Fuentes de información.....	34
2.3.5	Tipos de investigación.....	35
2.3.6	Investigación cuantitativa.	35
2.3.7	Técnicas de Investigación	35

2.3.8	Instrumentos de investigación	35
2.3.9	Población – Universo	36
2.3.10	Análisis de datos y presentación de resultados	37
2.4	Identificación del Mercado Meta.....	50
2.4.1	Segmentación de Mercado.....	50
2.4.2	Características de los Consumidores	50
2.4.3	Gustos y preferencias	51
2.5	Análisis de la demanda	51
2.5.1	Demanda histórica.....	51
2.5.2	Demanda actual.....	52
2.5.3	Demanda Proyectada.....	52
2.6	Análisis de la Oferta.....	54
2.6.1	Número de competidores en el mercado.....	54
2.6.2	Oferta Histórica.....	55
2.6.3	Oferta Actual.....	55
2.6.4	Oferta Proyectada	56
2.7	Determinación Demanda Insatisfecha	57
2.8	Análisis de precios.....	58
2.8.1	Precios Históricos.....	58
2.8.2	Precios Actuales.....	59
2.8.3	Precios Proyectados	59
2.9	Análisis Comercialización	59

CAPITULO III

ESTUDIO TÉCNICO

3.2	Aspectos legales	63
3.2.1	La razón social.....	63
3.2.2	Misión	63
3.2.3	Visión.....	64
3.2.4	Valores corporativos.....	64
3.2.5	Políticas	65
3.2.6	Estructura organizacional.....	65
3.2.7	Organigrama de la empresa	66
3.2.7.1	Descripción del perfil de puestos.....	66
3.2.9	Localización del proyecto	71
3.2.9.1	Macrolocalización	71
3.2.10	El proceso de producción.....	74
3.2.10.1	Instalaciones.....	74
3.3	Distribución en planta	91
3.3.1	Diseño general de la estructura.....	91
3.4	Requerimientos del proyecto	93
3.5	ESTUDIO FINANCIERO.....	100
3.5.1	Objetivos	100
3.5.1.1	Objetivo General.....	100
3.5.1.2	Objetivo Especifico.....	100
3.5.2	Inversión fija y diferida.....	100
3.5.3	Capital de Trabajo	103
3.5.4	Financiamiento de las inversiones.....	104
3.5.4.1	Financiamiento mediante aportes propios.....	104
3.5.4.2	Financiamiento mediante préstamo.....	104

3.6	Costos anuales proyectados.....	106
3.7	Evaluación financiera del proyecto	113
3.7.1	Tasa Mínima de Rendimiento Aceptable	113
3.7.2	Valor Actual Neto	113
3.7.3	Tasa Interna de Retorno.....	114
3.7.4	Periodo de Recuperación de da Inversión PRI	115
3.7.5	Relación Beneficio – Costo	115
3.8	Conclusiones	1188
3.9	Recomendaciones	119
3.10	Bibliografía	120
3.11	Anexos	121

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1	Características de la administración.....	3
GRÁFICO N° 2	Tipos de administración.....	4
GRÁFICO N° 3	Tipos de demanda	7
GRÁFICO N° 4	Tipos de precios	9
GRÁFICO N° 5	Localización.....	13
GRÁFICO N° 6	Alimentos orgánicos	38
GRÁFICO N° 7	Beneficios alimenticios	39
GRÁFICO N° 8	Consumo de huevos orgánicos.....	40
GRÁFICO N° 9	Plantel avícola de productos orgánicos.....	41
GRÁFICO N° 10	Consumo mensual de huevos	42
GRÁFICO N° 11	Precio por unidad de huevo.....	43
GRÁFICO N° 12	Lugar de compra de huevos	44
GRÁFICO N° 13	Ubicación del plantel avícola.....	45
GRÁFICO N° 14	Conocimiento de la procedencia de los huevos	46
GRÁFICO N° 15	Clasificación de las marcas existentes en el mercado.....	49
GRÁFICO N° 16	Demanda histórica.....	51
GRÁFICO N° 17	Demanda proyectada.....	54
GRÁFICO N° 18	Oferta proyectada.....	57
GRÁFICO N° 19	Precios históricos	58
GRÁFICO N° 20	Logo	60
GRÁFICO N° 21	Marca	63
GRÁFICO N° 22	Organigrama estructural del plantel avícola	66
GRÁFICO N° 23	Ubicación del plantel avícola	72
GRÁFICO N° 24	Croquis de ubicación.....	73
GRÁFICO N° 25	Estructura del galpón	74
GRÁFICO N° 26	Diagrama de flujo de procesos (crianza).....	75

GRÁFICO N° 27	Galpón de ingreso de 1 día de edad	76
GRÁFICO N° 28	Galpón de producción	76
GRÁFICO N° 29	Diagrama de flujo de procesos (alimentación)	77
GRÁFICO N° 30	Alimentación.....	78
GRÁFICO N° 31	Comederos	78
GRÁFICO N° 32	Cono de alimentación.....	79
GRÁFICO N° 33	Coche para balanceado.....	79
GRÁFICO N° 34	Diagrama de flujo de procesos (consumo de agua)	80
GRÁFICO N° 35	Tanque reservorio	81
GRÁFICO N° 36	Bebederos.....	81
GRÁFICO N° 37	Diagrama de flujo de procesos (despique).....	82
GRÁFICO N° 38	Despicado.....	83
GRÁFICO N° 39	Diagrama de flujo de procesos (postura)	84
GRÁFICO N° 40	Postura de huevos.....	85
GRÁFICO N° 41	Diagrama de flujo de procesos (almacenamiento de huevos).....	86
GRÁFICO N° 42	Recolección de huevos.....	87
GRÁFICO N° 43	Almacenamiento de huevos	87
GRÁFICO N° 44	Diagrama de flujo de procesos (almacenamiento de abono)	88
GRÁFICO N° 45	Diagrama de flujo de procesos (venta de huevos)	88
GRÁFICO N° 46	Comercialización de huevos	89
GRÁFICO N° 47	Diagrama de flujo de procesos (descarte de gallinas).....	89
GRÁFICO N° 48	Descarte y venta de gallinas.....	90
GRÁFICO N° 49	Diseño del galpón.....	91
GRÁFICO N° 50	Distribución de planta	92

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1	Productos sustitutos.....	32
TABLA N° 2	Granja avícolas.....	34
TABLA N° 3	Muestra.....	36
TABLA N° 4	Alimentos Orgánicos.....	38
TABLA N° 5	Beneficios Alimenticios.....	39
TABLA N° 6	Consumo de huevos orgánicos.....	40
TABLA N° 7	Plantel avicola de productos orgánicos.....	41
TABLA N° 8	Consumo mensual de huevos.....	42
TABLA N° 9	Precio por unidad de huevos.....	43
TABLA N° 10	Lugar de compra de huevos.....	44
TABLA N° 11	Ubicación del plantel avícola.....	45
TABLA N° 12	Conocimiento de la procedencia de los huevos.....	46
TABLA N° 13	Marca (Huevos AKI).....	47
TABLA N° 14	Marca (Huevos Oro).....	47
TABLA N° 15	Marca (INDAVE).....	48
TABLA N° 16	Calificación de las marcas existentes en el mercado.....	48
TABLA N° 17	Segmentación de mercado.....	50
TABLA N° 18	Demanda histórica.....	51
TABLA N° 19	Demanda actual.....	52
TABLA N° 20	Demanda proyectada de la ciudad de Latacunga.....	53
TABLA N° 21	Número de competidores.....	54
TABLA N° 22	Oferta Histórica.....	55
TABLA N° 23	Oferta actual.....	55
TABLA N° 24	Oferta proyectada.....	56
TABLA N° 25	Demanda insatisfecha.....	57
TABLA N° 26	Precios históricos.....	58
TABLA N° 27	Precios actuales.....	59

TABLA N° 28	Precios proyectados	59
TABLA N° 29	Tamaño del proyecto	70
TABLA N° 30	Plan de producción al año	70
TABLA N° 31	Capacidad de la infraestructura	71
TABLA N° 32	Terreno	93
TABLA N° 33	Edificios y construcciones.....	93
TABLA N° 34	Materiales	94
TABLA N° 35	Maquinaria y equipos	94
TABLA N° 36	Muebles y enseres	95
TABLA N° 37	Equipo de computo.....	95
TABLA N° 38	Mano de obra.....	96
TABLA N° 39	Materia prima (al año).....	96
TABLA N° 40	Materia prima (a los seis meses)	97
TABLA N° 41	Materia prima (a los seis meses)	97
TABLA N° 42	Servicios básicos	98
TABLA N° 43	Gastos administrativos	98
TABLA N° 44	Rol de pagos administrativo	99
TABLA N° 45	Rol de pagos producción	99
TABLA N° 46	Depreciación.....	100
TABLA N° 47	Amortización	101
TABLA N° 48	Inversión fija	101
TABLA N° 49	Inversión diferida	102
TABLA N° 50	Inversión inicial.....	103
TABLA N° 51	Caudro de socios	104
TABLA N° 52	Estructura de financiamiento.....	105
TABLA N° 53	Amortización de la deuda.....	105
TABLA N° 54	Costos de producción	107
TABLA N° 55	Costos unitarios de producción	108
TABLA N° 56	Ingresos anuales proyectados	109
TABLA N° 57	Estado de pérdidas y ganancias	110

TABLA N° 58 Estado de Situación Financiera	1101
TABLA N° 59 Estado de flujo de efectivo	1112
TABLA N° 60 TMAR	113
TABLA N° 61 VAN	113
TABLA N° 62 TIR	114
TABLA N° 63 Ingresos	115
TABLA N° 64 Egresos	116
TABLA N° 65 Análisis de sensibilidad.....	116
TABLA N° 66 Punto de equilibrio	117

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Administración

1.1.1 Definición

La administración es una de las actividades humanas más importante desde que los individuos comenzaron a formar grupos, a cumplir propósitos que no podían alcanzar de manera particular. La administración ha sido esencial para garantizar la coordinación de los esfuerzos individuales de trabajo de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz con otras personas y a través de ellas.

La administración es indispensable para el funcionamiento de cualquier empresa o grupo social, y lógicamente es imprescindible para lograr la competitividad en un mundo globalizado. A través de las técnicas administrativas se simplifica el trabajo y se establecen principios métodos y procedimientos para lograr mayor productividad y eficiencia, esta disciplina ha contribuido al desarrollo de la sociedad al proporcionar lineamientos para optimizar el aprovechamiento de los recursos y realizar cualquier actividad con eficiencia.

Según MÜNCH Lourdes, primera edición 2007 “*La administración es un proceso a través del cual se coordinan y optimizan los recursos de un grupo social con el fin de lograr la máxima eficacia, calidad y productividad en la consecución de los objetivos*” pág. 6

Administración es el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que trabajando en grupos los individuos cumplan eficientemente los objetivos específicos de la organización de manera eficiente y eficaz, para un adecuado uso de los recursos humanos, financieros, tecnológicos, materiales, información de la organización, es decir, lograr los objetivos con el empleo de la mínima cantidad de recursos.

1.1.2 Importancia de la Administración

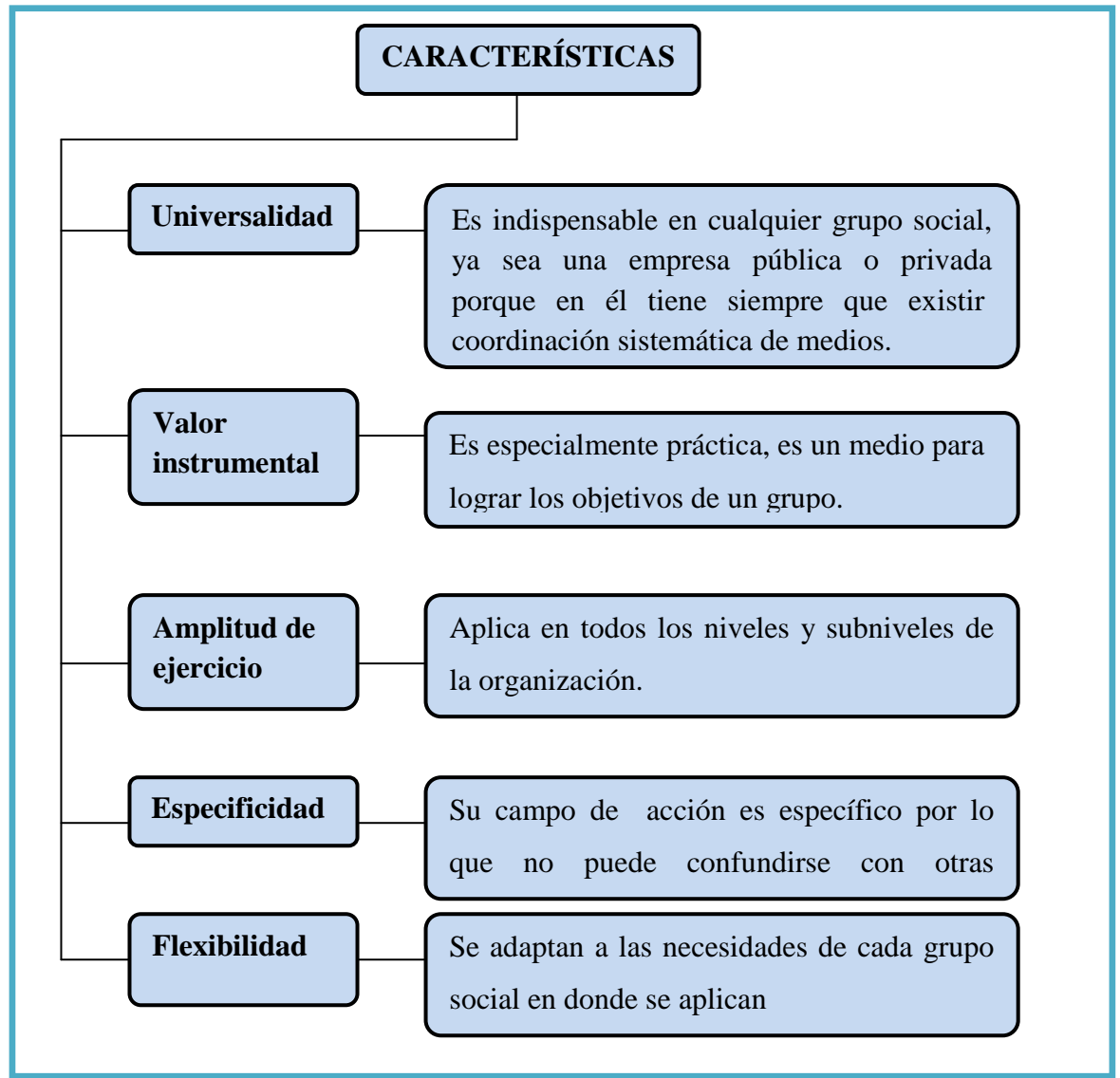
Es importante para reducir el trabajo al establecer principios, métodos y procedimientos, para lograr mayor rapidez y efectividad, además es indispensable para el adecuado funcionamiento de cualquier organización ya que optimiza recursos, la productividad, al mismo tiempo contribuye al bienestar de la comunidad ya que proporciona lineamientos para el aprovechamiento de los recursos y mediante este mejorar la calidad de vida y generar empleos.

1.1.3 Características de la Administración

La administración posee ciertas características que se la diferencia de otras disciplinas.

GRÁFICO N° 1

TÍTULO: CARACTERÍSTICAS DE LA ADMINISTRACIÓN



FUENTE: Las investigadoras

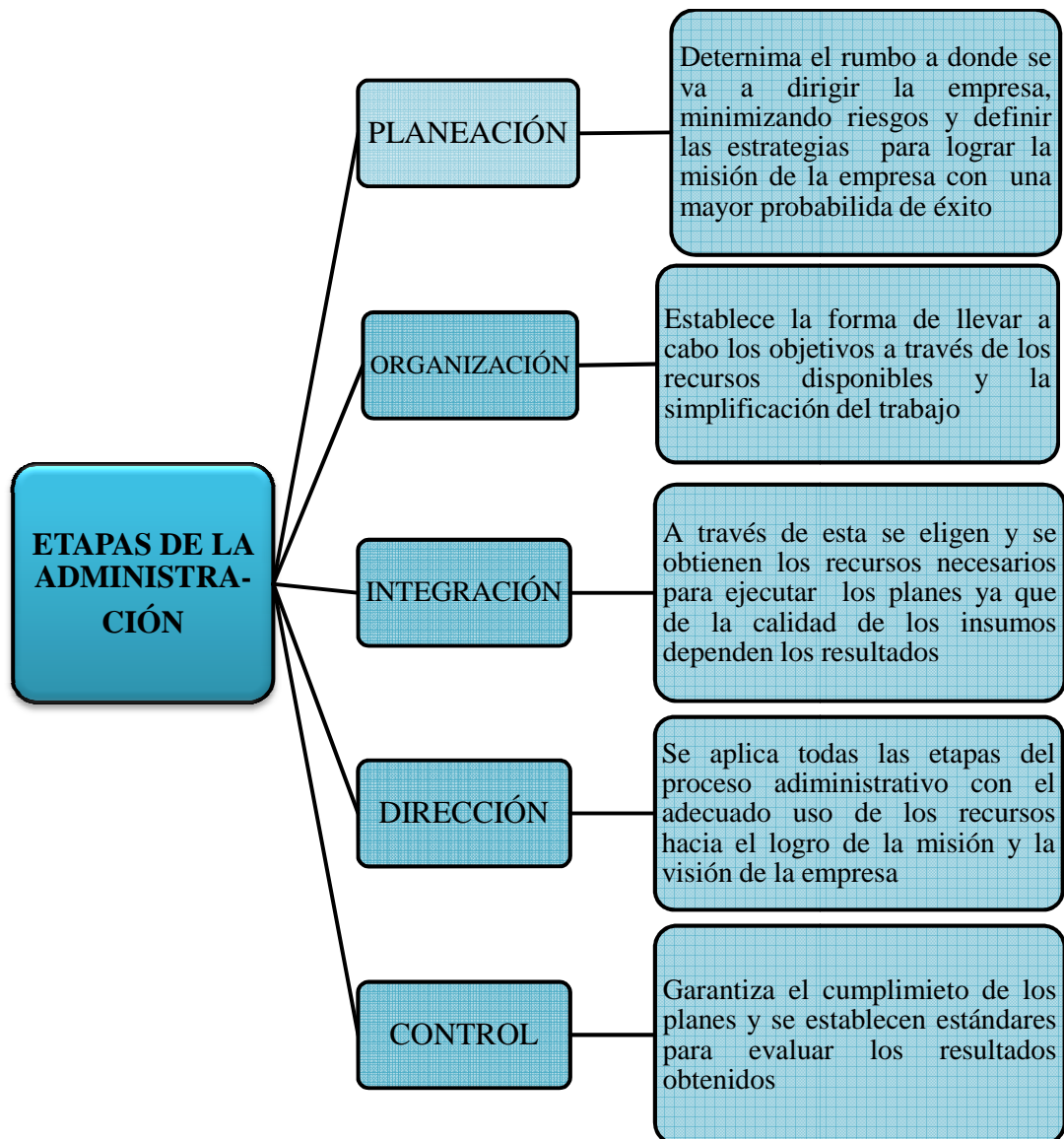
ELABORADO POR: Grupo de investigación

1.1.4 Etapas del proceso administrativo

Al estudiar la administración es de gran utilidad dividirla en cinco etapas administrativas.

GRÁFICO N° 2

TÍTULO: ETAPAS DE LA ADMINISTRACIÓN



FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

1.2 Plan de negocios

Según STUTELY, Richard primera edición *“Un plan de negocios es aquel plan que expone el método para llevar a cabo cierta actividad en cierto periodo en el futuro”* pág. 8

El plan de negocio es un documento escrito que define con claridad los objetivos de un negocio y describe los métodos que se van a emplear para alcanzar los mismos, además es un instrumento de uso interno, que permite evaluar la posibilidad de las ideas y poner en marcha el negocio.

Es importante que un plan de negocios esté bien elaborado para que nos permita hacerle cambios de acuerdo a las necesidades del mercado y a la situación de la empresa, todo plan de negocios debería contener la misión, visión y los objetivos, una detallada descripción de los productos y servicios que se lanzara al mercado, un análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, la estrategia de marketing y ventas a seguir, la descripción de las personas que van a llevar a cabo esta tarea.

1.3 Estudio de Mercado

BACA URBINA, Gabriel, cuarta edición, 2006 manifiesta que: *“Estudio de mercado es la primera parte de la investigación en la que determinamos y cuantificamos la demanda y oferta, el análisis de precios y el estudio de la comercialización, a través la identificación, recopilación y análisis de la información con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la solución de problemas y oportunidades de mercadotecnia”* pág. 7

El estudio de mercado es un conocimiento claro de la cantidad de consumidores que van adquirir el producto que se piensa vender en un determinado mercado, durante un periodo tiempo, además nos indica si las características y detalles del producto corresponden a las expectativas del cliente.

Asimismo nos mostrará qué tipo de clientes son los interesados para el producto, lo cual nos servirá para orientar la producción del negocio dándonos la respectiva información acerca del precio adecuado para colocar el producto o imponer un nuevo precio, y competir en el mercado.

1.3.1 Importancia del Estudio de Mercado

Es importante realizar este estudio para sustentar la viabilidad del proyecto antes de ponerlo en marcha porque podemos conocer la situación actual de un mercado, los precios de determinado producto y si los consumidores están dispuestos aceptar, mediante esto analizar la demanda y posteriormente estudiar la oferta y poder determinar la competencia, así como evaluar periódicamente gustos y preferencia de los consumidores en los mercados que se están atendiendo.

1.4 Demanda

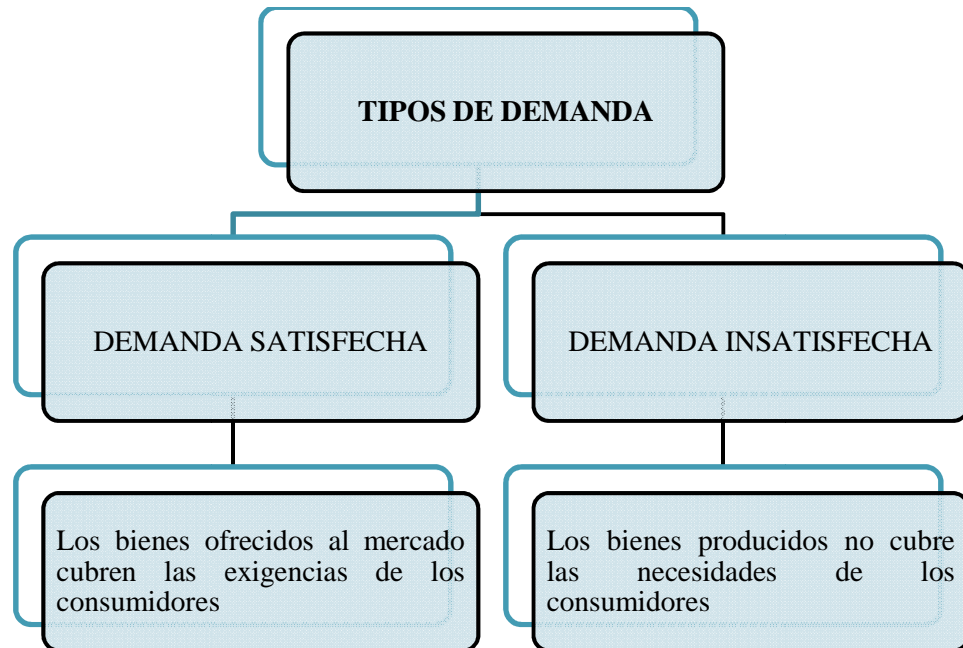
Según BACA URBINA, Gabriel, cuarta edición 2006, *“La demanda es la cantidad de bienes o servicios que los consumidores desean adquirir o que busca la satisfacción de una necesidad específica en un momento dado a un precio determinado”* pág. 47

La demanda nos permite analizar y medir cuales son los factores que afectan los exigencias del mercado con respecto al producto, la demanda emplea herramientas de investigación como la estadística y la investigación de campo.

La investigación estadística nos permite conocer con facilidad el monto y los comportamientos pasados de la demanda. En cambio la investigación de campo nos ayuda a conocer cuáles son los gustos y las preferencias del consumidor cuando no existe datos estadísticos lo cual es muy frecuente en muchos productos de investigación.

1.4.1 Tipos de Demanda

GRÁFICO N° 3
TÍTULO: TIPOS DE DEMANDA



FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

1.5 Oferta

Según BACA URBINA, Gabriel, cuarta edición 2006 “Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes o productores están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.” pág. 49

La oferta es la cantidad de productos que se va a ofrecer a los consumidores en el mercado, a un precio y cantidad determinado en un periodo de tiempo, esta se da en función a ciertos factores, como son los precios en el mercado, los apoyos gubernamentales a la producción, costos de producción y mano de obra, la oferta aumenta cuando los precios de los bienes también aumentan porque esto representa un incentivo para las empresas en producir más ya que se va a obtener mayor rentabilidad.

1.6 Precio

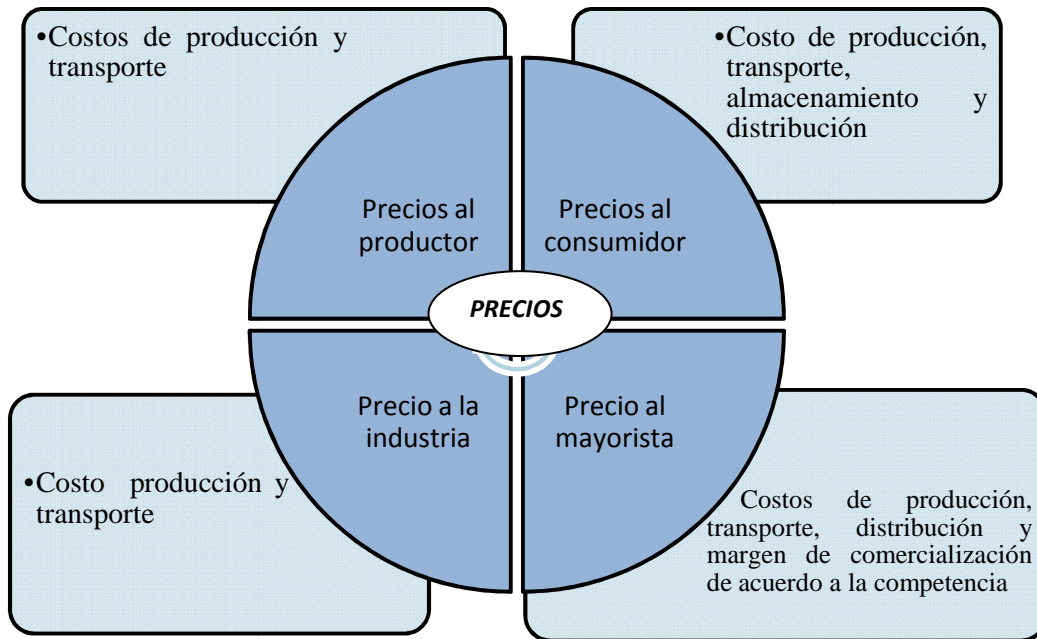
Según BACA URBINA, Gabriel, cuarta edición 2006 *“Precio es el valor monetario que el cliente está dispuesto a pagar con el fin de satisfacer sus necesidades de acuerdo a las expectativas que se hayan fijado.”* pág. 51

Los precios son el principal elemento de ajuste de la oferta y la demanda, ya que el precio de cualquier bien debe alcanzar el punto donde se equilibre la producción y el consumo, este precio refleja el punto donde coincide lo que los productores pueden costear y lo que los consumidores están dispuestos a pagar.

Por lo tanto, los precios determinarán qué y cuánto se produce, cómo se produce y quién puede comprarlo. Los factores de la oferta y la demanda determinan los precios de los bienes, los mismos que disminuirán si hay exceso de oferta y aumentarán si la demanda es excesiva.

1.6.1 Tipos de precios

GRÁFICO N° 4
TÍTULO: TIPOS DE PRECIOS



FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

1.7 Comercialización

BACA URBINA, Gabriel, cuarta edición 2006 define a la comercialización como “La actividad que permite al productor llevar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar” pág. 54

Es un proceso que se realiza a través de actividades planificadas y controladas para que el producto solicitado esté en el lugar, en el momento, al precio y en la cantidad requerido, garantizando así unas ventas rentables, además analiza las estrategias de comercialización, canales de distribución, precios a lo largo del proceso de comercialización a través de los cuales el fabricante coloca sus productos o servicios en manos del consumidor intermedio o final.

1.7.1 Canales de distribución

Según BACA URBINA, Gabriel, cuarta edición 2006, *“Los canales de distribución son el conjunto de empresas que participan en la transferencia de un bien o servicio hacia el productor al consumidor o usuario”* pág. 54

Los canales de distribución son vías o rutas a través de las cuales el fabricante coloca sus productos o servicios en manos del consumidor final. El canal de distribución es un método en el que participan los fabricantes, intermediarios y consumidores finales en las cantidades apropiadas, en el momento oportuno y a los precios más convenientes para las partes

1.8 Estudio Técnico

El estudio técnico permite analizar y proponer diferentes opciones tecnológicas que tienen que ver con la ingeniería del producto o proceso que se desea realizar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcionable, localización, tecnología, permite además definir la inversión a nivel de costo directo e indirecto.

BACA URBINA Gabriel, cuarta edición 2006, define al estudio técnico como *“El análisis y la determinación de todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del proyecto”*. pág. 91

En el estudio técnico se identifican los procesos y métodos necesarios para la realización de un producto, de ahí la necesidad de adquirir maquinaria y equipo propio para la producción, así como mano de obra calificada para lograr los objetivos, la adecuada distribución de la planta, la identificación de los proveedores y acreedores que proporcionen los materiales y herramientas

necesarias para desarrollar el producto de manera óptima para satisfacer la demanda durante el tiempo establecido.

1.8.1 Tamaño óptimo de la planta

En este elemento se cuantifica la capacidad de producción y todos los requerimientos que sean necesarios para el desarrollo del bien por ello se debe tomar en cuenta la demanda y de esta manera determinar la proporción necesaria para satisfacer las necesidades de los consumidores.

BACA URBINA, Gabriel, cuarta edición 2006, define al tamaño del proyecto como “*La capacidad de instalada, expresada en unidades de producción por año; se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.*” pág. 92

El tamaño del proyecto está definido por su capacidad física de producción de bienes o servicios, durante un período establecido, esta capacidad se expresa en cantidad producida por unidad de tiempo, es decir, volumen, peso, valor o número de unidades de producto o servicios obtenidos por ciclo de operación, para determinar aspectos económicos y financieros sobre la inversión.

1.8.2 Factores determinantes en el tamaño del proyecto

Consiste en analizar los diferentes escenarios que nos permitirán definir a exactitud cuántos productos o servicios estamos en capacidad de producir; los factores que pueden apoyar a la determinación del tamaño óptimo del proyecto

1.8.2.1 Disponibilidad de Mano de Obra

Después de determinar el tamaño óptimo para el proyecto, es necesario asegurarse que se cuenta con los recursos humanos necesarios para la ejecución y dirección,

los costos de mano de obra es muy fuerte, se deberán analizar las alternativas de tiempos de operación menores, utilizando plantas de mayor capacidad.

1.8.2.2 Disponibilidad de Materia Prima

En este punto se debe identificar existencias suficientes en cantidades y calidad de materias primas que se requiere para el desarrollo del proyecto. De ahí la importancia de conocer a los proveedores, precios, cantidades de suministros e insumos respaldado por cotizaciones para establecer un compromiso.

1.8.3 Localización óptima del proyecto

BACA URBINA Gabriel, cuarta edición 2006 define a la localización óptima del proyecto como: *“La que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo”*. pág. 107

Este elemento consiste en identificar el lugar ideal para la implementación del proyecto, se debe tomar en cuenta algunos elementos importantes que ayudarán a la decisión del lugar específico de la planta. La selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos: el de macro localización donde se elige la región o zona más atractiva para el proyecto y el de micro localización, que determina el lugar específico donde se instalará el proyecto.

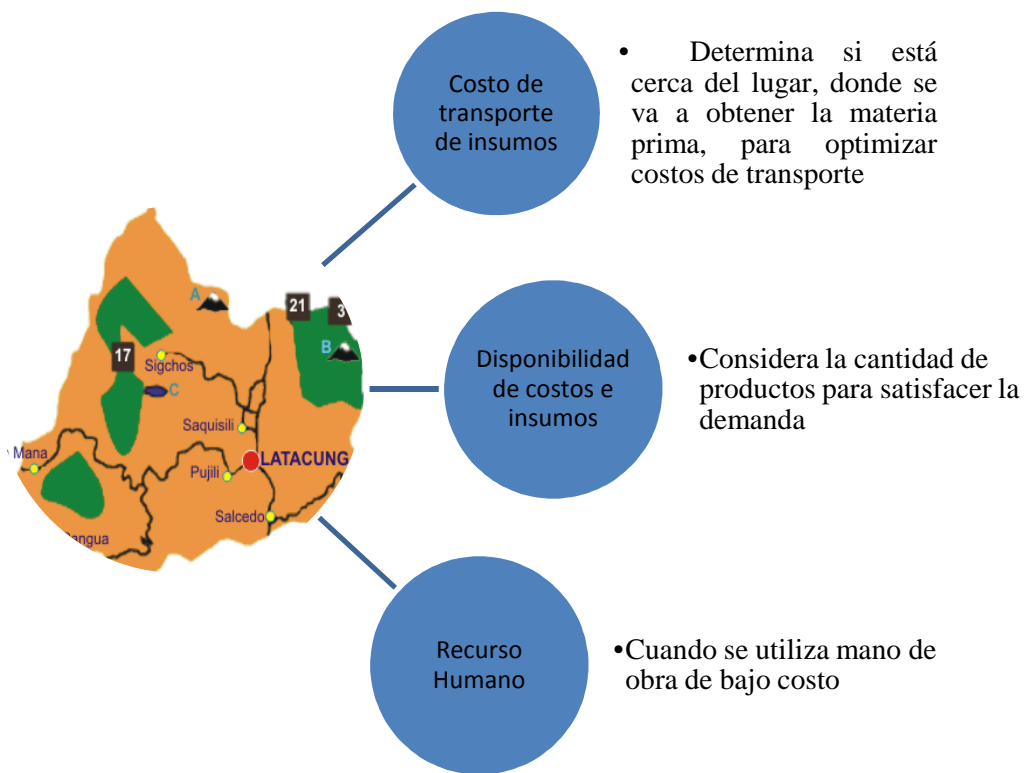
El propósito de la localización es encontrar el sitio idóneo donde se puede instalar el proyecto, incurriendo en costos mínimos y en mejores facilidades de acceso a recursos, equipo, etc. con el objetivo de lograr una posición con ventajas basadas en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio.

1.8.3.1 Macro localización

Es comparar alternativas entre las zonas del país y seleccionar la que ofrece mayores ventajas para el proyecto.

Los factores más importantes a considerar para la localización a nivel macro son:

GRÁFICO N° 5
TÍTULO: LOCALIZACIÓN



FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

1.8.3.2 Microlocalización

Es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar la planta, siendo este sitio el que permite cumplir los objetivos de lograr la más alta rentabilidad o producir al mínimo costo unitario

La existencia de una gran cantidad de factores que influyen en la determinación de la localización es necesaria a la hora de establecer su localización:

- ✦ Condiciones climatológicas
- ✦ Estudios del medio ambiente
- ✦ Mano de obra
- ✦ Mercado
- ✦ Fuentes de energía
- ✦ Fuentes de abastecimiento de materia prima
- ✦ Medios de transporte y comunicación
- ✦ Tamaño de la fábrica
- ✦ Política económica

1.8.4 Ingeniería del Proyecto

Para BACA URBINA Gabriel, Evaluación de Proyectos, segunda edición 2006, define a la Ingeniería del Proyecto como: *“Todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria; hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva”*. pág. 11

En la ingeniería se toma en cuenta la descripción del bien o servicio el cual debe mostrar las características físicas del producto, para esto es necesario identificar la materia prima que se utilizarán y los procesos tecnológicos necesarios para su fabricación, a demás del proceso que llevan al bien a transformarse en un producto terminado para el consumo final de los clientes.

La ingeniería del proyecto es una propuesta de solución a necesidades detectadas en el ámbito empresarial, social, individual, entre otros, pretende resolver todo lo referente a la instalación y funcionamiento de la planta. Desde el diseño, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la

planta hasta definir la estructura de organización y jurídica que habrá de tener la planta productiva.

1.8.4.1 Proceso productivo

BACA URBINA Gabriel, Evaluación de Proyectos, segunda edición 2006 define al Proceso de Producción como: *“El procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de materia primas para convertirlas en artículos mediante una determinada función de manufactura”*. pág. 111

Un proceso productivo consiste en convertir entradas en salidas, por medio del uso de recursos físicos, tecnológicos, humanos, mediante la transformación de materiales, para obtener un producto terminado.

Para la ejecución del proyecto se requiere contar con un procedimiento técnico que permita utilizar eficientemente los recursos tanto económicos, materiales y humanos que ayuden a brindar el servicio requerido con calidad y satisfaga las expectativas de los usuarios.


1.8.4.2 Diagramas de flujo del Proceso Productivo


Según CORTAZÁ Martínez, primera edición 1993 *“Es la representación gráfica de flujo de una secuencia rutinaria. Se basan en la utilización de diversos símbolos para representar operaciones específicas. Se les llama diagramas de flujo porque los símbolos utilizados se conectan por medio de flechas para indicar la secuencia de la operación”* .pág. 60


El diagrama de flujo se emplea para mostrar los procedimientos detallados que se deben seguir para la fabricación de un bien o servicio. Para realizar los diagramas de flujo se utilizan varios símbolos los cuales representan operaciones específicas. Los símbolos que se utilizan para la elaboración del proceso productivo es


variable y debe ajustarse a las normas preestablecidas universalmente para dichos símbolos o datos.


1.8.4.2.1 *Simbología de los flujogramas*


 **Operación.-** Representa la actividad a través de la cual se transforma materia prima en productos terminados.

 **Inspección.-** Actividad mediante la cual se comprueba las características mínimas de calidad que debe tener el material en proceso o el servicio terminado.

 **Transporte.-** Actividad la cual indica traslado de un lugar a otro los materiales en proceso o servicios terminados.

 **Almacenaje.-** Actividad mediante la cual generalmente los materiales y productos terminados permanecen en las bodegas por un tiempo más o menos prolongado.

 **Demoras.-** Actividad a través de la cual los productos en proceso permanecen un tiempo más o menos corto en un determinado lugar por necesidades de la distribución en la planta o del proceso de producción.

 **Operación – Inspección.-** Actividad de control de las características de calidad, generalmente de los materiales y productos terminados que implica una transformación de las características de los mismos.

1.8.5 Plan Requerimientos materiales

Una vez realizado el diseño general de la estructura, procedemos a identificar los requerimientos totales para cada una de las áreas del proyecto. Los valores corresponden a cotizaciones realizadas y proyectadas a la fecha de iniciación de las actividades del proyecto, tomando como referencia el crecimiento de la inflación anual.

1.9 Estudio financiero

BACA URBINA Gabriel, cuarta edición 2006 manifiesta que *“Cualquier nuevo negocio presupone la cuantificación del volumen de capital que será necesario invertir para desarrollar la actividad elegida. El volumen de los recursos financieros a invertir dependerá de las características del negocio y fundamentalmente de la capacidad de inversión del emprendedor”* pág.73

Para conocer los requerimientos que comprende a la inversión inicial se deberá preparar un presupuesto, es decir cuantificar el volumen de los recursos financieros necesarios para adquirir determinados activos; los mismos que deberán ser desembolsados por los accionistas.

Dentro de los activos necesarios para iniciar las operaciones de la empresa tenemos a:

- ✚ Activos fijos o tangibles
- ✚ Activos diferidos o intangibles

También es vital importancia el hecho de asegurar adecuados niveles de inversión para cubrir rubros relacionados a la contratación de personal, adquisición de materias primas y el pago de determinados costos de fabricación, dichos rubros se los considera como capital de trabajo los mismos que deberán ser cuantificados por lo menos para el tiempo en que la empresa empezará a generar ventas.

1.9.1 Componentes de la Inversión

La Inversión Inicial Total muestra los requerimientos individuales de los diferentes rubros pertenecientes a la Inversión Fija, Inversión Diferida y Capital de Trabajo.

1.9.1.1 Inversión Fija

Representan los bienes y derechos de propiedad de la empresa, los cuales están connotados por tener materialidad, es decir, poseen presencia física, que se puede apreciar con los sentidos; además puede señalarse que esta clase de rubros se adquieren una vez durante la etapa de instalación del proyecto y se utilizan a lo largo de la vida útil. Dentro de este grupo tenemos los terrenos, edificios, maquinarias y equipo, etc.

El valor de los rubros de la Inversión Fija se los recupera mediante la depreciación la misma que se la debe realizar por efecto de la obsolescencia, a excepción de los terrenos cuyo valor se recupera mediante el mecanismo de la revalorización.

1.9.1.2 Depreciación

Es la pérdida de valor de la vida útil de un bien, el número de años aplicables a la que depreciaron está directamente relacionada con la vida útil del activo fijo y se supone que una vez finalizada esta, el empresario ha recuperado su valor total para sustituir el activo fijo con otro similar, el tiempo de duración se calcula hasta finalizar la vida útil del activo, en el cálculo de la depreciación el método más conocido a aplicar es el de por la línea recta.

1.9.1.3 Inversión Diferida

Están representados por derechos de orden legal o económico, los cuales tienen como característica principal su inmaterialidad, es decir, carecen de presencia física, lo que implica que su existencia no puede apreciarse con los sentidos.

Dentro de este grupo tenemos los gastos de instalación, gastos de constitución, intereses de reoperación, imprevistos, etc., el valor de los rubros de la Inversión Diferida se los recupera mediante la amortización

1.9.1.4 Amortización

Según CERRÓN COLLAZOS, Jesús *“Amortización es la compensación en dinero del valor de los medios fundamentales de trabajo (máquinas, instalaciones, edificios), valor que pasa gradualmente al nuevo producto obtenido en el proceso de producción o a la labor realizada.*

Amortización es la que se aplica a los activos diferidos o intangibles, considerando que un determinado elemento del activo fijo ha perdido por el paso del tiempo parte de su valor.

Cuando se hace referencia a la amortización, puede tratarse tanto de un activo o de un pasivo. Sea el caso que fuere, en ambas circunstancias el objetivo es distribuir un valor usualmente grande en una duración de varios períodos o lapsos de tiempo, porque se contempla la posibilidad de que esto reparta el valor y la economía no deba resentirse a pesar del alto coste.

1.9.2 Capital de trabajo

Según BACA URBINA, Gabriel, segunda edición *“Capital de trabajo desde el punto de vista contable, es la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante; desde el punto de vista práctico, está representado por el*

capital adicional (distinto a la inversión en activo fijo y diferido) con el que se cuenta para que empiece a funcionar una empresa; esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos” pág. 176

Desde el punto de vista contable, este capital se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Está representado por el capital adicional distinto de la inversión en activo fijo y diferido con que hay que contar para que empiece a funcionar la empresa; esto es financiar la primera producción antes de recibir ingresos; entonces, debe comprarse materia prima, pagar mano de obra directa que la transforme, y contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa.

Desde el punto de vista contable, este capital se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde un punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar la empresa; esto es financiar la primera producción antes de recibir ingresos; entonces, debe comprarse materia prima, pagar mano de obra directa que la transforme, y contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa.

1.9.3 Fuentes de Financiamiento

Para crear y desarrollar una empresa propia se necesita dinero y este se los puede obtener de distintas fuentes: ahorros personales, parientes y amigos, bancos y financieras, cooperativas de ahorro y crédito, inversionistas privados, organismos no gubernamentales y en algunas ocasiones del gobierno, aunque también es posible iniciar un negocio a través de crédito de proveedores, arrendamiento de equipos, contratación de servicios y pago anticipado de pedido. La mayoría de los negocios empieza con una combinación de las fuentes mencionadas.

1.9.3.1 Financiamiento Propio

La primera fuente de recursos financieros para iniciar una empresa proviene de los propios ahorros, la estabilidad financiera de la empresa viene determinada en gran parte por la entidad de este tipo de financiación. Está formada por aquellos recursos financieros allegados a la empresa por distintos orígenes, y que ésta no está obligada a devolver.

1.9.3.2 Financiamiento mediante préstamos

Es un tipo de financiamiento a corto plazo que las empresas obtienen por medio de los bancos con los cuales establecen relaciones funcionales, el crédito bancario es una de las maneras más utilizadas por parte de las empresas hoy en día de obtener un financiamiento necesario.

La empresa debe estar segura de que el banco podrá auxiliar a la empresa a satisfacer las necesidades de efectivo a corto plazo que ésta tenga y en el momento en que se presente, si el banco es flexible en sus condiciones, habrá más probabilidades de negociar un préstamo que se ajuste a las necesidades de la empresa, lo cual la sitúa en el mejor ambiente para operar y obtener utilidades, además permite a las organizaciones estabilizarse en caso de apuros con respecto al capital.

1.9.4 Costos de operación

Un conocimiento bien fundamentado de los costos debe ser la base para poner precio a los diferentes productos o servicios que la empresa ofrece a sus clientes. Conocer a fondo los costos permite determinar la relación costo/beneficio de cada producto y la rentabilidad, además de evaluar el rendimiento de cada miembro del personal. Hablar de manejo de costos es sinónimo de búsqueda permanente de un mejor aprovechamiento de los recursos invertidos e incremento de la productividad.

Es necesario pronosticar de manera realista los costos de operación globales del proyecto con la finalidad de determinar su viabilidad a largo plazo.

El costo.- Es una palabra muy utilizada pero que nos se la ha logrado definir con exactitud, esto por su amplia aplicación, pero es necesario decir que “*Costo es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente o que se lo hará en el futuro*”.

La organización de los costos se puede clasificar en función a la naturaleza del gasto, dividiéndose en dos grupos:

- ✦ Costos Fijos y
- ✦ Costos Variables

1.9.4.1 Costos Fijos

Son aquellos en los que incurre la empresa independientemente del nivel de actividad o del nivel de producción, a este tipo de costos se los denomina así por cuanto permanecen constantes o invariables. Este criterio de constancia es válido también para los otros elementos constitutivos de los gastos de administración, de ventas y financieros, como por ejemplo, el sueldo fijo del gerente, arrendamiento del local, los pagos de servicios como agua, luz, teléfono, etc.

1.9.4.2 Costos Variables

Son aquellos que varían proporcionalmente al volumen de ventas, es decir varían en función del nivel de producción. Si la producción aumenta estos costos aumentan, por el contrario, si disminuye la producción estos costos se reducen también. Como ejemplo se puede citar el costo de materia prima, combustible, mano de obra eventual, etc.

1.9.4.3 Costos unitarios de producción

Dentro de todo proyecto interesará conocer el costo unitario por unidad de producto, comparando este costo con el precio de venta actual o estimada para el futuro se obtendrá la posible ganancia por unidad de producto. Por otra parte, la comparación del costo unitario de producción según el proyecto con los costos de otras empresas similares, dará a los inversionistas una visión clara de su situación competitiva.

A continuación presentamos su cálculo:

$$C.U.P = \frac{CT}{QT}$$

Donde:

C.U.P. = Costo Unitario de Producción

C.T. = Costo Total

Q.T. = Cantidad Total a producir

1.9.4.4 Punto de Equilibrio

El análisis del punto de equilibrio es una herramienta importante y debe efectuarse en la mayoría de los proyectos de inversión, aunque se debe considerar solo como un elemento complementario a los métodos de evaluación.

Permite calcular la cuota inferior, o mínimo de unidades a producir y vender para que un proyecto no produzca pérdida; se afirma que es aquel nivel en el cual los “ingresos son iguales a los costos y gastos, y por ende no existe utilidad”, también, podemos decir que es el nivel en el cual desaparecen las pérdidas y comienzan las utilidades o viceversa.

El punto de Equilibrio se los debe calcular basándonos en dos aspectos:

a) *En Términos Monetarios (Costos Totales):*

$$\text{Punto de Equilibrio} = 1 - \frac{\text{Costo fijo total}}{\text{Costo Variable total}}$$

b) *En Unidades Físicas (Clientes):*

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{P. E. Monetario}}{\text{Precio de venta}}$$

1.9.5 Estados financieros

Los estados financieros, también denominados estados contables, informes financieros o cuentas anuales, son informes que utilizan las instituciones para reportar la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o período determinado. Ésta información resulta útil para gestores, reguladores y otros tipos de interesados como los accionistas, acreedores o propietarios.

La mayoría de estos informes constituye el producto final de la contabilidad y son elaborados de acuerdo a principios de contabilidad generalmente aceptados, normas contables o normas de información financiera. La contabilidad es llevada adelante por contadores públicos que, en la mayoría de los países del mundo, deben registrarse en organismos de control públicos o privados para poder ejercer la profesión. Los estados financieros son las herramientas más importantes con que cuentan las organizaciones para evaluar el estado en que se encuentran.

1.9.5.1 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

Es un documento complementario donde se informa detallada y ordenadamente como se obtuvo la utilidad del ejercicio contable.

El estado de pérdidas y ganancias o de resultados está compuesto por las cuentas nominales, transitorias o de resultados, o sea las cuentas de ingresos, gastos y costos. Los valores deben corresponder exactamente a los valores que aparecen en el libro mayor y sus auxiliares, o a los valores que aparecen en la sección de ganancias y pérdidas de la hoja de trabajo.

1.9.5.2 Estado de Situación Financiera

Es el documento contable que informa en una fecha determinada la situación financiera de la empresa, presentando en forma clara el valor de sus propiedades y derechos, sus obligaciones y su capital, valuados y elaborados de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados.

En el balance solo aparecen las cuentas reales y sus valores deben corresponder exactamente a los saldos ajustados del libro mayor y libros auxiliares. El balance general se debe elaborar por lo menos una vez al año y con fecha a 31 de diciembre, firmado por los responsables, en el caso de sociedades, debe ser aprobado por la asamblea general.

1.9.5.3 Flujo de Caja

El flujo de caja es un método sencillo que sirve para proyectar las necesidades futuras de efectivo. Es un estado de resultados que abarca períodos de tiempo futuros y que ha sido modificado para mostrar solamente el efectivo: los ingresos de efectivo y los egresos de efectivo, y el saldo de efectivo al final de períodos de tiempo determinados. Es una excelente herramienta, porque le sirve para predecir las necesidades futuras de efectivo antes de que surjan.

En el control del flujo de caja, para cada uno de los intervalos de tiempo, se realizan cálculos estimativos conservadores respecto a las fuentes futuras de efectivo (ingresos) y a los gastos futuros (egresos).

La información necesaria para la elaboración del Flujo de Caja proviene o se genera en las distintas áreas funcionales de una empresa. La eficiente gestión de Caja presupone que el Flujo sea administrado racionalmente, a efectos de incrementar el patrimonio del emprendedor y eliminar el desperdicio de recursos financieros.

En tal virtud la gestión de caja debe ser provisional; para gerenciar en una forma adecuada los recursos presentes.

1.9.6 Evaluación Financiera del Proyecto

La Evaluación Financiera de Proyectos es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad de un proyecto.

La evaluación financiera toma en cuenta la óptica del inversionista, es decir, si los ingresos que recibe son superiores a los dineros que aporta. Se basa en las sumas de dinero que el inversionista recibe, entrega o deja de recibir si emplea precios de mercado o precios financieros para estimar las inversiones, los costos de operación y financiación y los ingresos que genera el proyecto.

1.9.6.1 Tasa Mínima de Rendimiento Aceptable

Establece el rendimiento que desean obtener los accionistas y los prestatarios del crédito bancario por la inversión realizada en el proyecto.

Para los proyectos de inversión a largo plazo cuya rentabilidad está determinada por los rendimientos futuros, es importante determinar una tasa de descuento que deberá aplicarse a los flujos de fondos futuros.

Genéricamente se puede aceptar como la Tasa mínima aceptable de rendimiento de un proyecto al porcentaje que se obtiene al sumar el promedio de la tasa activa y pasiva del sistema financiero del país más un porcentaje de riesgo del negocio.

$$T.M.A.R. = (\text{Pr om. de Tasa Activa} + \text{Pr om. de Tasa Pasiva}) / 2 + \% \text{ Riesgo Negocio}$$

1.9.6.2 Valor Actual Neto (VAN)

Este criterio señala que el valor del capital de una inversión es igual al valor actualizado de todos los rendimientos esperados, es decir, es igual a la diferencia entre el valor actualizado de los ingresos esperados y el valor también actualizado de los pagos previstos.

Si traemos todos los valores de los años futuros y lo actualizamos a la fecha de hoy podremos determinar diferentes criterios tales como:

VAN > 0 Flujo actualizado positivo. Se recupera el capital invertido más un beneficio. Hay un excedente real a la tasa de interés deseada

VAN = 0 El flujo actualizado se iguala al desembolso y se recupera la inversión

VAN < 0 El flujo actualizado es negativo, entonces no se recupera el capital invertido. Hay una pérdida real a la tasa de interés deseada.

Este método expresa que conviene llevar adelante aquellas inversiones cuyo VAN sea positivo, ya que son las únicas que contribuyen a la consecución del objetivo general de la empresa, que consiste en incrementar el valor de la firma o su riqueza.

El Valor Actual Neto de la Inversión está dado por la fórmula:

$$V.A.N. = \frac{\sum 1FE_0}{(1+i)^0} + \frac{1FE_1}{(1+i)^1} + \frac{1FE_2}{(1+i)^2} + \dots \frac{1FE_n}{(1+i)^n}$$

Donde:

FE = Flujos de Efectivo desde año 0

N = Años de vida útil

(1+i) = Factor de actualización

i = Tasa de descuento en base a una TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento)

1.9.6.3 Tasa Interna de Retorno

La tasa de retorno o tipo de rendimiento interno de una inversión es aquel tipo de actualización o descuento “r”, que hace igual a cero el valor capital o VAN.

En la TIR se supone que los flujos netos de caja positivo son reinvertidos, mientras dure la inversión, al tipo de interés igual a “r”, y que los flujos netos de caja negativos son financiados con capital cuyo costo también es igual a “r”.

La Tasa Interna de Retorno es igual al porcentaje de rentabilidad generado por el proyecto durante la vida útil del mismo.

Para aceptar que este criterio es factible deberá:

TIR > Costo oportunidad del negocio o sea TMAR

La Tasa Interna de Retorno está dada por la fórmula:

$$T.I.R = r^2 + \left\{ (r_2 - r_1) * \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right\}$$

Donde:

r_1 = Tasa de descuento 1

r_2 = Tasa de descuento 2

VAN_1 = Primer Valor Actual Neto

VAN_2 = Segundo Valor Actual Neto

Cabe señalar que para determinar la Tasa Interna de Retorno es necesario obtener un segundo VAN, el mismo que ha sido calculado del promedio entre el porcentaje de la tasa activa y pasiva más porcentaje de riesgo del negocio más el porcentaje promedio de inflación.

1.9.6.4 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

El plazo o recuperación de la inversión es el tiempo que se tarda en recuperar el desembolso inicial.

El período de recuperación de la inversión se determina cuando los ingresos superan a los pagos, o lo que es lo mismo, los valores positivos superan a los valores negativos. Para que el proyecto sea factible el período de recuperación de la inversión debe estar dentro de su vida útil. Su cálculo lo resumimos a continuación

$$P.R.I = \text{Año del último flujo} + \frac{\text{Primer flujo de efectivo act acum positivo}}{\text{Inversión Inicial Total}}$$

1.9.6.5 Relación Beneficio – Costo

Este parámetro de evaluación permite relacionar los ingresos y los gastos actualizados del proyecto dentro del período de análisis, estableciendo en cuántas veces los ingresos superan los gastos. Para que el proyecto sea considerado como viable, la relación beneficio costo debe ser mayor a 1.

La fórmula está dada por:

$$R B / C = \frac{\text{Ingresos Totales Actualizados}}{\text{Costos Totales Actualizados}}$$

1.9.6.6 Análisis de Sensibilidad

Los análisis de sensibilidad de los proyectos de inversión tienen por finalidad mostrar los efectos que sobre la Tasa Interna de Retorno (TIR) tendría una variación o cambio en el valor de una o más de las variables de costo o de ingreso que inciden en el proyecto (por ejemplo la tasa de interés, el volumen y/o el precio de ventas, el costo de la mano de obra, el de las materias primas, el de la tasa de impuestos, el monto del capital, etc.), y a la vez mostrar la holgura con que se cuenta para su realización ante eventuales cambios de tales variables en el mercado.

Matemáticamente este análisis se lo obtiene restando los gastos de los ingresos, cuyo resultado se lo divide para el capital invertido.

$$r = \frac{\text{Ingresos} - \text{Gastos}}{\text{Inversión}}$$

CAPÍTULO II

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.1 Definición del producto

Son de gran importancia los nutrientes, las vitaminas A, D, E y B, así como los minerales que se encuentran en la yema del huevo entre los que predominan el hierro, fósforo, zinc y selenio.

2.2 Complementarios y Sustitutivos

Los productos sustitutos que se mencionan a continuación tienen similitud en las vitaminas, proteínas y minerales en relación a los huevos orgánicos

TABLA N° 1
TÍTULO: PRODUCTOS SUSTITUTOS

PRODUCTO	HUEVOS ORGÁNICOS	PRODUCTOS SUSTITUTOS	Soya	Leche en Polvo	Aceite de maíz	Huevos de codorniz	Huevos de pato	Huevos de avestruz
			38 y 40% de protein	3 a 3.1 gr de proteína	Proteínas	15.60% de proteína	13 g. de proteínas	Proteínas
	Vitaminas A, D, E y B		Vitamina E y B6	Vitamina A	Vitamina E	Vitamina A, B E y H	Vitamina A, B ₂ , B ₆ 0,53 mg	Vitamina B ₆
	Fósforo		Fósforo			Fósforo		
	Hierro		Hierro	0.2 mg	Hierro	Hierro	2,70 mg. de hierro	
			Calcio	125mg de calcio			63 mg. de calcio	Calcio
	Zinc			05 mg de minerales			1,40 mg. de zinc	
	Selenio							
	potasio					Potasio	150 mg. Potasio	
	Cobre					Cobre		

FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

2.3 *Actividades de investigación*

2.3.1 *Problema*

El problema de investigación se basa en determinar la factibilidad de la creación de una empresa productora y comercializadora de huevos orgánicos en la ciudad de Latacunga, para ello se deberá comprobar si existe una demanda insatisfecha que genere un mercado potencial en la población de la ciudad de Latacunga.

En el estudio se deberá tomar en cuenta las expectativas de los posibles clientes, como infraestructura, ubicación del negocio, recurso humano y precios a cobrar por el producto.

2.3.2 Justificación

El estudio de mercado se realizará para recopilar, procesar y analizar información que servirá para tomar decisiones y resolver problemas y determinar si existe o no la posibilidad de satisfacer las necesidades del mercado, además de el análisis de precios, quiénes son sus competidores, el tamaño del mercado (qué tan grande es), cuál es la oferta y demanda de su producto, cuáles son los gustos y preferencias de los clientes y como va a distribuir el producto, una vez analizados estos factores se debe realizar varias estrategias, tales como modificar el producto, calcular los precios, decidir en qué canales se van a distribuir los productos y como se va dar a conocer el producto a los clientes.

2.3.3 Objetivos

Objetivo General:

- ✦ Ejecutar un estudio de mercado para conocer la demanda insatisfecha de la ciudadanía con respecto a la necesidad de consumo de productos avícolas orgánicos

Objetivo Especifico:

- ✦ Determinar la demanda y la oferta proyectada para conocer la demanda insatisfecha en la ciudad de Latacunga.
- ✦ Investigar cuantos planteles avícolas existen en la ciudad de Latacunga.
- ✦ Analizar los precios en el mercado para fijar un precio competitivo.

2.3.4 Fuentes de información

Como dato secundario obtenido del último censo por parte de AGROCALIDAD se encuentran registrados tres planteles avícolas en la ciudad de Latacunga y dos en la ciudad de Salcedo dedicadas a la producción y comercialización de huevos.

A continuación presentamos un cuadro con los nombres de los planteles avícolas, las cuales representan la competencia directa.

TABLA N° 2
TÍTULO: GRANJAS AVÍCOLAS

EMPRESA	PROPIETARIO	UBICACIÓN
La Dolorosa	Enrique García	Parroquia Mulalillo
Avícola Valeria	Adolfo Benítez	Parroquia Mulaló, ciudad de Latacunga
Avícola Regalo de Dios	Gustavo Villacís	Cantón Salcedo

FUENTE: AGROCALIDAD

ELABORADO POR: Grupo de investigación

Como datos primarios se realizó encuestas a una muestra de población de la ciudad de Latacunga.

2.3.5 Tipos de investigación

Investigación explicativa.

En el presente proyecto se aplicará la investigación explicativa ya que se indicará los beneficios del producto orgánico en la dieta diaria de los consumidores investigando datos científicos para explicar porque el producto orgánico es favorable para el cliente.

2.3.6 Investigación cuantitativa.

El objetivo de este tipo de investigación es el estudiar las propiedades y fenómenos cuantitativos y sus relaciones para proporcionar la manera de establecer, formular, fortalecer y revisar la teoría existente. La investigación cuantitativa desarrolla y emplea modelos matemáticos, teorías e hipótesis que competen a los fenómenos naturales, esta investigación servirá para conocer las proyecciones de la demanda y la oferta basados en datos históricos.

2.3.7 Técnicas de Investigación

La técnica que se utilizará para la recolección de datos en este proyecto será la encuesta escrita, la misma que se presenta en el anexo. Por medio de ella se obtendrá información que servirá para determinar la demanda y oferta existente en el mercado mediante el análisis de las necesidades y expectativas de los clientes.

2.3.8 Instrumentos de investigación

El instrumento que utilizaremos para la recolección de datos será el banco de preguntas la misma que fue elaborada en base a la necesidad de información que se requiere en este proyecto y los objetivos establecidos.

2.3.9 Población – Universo

Población es un grupo de personas u organismos de una especie particular, que vive en un área o espacio, y cuyo número de habitantes se determina normalmente por un censo.

El trabajo de campo se ejecutará en la ciudad de Latacunga en los sectores norte centro y sur, ya que la comercialización se realizará en la misma para ello se basará en la población proyectada del 2010 de la ciudad de Latacunga que según el INEC es de 174.376 habitantes los cuales se dividen en el sector urbano y rural, para la investigación se tomará en cuenta solo la población del sector urbano, debido a que la población rural cuentan con sus propios productos y principalmente los huevos, la población de sector urbano es de 91.799 habitantes que se subdivide según el número de hogares, para esto se considera que por cada vivienda hay un promedio de 4.3 personas, lo que dividiendo la población urbana para el promedio de personas por vivienda nos da un resultado de 20.329 familias del sector urbano, lo cual se muestra en la siguiente tabla.

TABLA N° 3
TÍTULO: POBLACIÓN

GRUPO	CANTIDAD
Población total de Cotopaxi	423.336 habitantes
Población total de la ciudad.	174.376 habitantes
Población en el sector urbano.	91.799 habitantes
Familias en el sector urbano.	20.329

FUENTE: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

ELABORADO POR: Grupo de investigación

MUESTRA

Muestra es el grupo de sujetos (personas, animales, seres microscópicos u objetos inanimados) que se utilizarán como objeto de estudio en una investigación

$$n = \frac{PQ \cdot N}{(N-1) (E/K)^2 + PQ}$$

n= tamaño de la muestra.

PQ= varianza media de la población.

N= población o universo.

E= error admisible que es aquel que lo determina el investigador

K= coeficiente de corrección.

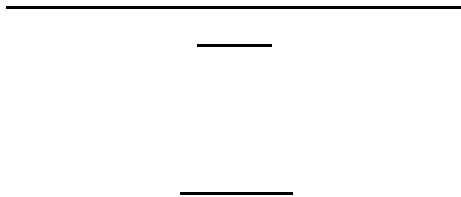
n=?

PQ= 0.25

N= 20329

E= 8%

K=2



2.3.10 Análisis de datos y presentación de resultados

Una vez procesado los datos se obtuvo el siguiente resultado

PREGUNTA N° 1

¿Ha escuchado hablar de los alimentos orgánicos?

TABLA N° 4

TÍTULO: ALIMENTOS ORGÁNICOS

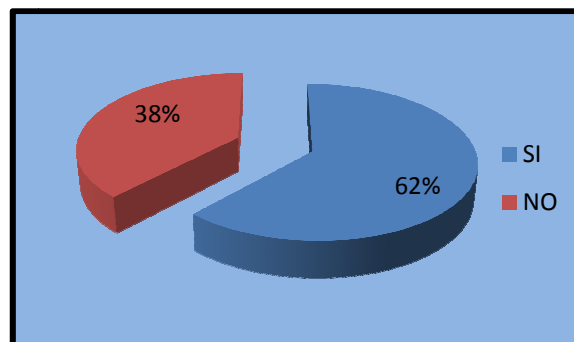
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	96	62%
No	59	38%
TOTAL	155	100%

FUENTE: Personas encuestadas

ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 6

TÍTULO: ALIMENTOS ORGÁNICOS



FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

El 62% de las personas encuestadas respondieron que si han escuchado hablar de alimentos orgánicos, mientras que el 38% manifestaron que no, lo que significa que la mayor parte de los individuos han oído de estos productos favoreciendo a la ejecución de este proyecto.

PREGUNTA N° 2

¿Conoce usted que el beneficio de consumir huevos bajo un régimen de alimentación sin químicos previene enfermedades a largo plazo, son bajos en colesterol y contienen mayor cantidad de vitaminas?

TABLA N° 5

TÍTULO: BENEFICIO ALIMENTICIO

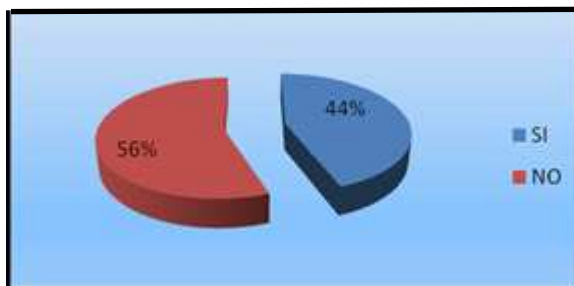
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	61	44%
No	94	56%
TOTAL	155	100%

FUENTE: Personas encuestadas

ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 7

TÍTULO: BENEFICIO ALIMENTICIO



FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

De los datos recogidos en las encuestas 61 personas que corresponde al 44% respondieron que si conocen el beneficio de los productos orgánicos y el 56% respondieron que no, considerando que es un porcentaje poco significativo de desconocimiento por parte de la población lo cual representa una oportunidad para nuestro producto ya que tiene múltiples beneficios nutricionales.

PREGUNTA N° 3

¿Usted consumiría huevos orgánicos?

TABLA N° 6

TÍTULO: CONSUMO DE HUEVOS ORGÁNICOS

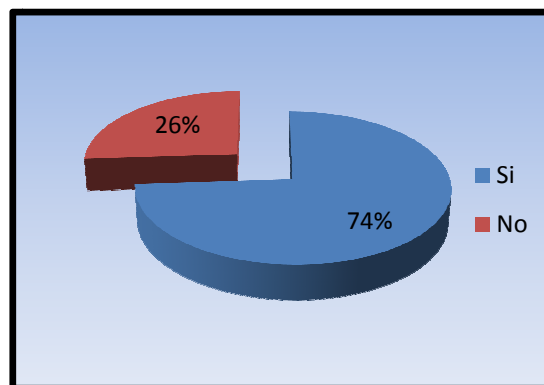
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	114	74%
No	41	26%
TOTAL	155	100%

FUENTE: Personas encuestadas

ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 8

TÍTULO: CONSUMIRÍA HUEVOS ORGÁNICOS



FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Mediante la encuesta planteada, el 26% respondieron que no consumirían huevos orgánicos y el 74% respondieron que si consumirían porque contiene una mayor cantidad de vitaminas y proteínas beneficioso para la salud de su familia.

PREGUNTA N° 4

¿Usted conoce algún plantel avícola que ofrezca huevos de gallinas alimentadas con productos naturales sin químicos?

TABLA N° 7

PLANTEL AVÍCOLA DE PRODUCTOS ORGÁNICOS

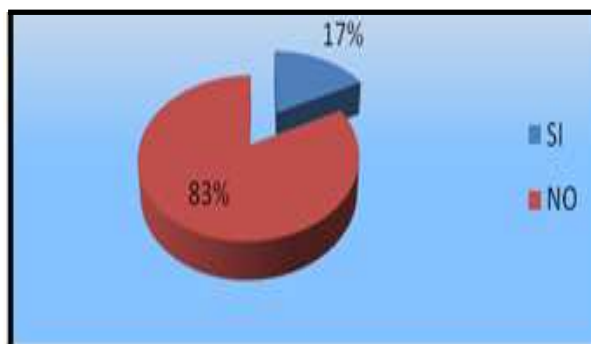
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	27	17%
No	128	83%
TOTAL	155	100%

FUENTE: Personas encuestadas

ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 9

TÍTULO: PLANTEL AVÍCOLA DE PRODUCTOS ORGÁNICOS



FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Del total de personas encuestadas el 17% respondieron que si conoce un plantel avícola que ofrezca huevos de gallinas alimentadas sin químicos mientras que el 83% respondieron que no conocen, 128 personas no conocen un plantel avícola con estas características, lo que implica un factor favorable para el proyecto permitiéndonos una mayor facilidad de posicionamiento en el mercado.

PREGUNTA N° 5

¿Normalmente cuál es su consumo mensual de huevos?

TABLA N° 8

TÍTULO: CONSUMO MENSUAL DE HUEVOS

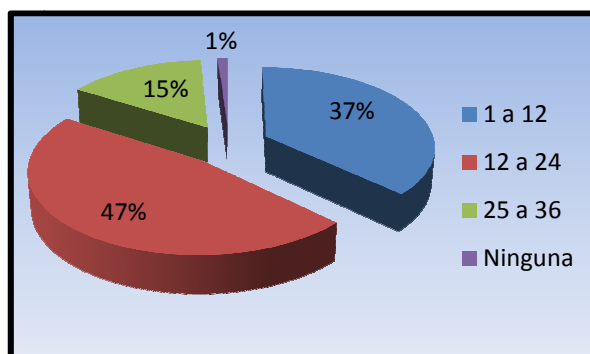
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 12	57	37%
12 a 24	73	47%
25 a 36	24	15%
Ninguna	1	1%
TOTAL	155	100%

FUENTE: Personas encuestadas

ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 10

TÍTULO: CONSUMO MENSUAL DE HUEVOS



FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

El 37% consume 1 a 12 huevos, el 47% escogió el intervalo comprendido entre 12 a 24, mientras que el 15% de 25 a 36 huevos mensualmente y tan solo el 1% no compra, siendo el 47% el porcentaje mayoritario de consumo por mes de huevos orgánicos por persona, esto nos favorece a la comercialización de nuestro producto porque hay una aceptación alta del mismo

PREGUNTA N° 6

¿Cuál es el precio que estimaría pagar por unidad de huevos de esta calidad?

TABLA N° 9

TÍTULO: PRECIO POR UNIDAD DE HUEVO

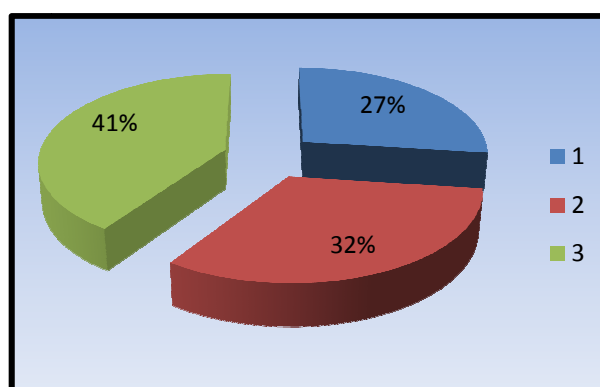
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0,10	51	32%
0,12	73	41%
0,15	31	27%
TOTAL	155	100%

FUENTE: Personas encuestadas

ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 11

TÍTULO: PRECIO POR UNIDAD DE HUEVO



FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Del mercado meta encuestado el 41% pagarían 0.12 centavos, 32% están dispuesto a adquirir el producto en un valor de 0.10 centavos y el 27% a 0.15 centavos por unidad de huevo, por ser el valor más alto a pagar por unidad de huevo la mejor opción es el de 0.15 centavos el mismo que 31 personas están dispuestas a cubrir este valor por los beneficios que presenta el producto.

PREGUNTA N° 7

¿Donde compra normalmente los huevos para consumo de su familia?

TABLA N° 10

TÍTULO: LUGAR DE COMPRA DE HUEVOS

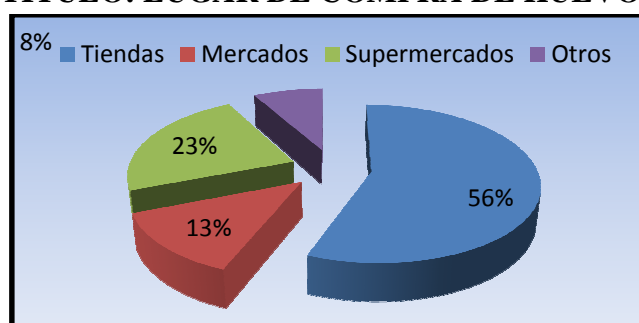
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tiendas	86	56%
Mercados	20	13%
Supermercados	36	23%
Otros	13	8%
TOTAL	155	100%

FUENTE: Personas encuestadas

ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 12

TÍTULO: LUGAR DE COMPRA DE HUEVOS



FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

El 56% adquieren el producto en tiendas, seguido de un 23% que compran en supermercados, el 13% prefieren los mercados y 8% deciden obtener en otros puntos de venta, por ser el sitio más cercano y accesible para las personas las tiendas se convierten en el lugar de preferencia de compra teniendo este el 56% del total de la muestra, las personas también visitan los supermercados, tomando en cuenta los dos porcentajes altos la distribución se realizará en los dos lugares.

PREGUNTA N° 8

¿En qué sector considera que debería estar ubicado el plantel avícola?

TABLA N° 11

TÍTULO: UBICACIÓN DEL PLANTEL AVÍCOLA

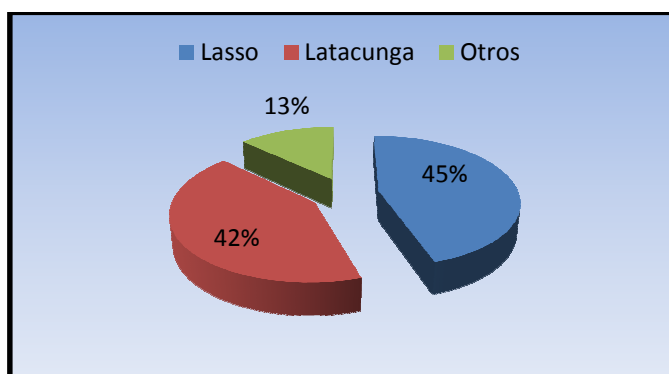
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Lasso	70	45%
Latacunga	65	42%
Otros	20	13%
TOTAL	155	100%

FUENTE: Personas encuestadas

ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 13

TÍTULO: UBICACIÓN DEL PLANTEL AVÍCOLA



FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

El 45% consideran que la ubicación del proyecto debe ser en Lasso, mientras que el 42% en Latacunga, y el 13% en otros lugares, el plantel avícola estará ubicado en el sector de Lasso ya que 70 personas encuestadas escogieron esa opción teniendo en cuenta la opinión de las personas, por reglas ambientales, por ser un sector industrial y principalmente por contar con el terreno propio la ubicación será en dicho sector.

PREGUNTA N° 9

¿Usted conoce el plantel avícola de donde provienen los huevos que consume?

TABLA N° 12

TÍTULO: CONOCIMIENTO DE LA PROCEDENCIA DE LOS HUEVOS

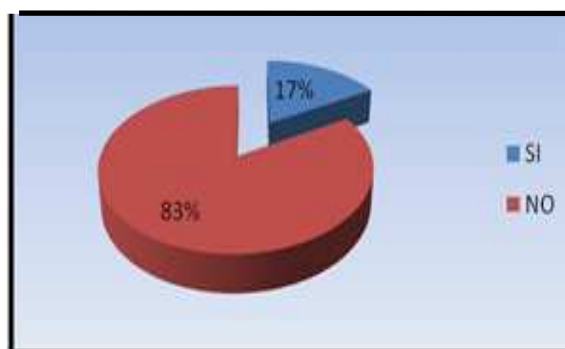
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	26	17%
No	129	83%
TOTAL	155	100%

FUENTE: Personas encuestadas

ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 14

TÍTULO: CONOCIMIENTO DE LA PROCEDENCIA DE LOS HUEVOS



FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Vemos que de las 155 personas encuestadas el 83% no conocen de donde provienen los huevos que consumen, mientras que el 17% si saben, tan solo 26 personas tienen conocimiento de la procedencia del producto que consumen en su dieta diaria, debido a esto prefieren tener en cuenta en qué condiciones se realiza el proceso de producción.

PREGUNTA N° 10

¿Cómo clasificaría las marcas disponibles en el mercado de huevos.

TABLA N° 13

TÍTULO: MARCA (HUEVOS AKÍ)

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	8	5%
Muy buena	10	7%
Buena	25	16%
Aceptable	50	32%
Mala	2	1%
TOTAL	95	61%

FUENTE: Personas encuestadas

ELABORADO POR: Grupo de investigación

TABLA N° 14

TÍTULO: MARCA (HUEVOS ORO)

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	2	1%
Muy buena	3	2%
Buena	6	4%
Aceptable	20	13%
Mala	3	2%
TOTAL	34	22%

FUENTE: Personas encuestadas

ELABORADO POR: Grupo de investigación

TABLA N° 15
TÍTULO: MARCA (INDAVE)

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	-	-
Muy buena	3	2%
Buena	3	2%
Aceptable	17	11%
Mala	3	2%
TOTAL	26	17%

FUENTE: Personas encuestadas

ELABORADO POR: Grupo de investigación

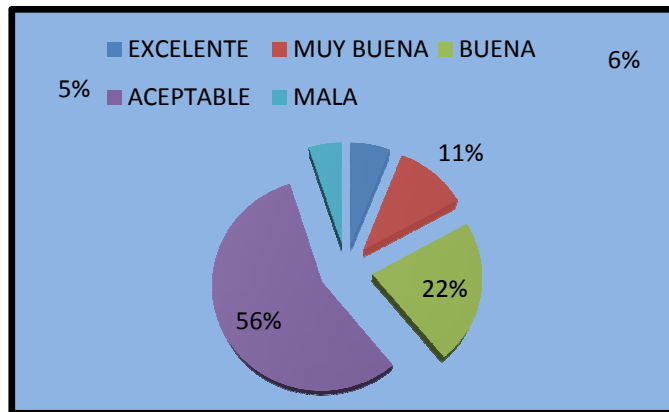
TABLA N° 16
TÍTULO: CLASIFICACIÓN DE LAS MARCAS EXISTENTES EN EL
MERCADO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	10	6%
Muy buena	16	11%
Buena	34	22%
Aceptable	87	56%
Mala	8	5%
TOTAL	155	100%

FUENTE: Personas encuestadas

ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 15



FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

De acuerdo a las encuestas realizadas el 5% manifiestan que la marca de huevo AKÍ es excelente mientras que el 7% dicen que es muy buena, el 16% mencionan que dicha marca es buena, el 32% como regular y tan solo el 1% califican a esa marca como mala

Para la marca HUEVOS ORO el tan solo el 1% de los encuestados les parece excelente, mientras que el 2% dicen que es muy buena, el 4% mencionan que dicha marca es buena, el 13% como regular y el 2% califican a esa marca como mala

Mientras tanto los encuestados manifiestan que la marca de huevos INDAVE no les parece excelente, mientras que el 2% dicen que es muy buena, el 2% mencionan que dicha marca es buena, el 11% como regular y el 2% califican a esa marca como mala.

Los encuestados manifiestan en un 56% que las marcas existentes en el mercado son aceptables, dado esto el producto existente no cumple con las expectativas de los clientes dando una mayor probabilidad de aceptación en el mercado mejorando el proceso productivo.

2.4 Identificación del Mercado Meta

2.4.1 Segmentación de Mercado

De acuerdo a la investigación de mercado realizada se puede decir que, nuestro mercado de clientes está constituido por los habitantes de la ciudad de Latacunga los mismos que constituyen un mercado primario, además se puede considerar un mercado secundario los supermercados, tiendas y mercados.

TABLA N° 17
TÍTULO: SEGMENTACIÓN DE MERCADO

VARIABLES GEOGRÁFICAS	
Región	Sierra
Provincia	Cotopaxi
Ciudad	Latacunga
Zona	Urbana
Población	51.689
VARIABLES DEMOGRÁFICAS	
Edad	Comprendida entre 18 a 55 años los que tengan posibilidad de comprar
Género	Sin género dominante
Nivel de educación	En promedio bachillerato

FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

2.4.2 Características de los Consumidores

- ⊕ Las personas que pertenecen a la clase media, cuya capacidad de compra sea relativamente aceptable.
- ⊕ En general personas preocupadas por el bienestar de su salud y la de su familia puesto que el producto posee múltiples beneficios nutricionales.
- ⊕ Quienes adquieran el producto de manera ocasional y preferentemente de manera semanal.

2.4.3 Gustos y preferencias

- ✦ Por la variedad de preparación y recetas que utilice en su cocina

2.5 Análisis de la demanda

2.5.1 Demanda histórica

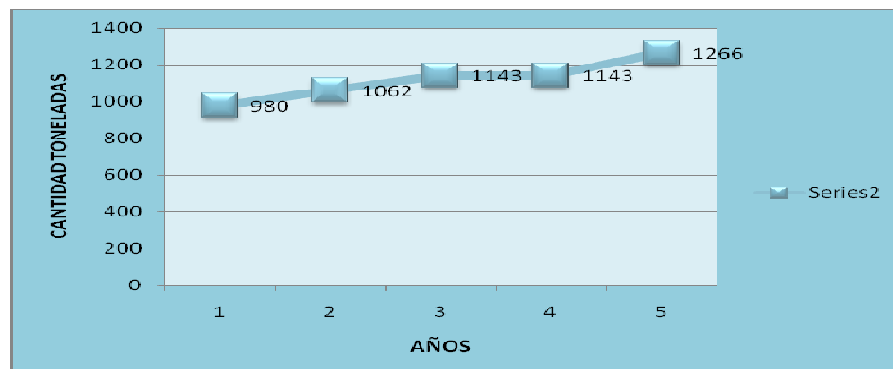
TABLA N° 18
TÍTULO: DEMANDA HISTÓRICA

AÑOS	CANTIDAD
2005	980 TM
2006	1.062 TM
2007	1.143 TM
2008	1.143 TM
2009	1.266 TM

FUENTE: AGROCALIDAD

ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 16
TÍTULO: DEMANDA HISTÓRICA



FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

2.5.2 *Demanda actual*

La demanda de huevos en los últimos años ha tenido un crecimiento constante por ser un producto de consumo diario, debido al crecimiento poblacional, podemos señalar que los beneficios que ofrece este producto son muy favorables y sobre todo son saludables

TABLA N° 19
TÍTULO: DEMANDA ACTUAL (ANUAL)

AÑO	MERCADO META	% DE CONSUMO PREGUNTA 3	FAMILIAS CONSUMIDORA	CANTIDAD DE CONSUMO PREGUNTA 7	DEMANDA ACTUAL
2010	20.329	74%	20.329	24 huevos mensuales	1.199 TM

FUENTE: Cuadros anteriores

ELABORADO POR: Grupo de investigación

2.5.3 *Demanda Proyectada*

Podemos determinar que la demanda de huevos es continua por que aumenta a medida que crece la población; además es una demanda de un bien necesario, toda vez que es un producto alimenticio.

TABLA N° 20

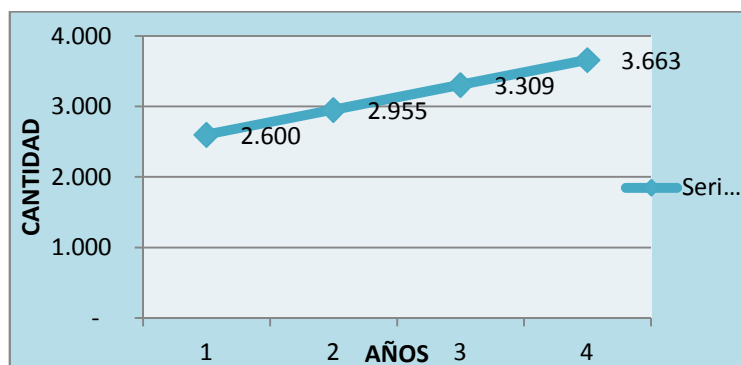
**TÍTULO: DEMANDA PROYECTADA DE LA CIUDAD DE LATACUNGA
MEDIANTE EL MÉTODO DE MÍNIMOS CUADRADOS**

Años base		Demanda			Demanda proyectada
AÑOS	X	Y	X ²	X*Y	YT
2005	0	980	0	-	476
2006	1	1.062	1	1.062	830
2007	2	1.143	4	2.287	1.184
2008	3	1.184	9	3.552	1.538
2009	4	1.307	16	5.226	1.892
2010	5	1.469	25	7.345	2.246
TOTAL	15	7.145	55	19.472	8.168
2011	6				2.600
2012	7				2.955
2013	8				3.309
2014	9				3.663
2015	10				4.017

FUENTE: Cuadros anteriores

ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 17
TÍTULO: DEMANDA PROYECTADA



FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

2.6 Análisis de la Oferta

Para disminuir el porcentaje de riesgo en la inversión del presente proyecto, se realizó el estudio de los competidores o productores y vendedores de carne de pollo en toda el área de cobertura del proyecto.

2.6.1 Número de competidores en el mercado

TABLA N° 21
TÍTULO: NÚMERO DE COMPETIDORES

N°	EMPRESA	UBICACIÓN	PRODUCTO	
1	Granja Avícola Valeria	Latacunga	huevos	91 TM
2	Avícola Mazavicultura	Latacunga	huevos	165 TM
3	Avícola Regalo de Dios	Latacunga	huevos	172 TM

FUENTE: AGROCALIDAD

ELABORADO POR: Grupo de investigación

2.6.2 Oferta Histórica

TABLA N° 22
TÍTULO: OFERTA HISTÓRICA

AÑOS	CANTIDAD
2005	400 TM
2006	408 TM
2007	454 TM
2008	465 TM
2009	476 TM

FUENTE: AGROCALIDAD

ELABORADO POR: Grupo de investigación

2.6.3 Oferta Actual

TABLA N° 23
TÍTULO: OFERTA ACTUAL

AÑO	CANTIDAD
2010	650 TM

FUENTE: www.conave.org/mvobj.php

ELABORADO POR: Grupo de investigación

2.6.4 Oferta Proyectada

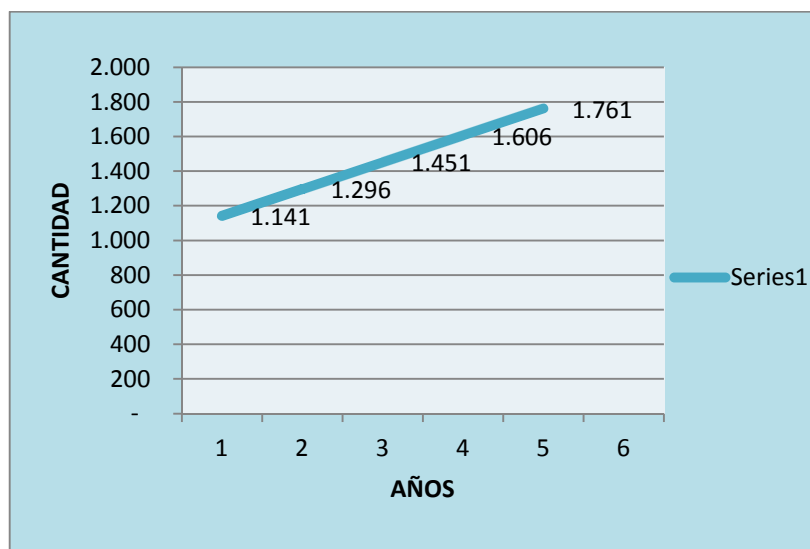
TABLA N° 24
TÍTULO: OFERTA PROYECTADA

Año base		Oferta			Oferta proyectada
AÑOS	X	Y	X ²	X*Y	Y.T
2005	0	458	0	0	211
2006	1	466	1	4.66,4	366
2007	2	518	4	1.036,8	521
2008	3	531	9	1.594,08	676
2009	4	544	16	2.177,28	831
2010	5	650	25	3250	986
TOTAL	15	3.168	55	8.524,56	3.592
2011	6				1.141
2012	7				1.296
2013	8				1.451
2014	9				1.606
2015	10				1.761

FUENTE: Cuadros anteriores

ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 18
TÍTULO: OFERTA PROYECTADA



FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

2.7 *Determinación Demanda Insatisfecha*

TABLA N° 25
TÍTULO: DEMANDA INSATISFECHA

AÑOS	DEMANDA P.	OFERTA P.	DEMANDA I.
2011	2.600	1.296	1.304
2012	2.955	1.451	1.503
2013	3.309	1.606	1.702
2014	3.663	1.761	1.901

FUENTE: Cuadros anteriores

ELABORADO POR: Grupo de investigación

2.8 Análisis de precios

2.8.1 Precios Históricos

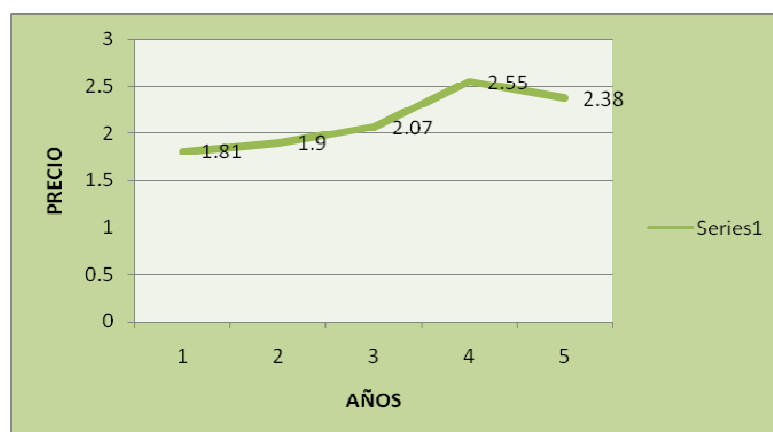
TABLA N° 26
TÍTULO: PRECIOS HISTÓRICOS

AÑOS	PRECIO UNITARIO	PRECIO (cubeta de 30 huevos)
2005	0,06	\$1,81
2006	0,06	\$1,90
2007	0,07	\$2,07
2008	0,08	\$2,55
2009	0,08	\$2,38

FUENTE: www.conave.org/mvobj.php

ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 19
TÍTULO: PRECIOS HISTÓRICOS



FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

2.8.2 Precios Actuales

TABLA N° 27
TÍTULO: PRECIOS ACTUALES

AÑOS	PRECIO UNITARIO	PRECIO CUBETA 30
2010	0,10	\$ 3,30

FUENTE: www.conave.org/mvobj.php

ELABORADO POR: Grupo de investigación

2.8.3 Precios Proyectados

TABLA N° 28
TÍTULO: PRECIOS PROYECTADOS

AÑOS	PRECIO UNITARIO	PRECIO CUBETA 30
2011	0,11	3,41
2012	0,12	3,51
2013	0,12	3,62
2014	0,13	3,73

FUENTE: <http://www.ecuadorencifras.com/cifras-inec/main.html>

ELABORADO POR: Grupo de investigación

2.9 Análisis Comercialización

PRODUCTO

El transporte del producto se realizará desde el sitio de almacenamiento hacia los puntos de venta (supermercados) haciendo uso de los vehículos de la empresa.

De acuerdo a la encuesta no se ha definido un margen significativo en lo relacionado al empaque; por ello tomando encuesta las diferentes presentaciones

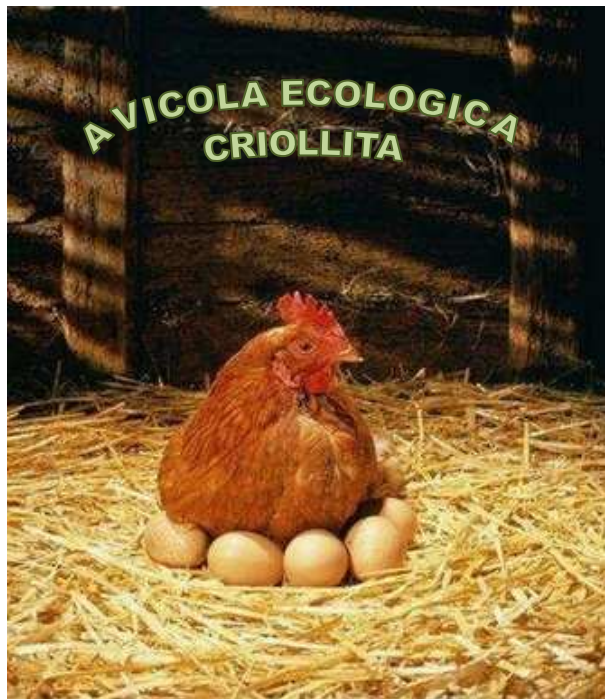
que ofrecen los competidores se determinado ofrecer estuches de huevos de 12, 20 y 30 unidades

Uno de los factores importantes para el posicionamiento del producto es la marca de ella dependerá el reconocimiento e identificación que tenga los clientes hacia el producto.

El grado de novedad para nuestra empresa es muy importante ya que determina la capacidad de competencia para incursionar en nuevos mercados.

GRÁFICO N° 20

TÍTULO: LOGO



FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

PRECIO

Para la determinación de precios se considera dos factores tanto el externo que está regido por la competencia y el factor interno el que establece los costos gastos propios de la empresa, con una rentabilidad.

Se debe tomar en cuenta que la investigación anteriormente realizada los encuestados nos proponen ciertos precios, lo cual nos ayuda para establecer un precio adecuado y agradable para los consumidores y a la vez beneficioso para la empresa.

PLAZA

Sobre la base de los resultados de los consumidores potenciales, en la investigación de mercados el 55.48% de ellos prefieren realizar la compra de los huevos en tiendas.

La comunicación no solo será al mercado masivo a través de la publicidad sino a través de herramientas que impulsen la comercialización del producto en los canales y sub canales, por lo tanto para que el producto llegue a los consumidores finales hemos escogido un canal de distribución indirecto de manera que se cumpla con la exigencia del cliente y se pueda vender el producto en cantidades deseables. Por otro lado se realizara también la venta directa en el sitio mismo de la producción.



CAPITULO III

ESTUDIO TÉCNICO

3.1 Objetivos

3.1.1 Objetivo general

Efectuar un estudio técnico y administrativo que permita determinar el tamaño y localización óptima del plantel avícola, las instalaciones y los equipos; así como los requerimientos legales, jurídicos y organizativos para su implementación.

3.1.2 Objetivos específicos

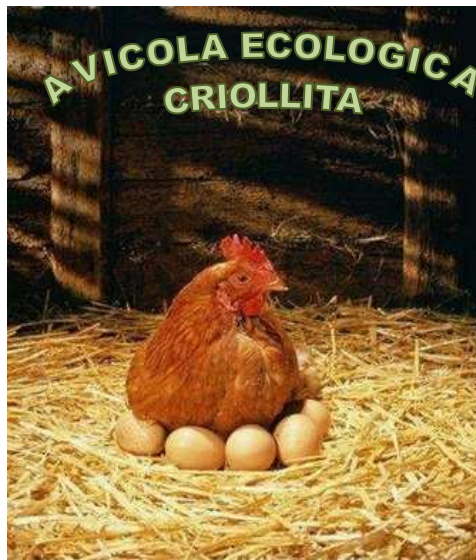
- ⊕ Determinar el lugar idóneo donde se localizara el plantel avícola para la producción y comercialización de huevos.
- ⊕ Proyectar la adquisición adecuada de las materias primas para el proyecto.
- ⊕ Identificar la capacidad de instalación y los equipos necesarios de los que dispondrá el plantel avícola.
- ⊕ Analizar el tamaño óptimo, la localización, los equipos e instalaciones para realizar la producción y comercialización del producto.

3.2 Aspectos legales

3.2.1 La razón social

El presente proyecto después de su constitución tomará el nombre de “AVÍCOLA ECOLÓGICA CRIOLLITA CIA. LTDA.” La constitución de la empresa y toda actividad comercial que esta realice se hará bajo dicho nombre.

GRÁFICO N° 21 TÍTULO: MARCA



FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

3.2.2 Misión

Avícola Ecológica Criollita se dedicara a la producción y comercialización de huevos de gallina cuyo objetivo es satisfacer las necesidades de los clientes. Aprovechando el recurso humano, material y así ofreciendo un producto de primera calidad. Nuestra empresa se caracterizara por utilizar métodos de producción natural sin la utilización de químicos y que además respetan el medio ambiente.

3.2.3 Visión

Llegar a posicionarse como una de las empresas más competitivas dentro del mercado con un personal comprometido que nos permita ofrecer a nuestros clientes un producto nutritivo de la más alta calidad superando las expectativas de nuestros clientes.

3.2.4 Valores corporativos

Cooperación

Los trabajadores de la empresa trabajaran de manera conjunta en un ambiente de respeto uniendo sus capacidades intelectuales y laborales con el propósito de oportunidades de ingreso equitativos.

Responsabilidad

Cada trabajador cumplirá con sus compromisos y responsabilidades adquiridas con respecto a los demás y brinda un aporte positivo al desarrollo competitivo y sostenible de la fábrica.

Perseverancia

Tanto directivos como empleados desarrollan las actividades que les corresponden para alcanzar los objetivos planteados por la empresa.

Creatividad

Los trabajadores y directivos de la empresa estarán abiertos a nuevas ideas, enfoques e información y mejoran e innovan sus procesos tecnológicos y de gestión con el propósito de incrementar su participación en el mercado y satisfacer a los consumidores.

3.2.5 Políticas

- ⊕ El enfoque al mejoramiento de las actividades de producción y comercialización siempre estará presente en todos los niveles operacionales.
- ⊕ Mantener el compromiso de revisar y controlar continuamente los procesos productivos para mejorar la calidad de nuestros productos.
- ⊕ Se respetarán las leyes establecidas por las entidades de control estatales.
- ⊕ Se fomentará la integración del personal para aprovechar al máximo sus capacidades, satisfacer sus necesidades y relaciones cordiales.
- ⊕ Se mantendrá en práctica procedimientos de seguridad laboral, industrial y salud para garantizar un ambiente de trabajo adecuado.

3.2.6 Estructura organizacional

“AVÍCOLA ECOLÓGICA CRIOLLITA CIA. LTDA” necesita definir la forma de ordenamiento interno. Para lo cual es necesario distribuir las tareas y responsabilidades entre los propietarios y empleados de la empresa.

En general, las áreas principales de la empresa son: Producción, Ventas, Administración y Finanzas.

3.2.7 Organigrama de la empresa

GRÁFICO N° 22

TÍTULO: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL PLANTEL AVÍCOLA ECOLÓGICA CRIOLLITA



ELABORADO POR: Grupo de investigación

La empresa se dividirá en tres áreas: administración, ventas, producción, las cuales tendrán las siguientes funciones.

3.2.7.1 Descripción del perfil de puestos

Se presenta a continuación los perfiles de los puestos propuestos en la estructura organizacional de la empresa, teniendo en cuenta que la empresa se constituirá como una Sociedad de Responsabilidad Limitada.

Cargo: Gerente General

Departamento: Administrativo-Financiero

Funciones del puesto

- ✦ Será responsable ante los entes contralores del estado, banca y los proveedores
- ✦ Revisar los estados financieros
- ✦ Autorizar compras requeridas por la empresa
- ✦ Orientar a la empresa hacia el logro de sus objetivos así como el cumplimiento de sus metas a corto y largo plazo con ello el éxito de la empresa.
- ✦ Concertación de negociaciones.

Requisitos del puesto

- ✦ Género masculino o femenino
- ✦ Edad 30 años en adelante
- ✦ Experiencia mínima 3 años
- ✦ Título universitario (área de administración de empresas o finanzas)
- ✦ Manejo de paquetes computacionales.
- ✦ Conocimiento de las leyes del país.

Cualidades

Capacidad para tomar de decisiones y trabajo presión, manejo de personal con habilidades de negociar, organizar y planear.

Cargo: Asistente

Departamento: Administrativo

Funciones del puesto

- ✦ Brindar la información oportuna y requerida por los miembros de la empresa así como para los clientes en general.

- ✦ Atención al público
- ✦ Atención telefónica
- ✦ Manejo de fondo de caja chica.
- ✦ Mantener en orden los archivos de la empresa.

Requisitos del puesto

- ✦ Género femenino
- ✦ Edad 23 a 30 años
- ✦ Educación secretariado
- ✦ Manejo de paquetes Microsoft office,
- ✦ Excelente relaciones humanas
- ✦ Experiencia laboral 2 años

Cargo: Jefe ventas

Departamento: Ventas

Funciones del puesto

- ✦ Elaborar el plan de ventas y el plan de marketing.
- ✦ Establecer políticas de ventas.
- ✦ Contactar clientes potenciales para la empresa.

Requisitos del puesto

- ✦ Género femenino o masculino
- ✦ Edad: 25 a 30 años
- ✦ Profesional en mercadotecnia, mercadeo o afines.
- ✦ Orientado al cumplimiento de metas
- ✦ Experiencia mínima de 2 años

Cargo: Jefe de producción

Departamento: Producción

Funciones del puesto

- ✦ Supervisar al personal del área de producción.
- ✦ Planeación, organización, dirección, y control de producción.
- ✦ Manejo de inventarios de insumos y productos.
- ✦ Controlar la calidad del producto empacado, almacenado, despachado.
- ✦ Establecer las medidas necesarias para optimizar los procesos y reducir los costos.

Requisitos del puesto

- ✦ Género masculino o femenino
- ✦ Edad 25 a 30 años
- ✦ Amplio conocimiento en avicultura
- ✦ Orientado a trabajar en equipo.
- ✦ Experiencia mínima 2 años

3.2.8 *Tamaño óptimo de la planta*

En base al análisis de los factores de la oferta y demanda proyectada se estima que el proyecto tendrá una capacidad de 20.000 gallinas las cuales tendrán un producción de 236.664 cubetas de 30 huevos que corresponde a un promedio de 338 TM anuales, diariamente tendríamos una producción de 657 cubetas de 30 huevos, en el primer año que corresponde al 26% de la demanda insatisfecha.

TABLA N° 29
TÍTULO: TAMAÑO DEL PROYECTO

AÑOS	DEMANDA P.	OFERTA P.	DEMANDA I.	PRODUCCIÓN	PORCENTAJE
2011	2.600 TM	1296 TM	1.304 TM	342 TM	26%
2012	2.955 TM	1451 TM	1.503 TM	507 TM	34%
2013	3.309 TM	1606 TM	1.702 TM	507 TM	30%
2014	3.663 TM	1761 TM	1.901 TM	691 TM	36%
2015	4.017 TM	1761 TM	2.256 TM	795 TM	35%

FUENTE: Tabla N° 15 y 19 proyección de la oferta y demanda

ELABORADO POR: Grupo de investigación

TABLA N° 30
TÍTULO: PLAN DE PRODUCCIÓN AL AÑO

DÍAS A LABORAR	360
No. PRODUCTOS	236.664 cubetas

FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

TABLA N° 31
TÍTULO: CAPACIDAD DE LA INFRAESTRUCTURA

SERVICIOS	CANTIDAD	UNIDAD	SUPERFICIE
Galpones	2	m ²	1560
Jaula para ponedoras	4000	m ²	1
Bodega	2	m ²	16
Oficina	3	m ²	12

FUENTE: Las investigadoras

Elaborado por: Grupo Investigador

3.2.9 Localización del proyecto

3.2.9.1 Macrolocalización

El presente proyecto se ubicará en el Ecuador; Región Sierra, Provincia de Cotopaxi, Cantón Latacunga.

Esta localización se fundamenta en lo siguiente:

- ⊕ La disponibilidad del terreno en el sector de Lasso es óptimo ya que se encuentra alejado de la ciudad lo cual beneficia a la producción por la tranquilidad del sector.
- ⊕ El sector dispone de servicios básicos como son: energía eléctrica, agua potable, alcantarillado, telecomunicaciones etc.
- ⊕ Las vías de acceso son de fácil accesibilidad que permitirá el ingreso de materia prima y la salida del producto así al mercado.

GRÁFICO N° 23

TÍTULO: UBICACIÓN DEL PLANTEL AVÍCOLA CRIOLLITA



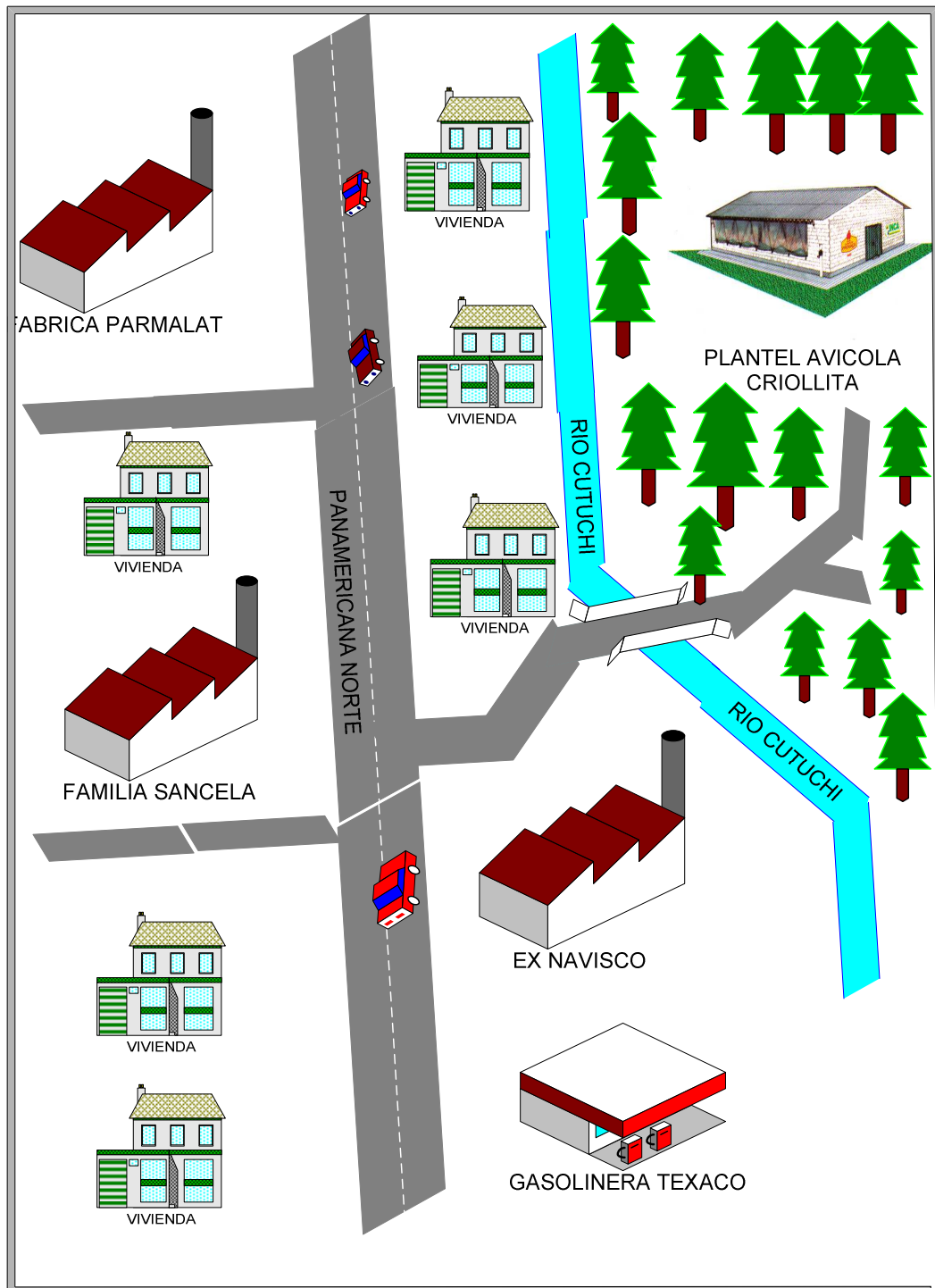
PLANTEL AVÍCOLA CRIOLLITA



FUENTE: Encarta

ELABORADOR POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 24
TÍTULO: CROQUIS DE UBICACIÓN



FUENTE: Las investigadoras

ELABORADOR POR: Grupo de investigación

3.2.10 El proceso de producción

3.2.10.1 Instalaciones

Se construirá dos galpones de 780 metros cuadrados en donde se ajoran 20000 gallinas. El material del galpón es de bloque, vigas de acero, piso de cemento que facilitará el aseo, el techo es de láminas de aluminio y para ventanas malla galvanizada en forma de rombos.

GRÁFICO N° 25

TÍTULO: ESTRUCTURA DEL GALPÓN



FUENTE: Plantel Avícola “VALERIA”

ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 26

TÍTULO: DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS DEL PLANTEL “AVÍCOLA ECOLÓGICA CRIOLLITA”

TEMA: Plantele Avícola	DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS					RESUMEN	ACTUAL	PROPUESTA	AHORRO
OPERACIÓN: Crianza						OPERACIÓN	1		
GRAFICADO POR: KB y MC						TRANSPORTE	2		
GRAFICO N° 1						INSPECCIÓN	2		
FECHA: Febrero 2011	¿Puede eliminarse?	RETRASO							
HOJA N°: 1	¿Puede cambiarse?	ALMACENA	2						
	¿Puede cambiarse la secuencia?	TIEMPO							
	¿Puede simplificarse?	DISTANCIA							
DESCRIPCIÓN	OPERACIÓN	TRANSPORTE	INSPECCIÓN	RETRASOS	ALMACÉN/NAME	DISTANCIA EN METROS	TIEMPO EN MINUTOS	NOTAS	
Adquisición de pollitas de un día									
Colocar en el galpón de crianza									
Crecimiento							13 semanas		
Revisar agua, alimento, temperatura									
Ubicar en el galpón de producción									
Crecimiento							17 semanas		
Revisar agua, alimento, temperatura									

FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 27

TÍTULO: GALPÓN DE INGRESO 1 DÍA DE EDAD



FUENTE: Plantel Avícola "VALERIA"

ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 28

TÍTULO: GALPÓN DE PRODUCCIÓN



FUENTE: Plantel Avícola "VALERIA"

ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 29

TÍTULO: DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS DEL PLANTEL “AVÍCOLA ECOLÓGICA CRIOLLITA”

TEMA: Plantel Avícola	DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS					RESUMEN	ACTUAL	PROPUESTA	AHORRO
OPERACIÓN: Alimentación						OPERACIÓN	1		
GRAFICADO POR: KB y MC						TRANSPORTE	2		
GRAFICO N° : 2						INSPECCIÓN	2		
FECHA: Febrero 2011	¿Puede eliminarse?	RETRASO							
HOJA N°: 2	¿Puede cambiarse?	ALMACENA	2						
	¿Puede cambiarse la secuencia?	TIEMPO							
	¿Puede simplificarse?	DISTANCIA							
DESCRIPCIÓN	OPERACIÓN	TRANSPORTE	INSPECCIÓN	RETRASOS	ALMACÉN/AME	DISTANCIA EN METROS	TIEMPO EN MINUTOS	NOTAS	
Compra de materia prima									
Bodega									
Mezcla de materia prima									
Temperatura									
Colocar en lonas									
Embodegar									
Colocar alimento en los comederos									

FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 30
TÍTULO: ALIMENTACIÓN



FUENTE: Plantel Avícola "VALERIA"
ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 31
TÍTULO: COMEDEROS



FUENTE: Plantel Avícola "VALERIA"
ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 32

TÍTULO: CONO DE ALIMENTACIÓN



FUENTE: Plantel Avícola "VALERIA"

ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 33

TÍTULO: COCHE PARA BALANCEADO























FUENTE: Plantel Avícola "VALERIA"

ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 34

TÍTULO: DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS DEL PLANTEL “AVÍCOLA ECOLÓGICA CRIOLLITA”

TEMA: Plantel Avícola	DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS					RESUMEN	ACTUAL	PROPUESTA	AHORRO
OPERACIÓN: Consumo de agua						OPERACIÓN	1		
GRAFICADO POR: KB y MC						TRANSPORTE			
GRAFICO N°: 3						INSPECCIÓN	1		
FECHA: Febrero 2011	¿Puede eliminarse?	RETRASO	1						
HOJA N°: 3	¿Puede cambiarse?	ALMACENA	1						
	¿Puede cambiarse la secuencia?	TIEMPO							
	¿Puede simplificarse?	DISTANCIA							
DESCRIPCIÓN	OPERACIÓN	TRANSPORTE	INSPECCIÓN	RETRASOS	ALMACÉN/AME	DISTANCIA EN METROS	TIEMPO EN MINUTOS	NOTAS	
Colocar el tanque									
Llenar el tanque de agua									
Mantener el tanque llenar									
Revisar la temperatura									

FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 35
TÍTULO: TANQUE RESERVORIO



FUENTE: Plantel Avícola “VALERIA”

ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 36
TÍTULO: BEBEDEROS



FUENTE: Plantel Avícola “VALERIA”

ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 37

TÍTULO: DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS DEL PLANTEL
“AVÍCOLA ECOLÓGICA CRIOLLITA”

TEMA: Platel Avícola	DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS					RESUMEN	ACTUAL	PROPUESTA	AHORRO
OPERACIÓN: Despique						OPERACIÓN	2		
GRAFICADO POR: KB y MC						TRANSPORTE			
GRAFICO N°: 4						INSPECCIÓN	2		
FECHA: Febrero 2011	¿Puede eliminarse?	RETRASO							
HOJA N°: 4	¿Puede cambiarse?	ALMACENA	2						
	¿Puede cambiarse la secuencia?	TIEMPO							
	¿Puede simplificarse?	DISTANCIA							
DESCRIPCIÓN	OPERACIÓN	TRANSPORTE	INSPECCIÓN	RETRASOS	ALMACÉN/ME	DISTANCIA EN METROS	TIEMPO EN MINUTOS	NOTAS	
Dos veces cada lote									
Primer despique							6 días edad		
Medida						2 mm			
Crianza									
Segundo despique							6 semanas edad		
Medida						10 mm			
Crianza									

FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 38
TÍTULO: DESPICADO



FUENTE: Plantel Avícola "VALERIA"

ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 39

TÍTULO: DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS DEL PLANTEL “AVÍCOLA ECOLÓGICA CRIOLLITA”

TEMA: Platel Avícola	DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS					RESUMEN	ACTUAL	PROPUESTA	AHORRO
OPERACIÓN: Postura						OPERACIÓN	4		
GRAFICADO POR: KB y MC						TRANSPORTE			
GRAFICO N°: 5						INSPECCIÓN	2		
FECHA: Febrero 2011	¿Puede eliminarse?	RETRASO							
HOJA N°: 5	¿Puede cambiarse?	ALMACENA							
	¿Puede cambiarse la secuencia?	TIEMPO							
	¿Puede simplificarse?	DISTANCIA							
DESCRIPCIÓN	OPERACIÓN	TRANSPORTE	INSPECCIÓN	RETRASOS	ALMACÉN/AME	DISTANCIA EN METROS	TIEMPO EN MINUTOS	NOTAS	
Crianza							19 semanas		
Limpiar jaulas									
Alzar cortinas para ventilación									
Peso mínimo 16 gramos									
Producción de huevos							Cada día		
Verificar agua, temperatura, alimentación							Cada día		
Terminación de postura							60 semanas		

FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 40
TÍTULO: POSTURA DE HUEVOS




























FUENTE: Plantel Avícola "VALERIA"

ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 41

TÍTULO: DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS DEL PLANTEL “AVÍCOLA ECOLÓGICA CRIOLLITA”

TEMA: Platel Avícola		DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS	RESUMEN	ACTUAL	PROPUESTA	AHORRO		
OPERACIÓN: Almacenamiento de huevos			OPERACIÓN	3				
GRAFICADO POR: KB y MC			TRANSPORTE	1				
GRAFICO N°: 6			INSPECCIÓN					
FECHA: Febrero 2011	¿Puede eliminarse?	RETRASO						
HOJA N°: 6	¿Puede cambiarse?	ALMACENA						
	¿Puede cambiarse la secuencia?	TIEMPO						
	¿Puede simplificarse?	DISTANCIA						
DESCRIPCIÓN	OPERACIÓN	TRANSPORTE	INSPECCIÓN	RETRASOS	ALMACÉN/NAME	DISTANCIA EN METROS	TIEMPO EN MINUTOS	NOTAS
Recolección de huevos							8 am, 10 am, 2 pm, 4 pm	
Bodega								
Limpiar los huevos								
Empacado								
Venta								

FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 42

TÍTULO: RECOLECCIÓN DE HUEVOS



FUENTE: Plantel Avícola "VALERIA"

ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 43

TÍTULO: ALMACENAMIENTO DE HUEVOS



FUENTE: Plantel Avícola "VALERIA"

ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 44

**TÍTULO: DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS DEL PLANTEL
“AVÍCOLA ECOLÓGICA CRIOLLITA”**

TEMA: Plantel Avícola	DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS					RESUMEN	ACTUAL	PROPUESTA	AHORRO
OPERACIÓN: Almacenamiento de gallinaza o abono						OPERACIÓN	1		
GRAFICADO POR: KB y MC						TRANSPORTE	1		
GRAFICO N° :7						INSPECCIÓN			
FECHA: Febrero 2011	¿Puede eliminarse?	RETRASO							
HOJA N°: 7	¿Puede cambiarse?	ALMACENA	1						
	¿Puede cambiarse la secuencia?	TIEMPO							
	¿Puede simplificarse?	DISTANCIA							
DESCRIPCIÓN	OPERACIÓN	TRANSPORTE	INSPECCIÓN	RETRASOS	ALMACÉN/NAME	DISTANCIA EN METROS	TIEMPO EN MINUTOS	NOTAS	
Recolección del abono							Todos los días		
Tanque de reserva									
Almacenamiento							30 días		
Venta									

FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 45

**TÍTULO: DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS DEL PLANTEL
“AVÍCOLA ECOLÓGICA CRIOLLITA”**

TEMA: Plantel Avícola	DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS					RESUMEN	ACTUAL	PROPUESTA	AHORRO
OPERACIÓN: Venta de huevos						OPERACIÓN			
GRAFICADO POR: KB y MC						TRANSPORTE			
GRAFICO N° : 8						INSPECCIÓN			
FECHA: Febrero 2011	¿Puede eliminarse?	RETRASO							
HOJA N°: 8	¿Puede cambiarse?	ALMACENA							
	¿Puede cambiarse la secuencia?	TIEMPO							
	¿Puede simplificarse?	DISTANCIA							
DESCRIPCIÓN	OPERACIÓN	TRANSPORTE	INSPECCIÓN	RETRASOS	ALMACENA MI	DISTANCIA EN METROS	TIEMPO EN MINUTOS	NOTAS	
Bodega									
Colocar en el carro los huevos									
Punto de venta									
Venta									

FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

**GRÁFICO N° 46
COMERCIALIZACIÓN DE HUEVOS**



FUENTE: Plantel Avícola “VALERIA”

ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 47

**TÍTULO: DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS DEL PLANTEL
“AVÍCOLA ECOLÓGICA CRIOLLITA”**

TEMA: Plantel Avícola	DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS					RESUMEN	ACTUAL	PROPUESTA	AHORRO
OPERACIÓN: Descarte de gallinas						OPERACIÓN			
GRAFICADO POR: KB y MC						TRANSPORTE			
GRAFICO N° : 9						INSPECCIÓN			
FECHA: Febrero 2011	¿Puede eliminarse?	RETRASO							
HOJA N°: 9	¿Puede cambiarse?	ALMACENA							
	¿Puede cambiarse la secuencia?	TIEMPO							
	¿Puede simplificarse?	DISTANCIA							
DESCRIPCIÓN	OPERACIÓN	TRANSPORTE	INSPECCIÓN	RETRASOS	ALMACÉN/NAME	DISTANCIA EN METROS	TIEMPO EN MINUTOS	NOTAS	
Aves de 80 semanas	●	➔	■	⌒	▼				
Gallinas por picoteo o delgadas	●	➔	■	⌒	▼				
Llevadas al mercado	●	➔	■	⌒	▼				
Venta al por mayor y menor	●	➔	■	⌒	▼				

FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 48

TÍTULO: DESCARTE Y VENTA DE GALLINAS



FUENTE: Plantel Avícola “VALERIA”

ELABORADO POR: Grupo de investigación

3.3 *Distribución en planta*

3.3.1 *Diseño general de la estructura*

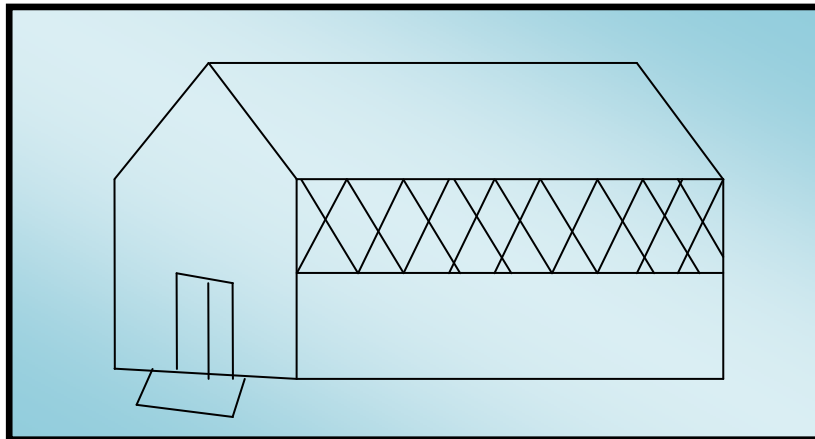
Área de construcción:

El área donde se ubicará la sección administrativa dispone de 4 oficinas de 10 m² cada una, que corresponde para Gerencia, administración, ventas, un baño social de 4 m².

Área de Producción:

El área de producción va a constar de 3 galpones 780 m² cada uno 2 bodegas de 10 m²

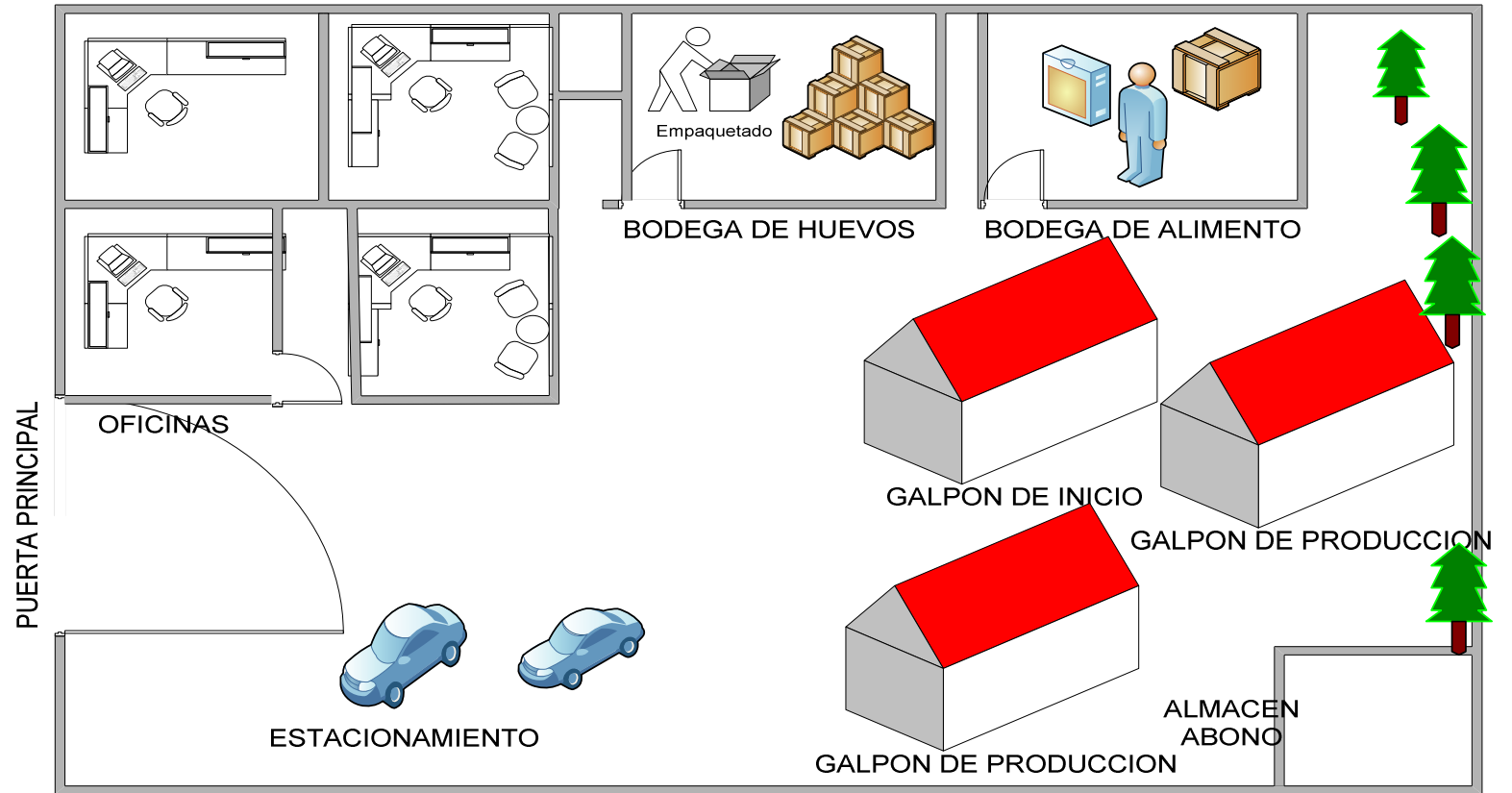
GRÁFICO N° 49
TÍTULO: DISEÑO DEL GALPÓN



FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

GRÁFICO N° 50
TÍTULO: DISTRIBUCIÓN DE PLANTA



FUENTE: Las investigadoras
ELABORADO POR: Grupo de investigación

3.4 *Requerimientos del proyecto*

TABLA N° 32
TÍTULO: TERRENO (AÑO DE PRE INVERSIÓN)

DESCRIPCIÓN	ÁREA m ²	VALOR T.
Terreno	5.000	\$ 8.000,00

FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

TABLA N° 33
TÍTULO: EDIFICIOS Y CONSTRUCCIONES

EDIFICIOS Y CONSTRUCCIONES			
DESCRIPCIÓN	ÁREA m ²	VALOR U.	VALOR T.
Galpones	2340	\$ 60,00	\$ 140.400,00
Bodega	20	\$ 60,00	\$ 1.200,00
Oficinas	40	\$ 80,00	\$ 3.200,00
Baño	2	\$ 80,00	\$ 160,00
TOTAL	2404		\$ 145.120,00

FUENTE: Proformas de arquitecto

ELABORADO POR: Grupo de investigación

TABLA N° 34
TÍTULO: MATERIALES

MATERIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR U.	VALOR T.
Pollitas	20.000	\$ 0,75	\$ 15.000,00
Despicadora	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Bomba de mochila	2	\$ 40,00	\$ 80,00
Bebedores de 1 galón	500	\$ 10,00	\$ 5.000,00
Comederos de metal tubulares	500	\$ 10,00	\$ 5.000,00
Palas	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Carretilla	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Coche recolector huevos	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Coche alimentador	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Empaques	493	\$ 3,50	\$ 1.725,50
TOTAL			\$ 27.045,50

FUENTE: Proformas BYCACE

ELABORADO POR: Grupo de investigación

TABLA N° 35
TÍTULO: MAQUINARIA Y EQUIPO

MAQUINARIA Y EQUIPO			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR U.	VALOR T.
Bomba para el agua	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Criadoras de 2800 kilocalorías	4	\$ 100,00	\$ 400,00
Jaulas	8.000	\$ 15,00	\$ 120.000,00
Máquina mescladora de alimento	1	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
TOTAL			\$ 129.650,00

FUENTE: Almacén agrícola

ELABORADO POR: Grupo de investigación

TABLA N° 36
TÍTULO: MUEBLES Y ENSERES

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR U.	VALOR T.
Escritorio	4	\$ 150,00	\$ 600,00
Archivador	2	\$ 120,00	\$ 240,00
Sillones	4	\$ 20,00	\$ 80,00
Sillas	4	\$ 15,00	\$ 60,00
TOTAL			\$ 980,00

FUENTE: Mueblería EL DORADO

ELABORADO POR: Grupo de investigación

TABLA N° 37
TÍTULO: EQUIPO DE CÓMPUTO

EQUIPO DE COMPUTO			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR U.	VALOR T.
Computador	2	\$ 650,00	\$ 1.300,00
Impresora	1	\$ 150,00	\$ 150,00
TOTAL			\$ 1.450,00

FUENTE: Proformas

ELABORADO POR: Grupo de investigación

TABLA N° 38
TÍTULO: MANO DE OBRA

MANO DE OBRA DIRECTA				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR U.	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Jefe de producción	1	\$ 400,00	\$ 466,62	\$ 5.599,44
Obrero	2	\$ 265,00	\$ 633,18	\$ 7.598,16
TOTAL				\$ 13.197,60

FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

TABLA N° 39
TÍTULO: MATERIA PRIMA

MATERIA PRIMA AL AÑO				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD QQ	VALOR U.	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Morcillo	300	\$ 8,00	\$ 2.400,00	\$ 28.800,00
Soya	150	\$ 10,00	\$ 1.500,00	\$ 18.000,00
Afrecho de soya	100	\$ 5,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Afrecho de arroz	50	\$ 5,00	\$ 250,00	\$ 3.000,00
TOTAL				\$ 55.800,00

FUENTE: PRONACA

ELABORADO POR: Grupo de investigación

TABLA N° 40
TÍTULO: MATERIA PRIMA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD QQ	VALOR U.	COSTO TOTAL
Pollitas de un día	20.000	\$ 0,75	\$ 15.000,00
TOTAL			\$ 15.000,00

FUENTE: Incubadora ORO

ELABORADO POR: Grupo de investigación

TABLA N° 41
TÍTULO: MATERIA PRIMA

MATERIA PRIMA PARA SEIS MESES PARA REEMPLAZAR A LAS GALLINAS VIEJAS				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD QQ	VALOR U.	COSTO MENSUAL	COSTO SEMESTRAL
Morcillo	300	\$ 8,00	\$ 2.400,00	\$ 14.400,00
Soya	150	\$ 10,00	\$ 1.500,00	\$ 9.000,00
Afrecho de soya	100	\$ 5,00	\$ 500,00	\$ 3.000,00
Afrecho de arroz	50	\$ 5,00	\$ 250,00	\$ 1.500,00
TOTAL				\$ 27.900,00

FUENTE: PRONACA

ELABORADO POR: Grupo de investigación

TABLA N° 42
TÍTULO: SERVICIOS BÁSICOS

SERVICIOS BÁSICOS				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR U.	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Energía eléctrica	250	0,09	22,5	270,00
Agua potable	40	1	40	480,00
Teléfono			25	300,00
TOTAL			87,5	1.050,00

FUENTE: Empresa eléctrica, Junta de agua potable, Andinatel

ELABORADO POR: Grupo de investigación

TABLA N° 43
TÍTULO: GASTOS ADMINISTRATIVOS

GASTOS ADMINISTRATIVOS				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR U.	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
ADMINISTRACIÓN				
Administrador	1	\$ 350,00	\$ 466,62	\$ 5.599,44
Gerente	1	\$ 500,00	\$ 577,75	\$ 6.933,00
Ventas	1	\$ 400,00	\$ 466,62	\$ 5.599,44
Secretaria	1	\$ 300,00	\$ 355,48	\$ 4.265,76
SUB-TOTAL				\$ 22.397,64
Suministros de oficina			\$ 50,00	\$ 600,00
Suministros de limpieza			\$ 30,00	\$ 360,00
SUB-TOTAL				\$ 960,00
TOTAL				\$ 23.357,64
VENTAS				
Publicidad y promoción			\$ 100,00	\$ 1.200,00
SUB-TOTAL				\$ 100,00
TOTAL				\$ 2.160,00

FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

TABLA N° 44

TÍTULO: ROL DE PAGO PERSONAL ADMINISTRATIVO

DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN				TOTAL
	GERENTE	SECRETARIA	JEFE VENTAS	JEFE ADMINIS.	
Ingresos					
Sueldo	500	300	400	400	
TOTAL INGRESOS	500	300	400	400	
(-) Aporte personal IESS 9.35 %	46.75	28.05	37.4	37.4	
SUBTOTAL	453.25	271.95	362.6	362.6	
Décimo tercero	41.67	25.00	33.33	33.33	
Décimo cuarto	22.08	22.08	22.08	22.08	
Aporte patronal 12.15%	60.75	36.45	48.6	48.6	
TOTAL MENSUAL	577.75	355.48	466.62	466.62	1866.47
TOTAL ANUAL	6.933	4265.8	5599.4	5599.4	22.397.60

FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

TABLA N° 45

TÍTULO: ROL DE PAGO PERSONAL PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN	JEFE PRODUC.	OBRERO 1	OBRERO 2	TOTAL
INGRESOS				
Sueldo	\$ 400.00	\$ 265.00	\$ 265.00	
TOTAL INGRESOS	\$ 400.00	\$ 265.00	\$ 265.00	
(-) Aporte personal IESS 9.35 %	\$ 37.40	\$ 24.78	\$ 24.78	
SUBTOTAL	\$ 362.60	\$ 240.22	\$ 240.22	
Décimo tercero	\$ 33.33	\$ 22.08	\$ 22.08	
Décimo cuarto	\$ 22.08	\$ 22.08	\$ 22.08	
Aporte patronal 12.15%	\$ 48.60	\$ 32.20	\$ 32.20	
TOTAL MENSUAL	\$ 466.62	\$ 316.59	\$ 316.59	\$ 1,099.79
TOTAL ANUAL	\$ 5,599.40	\$ 3,799.04	\$ 3,799.04	\$ 13,197.48

FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

3.5 ESTUDIO FINANCIERO

3.5.1 Objetivos

3.5.1.1 Objetivo General

- ✦ Efectuar un estudio financiero que permita determinar los ingresos y los gastos, la inversión inicial, la utilidad neta de la empresa.

3.5.1.2 Objetivo Especifico

- ✦ Conocer el tiempo en que recuperaremos el monto inicial con el que comenzó a funcionar la empresa.
- ✦ Elaborar los estados financieros para determinar si existe o no utilidad en el proyecto.
- ✦ Analizar si la inversión que se va hacer va a ser rentable o no.

3.5.2 Inversión fija y diferida

TABLA N° 46
TÍTULO: DEPRECIACIÓN

DETALLE	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Edificio y construcciones	-	6.893,20	6.893,20	6.893,20	6.893,20	6.893,20
Muebles y enseres	-	88,20	88,20	88,20	88,20	88,20
Equipo de computo		322,24	322,24	322,24	322,24	322,24
Maquinaria y equipo	-	11.668,50	11.668,50	11.668,50	11.668,50	11.668,50
TOTAL	-	18.972,14	18.972,14	18.972,14	18.972,14	18.972,14

FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

TABLA N° 47
TÍTULO: AMORTIZACIÓN

DETALLE	VALOR	AÑOS	AMORTIZA	VALOR AMORTIZADO
Gastos de instalación	400	5	20%	\$ 80,00
Gastos de constitución	1500	5	20%	\$ 300,00
Intereses pre operaciones	18000	5	20%	\$ 3600,00
Imprevistos	14209,77	5	20%	\$ 2841,95
TOTAL				\$ 6821,95

FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

TABLA N° 48
TÍTULO: INVERSIÓN FIJA

NOMBRE DE LA CUENTA	DESCRIPCIÓN
Terrenos	Este rubro considera el precio del metro cuadrado de terreno ubicado en el sector de Lasso
Edificios y construcciones	Contempla el precio del metro cuadrado de construcción, acabados y terminados de los módulos: administración, los galpones, bodegas
Maquinaria y Equipo	Incluye el precio total de la maquinaria y equipo necesarios para la crianza de las gallinas
Muebles y Enseres	Esta cuenta considera el precio total del mobiliario para todas las instalaciones de las oficinas del plantel avícola.

FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

TABLA N° 49
TÍTULO: INVERSIÓN DIFERIDA

NOMBRE DE LA CUENTA	DESCRIPCIÓN
Gastos de Instalación	Constituye el costo de mano de obra para la puesta en marcha de los equipos, asistencia técnica.
Gastos de Constitución	Se refiere a los servicios legales necesarios para la constitución jurídica del plantel avícola
Intereses de pre-operación	Es el costo financiero generado por el crédito durante el período en que el plantel avícola no genera producto, es decir, comprende el interés que se acumula durante la fase pre-operativa ya que contablemente habrá una realización de esos intereses que obligatoriamente deberán ser desembolsados. Coincide con el período de gracia del préstamo obtenido con una Institución del Sistema Financiero.
Imprevistos	Este rubro cubre posibles contingencias no previstas en el proyecto.

FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

3.5.3 Capital de Trabajo

TABLA N° 50
TÍTULO: INVERSIÓN INICIAL

N°	DETALLE	VALOR
1	INVERSIÓN FIJA (a+b)	\$ 344.905,27
	a) Inversión Fija	\$ 310.795,50
	Terreno	\$ 8.000,00
	Edificios y construcciones	\$ 145.120,00
	Materiales	\$ 27.045,50
	Maquinaria y equipo	\$ 129.650,00
	Muebles y enseres	\$ 980,00
	b) Inversión diferida	\$ 34.109,77
	Gastos de instalación	\$ 400,00
	Gastos de constitución	\$ 1.500,00
	Interés pre-operación	\$ 18.000,00
	Imprevisto (5% activos fijos)	\$ 14.209,77
2	Capital trabajo	\$ 35.623,80
	Materia prima	\$ 27.900,00
	Mano de obra directa	\$ 6.598,80
	Costos generales de fabricación	\$ 525,00
	Gastos administrativos	\$ 11.678,82
	Gastos ventas	\$ 600,00
	Inversión total (1+2)	\$ 380.529,07

FUENTE: Tablas de requerimientos

ELABORADO POR: Grupo de investigación

3.5.4 Financiamiento de las inversiones.

3.5.4.1 Financiamiento mediante aportes propios

El financiamiento del proyecto mediante aportes propios asciende a un valor de \$ 203.483,57 dólares que corresponde al 50% del total de la Inversión Inicial; rubro que será desembolsado por la persona que idea el proyecto y un inversionista particular quien ha demostrado su interés por formar parte de este proyecto.

TABLA N° 51

TÍTULO: CUADRO DE SOCIOS Y MONTO DE APORTACIÓN

INVERSIONISTAS	APORTE	PORCENTAJE
Karina Bermeo	\$ 46.105,81	13,4 %
Mayra Cisneros	\$ 46.105,81	13,4 %
Carlos Proaño	\$ 46.105,81	13,4 %
Cristian Mora	\$ 46.105,81	13,4 %
Gustavo Bermeo	\$ 46.105,81	13,4 %
TOTAL	\$ 230.529,07	67 %

FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

3.5.4.2 Financiamiento mediante préstamo

La diferencia que corresponde a un 33 % de la Inversión Inicial Total requerida, esto es \$ 150.000,00 dólares, será financiado por un crédito de la Corporación Financiera Nacional, institución que brinda las mejores condiciones financieras del mercado.

La estructura del financiamiento se detalla de la siguiente manera

TABLA N° 52

TÍTULO: ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

LÍNEA DE CRÉDITO	EMPRESARIAL
Destino Legal	Activos fijos, capital de trabajo
Monto Solicitado	\$ 150.000 dólares
Plazo Contratado	5 años
Período de Gracia solicitado	1 año
Tasa de Interés Anual	12%

FUENTE: Corporación Financiera Nacional

ELABORADO POR: Grupo de investigación

TABLA N° 53

TÍTULO: AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

AÑOS	CAPITAL	AMORTIZACIÓN	INTERÉS	DIVIDENDO	SALDO
2010			18000,00	18000,00	186000,00
2011	150000,00	30000,00	14400,00	44400,00	141600,00
2012	120000,00	30000,00	10800,00	40800,00	100800,00
2013	90000,00	30000,00	7200,00	37200,00	63600,00
2014	60000,00	30000,00	3600,00	33600,00	30000,00
2015	30000,00	30000,00	0,00	30000,00	0,00
TOTAL		150000,0	54000,00	204000,00	

FUENTE: Tabla N° 52

ELABORADO POR: Grupo de investigación

3.6 Costos anuales proyectados

La proyección de la empresa van hacer desde el año 2010 hasta el año 2015 tiempo de vida útil del proyecto, en lo que se refiere a la producción de pollo.

Para el crecimiento de la proyección año a año nos hemos basado en dos criterios:

Costos Fijos: El 3,44% proveniente de la tasa de inflación, según datos provenientes del Banco Central del Ecuador.

Costos Variables: El 3.44% de tasa de inflación + de crecimiento poblacional.

TABLA N° 54
TÍTULO: COSTOS DE PRODUCCIÓN

	AÑOS					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
NÚMERO DE CUBETAS DE 30 HUEVOS						
	0	236.664	236.664	354.759	472.854	486.307
DETALLE DE COSTOS						
1.- COSTOS FIJOS	18.877,62	81.549,33	78.997,36	76.477,57	73.991,03	71.538,81
Mano de obra directa	6.598,80	13.197,60	13.400,84	13.607,22	13.816,77	14.029,55
COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN	480,00	26.754,09	26.787,12	26.821,28	26.856,61	26.893,16
Depreciaciones	0,00	18.972,14	18.972,14	18.972,14	18.972,14	18.972,14
Amortización	0,00	6.821,95	6.821,95	6.821,95	6.821,95	6.821,95
Suministros de oficina y material de limpieza	480,00	960,00	993,02	1.027,18	1.062,52	1.099,07
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS	11.798,82	23.597,64	24.409,40	25.249,08	26.117,65	27.016,10
Sueldos y salarios	11.198,82	22.397,64	23.168,12	23.965,10	24.789,50	25.642,26
Publicidad y propaganda	600,00	1.200,00	1.241,28	1.283,98	1.328,15	1.373,84
GASTOS FINANCIEROS	0,00	18.000,00	14.400,00	10.800,00	7.200,00	3.600,00
Interés	0,00	18.000,00	14.400,00	10.800,00	7.200,00	3.600,00
2.-COSTOS VARIABLES	28.425,00	99.750,00	104.717,55	109.932,48	115.407,12	121.154,40
Servicios básicos	525,00	1.050,00	1.102,29	1.157,18	1.214,81	1.275,31
Materia prima	27.900,00	98.700,00	103.615,26	108.775,30	114.192,31	119.879,09
TOTAL	47.302,62	181.299,33	183.714,91	186.410,06	189.398,15	192.693,20

FUENTE: Tabla de inversión inicial

ELABORADO POR: Grupo de investigación

TABLA N° 55
TÍTULO: COSTOS UNITARIOS DE PRODUCCIÓN

DETALLE	AÑOS					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
COSTO TOTAL		181.299,33	183.714,91	186.410,06	189.398,15	192.693,20
Vol. De producción cubetas de 30 huevos		236.664	236.664	354.759	472.854	486.307
Costo por cubeta de 30 huevos		0,77	0,78	0,53	0,40	0,40
PRECIO DE VENTA CUBETA DE 30 HUEVOS						
Inicial		2,00	2,07	2,14	2,21	2,29
Pequeño		2,20	2,28	2,35	2,43	2,52
Mediano		2,50	2,59	2,67	2,77	2,86
Grande		2,70	2,79	2,89	2,99	3,09
POSIBLE UTILIDAD						
Inicial		1,23	1,29	1,61	1,81	1,89
Pequeño		1,43	1,50	2,35	2,43	2,52
Mediano		1,73	1,81	2,15	2,37	2,47
Grande		1,93	2,79	2,89	2,99	3,09

FUENTE: Tabla costos de producción

ELABORADO POR: Grupo de investigación

TABLA N° 56

TÍTULO: INGRESOS ANUALES PROYECTADOS

AÑO	PRODUCTO	MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL INGRESOS
2011	Venta de huevos				\$ 602.345,80
	Inicial	cubeta	12062	\$ 2,00	\$ 24.124,00
	Pequeño	cubeta	30704	\$ 2,20	\$ 67.548,80
	Mediano	cubeta	64258	\$ 2,50	\$ 160.645,00
	Grande	cubeta	129640	\$ 2,70	\$ 350.028,00
	Venta gallinas de descarte	unidad	19160	\$ 3,00	\$ 57.480,00
	Venta de gallinaza	m ³	360	\$ 12,00	\$ 4.320,00
2012	Venta de huevos				\$ 623.066,50
	Inicial	cubeta	12062	\$ 2,07	\$ 24.953,87
	Pequeño	cubeta	30704	\$ 2,28	\$ 69.872,48
	Mediano	cubeta	64258	\$ 2,59	\$ 166.171,19
	Grande	cubeta	129640	\$ 2,79	\$ 362.068,96
	Venta gallinas de descarte	unidad	19160	\$ 3,10	\$ 59.457,31
	Venta de gallinaza	m ³	360	\$ 12,41	\$ 4.468,61
2013	Venta de huevos				\$ 966.085,36
	Inicial	cubeta	18093	\$ 2,14	\$ 38.717,81
	Pequeño	cubeta	46048	\$ 2,35	\$ 108.394,69
	Mediano	cubeta	96317	\$ 2,67	\$ 257.644,27
	Grande	cubeta	194302	\$ 2,89	\$ 561.328,58
	Venta gallinas de descarte	unidad	19160	\$ 3,21	\$ 61.439,22
	Venta de gallinaza	m ³	360	\$ 12,84	\$ 4.621,29
2014	Venta de huevos				\$ 1.331.979,70
	Inicial	cubeta	24116	\$ 2,21	\$ 53.381,76
	Pequeño	cubeta	61376	\$ 2,43	\$ 149.448,01
	Mediano	cubeta	128380	\$ 2,77	\$ 355.224,24
	Grande	cubeta	258982	\$ 2,99	\$ 773.925,69
	Venta gallinas de descarte	unidad	19160	\$ 3,32	\$ 63.619,32
	Venta de gallinaza	m ³	360	\$ 13,28	\$ 4.781,41
2015	Venta de huevos				\$ 1.416.998,40
	Inicial	cubeta	24802	\$ 2,29	\$ 56.789,06
	Pequeño	cubeta	63123	\$ 2,52	\$ 158.987,10
	Mediano	cubeta	132032	\$ 2,86	\$ 377.897,79
	Grande	cubeta	266350	\$ 3,09	\$ 823.324,45
	Venta gallinas de descarte	unidad	19160	\$ 3,43	\$ 65.799,43
	Venta de gallinaza	m ³	360	\$ 13,74	\$ 4.945,26

FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

TABLA N° 57
TÍTULO: ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

CUENTAS	AÑOS					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
INGRESOS						
Ventas de huevos	-	\$ 602.345,80	623.066,50	\$ 966.085,36	\$ 1`331.979,70	\$ 1.416.998,40
Ventas de gallinas	-	\$ 57.480,00	59.457,31	\$ 61.439,22	\$ 63.619,32	\$ 65.799,43
Venta gallinaza	-	\$ 4.320,00	4.468,61	\$ 4.621,29	\$ 4.781,41	\$ 4.945,26
TOTAL INGRESOS	0,00	66.4145,80	686.992,42	103.2145,87	140.0380,44	1`487.743,08
EGRESOS		27.7303,38	287.606,43	298.407,58	309.731,377	321.603,5889
Costos de producción	34.978,80	13.8651,69	143.803,22	149.203,79	154.865,69	160.801,79
Materia prima	27.900,00	9.8700,00	103.615,26	108.775,30	114.192,31	119.879,09
Mano de obra directa	6.598,80	1.3197,60	13.400,84	13.607,22	13.816,77	14.029,55
Costos indirectos de fabricación	480,00	2.6754,09	26.787,12	26.821,28	26.856,61	26.893,16
UTILIDAD BRUTA	0,00	38.6842,42	399.385,98	733.738,28	1`090.649,06	1`166.139,50
GASTOS DE OPERACIÓN						
Gastos administrativos y ventas	11.798,82	23.597,64	24.409,40	25.249,08	26.117,65	27.016,10
UTILIDAD OPERACIONAL	-11.798,82	363.244,78	374.976,58	708.489,20	1`064.531,41	1`139.123,40
GASTOS FINANCIEROS						
Intereses	-	18.000,00	14.400,00	10.800,00	7.200,00	3.600,00
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN	-11.798,82	345.244,78	360.576,58	697.689,20	1`057.331,41	1`135.523,40
15% participación trabajadores	-17.69,823	51.786,71	54.086,49	104.653,38	158.599,71	170.328,51
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO	-10.029,00	293.458,06	306.490,09	593.035,82	898.731,70	965.194,89
Impuesto a la renta 25%	-2.507,25	73.364,51	76.622,52	148.258,95	224.682,92	241.298,72
UTILIDAD ANTES DE LA RESERVA	-7.521,75	220.093,54	229.867,57	444.776,87	674.048,77	723.896,17
5% reserva legal	-376,09	11.004,68	11.493,38	22.238,84	33.702,44	36.194,81
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-7.145,66	209.088,87	218.374,19	422.538,02	640.346,33	687.701,36

FUENTE: Costos de producción

ELABORADO POR: Grupo de investigación

TABLA N° 58
TÍTULO: ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

Cuentas	Años					
	0	1	2	3	4	5
ACTIVO CORRIENTE	\$ 35.623,80	\$ 409.735,75	\$ 625.539,57	\$ 1.162.152,77	\$ 1.924.741,25	\$ 2.633.109,85
<u>Disponible</u>						
Caja-Bancos	\$ 35.623,80	\$ 354.539,33	\$ 369.465	\$ 370.665	\$ 824.709	\$ 880.492
Inversión		\$ 55.196,42	\$ 256.074,69	\$ 791.487,89	\$ 1.100.033	\$ 1.752.618
ACTIVO FIJO	\$ 310.796	\$ 292.146	\$ 273.496	\$ 254.846	\$ 236.196	\$ 217.095
<u>No depreciable</u>						
Terrenos	\$ 8.000,0	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 8.000
<u>Depreciable</u>						
Edificios	\$ 145.120,00	\$ 138.226,80	\$ 131.333,60	\$ 124.440,40	\$ 117.547,20	\$ 110.654,00
Materiales	\$ 27.045,50	\$ 27.045,50	\$ 27.045,50	\$ 27.045,50	\$ 27.045,50	\$ 27.045,50
Maquinaria y equipos	\$ 129.650,00	\$ 117.981,50	\$ 106.313,00	\$ 94.644,50	\$ 82.976,00	\$ 71.307,50
Muebles y enseres	\$ 980,00	\$ 891,80	\$ 803,60	\$ 715,40	\$ 627,20	\$ 88,20
OTROS ACTIVOS	\$ 34.109,77	\$ 27.287,82	\$ 20.465,87	\$ 13.643,92	\$ 6.821,97	\$ 0,02
<u>Diferidos</u>						
Gastos de instalación	\$ 400,00	\$ 320	\$ 240	\$ 160	\$ 80	\$ -
Gastos de constitución	\$ 1.500,00	\$ 1.200	\$ 900	\$ 600	\$ 300	\$ -
Fondos	\$ 14.209,77	\$ 11.368	\$ 8.526	\$ 5.684	\$ 2.842	\$ 0
Gastos de pre operación	\$ 18.000,00	\$ 14.400	\$ 10.800	\$ 7.200	\$ 3.600	\$ -
TOTAL ACTIVO	\$ 380.529,07	\$ 729.169,17	\$ 919.501,14	\$ 1.430.642,49	\$ 2.167.759,12	\$ 2.850.205,07
PASIVO						
<u>A corto plazo</u>						
15% participación Trabajad.		\$ 51.786,72	\$ 54.086	\$ 104.653	\$ 158.600	\$ 170.329
25% impuesto a la renta		\$ 73.364,51	\$ 76.623	\$ 148.259	\$ 224.683	\$ 241.299
intereses por pagar		\$ 14.400,00	\$ 10.800	\$ 7.200	\$ 3.600	\$ -
<u>A largo plazo</u>						
Documentos por pagar	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00	\$ 120.000	\$ 90.000	\$ 60.000	\$ 30.000
TOTAL PASIVO	\$ 150.000,00	\$ 289.551,23	\$ 261.509,01	\$ 350.112,34	\$ 446.882,64	\$ 441.627,23
PATRIMONIO						
Capital social	\$ 230.529,07	\$ 230.529,07	\$ 230.529,07	\$ 230.529,07	\$ 230.529,07	\$ 230.529,07
Utilidad acumulada			\$ 209.088,87	\$ 427.463,06	\$ 850.001,08	\$ 1.490.347,42
Utilidad del ejercicio		\$ 209.088,87	\$ 218.374,19	\$ 422.538,02	\$ 640.346,33	\$ 687.701,36
TOTAL PATRIMONIO	\$ 230.529,07	\$ 439.617,94	\$ 657.992,13	\$ 1.080.530,15	\$ 1.720.876,49	\$ 2.408.577,84
TOTAL PASIVO Y PATR.	\$ 380.529,07	\$ 729.169,17	\$ 919.501,14	\$ 1.430.642	\$ 2.167.759	\$ 2.850.205

FUENTE: Tabla costos producción y Pérdidas y ganancias

ELABORADO POR: Grupo de investigación

TABLA N° 59

TÍTULO: ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

DETALLE	2010	2011	2012	2013	2014	2015
A. INGRESOS OPERACIONALES	0	664.145,80	686.992,42	689.127,00	1.400.380,44	1.487.743,08
Ingresos por Ventas de huevos		602.345,80	623.066,50	623.066,50	1.331.979,70	1.416.998,40
ingresos por Ventas de gallinas descarte		57.480,00	59.457,31	61.439,22	63.619,32	65.799,43
Ingreso por venta de gallinaza		4.320,00	4.468,61	4.621,29	4.781,41	4.945,26
B. EGRESOS OPERACIONALES	46.777,62	162.249,33	168.212,62	174.452,87	180.983,34	187.817,89
Materia Prima	27.900,00	98.700,00	103.615,26	108.775,30	114.192,31	119.879,09
Mano de Obra Directa	6.598,80	13.197,60	13.400,84	13.607,22	13.816,77	14.029,55
Costos Indirectos de fabricación	480,00	26.754,09	26.787,12	26.821,28	26.856,61	26.893,16
Gastos Administrativos	11.198,82	22.397,64	23.168,12	23.965,10	24.789,50	25.642,26
Gastos de Ventas	600,00	1.200,00	1.241,28	1.283,98	1.328,15	1.373,84
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)	-46.777,62	501.896,47	518.779,80	514.674,13	1.219.397,10	1.299.925,19
D. INGRESOS NO OPERACIONALES	380.529,07	25.794,09	25.794,09	25.794,09	25.794,09	25.794,09
Créditos a contratarse a corto plazo						
Créditos a contratarse a largo plazo	150.000,00					
Aportes de capital						
Depreciación	230.529,07	18.972,14	18.972,14	18.972,14	18.972,14	18.972,14
Amortización		6.821,95	6.821,95	6.821,95	6.821,95	6.821,95
E. EGRESOS NO OPERACIONALES	376.252,00	173.151,23	175.109,01	293.712,34	420.482,64	445.227,23
Pago de intereses		18.000,00	14.400,00	10.800,00	7.200,00	3.600,00
Pago de créditos a largo plazo		30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00
pago participación de utilidad	-1.769,82	51.786,72	54.086,49	104.653,38	158.599,71	170.328,51
pago de impuestos	-2.507,25	73.364,51	76.622,52	148.258,96	224.682,92	241.298,72
activos fijos	310.795,50					
activos Diferidos	34.109,77					
Capital de Trabajo	35.623,80					
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	4.277,07	147.357,14	149.314,92	267.918,24	394.688,54	419.433,14
G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)	-51.054,69	354.539,33	369.464,88	370.664,88	824.708,55	880.492,05

FUENTE: Tabla costos producción y Pérdidas y ganancias
 ELABORADO POR: Grupo de investigación

3.7 Evaluación financiera del proyecto

3.7.1 Tasa Mínima de Rendimiento Aceptable

TABLA N° 60
TÍTULO: TMAR

COSTO DE CAPITAL	PORCENTAJE	
Tasa pasiva	8,68 %	6,48 %
Tasa activa	4,28 %	
Promedio de riesgo	5,00 %	5,00 %
TMAR		11,48 %

FUENTE: Banco Central

ELABORADO POR: Grupo de investigación

3.7.2 Valor Actual Neto

TABLA N° 61
TÍTULO: VAN

AÑO	FLUJO EFECTIVO	FACTOR ACTUALIZADO	FLUJO EFECTIVO ACTUALIZADO	F.E ACT. ACUMULADO
2010	(51.054,69)	1,0000	(51.054,69)	(51.054,69)
2011	354.539,33	0,8970	318.029,54	369.084,23
2012	369.464,88	0,8046	297.289,28	666.373,51
2013	370.664,88	0,7218	267.541,13	933.914,63
2014	824.708,55	0,6475	533.964,84	1.467.879,47
2015	880.492,05	0,5808	511.376,35	1.979.255,82

FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

T 1	11,48
VAN 1	1.979.255,82

ANÁLISIS

En el presente caso conforme a lo indica la tabla N° 55, actualizamos los flujos netos con el costo de oportunidad de capital del 15.82% y obtenemos mediante el cálculo del VAN de \$ 1'979.255,82 positivo mayor a la inversión del capital que es de \$ 380.529,07; lo cual significa que las utilidades que se espera obtener durante la vida útil del proyecto son superiores a la inversión original. En consecuencia el proyecto financieramente es conveniente.

3.7.3 Tasa Interna de Retorno

TABLA N° 62

TÍTULO: TIR

AÑO	FLUJO EFECTIVO	FACTOR ACTUALIZADO	FLUJO EFECTIVO ACTUALIZADO	F.E ACT. ACUMULADO
2010	(51.054,69)	1,0000	(51.054,69)	(51.054,69)
2011	354.539,33	0,8812	312.424,51	363.479,20
2012	369.464,88	0,7765	286.902,62	650.381,81
2013	370.664,88	0,6843	253.643,33	904.025,15
2014	824.708,55	0,6030	497.305,42	1.401.330,57
2015	880.492,05	0,5314	467.873,88	1.869.204,45

FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

T 2	13,48%	TIR	49.45%
VAN 2	\$1.869.204,45		

ANÁLISIS

La TIR del proyecto es de 49.45% que está por encima de de la TMAR que es de 11.48 por lo tanto el proyecto es altamente rentable.

3.7.4 Periodo de Recuperación de la Inversión PRI

$$\text{P.R.I.} = 1 + \frac{369084,23}{380.529,07}$$

$$\text{P.R.I.} = 1,97$$

$$\text{PRI} = 1 \text{ años } 8 \text{ meses } 2 \text{ días}$$

ANÁLISIS

La inversión se recupera al 1 año, 8 meses y 2 día.

3.7.5 Relación Beneficio – Costo

TABLA N° 63
TÍTULO: INGRESOS

INGRESO V.	VALOR	F. ACTUALIZADO	F. ACTUALIZAD
1	602.345,80	0,8970	540.317,37
2	686.992,42	0,8046	552.787,26
3	689.127,00	0,7218	497.402,99
4	1'400.380,44	0,6475	906.688,68
5	1'487.743,08	0,5808	864.058,49
			2'820.937,41

FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

TABLA N° 64
TÍTULO: EGRESOS

EGRESO	VALOR	FACTOR ACTUALIZADO	F. ACTUALIZAD
2011	162.249,33	0,8970	145.541,20
2012	168.212,62	0,8046	135.351,99
2013	174.452,87	0,7218	125.917,84
2014	180.983,34	0,6475	117.179,26
2015	187.817,89	0,5808	109.081,77
			633.072,06

FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

$$\text{RB/C} = \frac{2'820.937,41}{633.072,06}$$

$$\text{RB/= } 4.5$$

ANÁLISIS

En el presente caso el cálculo de esta relación es de \$4.5 positivo, en consecuencia se acepta el proyecto y significa que por cada dólar invertido obtengo el beneficio de \$ 4.5

TABLA N° 65
TÍTULO: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

AÑOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	GASTOS ACTUALIZADOS	SENSIBILIDAD
2011	540317,37	145541,20	1,04
2012	552787,26	135351,99	1,10
2013	497402,99	125917,84	0,98
2014	906688,68	117179,26	2,07
2015	864058,49	109081,77	1,98

FUENTE: Las investigadoras

ELABORADO POR: Grupo de investigación

Este porcentaje determina que hemos obtenido un 104 % de rentabilidad sobre los gastos, margen dentro del cual se puede tolerar variaciones en los precios, en los costos, para que estas no ocasionen pérdidas en la inversión.

TABLA N° 66
TÍTULO: PUNTO DE EQUILIBRIO

DETALLE	AÑOS				
	2011	2012	2013	2014	2015
Ingreso por ventas	664.145,80	623.066,50	966.085,36	1.331.979,70	1.416.998,40
Costos totales	181.299,33	183.714,91	186.410,06	189.398,15	192.693,20
Costos fijos	81.549,33	78.997,36	76.477,57	73.991,03	71.538,81
Costos variables	99.750,00	104.717,55	109.932,48	115.407,12	121.154,40
PRECIO DE VENTA					
INICIAL	2,00	2,07	2,14	2,21	2,29
PEQUEÑO	2,20	2,28	2,35	2,43	2,52
MEDIANO	2,50	2,59	2,67	2,77	2,86
GRANDE	2,70	2,79	2,89	2,99	3,09
P.E MONETARIO	95.962,17	94.956,51	86.297,51	81.010,00	78.227,30
P.E FISICO					
INICIAL	47.981,09	45.899,32	40.326,57	36.596,80	34.164,44
PEQUEÑO	43.619,17	41.726,65	36.660,52	33.269,82	31.058,58
MEDIANO	38.384,87	36.719,45	32.261,25	29.277,44	27.331,55
GRANDE	35.541,55	33.999,50	29.871,53	27.108,74	25.306,99

FUENTE: Tabla de costo de producción

ELABORADO POR: Grupo de investigación

Una vez calculado el punto de equilibrio, se puede observar que se necesita un volumen de ventas de \$ 62435.77 dólares para que el plantel avícola, no tenga pérdidas ni ganancias en el año 2011.

3.8 Conclusiones

- ✦ La investigación teórica del primer capítulo nos ha sido de mucha ayuda para fortalecer los conocimientos adquiridos durante el periodo universitario y ponerlos en práctica en este proyecto, mediante las citas textuales de diferentes autores.
- ✦ Con la aplicación de la técnica de las encuestas se pudo conocer la demanda insatisfecha para el 2011 que es de 1.304 TM, esta se origina porque no existe planteles avícolas que se dediquen a la producción de huevos orgánicos
- ✦ La ubicación más adecuada para el plantel avícola es el sector de Lasso, porque cuenta con todos los recursos técnicos, sociales y ambientales para el beneficio de la comunidad.
- ✦ La inversión inicial que se requiere para implantar el proyecto asciende a un monto de \$ 380.529,07, la cual será financiada el 67% por los socios y el 33% a través de un crédito.
- ✦ La evaluación financiera presenta resultados positivos lo que justifica la puesta en marcha del proyecto, siendo el Valor Actual Neto de 1'979.255,82 dólares; la Tasa Interna de Retorno es del 49.45%, el Periodo de Recuperación de la Inversión corresponde a 1 año, 8 meses y la Relación Costo Beneficio tiene 4.5 dólares de rendimiento.

3.9 *Recomendaciones*

- ✦ Para el desarrollo del marco teórico se debe revisar varias citas textuales de diferentes autores para tener algunos criterios y realizar un análisis amplio que sirva para la elaboración de un buen proyecto.
- ✦ Efectuar tácticas que se ajusten a la realidad el entorno, exigencias, necesidades entre otros las mismas que ayuden a la empresa a captar gran número de posibles clientes que podrían acceder a nuestro producto.
- ✦ Verificar en los próximos años una ampliación de sus instalaciones para su mejor funcionamiento de tal forma que la empresa pueda abastecer en su totalidad la demanda del producto que se presenta a los consumidores.
- ✦ Para la obtención de un préstamo bancario se sugiere analizar las tasas de interés activas que ofrecen las diferentes instituciones financieras, de tal forma que la empresa pueda elegir la opción de mayor seguridad y garantía.
- ✦ Ejecutar el proyecto puesto que los resultados son positivos de acuerdo al análisis realizado, además se deberá efectuar un monitoreo periódico de los movimientos contables, ya que podrían afectar de manera significativa a la parte económica y financiera de la empresa.

3.10 Bibliografía

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BIBLIOGRAFÍA CITADA

- ✦ BACA URBINA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, segunda edición 2006
- ✦ (pág. 11,111)
- ✦ BACA URBINA, Gabriel, cuarta edición 2006 *Págs.* 49,51,54,91,92,107
- ✦ CERRÓN COLLAZOS, tercera edición pág. 92
- ✦ CORTAZÁ Martínez, primera edición 1993 *pág.* 60
- ✦ MÜNCH, Lourdes, cuarta edición 2007 (pág. 6)
- ✦ STUTELY, Richard primera edición (pág. 8)

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- ✦ AGROCALIDAD
- ✦ BYCACE
- ✦ CONAVE
- ✦ Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)
- ✦ PRONACA

BIBLIOGRAFÍA VIRTUAL

- ✦ <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/la-produccion-avicola-alimenta-a-todo-el-ecuador-351678.html>
- ✦ www.amevea.ecuador.org/.../AMEVEA_2007__ING._JOSE_ _ORELLANA.PDF
- ✦ http://www.sica.gov.ec/cadenas/maiz/docs/produc_avicolamod.html
- ✦ http://www.sica.gov.ec/cadenas/maiz/docs/pcc-cons_huevos.html

3.11 Anexos

ANEXO 1

ENCUESTA DE CONSUMO DE HUEVOS EN LA DIETA DIARIA DE
LAS FAMILIAS DE LATACUNGA

La información obtenida será utilizada con fines académicos. Por tal razón, se solicita a usted que responda con total libertad.

Sector donde vive: -----

1.- ¿Ha escuchado hablar de los alimentos orgánicos?

SI NO

2.- ¿Conoce usted que el beneficio de consumir huevos bajo un régimen de alimentación sin químicos previene enfermedades a largo plazo, son bajos en colesterol, contienen mayor cantidad de vitaminas?

SI NO

3.- ¿Usted consumiría huevos orgánicos?

SI NO

4.- ¿Usted conoce algún plantel avícola que ofrezca huevos de gallinas alimentadas con productos naturales sin químicos?

SI NO

5.- ¿Normalmente cual es su consumo mensual de huevos?

1 a 12

12 a 24

25 a 36

Ninguna de las anteriores

¿Cuál?-----

6.- ¿Cuál es el precio que estimaría pagar por unidad de huevos de esta calidad?

0.10 centavos de dólar

0.12 centavos de dólar

0.15 centavos de dólar

7.- ¿Donde compra normalmente los huevos para consumo de su familia?

Tiendas

Mercados

Supermercados

Otros

¿Cuál?-----

8.- ¿En qué sector considera que debería estar ubicado el plantel avícola?

Lasso

Latacunga

Otros

Porque-----

9.- ¿Usted conoce el plantel avícola de donde proviene los huevos que consume?

SI

NO

10 ¿Cómo clasificaría las marcas disponibles en el mercado de huevos?

HUEVOS AKÍ

Excelente () Muy Buena () Bueno () Aceptable ()

Malo ()

HUEVOS ORO

Excelente () Muy Buena () Bueno () Aceptable ()

Malo ()

INDAVE

Excelente () Muy Buena () Bueno () Aceptable ()

Malo ()