



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

## UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

### CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL.

#### TESIS DE GRADO

#### TEMA:

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN PLANTEL AVÍCOLA UBICADO EN EL BARRIO TILIPULO, PARROQUIA ELOY ALFARO, CANTÓN LATACUNGA”.**

Tesis presentada previa a la obtención del Título de Ingeniera Comercial.

#### **Autoras:**

Pilatasig Tandalla Erika Elizabeth.  
Toapanta Chango Gladys Mariela.

#### **Tutor:**

Ing. Cárdenas Cárdenas Milton Marcelo MBA.

Latacunga - Ecuador  
Septiembre - 2011.

## AUTORÍA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación “**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN PLANTEL AVÍCOLA UBICADO EN EL BARRIO TILIPULO, PARROQUIA ELOY ALFARO, CANTÓN LATACUNGA**”, son de exclusiva responsabilidad de las autoras.

.....  
Pilatasig Tandalla Erika Elizabeth

C.I. 050322571-6

.....  
Toapanta Chango Gladys Mariela

C.I. 050314222-6

## **AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS**

En calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el tema: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN PLANTEL AVÍCOLA UBICADO EN EL BARRIO TILIPULO, PARROQUIA ELOY ALFARO, CANTÓN LATACUNGA”**, de Pilatasig Tandalla Erika Elizabeth y Toapanta Chango Gladys Mariela, postulantes 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, Noviembre del 2011.

El Director

Firma

Ing. Cárdenas Cárdenas Milton Marcelo MBA.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a DIOS por brindarme la vida, haberme iluminado y guiado por el camino de la luz dándome fuerza y esperanza para seguir adelante y jamás me ha dejado sola.

Un especial reconocimiento al Ing. Marcelo Cárdenas, Tutor del presente trabajo por la ayuda y apoyo brindado, para la culminación del mismo.

Y a todas las personas que de una u otra manera me supieron apoyar para que siga adelante y nunca me deje vencer ni decaer por ningún motivo.

Erika Elizabeth Pilatasig Tandalla.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por darme la vida, para poder cumplir con lo que hasta hoy me ha tenido preparado, a mis padres por darme sus sabios consejos y por repetirme incansablemente que el esfuerzo, la disciplina y la responsabilidad siempre dan sus frutos, a mis hermanos y a mi sobrinito por darme todo el apoyo y la fuerza que necesité para cumplir con lo que me propuse durante mi vida estudiantil.

También reconozco a la todas las personas que me conocen y que me han dado sus buenos consejos para que siga adelante y me convierta en una persona de bien.

Al Ingeniero Marcelo Cárdenas por haberme brindado su amistad, su guía y apoyo para poder seguir adelante con mis aspiraciones de llegar a ser una profesional.

Gladys Mariela Toapanta Chango.

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicar este trabajo que es la síntesis del esfuerzo que he realizado mediante 5 años de aprendizaje, Primero a mis padres GREGORIO Y ROSARIO quienes cada día han sido mi apoyo incondicional, enseñándome a luchar por mis ideales y llegar a culminar la meta final.

A mis queridos Abuelitos y tíos que con su amor y comprensión, supieron acompañarme desde los primeros días de mi vida y siempre han permanecido a mi lado dándome fuerzas para seguir adelante.

Erika Elizabeth Pilatasig Tandalla.

## **DEDICATORIA**

A mi esfuerzo y las ganas de triunfar para ser una profesional, por no haberme dejado vencer en momentos duros, por saber escuchar los consejos de los docentes, de mi familia y de las personas que me aprecian, por tener la fortaleza necesaria para levantarme cuando más fuerte se hacia el camino hacia el objetivo, por saber aceptar y aprender de mis errores.

Gladys Mariela Toapanta Chango.

# ÍNDICE

<b>PORTADA</b>	<b>i</b>
<b>AUTORIA</b>	¡Error! Marcador no definido.
<b>AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS</b>	<b>iii</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b>	<b>iv</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b>	<b>v</b>
<b>DEDICATORIA</b>	<b>vi</b>
<b>DEDICATORIA</b>	<b>vii</b>
<b>ÍNDICE</b>	<b>viii</b>
<b>RESUMEN</b>	<b>xix</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>xx</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>xxi</b>
<b>CAPÍTULO I</b>	<b>1</b>
<b>FUNDAMENTOS TEÓRICOS</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Administración.</b>	<b>1</b>
1.1.1 Importancia.	2
1.1.2 Funciones.	3
1.2. Emprendedores.	3
1.2.1 Importancia.	4
1.2.2 Tipos de emprendedores.	4
1.3. Proyectos.	6
1.3.1. Importancia de los proyectos.	7
1.3.2 Tipos de proyectos.	7
1.4. Proyectos de inversión.	9
1.4.1 Importancia de los proyectos de inversión.	10
1.4.2. Etapas de un proyecto de inversión.	10
1.4.3. Tipos de Proyectos de Inversión.	11
1.5. Plan de negocios.	12
1.6 Estudio de Mercado.	13
1.6.1. Estructura del Estudio de Mercado.	14
1.6.2. Diagnóstico Situacional.	14
1.6.3 Investigación de Mercado.	15
1.6.4 Demanda.	15
	viii

1.6.4.1 Análisis de la Demanda.	15
1.6.4.2 Tipos de Demanda.	16
1.6.4.3. Proyección de la Demanda.	16
1.6.5 Oferta.	17
1.6.5.1 Análisis de la Oferta.	17
1.6.5.2 Tipos de Oferta.	17
1.6.5.3 Proyección de la Oferta.	18
1.6.6 Análisis de los Precios.	18
1.6.6.1 Tipos de Precios.	18
1.6.6.2 Proyección del Precio del Producto.	19
1.6.7. Comercialización.	19
1.6.7.1. Producto.	19
1.6.7.2. Servicio.	20
1.6.7.3. Precio.	20
1.6.7.4. Promoción.	20
1.6.7.5. Cadena de Valor.	20
1.6.7.6. Canales de Distribución.	21
1.7. Estudio Técnico.	21
1.7.1. Componentes del Estudio Técnico.	22
1.7.2. Factores que Determinan el Tamaño de la Empresa.	22
1.7.2.1. Tamaño del Proyecto, Demanda.	22
1.7.2.2. Tamaño del Proyecto, la Tecnología y Equipos.	23
1.7.2.3. Tamaño del Proyecto y el financiamiento.	23
1.7.3. Localización del Proyecto.	23
1.7.3.1. Macro Localización.	24
1.7.3.2. Micro Localización.	24
1.7.4. Ingeniería del Proyecto.	24
1.7.4.1 Diagrama de flujo.	25
1.7.5. Distribución de la Planta.	25
1.7.6. Estructura Organizacional.	25
1.7.7. Marco Legal.	25
1.8 Estudio Económico.	26
1.8.1 Inversión Total Inicial.	26
1.8.2 Depreciación.	27

1.8.3. Financiamiento.	27
1.8.3.1 Amortización	28
1.8.4 Cronograma de Inversiones.	28
1.8.5 Presupuestos.	28
1.8.5.1 Presupuesto de Compras.	29
1.8.5.2. Presupuesto de Ventas.	29
1.8.6 Gastos.	29
1.8.6.1 Tipos de Gastos.	30
1.8.6.1.1. Gastos de Administración y Generales.	30
1.8.6.1.2. Gasto de Ventas.	30
1.8.6.1.3. Gastos Financieros.	30
1.8.6.1.4. Gastos Imprevistos.	31
1.8.7. Determinación de los Costos de Operación.	31
1.8.8. Costos de Producción.	31
1.8.9. Punto de Equilibrio.	31
1.8.10 Estados Financieros.	32
1.8.10.1 Estado de Resultados.	33
1.8.10.2. Flujo de Efectivo.	33
1.8.10.3. Balance General.	33
1.8.11. Razones Financieras.	34
1.8.12. Capital de Trabajo.	36
1.8.13. Flujo Nominal.	37
1.9 Evaluación Financiera.	37
1.9.1. Valor Actual Neto (VAN).	38
1.9.2. Tasa Interna de Retorno.	38
1.9.3 .Período de Recuperación.	39
1.9.4. Costo Beneficio.	39
1.9.5. Análisis de Sensibilidad.	40
<b>CAPÍTULO II</b>	<b>41</b>
<b>ESTUDIO DE MERCADO</b>	<b>41</b>
<b>2.1. Introducción.</b>	<b>41</b>
2.2. Objetivos.	42
2.2.1 .Objetivo General.	42
2.2.2 .Objetivos Específicos.	42

2.3. Análisis Situacional.	42
2.3.1 Análisis del Producto.	42
2.3.2 Mercado.	43
2.3.3. Macro ambiente.	43
2.3.3.1. Variable económica.	44
2.3.3.1.1. Producto Interno Bruto (PIB).	44
2.3.3.1.2. Inflación.	45
2.3.3.1.3. Tasa de Interés.	45
2.3.3.1.3.1. Tasa Activa Referencial.	46
2.3.3.1.3.2. Tasa Pasiva Referencial.	47
2.3.3.2. Variable Demográfica.	48
2.3.3.3. Variable Socio-Cultural.	49
2.3.3.4. Variable Tecnológica.	50
2.3.3.5. Variable Política.	51
2.3.3.6. Variable Legal.	51
2.3.4. Micro Ambiente.	52
2.3.4.1. Competencia.	53
2.3.4.2. Proveedores.	54
2.3.4.3. Clientes.	54
2.3.5. Conclusión del diagnóstico situacional.	55
2.4. Segmentación del Mercado	55
2.4.1. Tamaño de la Población.	58
2.4.1.1. Fórmula para el Cálculo de la Muestra.	58
2.4.1.1.1 Cálculo de la Muestra.	59
2.5. Plan Muestral.	59
2.6. Distribución Muestral.	60
2.7. Recopilación de la Información.	62
2.7.1 Análisis e Interpretación de Resultados.	62
2.7.1.1 Conclusión de la Investigación del Mercado.	73
2.7.2 Demanda.	73
2.7.2.1 Demanda Histórica.	74
2.7.2.2 Proyección de la Demanda.	74
2.7.3 Oferta.	78
2.7.3.1 Oferta Histórica.	79

2.7.3.2 Proyección de la Oferta.	80
2.7.4 Determinación de la Demanda Insatisfecha.	82
2.8 Comercialización.	83
2.8.1 Identificación del Producto.	83
2.8.2 Servicio.	84
2.8.3 Precio.	85
2.8.3. 1 Proyección de Precios.	85
2.9.4 Estrategias de Comercialización.	85
2.10.5 Cadena de Valor.	86
GRÁFICO # 12.	88
ESTRUCTURA DE LA CADENA DE VALOR	88
<b>CAPÍTULO III</b>	<b>89</b>
<b>PROPUESTA.</b>	<b>89</b>
<b>3. ESTUDIO TÉCNICO.</b>	<b>89</b>
3.1. Introducción.	89
3.2. Objetivos.	89
3.2.1 .Objetivo General.	89
3.2.2. Objetivos Específicos.	90
3.3.3. Factores que Determinan el Tamaño de la Empresa.	90
3.3.3.1. Tamaño del Proyecto y la Demanda.	90
3.3.3.2. El Tamaño del Proyecto, la Tecnología y los Equipos.	91
3.3.3.3. El Tamaño del Proyecto y el Financiamiento.	93
3.3.4. Localización del Proyecto.	94
3.3.4.1. Macro Localización.	94
3.3.4.2. Micro Localización.	96
3.3.4.2.1. Método Cualitativo por Puntos.	96
3.3.5 Ingeniería del Proyecto.	99
3.3.5.1. Proceso Productivo del Producto- Servicio.	99
3.3.5.1.1. Diagramas de Flujo.	100
3.5.6. Distribución de la Planta.	110
3.5.6.1. Diseño de la Estructura de la Empresa.	112
3.5.7 Requerimientos del Proyecto.	113
3.5.8 Propuesta Administrativa.	119
3.5.8.1. La Empresa.	119

3.5.8.2. Razón Social. _____	119
3.5.8.3. Base Filosófica de la Empresa. _____	119
3.5.8.3.1. Misión. _____	119
3.5.8.3.2. Visión. _____	120
3.5.8.3.3 Objetivo General. _____	120
3.5.8.3.4 Objetivos Específicos. _____	120
3.5.8.3.5 Estrategias para el mejoramiento de la empresa. _____	121
3.5.8.3.6 Principios. _____	122
3.5.8.3.7 Valores. _____	123
3.5.9. Estructura Organizacional. _____	124
3.5.9.1 Organigrama Estructural. _____	124
3.5.9.2 Organigrama Funcional. _____	125
3.5.9.3 Organigrama Posicional. _____	127
3.5.10. Marco Legal. _____	128
3.6 Estudio Económico. _____	130
3.6.1 Objetivos. _____	130
3.6.2 Inversión Inicial. _____	131
3.6.3 Depreciación. _____	132
3.6.4 Financiamiento. _____	133
3.6.5 Cronograma de Inversión. _____	134
3.6.6 Escenarios para la Proyección. _____	136
3.6.6.1. Presupuesto de Compras. _____	136
3.6.6.2. Presupuesto de Ventas. _____	138
3.6.7. Gastos Administrativos. _____	139
3.6.8. Gasto de Ventas. _____	143
3.6.9. Cuentas por Pagar. _____	143
3.6.10. Determinación de los Costos de Operación. _____	144
3.6.11. Punto de Equilibrio. _____	145
3.6.12. Estados Financieros. _____	146
3.6.12.1. Estado de Resultados. _____	146
3.6.12.2. Estado de Flujo de Caja. _____	147
3.6.12.3. Balance General. _____	149
3.6.13. Razones Financieras. _____	150
3.6.13.1. Razones de Liquidez. _____	150

3.6.13.2. Razones de Apalancamiento. _____	151
3.6.13.3. Razones de Rentabilidad. _____	151
3.6.14. Capital de Trabajo. _____	153
3.6.15. Flujos Nominales. _____	153
3.7. Evaluación Financiera del Proyecto. _____	155
3.7.1. Objetivos. _____	155
3.7.2. Valor Actual Neto (VAN). _____	155
3.7.3. Tasa Interna de Retorno (TIR). _____	156
3.7.4. Período de Recuperación. _____	156
3.7.5. Relación Costo Beneficio. _____	157
3.7.6. Análisis de Sensibilidad Económica. _____	157
<b>GLOSARIO DE TÉRMINOS:</b> _____	<b>162</b>
<b>CONCLUSIONES:</b> _____	<b>162</b>
<b>RECOMENDACIONES:</b> _____	<b>164</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.</b> _____	<b>166</b>
<b>ANEXOS</b> _____	<b>167</b>

## ÍNDICE DE CUADROS.

Cuadro #1. Producto interno bruto. _____	44
Cuadro # 2. Inflación anual. _____	45
Cuadro # 3. Tasas de interés activas efectivas vigentes. _____	46
Cuadro # 4. Tasas de interés pasivas efectivas promedio por instrumento . _____	46
Cuadro # 5. Proyecciones población del cantón latacunga2001 - 2010. _____	48
Cuadro # 6. Competencia. _____	53
Cuadro # 7. Proveedores. _____	54
Cuadro # 8. Población económicamente activa ocupacional. _____	56
Cuadro # 9. Segmentación geográfica. _____	56
Cuadro # 10. Segmentación demográfica. _____	57
Cuadro #11. Población económicamente activa proyectada por edades. _____	57
Cuadro # 12. Población urbana y rural del cantón latacunga. _____	60
Cuadro # 13. Población urbana y rural del cantón latacunga. _____	61
Cuadro #14. Consumo de carne de pollo. _____	63
Cuadro #15. Mayor preferencia de tipos de carnes. _____	64
Cuadro #16. Frecuencia de consumo. _____	65
Cuadro # 17. Cantidad de consumo. _____	66
Cuadro # 18. Actitud de compra. _____	67
Cuadro # 19. Costo del producto. _____	68
Cuadro # 20. Costo del producto. _____	69
Cuadro # 21. Lugar de adquisición del producto _____	70
Cuadro # 22. Lugar de adquisición del producto. _____	71
Cuadro # 23. Forma de adquisición de la carne. _____	72
Cuadro # 24. Demanda histórica proyectada del pea. _____	74
Cuadro # 25. Proyección de la demanda. _____	75
Cuadro # 26. Población consumidora. _____	75
Cuadro # 27. Cálculo en base a la frecuencia de consumo. _____	76
Cuadro # 28. Consumo anual. _____	77
Cuadro # 29. Proyección del consumo de la carne de pollo. _____	78
Cuadro # 30. Competencia _____	79
Cuadro # 31. Oferta histórica de aves en planteles avícolas en la provincia de cotopaxi. _____	80
Cuadro # 32. Mínimos cuadrados _____	80

Cuadro # 33. Proyección de la oferta de carne de pollo.	82
Cuadro # 34. Demanda insatisfecha de la carne de pollo.	83
Cuadro #35. Proyeccion de precios de la carne de pollo.	85
Cuadro # 36. Porcentaje a cubrir por parte del proyecto.	91
Cuadro # 37. Localización geogràfica del plantel.	97
Cuadro # 38. Simbología del diagrama de flujo.	101
Cuadro # 39. Distribución de la planta	111
Cuadro # 40. Construcción e instalaciones del plantel.	113
Cuadro # 41. Recurso humano.	113
Cuadro # 42. Vehículo.	114
Cuadro # 43. Maquinaria, equipos e implementos.	114
Cuadro # 44. Equipos de cómputo.	115
Cuadro # 45. Muebles y enceres.	115
Cuadro # 46. Útiles de oficina.	116
Cuadro # 47. Materiales	116
Cuadro # 48. Compra de aves.	117
Cuadro # 49. Alimento para aves.	117
Cuadro # 50. Sanidad aves.	118
Cuadro#51. Inversion inicial	131
cuadro # 52. Depreciación de activos.	132
Cuadro # 53. Cálculo del valor de rescate.	133
Cuadro # 54. Distribución del financiamiento para el proyecto.	133
Cuadro # 55. Amortización de la deuda.	134
Cuadro # 56. Amortización de lainversión diferida	134
Cuadro # 57. Inflación proyectada.	136
Cuadro # 58. Demanda insatisfecha del producto a cubrir cada año.	137
Cuadro # 59. Materia prima, materiales y alimentos.	137
Cuadro # 60. Compras proyectadas.	137
Cuadro # 61. Precio venta del prproducto.	138
Cuadro # 62. Ventas proyectadas	138
Cuadro # 63. Sueldos y salarios.	140
Cuadro # 64. Gastos generales.	141
Cuadro # 65. Gastos de preoperación.	141
Cuadro # 66. Costos indirectos de fabricación (cif).	142

Cuadro # 67. Gastos administrativos. _____	142
Cuadro # 68. Gastos de ventas. _____	143
Cuadro # 69. Cuentas por pagar. _____	143
Cuadro # 70. Costos fijos _____	144
Cuadro # 71. Costos variables _____	144
Cuadro # 72. Costos de producción. _____	145
Cuadro # 73. Cálculo del punto de equilibrio. _____	146
Cuadro # 74. Estado de resultados. _____	147
Cuadro # 75. Flujo de caja _____	148
Cuadro # 76. Balance general. _____	149
Cuadro # 77. Capital de trabajo _____	153
Cuadro # 78. Flujos nominales. _____	154
Cuadro # 79. Cálculo del valor actual neto (van). _____	155
Cuadro # 80. Cálculo de la tasa interna de retorno (tir) _____	156
Cuadro # 81. Período de recuperación. _____	157
Cuadro # 82. Análisis de sensibilidad _____	158

## ÍNDICE GRÁFICOS

Gráfico # 01. Consumo de carne de pollo.	63
Gráfico # 02. Mayor preferencia de tipos de carnes.	64
Gráfico # 03. Frecuencia de consumo.	65
Gráfico # 04. Cantidad de consumo.	66
Gráfico # 05. Actitud de compra.	67
Gráfico # 06. Costo del producto.	68
Gráfico # 07. Costo del producto.	69
Gráfico # 08. Lugar de adquisición del producto	70
Gráfico # 09. Lugar de adquisición del producto.	71
Gráfico # 10. Forma de adquisición de la carne.	72
Gráfico # 11. Pollo en pie.	84
Gráfico # 12. Estructura de la cadena de valor.	88
Gráfico # 13. Tecnología y equipos.	92
Gráfico # 14. Mapa de macrolocalización.	95
Gráfico # 15. Mapa de micro localización.	98
Gráfico # 16. Diagrama de flujo de procesos.	101
Gráfico # 17. Adquisición de alimentos	102
Gráfico # 18. Almacenamiento de alimentos.	102
Gráfico # 19. Asignación de alimentos.	103
Gráfico # 20. Compra de aserrín.	103
Gráfico # 21. Recepción, pesaje e identificación.	104
Gráfico # 22. Distribución en las jaulas.	105
Gráfico # 23. Registro de datos.	105
Gráfico # 24. Suministro de alimento y agua.	106
Gráfico # 25. Manejo adecuado de lámparas eléctricas.	107
Gráfico # 26. Comercialización de pollos.	109
Gráfico # 27. Desinfección y limpieza de galpones.	109
Gráfico # 28. Manejo de residuos.	110
Gráfico # 29. Distribución de la planta	112
Gráfico # 30. Logotipo de la empresa.	119
Gráfico # 31. Organigrama estructural.	125
Gráfico # 32. Organigrama funcional.	126
Gráfico # 33. Organigrama posicional.	127
Gráfico # 34. Cronograma de inversiones.	135
Gráfico # 35. Graficación del punto de equilibrio.	146



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

Latacunga – Ecuador

---

**TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN PLANTEL AVÍCOLA UBICADO EN EL BARRIO TILIPULO, PARROQUIA ELOY ALFARO, CANTÓN LATACUNGA”.**

**Autores:**

Pilatasig Tandalla Erika Elizabeth.  
Toapanta Chango Gladys Mariela.

## RESUMEN

El proyecto que se presenta genera una nueva idea de negocio contribuyendo a la economía de la provincia y por ende generando empleo para los habitantes del sector, para ayudar con los ingresos per cápita de cada una de las familias y así mejorar su estilo de vida.

La razón por la que se realizó este proyecto es para cubrir con la demanda insatisfecha existente en el mercado de Latacunga, debido a que el precio del producto es muy elevado y tampoco existe muchos puntos de venta de este producto pues en su mayoría los venden faenados.

Los métodos que se utilizó fueron investigativos pues de ello dependió conocer la visibilidad del problema existente para posteriormente dar una solución.

Después de los estudios realizados se dedujo que la posibilidad de la creación de ésta es totalmente factible pues por medio de ella se pretende cubrir una parte del mercado, posicionarse en la mente de los consumidores y ofrecer el producto a un precio accesible.

Para que la empresa funcione con total normalidad es necesario que se respete el reglamento de AGROCALIDAD, que cumpla con los estándares de calidad y con los rubros establecidos en el país.

Palabras clave: plan, negocios, creación, plantel avícola.

## **ABSTRACT**

The project that presents genera a new idea contributing to the economy of the Province and so generating employment for the habitants, for helping with the incomes of each families and it this way to improve the life style.

The reason that we realized this project is for covering with the unsatisfied demand that exist in the markets of Latacunga, due to the product prices are very expensive and also not exist a lot of points of selling of this products because most of them are sold chores.

The used methods were investigated since them depended to know the visibility of the existed problem to give a solution subsequent.

After the done stadies deduced that the possibility of the creation of this is feasible all in all, because by means of it we seek to cover one part of the market possess in the consumer's mind and the offer the product to an accissible price.

In order to function the enterprise functions with standard all in all is necessary that it must respect the AGROCALIDAD rules, that carry out with quality standard on with the stablished in comes in the country.

## INTRODUCCIÓN

Con la realización del presente trabajo se pretende generar una nueva idea de negocio, mismo que se procura incursionar en el mercado ofreciendo un producto que cumpla con los reglamentos establecidos por las instituciones reguladoras de este tipo de negocios, que cuente con la debida higiene, y con el manejo correcto del proceso productivo, logrando así satisfacer las necesidades de los posibles consumidores.

Por la falta de orientación a las personas que disponen de algún capital y no encuentran posibilidades de inversión que les permita salir adelante con algo que es propio que demanda esfuerzo y sacrificio, se presenta como una alternativa este proyecto que enfoca la fuerza técnica-económica y financiera de la actividad de engorde de pollos para aquellos que contando con un pequeño lote de terreno o si se decide arrendar para iniciar su propia empresa, además de pequeños recursos financieros que les permita realizar inversiones básicas como son: la construcción de galpones, compra de aves, compra de equipos y todos aquellos insumos necesarios para arrancar con la ejecución del proyecto y con la firme decisión de ser eficiente en el manejo de su propia empresa, se muestra este trabajo que será la guía y el instrumento que permita salir adelante a varias personas.

Lamentablemente la población ecuatoriana padece de tantos males y enfermedades por la falta de proteínas que juegan un papel decisivo en los procesos de crecimiento, desarrollo de los niños y jóvenes, la iniciativa de producir bajo este sistema de pollos de engorde procurará aumentar la oferta de carne en el mercado para mejorar la dieta alimenticia de muchas personas.

La población emigra y el campo queda abandonado y las ciudades crecen desordenadamente sin servicios básicos ni puestos de trabajo para satisfacerlos. Pero la migración no solo es interna, sino que ultimadamente se ha venido dando principalmente hacía los países de Norte América y Europa, en cantidades realmente preocupantes en busca de trabajo y fuentes de ingreso, es por esta razón que se considera crear nuevas fuentes de empleo.

En la provincia de Cotopaxi en el cantón Latacunga, se ha visto la falta de producción avícola lo que ha motivado crear un proyecto de inversión en esta área que cubra con las necesidades de la población.

El proyecto tiene como objetivo la crianza de pollos, para posteriormente ser vendidos en pie, como un producto alimenticio de gran incidencia en la alimentación de la población especialmente por el alto contenido de proteínas, minerales, vitaminas, etc., que enriquece sustancialmente la dieta humana.

El proyecto se implementará en el cantón Latacunga, parroquia Eloy Alfaro, barrio Tilipulo creando fuentes de trabajo para los moradores del sector, logrando generar mayores ingresos para sus hogares, y contribuir a la economía de la provincia mediante pagos de los diferentes rubros por el funcionamiento del Plantel Avícola.

Es importante mencionar que la carne de pollo tiene el más alto consumo en el mundo debido a varios factores:

- Las aves se adaptan a distintas zonas geográficas.

- Rápida tasa de crecimiento y engorde.
- Corto tiempo de producción y generación de carne.
- La carne de pollo es generalmente más económica que de otras especies animales

Al mismo tiempo el proyecto ayudará al mejoramiento de la situación económica, social de la población y del sector donde se ubicará la empresa, mediante la creación de puestos de trabajo directo e indirecto.

Con la aplicación adecuada de la base teórica del plan desarrollado, permitirá a la futura empresa la debida administración en sus procesos productivos y en el manejo del capital.

# CAPÍTULO I

## FUNDAMENTOS TEÓRICOS

### 1.1. Administración.

Según **DAFT**, Richard y **MARCIC**, Dorothy, (2001), Introducción a la administración, administración es: “El logro de las metas organizacionales en una forma eficaz y eficiente a través de la planeación, organización, dirección y control de los recursos organizacionales”. (Pág.7).

Según **STEPHEN**, Robbins, (2000), Administración, el término administración: “Se refiere al proceso de coordinar e integrar actividades de trabajo para que esta se lleven a cabo en forma eficiente y eficaz con otras personas y por medio de ellas”. (Pág.8).

Se puede mencionar que la administración, es un proceso constante, que se debe seguir para el cumplimiento de las metas y objetivos, del emprendimiento de una idea de negocio, el mismo que permite realizar ordenadamente una actividad deseada, mediante la planeación, organización, dirección y control, de los esfuerzos físicos e intelectuales de los miembros de la organización, así como de los recursos que se necesitarán para llevar a cabo dicho plan, cabe recalcar también que la administración cuenta con un proceso por medio del cual se puede

organizar cada una de las actividades para que se cumplan a cabalidad, trabajando con eficiencia y eficacia para el logro de los objetivos planteados por la empresa.

### ***1.1.1 Importancia.***

Según **CHIAVENATO**, Idalberto, (2001), Administración procesos administrativos, la importancia de la administración consiste: “En interpretar los objetivos de una empresa y transformarlos en acción empresarial mediante la planeación, organización, dirección y control de las actividades realizadas a las diferentes áreas y niveles de la empresa para conseguir tales objetivos.” (Pág. 8)

La importancia de la administración es que esta imparte efectividad a los esfuerzos humanos, ayuda a obtener un personal calificado, equipo, materiales, dinero y relaciones humanas. Se mantiene al frente de las condiciones cambiantes y proporciona previsión y creatividad.

Es importante recalcar, que hoy en día la administración, se presenta en todo momento, como al instante de administrar el dinero con el que contamos en un determinado tiempo. Y en el caso de las empresas por que necesitan saber en qué invertir su capital para que este les proporcione una mayor utilidad, de la misma manera deben buscar el permanente desarrollo integral y equitativo de un buen ambiente laboral, de un personal calificado, una rentabilidad que permita la retribución justa para los accionistas de una organización.

### ***1.1.2 Funciones.***

**Planear.-** Es decidir o fijar las metas y objetivos de las organizaciones para posteriormente determinar las políticas, proyectos, programas, procedimientos y las estrategias para alcanzarlas.

**Organizar.-** Es determinar y asignar los recursos que se necesitan para efectuar las actividades que serán necesarias para el cumplimiento de los objetivos, delegando responsabilidades a cada uno de los colaboradores de la empresa.

**Dirigir.-** Es hacer que los empleados realicen lo que se desea que hagan motivándolos y encaminándolos al cumplimiento de los objetivos.

**Control.-** Es vigilar las actividades mediante el establecimiento de normas y reglamentos para posteriormente poder tomar acciones correctivas.

### **1.2. Emprendedores.**

Según, **SILVA**, Jorge, (2000), Emprendedor, crear su propia empresa, emprendimiento es: “La capacidad de abordar la aventura de un negocio lo organiza, busca capital para financiarlo y asume todo o la mayor acción de riesgo”. (Pág. 27)

Según **ALCARAZ**, Rafael (2000), El emprendedor de éxito emprender es: “Aquella persona capaz de concentrar su mente en ciertos aspectos del medio que le rodea e ignorar otros, lo que permite aplicar su tiempo y esfuerzo en la búsqueda y materialización de oportunidades”.

En base a las definiciones expuestas el emprendimiento es la facultad que tiene una persona para empezar, crear y establecer el reconocimiento de las ideas y oportunidades plasmados en un proyecto, mismo que deberá analizar agentes ajenos a una empresa, así como también agentes que se encuentren dentro de la misma, debe ser realizado por personas creativas que tengan el don de comunicación y liderazgo, con una actitud positiva brindando opciones de mejora en el estilo de vida de las personas por medio de creación de microempresas generando fuentes de empleo, para que exista el emprendimiento es necesario que el individuo organice y priorice sus ideas para detectar y aprovechar oportunidades de negocio en un determinado tiempo, logrando cristalizarlas y dar cumplimiento a las mismas.

### ***1.2.1 Importancia.***

El emprendimiento en la actualidad es de gran importancia debido a la necesidad de muchas personas de obtener independencia y estabilidad económica, solo por medio del emprendimiento se podrá salir adelante en situaciones turbias y de crisis en el país, por esta razón el emprendimiento se ha convertido en una vía para progresar económicamente, logrando así ser independientes y poseer una calidad de vida de acuerdo a las expectativas de las personas.

### ***1.2.2 Tipos de emprendedores.***

#### **Emprendedor administrativo.**

Este tipo de emprendedor hace uso de la investigación y el desarrollo para la facilidad de generar nuevas y mejores ideas y formas de hacer las cosas, estos emprendedores tienen la capacidad de asumir riesgos y su exceso de entusiasmo les hace tomar decisiones incorrectas y precipitadas.

### **Emprendedor adquisitivo.**

Dicho emprendedor trata de mantener una innovación continua, que le permitirá crecer dentro de lo que hace y se encuentra mejorando en esos momentos, aprovechando así las oportunidades que encuentre dentro de estos parámetros antes mencionados.

### **Emprendedor incubador.**

Este emprendedor en su afán de crear y examinar oportunidades buscando su autonomía, puede llegar a crear unidades independientes convirtiéndose así en negocios nuevos, pero también estos emprendedores pueden llegar a crear uno nuevo partiendo de algún negocio ya existente.

### **Emprendedor imitador.**

Quien se encuentra dentro de este tipo de emprendedor tiene la facilidad de generar sus propios procesos de innovación a partir de los elementos básicos que existen, por medio de la mejora de cada uno de ellos.

### **Emprendedor por oportunidad.**

Quienes emprenden por oportunidad son aquellos que encontraron nichos de mercado desatendidos por las empresas, o a su vez porque tienen una muy buena idea de negocio la misma que desean desarrollarla con el fin de verla hecha realidad y generar fuentes de empleo.

### **Emprendedor por necesidad**

Quien emprende por necesidad se ve obligado a buscar oportunidades en el entorno, son aquellos que al no estar satisfechos con su carrera profesional o a su vez con su situación económica deciden buscar nuevos rumbos, son muy cautelosos debido a que la necesidad ha hecho que sus sentidos de ingenio se desarrollen y sean capaces de detectar las oportunidades.

### **El emprendedor por azar**

Este tipo de emprendedor surge en el mercado de crecimiento lo que les ocasiona muchas deficiencias en las que se atreven a emprender, la visión que poseen es muy clara, es decir se van a lo que el mercado realmente necesita, en muchas de las ocasiones es el resultado del emprendimiento por necesidad lo que les repercute en una baja toma de decisiones en los procesos y por ende del proyecto.

## **1.3. Proyectos.**

Según, **ROJAS**, Miguel, (2007), Evaluación de proyectos para ingenieros, un proyecto es: “Un conjunto de actividades que se realiza una sola vez, que tienen un principio y un punto final definidos en el tiempo”. (Pág. 2)

Según, **RODRIGUEZ**, Freddy, (2003), Construyendo mi primer proyecto, un proyecto es: “Un conjunto de actividades concretas, interrelacionadas y coordinadas entre sí, que se realizan con el fin de producir determinados bienes y servicios capaces de satisfacer o resolver problemas”. (Pág.7).

Un proyecto es un conjunto de acciones que se planifican con el fin de conseguir metas previamente establecidas en un determinado tiempo, contando para el

desarrollo de las mismas con recursos materiales, humanos, tecnológicos y financieros, además considerando que reúne un sin número de actividades que tienen relación con el bien o servicio que se pretende ofrecer al mercado con el propósito de satisfacer las expectativas y necesidades del consumidor.

### ***1.3.1. Importancia de los proyectos.***

Un proyecto es importante pues aquí se recopilarán todas y cada una de las actividades a realizarse que tienen como propósito atender una necesidad u oportunidad de negocio dentro de un tiempo establecido, utilizando los recursos que se tenga a la mano y con los que se cuente en esos momentos.

### ***1.3.2 Tipos de proyectos.***

Los proyectos se clasifican de la siguiente manera:

#### **De acuerdo con el sector productivo.**

- Agropecuarios: Este tipo de proyectos se encuentran dirigidos en su mayoría a la producción animal y vegetal.
- Industriales: Dentro de estos proyectos se encuentran aquellos proyectos de industria manufacturera, extractiva y de procesamiento.
- Infraestructura social.- Estos proyectos incluyen temas dedicados a la atención de necesidades básicas de la población como: educación, salud, alcantarillado, etc.
- Infraestructura económica.- Los proyectos dentro de este tema abarcan insumos de utilidad general, transporte, carreteras, etc.
- Servicios.- Son proyectos que se desarrollan para la prestación de servicios personales como: técnicos, científicos, etc.

### **De acuerdo con el tipo de bien.**

Producto.- Se entiende por producto a un objeto que puede ser ofrecido en un mercado el mismo que satisface las necesidades, este a su vez puede ser:

- Bienes.- Pueden ser tangibles o intangibles.
- Servicios.- Estos son de carácter intangible es decir que solamente se los puede observar.

### **De acuerdo con el destino.**

- Proyectos privados.- Estos proyectos pueden identificarse relacionando a los individuos a los que van dirigidos, la manera de cómo se encuentra financiado, que motivación tuvieron los autores para su desarrollo entre otros aspectos más.
- Proyectos públicos.- Estos proyectos se pueden definir también de la misma forma en la que se identificó el proyecto anterior pero con la diferencia que estos están dirigidos a la sociedad en sí.

### **De acuerdo con el grado de dependencia.**

Este tipo de proyectos se da cuando se relacionan dos o más proyectos, se puede encontrar proyectos de dependencia según los casos que se presentan a continuación:

- Independientes.- Los proyectos son independientes cuando ninguno de los dos tiene dependencia es decir que no tienen nada que ver.
- Complementarios.- Son complementarios cuando uno apoya al otro para su correcto desarrollo.

- Sustitutos.- Este tipo de proyectos se da cuando uno de los proyectos que se está realizando puede suplir al otro con mucha facilidad.

#### **De acuerdo con el tipo de inversión.**

- De modernización.- Al proyecto se lo denomina así cuando sin haber cumplido su ciclo es reemplazado para la modernización del mismo.
- De reposición.- Cuando un proyecto culminó con su ciclo es necesario reemplazarlo entonces se dice que son de reposición.
- De expansión.- El proyecto es de expansión cuando habiendo o no terminado su ciclo este puede expandir su cobertura, dando así una planificación o expansión dentro del mercado en el que se encuentra manejando.
- De carácter estratégico.- Es estratégico cuando mantienen una rentabilidad independiente, haciéndose necesario para la ejecución de otro proyecto.

### **1.4. Proyectos de inversión.**

Según, **MOKATE**, Karen, (2004), Evaluación financiera de proyectos de inversión, un proyecto de inversión es: “Un paquete discreto de inversiones, insumos y actividades diseñado con el fin de eliminar o reducir varias restricciones al desarrollo, para lograr uno o más productos o beneficios, en términos del aumento de la productividad y del mejoramiento de la calidad de vida de un grupo de beneficiarios dentro de un determinado período de tiempo”. (Pág. 1)

Según, **NUÑEZ**, Rafael, (2007), Manual para la evaluación de proyectos de inversión, un proyecto de inversión: “Es aquella búsqueda para una solución al

problema de encontrar la satisfacción óptima o más cercana a esta en el proceso de formación del capital”. (Pág. 13).

El proyecto de inversión es una oportunidad de invertir un determinado capital en una nueva idea de negocio, buscando cambiar y mejorar el estilo de vida de las personas, de esta manera convirtiendo un sueño en realidad dando solución a los problemas existentes en la sociedad; además es una lucha constante para innovar y mejorar el producto logrando así posicionarse en el mercado y satisfacer a los consumidores.

#### ***1.4.1 Importancia de los proyectos de inversión.***

Los proyectos de inversión son importantes porque permiten a los inversionistas establecer objetivos delimitados, por medio de los cuales se busca definir ciertos cambios mediante un conjunto de inversiones y actividades que llegan a la conformación de un proyecto.

#### ***1.4.2. Etapas de un proyecto de inversión.***

- **Generación de la idea.-** Es un proceso que busca oportunidades dentro de un mercado el mismo que investiga y trata de cubrir las necesidades existentes en un nicho de mercado, brindando posibles soluciones a los diferentes problemas presentados.
- **Preinversión.-** Esta etapa corresponde al estudio de factibilidad económica de diversas alternativas de solución identificadas para cada una de las ideas del proyecto.
- **Perfil.-** Esta sub etapa se refiere a un análisis estadístico y se basa principalmente en la información secundaria es decir del tipo cualitativo, en

opiniones de las personas expertas en el tema o cifras con un porcentaje estimado

- **Prefactibilidad.-** El objetivo de dicha fase es el de progresar sobre el análisis de las opciones identificadas, para así reducir la incertidumbre, mejorar la calidad de la información y seleccionar la mejor alternativa para la toma de decisiones acertadas.
- **Factibilidad.-** Esta busca proporcionar mejor la decisión para el cumplimiento del proyecto y definir detalladamente los aspectos técnicos, proponiendo la utilización de un cronograma de actividades.
- **Inversión.-** Esta fase pertenece al proceso de la implementación del proyecto en el que se procesan todas las inversiones antes de que el proyecto sea puesto en marcha.
- **Operación.-** Es aquella donde la inversión se ejecuta por completo.

### ***1.4.3. Tipos de Proyectos de Inversión.***

Los proyectos de inversión se pueden clasificar en 5 tipos básicos:

- **Productivos.-** Estos proyectos utilizan materia prima para transformarlos en productos de consumo intermedio o final, siendo los más representativos de los proyectos de producción agrícola, pecuaria, industrial, entre otros.

- **De infraestructura económica.-** Estos proyectos son aquellos que proporcionan obras que promueven y faciliten el desarrollo de futuras actividades tales como: carreteras, caminos rurales, obras públicas, regadíos, etc.
- **De infraestructura social.-** Estos buscan solucionar restricciones que afectan al rendimiento normal de la mano de obra, teniendo como referencia a las carencias en la educación, salud, servicios básicos, etc.
- **De regulación y fortalecimiento de mercados.-** Estos proyectos son los encargados de filtrar y normalizar las reglas del juego de los mercados o a su vez fortalecer el marco jurídico en el cual se desenvuelven las actividades de producción.
- **De apoyo de base.-** Estos están destinados al apoyo de los anteriores proyectos teniendo como referencia a proyectos como: alfabetización, campañas de vacunación, actividades de capacitación, entre otros pues estos tienen estudios básicos que permiten la identificación de los mismos.

### **1.5. Plan de negocios.**

Según, **PALAO**, Jorge y **GÓMEZ**, Vicente, (2009), Haga realidad su sueño mediante un plan de negocios, un plan de negocios es: “Un plan que sirve para que un negocio proyecte su futuro, asigne recursos, se concentre en puntos claves y se prepare para las dificultades y las oportunidades”. (Pág. 18)

Según **GREG**, Balanko, (2010) Como preparar un Plan de Negocios Exitoso, indica que un plan de negocios es: “Un documento formal elaborado para capturar y comunicar la dirección planteada y las maniobras que se requieren para que el negocio alcance su meta más importante rentabilidad”. (Pág.7).

Se considera que un plan de negocio es un conjunto de actividades a seguir al momento de crear una empresa o buscar el desarrollo y crecimiento de la misma obteniendo así resultados positivos para los inversionistas de la idea de negocio, siendo un instrumento que permite llevar a cabo las acciones en orden y secuencia, para que la futura empresa pueda equilibrarse en el mercado y llegar a cumplir los objetivos tanto de los inversionistas como los demás involucrados en el nuevo proyecto, logrando satisfacer las expectativas de los futuros consumidores y de los colaboradores.

## **1.6 Estudio de Mercado.**

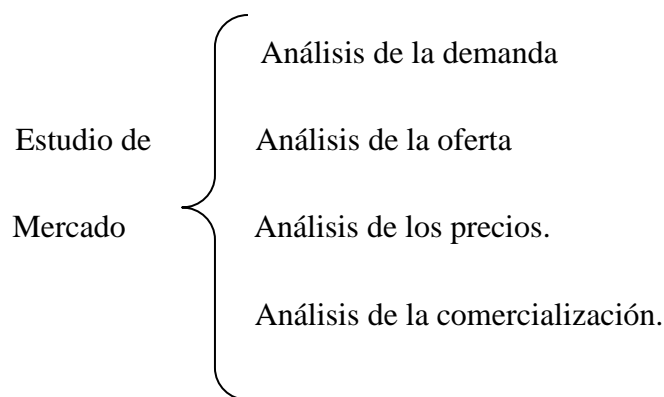
Según **MOKATE**, Karen, (2004), Evaluación financiera de proyectos de inversión, el estudio de mercado es: “Un análisis de la oferta, demanda y precios tanto de los productores como de los insumos de un proyecto”. (Pág.32).

Según, **ALCARAZ**, Rafael, (2000), El emprendedor de éxito, el estudio de mercado es: “El medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos”. (Pág.80).

Este estudio permite identificar el número de compradores y vendedores existentes para posteriormente realizar estimaciones de ciertos parámetros analizando tanto las variables positivas como negativas que se presentaren al momento de estudiarlo, considerando el precio que los compradores estarán

dispuestos a pagar por el producto y además el tipo de comercialización al que ellos mostraren mayor interés, por medio de este estudio se puede conocer de manera directa al cliente especialmente en aspectos relacionados con el bien o servicio que se pretende ofertar al mercado.

### ***1.6.1. Estructura del Estudio de Mercado.***



Fuente: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.  
Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

### ***1.6.2. Diagnóstico Situacional.***

La Srta. Elizabeth Gavilema y Gabriela Grados citando **MALHOTRA**, Naresh, (2004) define que un diagnóstico situacional es:” un mecanismo que permite analizar las variables que se presentan en el entorno sean estas internas o externas”.

Se puede determinar que por medio de este elemento se conocerán las diferentes variables positivas y negativas que intervengan tanto de forma directa como indirecta, en la cual se identificará las oportunidades y tratar de minimizar los

riesgos que se puedan presentar durante el desarrollo del proyecto, además este diagnóstico permitirá conocer la competencia y la forma legal de competir para no perjudicar la imagen de la futura empresa, cabe recalcar que al analizar el mercado se encontrará un sin número de dificultades mismas que deberán ser resueltas para que la empresa surja.

### ***1.6.3 Investigación de Mercado.***

Según **MALHOTRA**, Naresh, (2008) investigación de mercados, la investigación del mercado es: “La función que conecta al consumidor, al cliente y al público con el vendedor mediante la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas del marketing.” (Pág.7).

Se refiere a la identificación, y solución del problema mediante la recopilación, y análisis de la información que se ha recolectado a través de la investigación del mercado con el propósito de ayudar a la administración de una empresa, para poder mejorar durante la toma de decisiones.

### ***1.6.4 Demanda.***

Son los clientes potenciales quienes tienen el deseo, poder y la necesidad de requerir un producto o servicio para la satisfacción de sus necesidades a un precio determinado, considerándose un factor muy importante al momento de la puesta en marcha del proyecto.

#### ***1.6.4.1 Análisis de la Demanda.***

Según **NUÑEZ**, Rafael, (2007), Manual para la evaluación de proyectos de inversión, el análisis de la demanda es:” Definir y cuantificar cuales son los

principales factores (precio, ingreso de las/los consumidores, preferencias, publicidad, etc.) que determinan la demanda”. (Pág. 27).

Este análisis se refiere a la determinación de la demanda satisfecha e insatisfecha para los cuales se debe recurrir a los datos referentes a la cantidad del producto o servicio que los clientes estarán dispuestos a consumir y si este producto se encuentra activo en el mercado se refleja una demanda satisfecha.

#### ***1.6.4.2 Tipos de Demanda.***

**Demanda insatisfecha.-** Esta demanda es aquella que no alcanza a cumplir con las expectativas y necesidades de los clientes potenciales.

**Demanda satisfecha.-** Es la que llega a cumplir a cabalidad con los anhelos y deseos del mercado en general. Este tipo de demanda a su vez se subdivide en:

**Demanda satisfecha saturada.-** Se denomina a aquellos bienes o servicios que ya no atraen a los diferentes consumidores por la abundancia de los mismos.

**Demanda satisfecha no saturada.-** Nos permite indagar nuevos nichos de mercado, buscando cubrir los diferentes puntos que supuestamente se hallan satisfechos mediante la promoción y aplicación de estrategias de marketing para dar a conocer el producto.

#### ***1.6.4.3. Proyección de la Demanda.***

Se llegará a conocer la demanda proyectada mediante la aplicación de técnicas de muestreo, por medio de la cual se podrá conocer una proyección más acertada sobre el producto que se expenderá, para lo cual se deberá tomar en cuenta la demanda histórica que será conocida mediante el método estadístico.

### ***1.6.5 Oferta.***

La oferta se refiere al número de unidades de productos o servicios que las empresas manufactureras o prestadoras de servicios estarían dispuestas a intercambiar por un determinado precio acorde al valor asignado, por esta razón se puede decir que para una demanda dada habrá una oferta determinada.

#### ***1.6.5.1 Análisis de la Oferta.***

Según NUÑEZ, Rafael, (2007), Manual para la evaluación de proyectos de inversión, el análisis de la oferta es:” Determinar las cantidades que desean llevar al mercado los productores o empresas que proporcionan un producto o servicio en una economía”. (Pág. 50)

Para realizar el análisis de la demanda se debe obtener datos de fuentes primarias y secundarias los mismos que nos permitirán conocer el grado de aceptación del producto y el número de empresas competidoras del mismo para aprovechar las oportunidades y disminuir los riesgos y amenazas que se presenten durante la ejecución del proyecto.

#### ***1.6.5.2 Tipos de Oferta.***

**Oferta competitiva.-** Se refiere a que algunas empresas ofertan el mismo producto o servicio, diferenciándose por la calidad, precio o servicio, que se le brinde al cliente.

**Oferta oligopólica.-** Es denominada así debido a que no existe abundancia de productores de un determinado bien.

**Oferta monopólica.-** En este tipo de oferta existe un solo productor del bien o servicio, razón por la cual solo aquel puede determinar el costo final del mismo.

### ***1.6.5.3 Proyección de la Oferta.***

Esta proyección analizará aspectos como: la capacidad instalada que tendrá la empresa para la producción del bien o servicio estudiado, el número de competidores que ofrecen el producto con características similares para poder determinar si es comparable al que ofrecerá nuestra empresa incluyendo el precio del mismo.

## ***1.6.6 Análisis de los Precios.***

Según **BACA**, Gabriel (2001), Evaluación de Proyectos, el análisis de los precios es: “La cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y demanda están en equilibrio.”(Pág. 53)

Es el monto económico que los fabricantes establecerán al producto tomando en cuenta que no es fácil fijar la ganancia por cada unidad vendida, si no por el volumen de producción anual y por consiguiente es el valor que los compradores están dispuestos a pagar por la adquisición del bien, para satisfacer sus necesidades.

### ***1.6.6.1 Tipos de Precios.***

El precio se tipifica de la siguiente manera:

- **Internacional.-** Este precio es utilizado para las transacciones de importación y exportación de bienes o servicios.
- **Regional externo.-** Es un precio establecido en cada país vigente para realizar intercambios económicos en determinada región.

- **Regional interno.-** Es un precio señalado en un determinado lugar de un país con tendencia a cambiar de precio si este producto sale de dicho lugar.
- **Nacional.-** Es un precio determinado que sirve para las transacciones económicas dentro de un solo país.
- **Local.-** Es un precio fijado para poblaciones pequeñas y sus alrededores.

#### ***1.6.6.2 Proyección del Precio del Producto.***

Es el incremento del precio del producto que el fabricante desea establecer para la venta del mismo en un tiempo determinado, teniendo en cuenta que este precio no será tomado en consideración al momento de realizar el estado de resultados, porque la empresa no siempre vende el producto de manera directa.

#### ***1.6.7. Comercialización.***

La comercialización es una actividad que permite al empresario vender el producto por medio de los diferentes canales de distribución, en los lugares y tiempo adecuados dando una satisfacción previa que desea tener el consumidor al momento de adquirir el producto.

##### ***1.6.7.1. Producto.***

Es todo aquello que ocupa un espacio en el mercado, determinándose así un bien tangible puro, dedicado a satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores a un precio determinado.

#### ***1.6.7.2. Servicio.***

El servicio es una forma de producto el mismo que consiste en determinadas actividades y beneficios que se ofrecen a la venta a los consumidores finales los cuales son intangibles.

#### ***1.6.7.3. Precio.***

Es la cantidad de dinero que se le asigna a un producto tomando en cuenta las características y los valores agregados del mismo con los que será ofertado al mercado.

#### ***1.6.7.4. Promoción.***

Es la aplicación de estrategias de marketing para dar a conocer un producto al mercado objetivo, identificando las características, los beneficios que ofrece, y presentación que el producto tendrá al momento de salir al mercado para su venta, la publicidad puede ser realizada a través de medios masivos de comunicación o por muestreos del producto tangible.

#### ***1.6.7.5. Cadena de Valor.***

Según **KOTLER**, Philip y **ARMSTRONG**, Gary, (2001), Marketing la cadena de valor es: “Una herramienta importante que sirve para identificar formas de crear más valor para los clientes”. (Pág. 600)

La cadena de valor es la investigación que se realiza sobre las necesidades de los clientes de los productos o servicios para añadir un valor agregado al mismo con

la finalidad de que así puedan satisfacer las expectativas del consumidor e ir creando más cadenas de valor.

#### ***1.6.7.6. Canales de Distribución.***

Son los caminos por los que un producto será distribuido antes de llegar al consumidor final, deteniéndose en diferentes puntos en los que se realizará un pago por el bien adquirido o un intercambio de información del bien, el dueño del producto siempre buscará tomar la mejor decisión con respecto al canal más ventajoso para su distribución.

### **1.7. Estudio Técnico.**

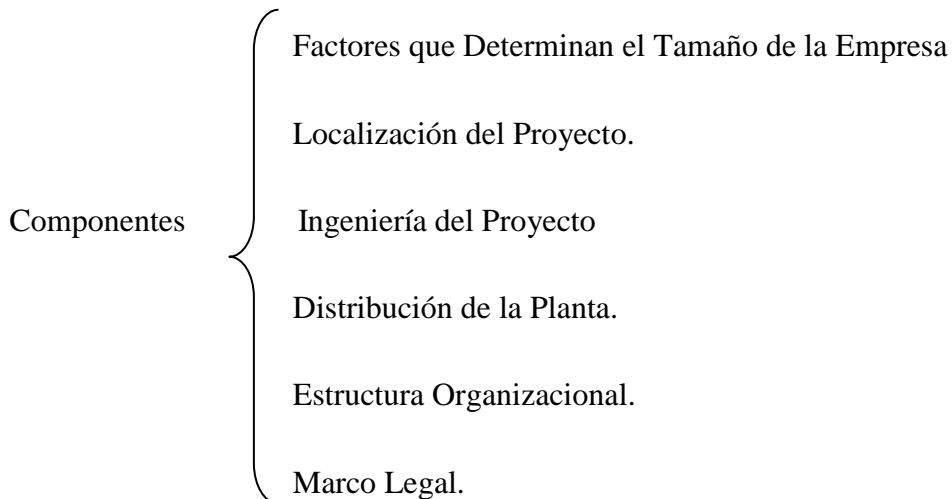
Según **MOKATE**, Karen, (2004), Evaluación financiera de proyectos de inversión, un estudio técnico es: “Un análisis de la función de producción que indica como para que se cumpla el objetivo previsto de manera efectiva y eficiente” (Pág.34).

Según **SAPAG Nassir** y **HAIN**, Reinaldo, (1995), Preparación y Evaluación de Proyectos, un estudio técnico es: “La función de producción que optimiza la utilización de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto”. (Pág.19)

El estudio técnico permitirá identificar las funciones que se deben llevar a cabo dentro del departamento de producción, mismo que será el encargado de optimizar la utilización de los recursos disponibles para la elaboración del bien o servicio a crearse en el proyecto futuro, analizando aspectos básicos bajo los cuales la empresa debe trabajar, rigiéndose a los reglamentos establecidos por la ley e

identificando de la mejor forma posible la tecnología y equipos que intervendrán directa e indirectamente en la producción, así como el financiamiento que deberá buscar para solventar los materiales requeridos dentro del proyecto.

### ***1.7.1. Componentes del Estudio Técnico.***



Fuente: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.  
Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

### ***1.7.2. Factores que Determinan el Tamaño de la Empresa.***

Los factores que determinan el tamaño de la empresa son: posibilidad de suministros de materias primas con la calidad y cantidad suficientes, la tecnología y equipos disponibles y por último la disponibilidad de los recursos económicos para la operacionalización del proyecto.

#### ***1.7.2.1. Tamaño del Proyecto, Demanda.***

Según NUÑEZ, Rafael, (2007), Manual para la evaluación de proyectos de inversión, el tamaño de la demanda es: “Uno de los factores esenciales para

considerar el tamaño del proyecto, el tamaño propuesto solo puede aceptarse si la demanda es mayor que ese tamaño.” (Pág. 65-66)

Este tamaño hace referencia al número de demandantes de dicho producto bajo el rango sobre el cual la empresa producirá el bien o servicio mismo que estará proyectado a cubrir las necesidades de los demandantes existentes en el mercado.

#### ***1.7.2.2. Tamaño del Proyecto, la Tecnología y Equipos.***

Este punto se refiere a los equipos de producción pues requieren de escalas mínimas de producción para ser factibles, que brindarán mayor eficiencia y rendimiento por cada trabajador que ocupe dicha maquina o equipo.

#### ***1.7.2.3. Tamaño del Proyecto y el Financiamiento.***

El tamaño y el financiamiento están ligados pues si existe un buen financiamiento ya sea propio o prestado se podrá atender a las necesidades de la inversión de la planta que tenga un tamaño mínimo requerido, pero para poderlo determinar se requiere de un estudio en relación al tamaño del proyecto y el tipo de organización de la empresa, el mismo que constará la existencia de un personal suficiente y capacitado para cada uno de los cargos de la entidad.

### ***1.7.3. Localización del Proyecto.***

Permite localizar la ubicación más ventajosa para el proyecto con la finalidad de cubrir las exigencias y requerimientos del mismo, para poder minimizar los costos de inversión durante el período productivo, generando una mayor tasa de rentabilidad sobre el capital invertido, determinando el lugar donde se ubicará la

planta para que esta inicie sus actividades operacionales a cabalidad para brindar un producto al mercado.

#### ***1.7.3.1. Macro Localización.***

La macro localización consiste en determinar el lugar geográfico donde se va a situar el proyecto, buscando una ventaja y cercanía tanto de la disponibilidad de materia prima, del mercado, servicios básicos y vías de transporte pues todos los factores antes mencionados ayudarán a que la empresa sea reconocida por parte de los consumidores.

#### ***1.7.3.2. Micro Localización.***

Este tipo de localización permite analizar la ubicación de los equipos de producción dentro de la planta, y de acuerdo a los resultados obtenidos se podrá continuar con la producción bajo pedidos en la misma o a su vez puede vender la planta con la que cuenta y construir una nueva y reubicar todas las áreas de producción.

### ***1.7.4. Ingeniería del Proyecto.***

Esta ingeniería consiste en determinar los recursos físicos como la tecnología necesaria para la ejecución del proyecto, pues son los diseños computarizados los que servirán para administrar los procesos productivos y distribución de la planta, mismo que permitirá planificar las actividades a realizarse, pues de la tecnología y mano de obra calificada con la que se cuente dependerá de la eficiencia del proyecto.

#### ***1.7.4.1 Diagrama de flujo.***

Es la representación gráfica de las operaciones para detallar los pasos secuenciales a seguir dentro de un proceso, este diagrama es representado por varios símbolos que describen las distintas tareas a realizarse.

#### ***1.7.5. Distribución de la Planta.***

Según **BACA**, Gabriel, (2001), Evaluación de Proyectos, la distribución de la planta es: “Aquella que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.” (Pág.117)

Permite distribuir correctamente las áreas funcionales con las que contará la empresa, misma que tiene como finalidad ofrecer un buen ambiente de trabajo al empleado, crear estrategias para la presentación del producto, determinar la capacidad de producción, entre otras.

#### ***1.7.6. Estructura Organizacional.***

Indica el orden jerárquico que la empresa tendrá, definiendo las tareas laborales de acuerdo al perfil profesional para un mejor desempeño en las distintas actividades de trabajo cumpliendo así con los objetivos que la entidad se planteó.

#### ***1.7.7. Marco Legal.***

Son las leyes y reglamentos a los que el proyecto se debe regir, como los códigos nacionales, regionales y locales bajo los cuales toda empresa debe trabajar para no tener inconvenientes a futuro.

## **1.8 Estudio Económico.**

Según **OCAMPO**, José, (2002), Costos y evaluación de proyectos, el estudio económico es: “Una síntesis cuantitativa que demuestra con un margen razonable de seguridad, la realización del proyecto con los recursos programados y la capacidad de pago de la empresa.” (Pág.187).

Según **NUÑEZ**, Rafael, (2007), Manual para la elaboración de proyectos de inversión, el estudio económico es la: “Toma como insumos los resultados de sus dos predecesores: el estudio de mercado y el estudio técnico; y los procesa para obtener una imagen detallada de las características económicas del proyecto de inversión”. (Pág.79).

Este estudio determina la cantidad de recursos económicos que serán invertidos antes de la operacionalización del proyecto como son: la adquisición de terreno, edificios, maquinaria y servicios básicos, tomando en cuenta que con el pasar del tiempo estas inversiones se recuperarán mediante la depreciación y amortización de los mismos. Por otro lado el estudio económico permitirá conocer de forma detallada la cantidad de dinero que se necesitará para la obtención de materiales e insumos previa la ejecución del proyecto.

### ***1.8.1 Inversión Total Inicial.***

Esta es aquella que acoge la adquisición de todo los activos fijos tangibles, así como también de los activos intangibles que serán necesarios para que la empresa pueda iniciar sus operaciones, cabe recalcar que en esta inversión no se toma en cuenta al capital de trabajo.

### ***1.8.2 Depreciación.***

La depreciación es la pérdida del valor contable que posee un activo fijo que tiene una empresa, dicha pérdida se da por el desgaste que tienen durante su vida útil. Para poder depreciar los activos se les ha dado porcentaje para realizar su respectivo calculo.

### ***1.8.3. Financiamiento.***

Según **EROSA**, Victoria, (1997), Proyectos de inversión en ingeniería, el financiamiento es: “El abastecimiento y uso eficiente de dinero, línea de crédito y fondos de cualquier clase que se emplean en la realización de un proyecto o en el funcionamiento de una empresa.” (Pág.78).

Es el recurso económico con el que el proyecto contará ya sea emitido por entidades financieras de crédito a una tasa determinada de interés y a un período de tiempo establecido, o un capital propio es decir de los inversionistas, que permitirán abastecer con el requerimiento monetario que la empresa necesite para poder iniciar sus operaciones con normalidad. Existen dos tipos de financiamiento:

- **Fuentes Internas**

Son los recursos propios o autogenerados, así tenemos: el aporte de socios, utilidades no distribuidas, incorporar a nuevos socios, etc.

- **Fuentes Externas**

Son recursos obtenidos de terceros, es decir endeudamiento, así tenemos: préstamo bancario, crédito con proveedores, leasing (de alquiler con derecho de compra), prestamistas, etc.

#### ***1.8.3.1 Amortización***

Se entiende por amortización al proceso de disminución del valor de una deuda durante un período determinado de tiempo hasta llegar a cubrir por completo la deuda contraída llegando así al año cero.

#### ***1.8.4 Cronograma de Inversiones.***

Según NÚÑEZ, Rafael, (2007), Manual para la evaluación de proyectos de inversión un cronograma de inversiones es: “La acción de registrar el coste de un activo tangible o intangible en los libros de contabilidad como un activo se denomina capitalizar.” (Pág.83).

Este procedimiento permite contar con un manejo adecuado de los activos tangibles en los cuales se va a realizar una inversión, y llevar una contabilidad adecuada de los mismos determinado el período de duración, el tiempo ocioso es por ello que se debe elaborar el programa de instalación de equipos.

#### ***1.8.5 Presupuestos.***

Según BURBANO, Jorge (2005) Enfoque de Gestión Planeación y control de recursos, un presupuesto es: “Un conjunto coordinado de previsiones que permite

conocer con anticipación algunos resultados considerados básicos para el jefe de la empresa.”(Pág.9)

Es una proyección a futuro de los ingresos de capital que la empresa tendrá que utilizar para las diferentes actividades, administrando de mejor manera el capital invertido, maximizando la producción y evitando los desperdicios y costos excesivos, para esto se toma en cuenta los datos obtenidos de la demanda insatisfecha que permitirán proyectar la producción, cumpliendo las necesidades de los clientes de acuerdo a la capacidad de los equipos de producción.

#### ***1.8.5.1 Presupuesto de Compras.***

Es la cantidad de materia prima e insumos que la empresa va a adquirir a un precio determinado, indicando cuántas unidades de materiales se requiere para producir el volumen indicado por medio de cuadros analíticos para una mejor constatación de lo que a futuro se va adquirir.

#### ***1.8.5.2. Presupuesto de Ventas.***

Son las ventas que la empresa desea proyectar a futuro a un cierto precio unitario del producto en términos cuantitativos los mismos que serán establecidos por las empresas destinadas para el consumo de los clientes finales.

### ***1.8.6 Gastos.***

Es el movimiento de dinero circulante que una persona o empresa debe pagar para la adquisición de un artículo o por un servicio prestado, que la entidad requerirá para iniciar sus actividades y así poder operar con normalidad.

### ***1.8.6.1 Tipos de Gastos.***

Existen dos tipos de gastos que se detallarán a continuación:

#### ***1.8.6.1.1. Gastos de Administración y Generales.***

Se denominan así a aquellos gastos generados de manera indirecta a la producción, es decir los generados mediante la compra de suministros, materiales, mano de obra y mantenimiento de las instalaciones y equipos.

#### ***1.8.6.1.2. Gasto de Ventas.***

Son aquellos gastos que influyen de manera directa a la venta final del producto, pues para ello se debe considerar dos grandes componentes que son: los gastos de comercialización y los gastos de distribución mismos que pueden ser fijos o variables.

#### ***1.8.6.1.3. Gastos Financieros.***

Según **GUERRERO**, Gustavo (2007), Proyectos de inversión, el gasto financiero es: “La constitución de los intereses y las comisiones pagadas a los intermediarios financieros, generalmente bancos, cooperativas o instituciones financieras autorizadas” (Pág. 127)

Este grupo se refiere a las deudas que la empresa puede contraer con distintas entidades de crédito, destinadas a la adquisición de activos fijos que serán utilizados para el funcionamiento del proyecto, pueden ser a corto, mediano y largo plazo y la empresa debe asumir el costo de dicho endeudamiento.

#### ***1.8.6.1.4. Gastos Imprevistos.***

Es una cantidad de dinero que no se considera dentro del plan de acción misma que será destinada para los probables riesgos de producción, administración y ventas que no se encuentran programados dentro del presupuesto general.

#### ***1.8.7. Determinación de los Costos de Operación.***

Los costos de operación se dividen en:

- **Costos fijos.-** Son aquellos que no varían es decir permanecen estables, como son: los sueldos que perciben los trabajadores, pago de arriendos, entre otros.
- **Costos variables.-** Estos son destinados a los gastos imprevistos que la empresa puede presentar, como la publicidad, las comisiones de los vendedores logrando posicionarse en la mente de los consumidores.

#### ***1.8.8. Costos de Producción.***

Los costos de producción son la suma de los gastos invertidos por la empresa. Para obtener los recursos utilizados en la producción y distribución del producto o servicio.

Este tipo de costos se los calcula con la siguiente fórmula:

$$\text{Costo total} = \text{Costo fijo} + \text{costo variable}$$

#### ***1.8.9. Punto de Equilibrio.***

Según **MORALES**, Arturo y **MORALES**, José (2009) Proyectos de inversión, evaluación y formulación, el punto de equilibrio es: “La cantidad de ingresos que

igualan a la totalidad de costos y gastos en que incurren normalmente una empresa”. (Pág.203)

Dentro de un proyecto el punto de equilibrio es de mucha importancia pues mediante este la empresa podrá determinar y analizar si los gastos y las ventas incurridas en él han ocasionado pérdidas o ganancias para posteriormente tomar decisiones sobre la capacidad instalada con la que contará la planta.

Para el cálculo del punto de equilibrio se debe aplicar la siguiente fórmula:

$$P.E. = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - (\text{Costo variable total}/\text{Ingresos})}$$

Dónde:

P.E. = Punto de Equilibrio

CFT = Costo Fijo Total

CVT = Costo Variable Total

I = Ingresos.

### ***1.8.10 Estados Financieros.***

Son aquellos que permiten realizar comparaciones y evaluaciones financieras entre datos históricos en relación al período actual para ello es necesario mencionar a los más representativos:

#### ***1.8.10.1 Estado de Resultados.***

Según **MORALES**, Arturo y **MORALES**, José (2009) Proyectos de inversión, evaluación y formulación, el estado de resultados es: “Un estado financiero dinámico, ya que la información que proporciona corresponde a un período determinado (1 año). De los ingresos se deducen los costos y los gastos, con lo cual, finalmente, se obtienen las utilidades o pérdidas así como el monto de los impuestos y repartos sobre utilidades”. (Pág.164)

Permite calcular la ganancia o pérdida de las ventas del producto para ello se debe recopilar información de todo el ejercicio contable, posteriormente se debe realizar una operación matemática restando los ingresos totales y los costos totales.

#### ***1.8.10.2. Flujo de Efectivo.***

Según **MORALES**, Arturo y **MORALES**, José (2009) Proyectos de inversión, evaluación y formulación un flujo de efectivo es: “La suma de la utilidad neta más las amortizaciones y depreciaciones del ejercicio.” (Pág.177)

Permite recuperar el monto de la inversión tomando en cuenta que de las utilidades se genera la inversión para identificar el grado de recuperación que la empresa ha logrado alcanzar en un determinado tiempo.

#### ***1.8.10.3. Balance General.***

Según **MORALES**, Arturo y **MORALES**, José (2009) Proyectos de inversión, evaluación y formulación, el balance general es: “Un estado financiero estático

que presenta la situación financiera de la empresa a una fecha determinada.” (Pág.174)

Este balance indica las inversiones que la empresa va a realizar y cuáles son las entidades de crédito donde se va generar el financiamiento, pues se debe realizar un estado de situación para conocer cual deberá ser el monto de inversión y mediante las alternativas presentadas escoger la mejor opción de financiamiento.

### ***1.8.11. Razones Financieras.***

Según NÚÑEZ, Rafael (2007) Manual para la elaboración de proyectos de inversión, las razones financieras son: “La base de los métodos de evaluación que no consideran el valor del dinero con el paso del tiempo.” (Pág. 104)

Un buen análisis financiero permite determinar fortalezas y debilidades del proyecto, creando estrategias para mejorar los puntos fuertes y disminuir las debilidades antes de que no se puedan controlar durante la operacionalización del mismo.

Se pudo identificar la presencia de 4 tipos básicos de razones financieras:

- **Las razones de liquidez.-** Este permite medir la cantidad de dinero líquido que la empresa tiene para poder cumplir con sus deudas de corto plazo.
- **Tasa circulante.-** Permite medir la capacidad de pago de las deudas de corto plazo de la empresa. La fórmula utilizada para el cálculo es la siguiente:

$$\text{Razón Circulante} = \frac{\text{Activo Circulante}}{\text{Pasivo Circulante}}$$

- **Prueba ácida.-** Esta razón mide la capacidad que la empresa tiene para pagar las obligaciones a corto plazo sin la necesidad de vender inventarios pues estos son considerados activos menos líquidos, el mejor resultado para esta prueba es 1, su fórmula es:

$$\text{Tasa de la Prueba Ácida} = \frac{\text{Activo Circulante} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo Circulante}}$$

- **Tasa de apalancamiento.-** Indica el grado en el que la empresa se ha financiado por medio de terceros.
- **Razón de deuda total a activo total.-** También es conocida como tasa de deuda, calcula el porcentaje total del capital proveniente de instituciones de crédito, el valor más aceptable como resultado de este cálculo es del 33% debido al riesgo que corren las instituciones financieras de no poder recuperar su dinero. La fórmula utilizada para este cálculo es:

$$\text{Tasa de deuda} = \frac{\text{Deuda Total}}{\text{Activo Total}}$$

- **Las tasas de actividad.-** esta tasa por el momento no será utilizada pues el proyecto todavía no genera una actividad productiva pero se ha tomado en cuenta porque mide la rotación de los inventarios. Su fórmula es:

$$\text{Rotación de Inventarios} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Inventarios}}$$

- **Rotación del activo total.-** Es aquella que mide la actividad final de la rotación de los activos de la empresa, el valor aceptado para esta tasa es de 2.0%, su fórmula es :

$$\text{Rotación de Activos Totales} = \frac{\text{Ventas Anuales}}{\text{Activos Totales}}$$

- **Tasas de rentabilidad.-** Es la que revela que tan efectivamente se ha manejado la administración de la empresa.
- **Tasa de margen de beneficio sobre ventas.-** Calcula el grado de beneficio anual que la empresa ha tenido en un determinado período contable. La fórmula utilizada para este cálculo es:

$$\text{Tasa de Margen de Beneficio} = \frac{\text{Utilidad Neta Después de Pagar Impuestos}}{\text{Ventas Totales}}$$

### ***1.8.12. Capital de Trabajo.***

Según NÚÑEZ, Rafael (2007) Manual para la elaboración de proyectos de inversión el capital de trabajo: “Permite financiar la producción antes de que la empresa comience a recibir ingresos, por lo que con él se adquiere la materia prima, se paga la mano de obra directa, se tiene una cierta cantidad de dinero para sufragar los gastos diarios de la empresa.” (Pág. 84)

Se refiere al activo y pasivo circulante es decir es la cantidad de dinero con el que la empresa cuenta para iniciar sus actividades, antes de que la misma tenga sus ingresos por parte del proceso productivo y de ventas. Entonces el capital de

trabajo es una inversión inicial compuesto por tres cuentas: caja, bancos e inventarios pero también cuenta con otras como cuentas por cobrar.

Para calcular el capital de trabajo de la empresa es necesario utilizar la fórmula que a continuación se indica:

$$\text{Capital de Trabajo} = \text{Activo Circulante} - \text{Pasivo Circulante.}$$

### ***1.8.13. Flujo Nominal.***

Es la relación entre las empresas productoras y las familias, que consiste en el pago del producto adquirido para el consumo final pero también son las remuneraciones que reciben las personas por la prestación física de sus servicios (mano de obra).

## **1.9 Evaluación Financiera.**

Según NÚÑEZ, Rafael (2007) Manual para la elaboración de proyectos de inversión, evaluación financiera es: “La sustitución de un equipo o maquinaria, difiere ligeramente de la definiciones operacionales del valor actual neto (VAN) y de la tasa interna de rendimiento (TIR).” (Pág. 104)

Esta evaluación es la última parte secuencial del análisis de la viabilidad del proyecto, permitiendo conocer si el mercado es atractivo para el producto y así determinar un lugar ventajoso de la localización y el tamaño más apropiado para la ubicación del mismo, es decir que recopila la información necesaria para llevar a cabo el proyecto tomando en cuenta los costos que incurrirán en la etapa productiva.

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

Según **BACA**, Urbina (2001) Evaluación de proyectos, el valor actual neto (VAN) es: “El valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos, desconectados a la inversión inicial.” (Pág. 221)

Se puede decir que este es un indicador económico que permite medir la ganancia que tendrá el proyecto, al restar la inversión del total de los futuros movimientos de dinero cabe recalcar que este no tiene ningún tipo de relación con la inversión inicial.

Para calcular el Valor Actual Neto se es necesario utilizar la fórmula que se indica seguidamente:

$$VAN = \frac{FN_0}{(1+i)^0} + \frac{FN_1}{(1+i)^1} + \frac{FN_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FN_n}{(1+i)^n}$$

Donde:

**FN** = Flujo de Efectivo Neto

**n** = Años de vida útil

**i** = Tasa de interés de actualización

### ***1.9.2. Tasa Interna de Retorno.***

Según **NÚÑEZ**, Rafael (2007) Manual para la elaboración de proyectos de inversión la tasa interna de retorno (TIR) supone que: “El dinero que se gana año con año se reinvierte en su totalidad. Así como igualando el valor actual neto con cero.” (Pág. 103)

Es la tasa máxima de descuento que provoca que el VAN sea igual a cero y de acuerdo al dato arrojado se determinará la rentabilidad que se desee obtener del proyecto, refiriéndose también a la tasa que iguala el total de los flujos descontados y la inversión inicial. La tasa interna de retorno se calcula con la siguiente fórmula:

$$\sum_{t=0}^T BN_t / (1 + i_{op})^t = 0$$

### ***1.9.3 .Período de Recuperación.***

Según **MORALES**, Arturo y **MORALES**, José (2009) Proyectos de inversión, evaluación y formulación, el período de recuperación es: “Un método que puede determinar el tiempo que se requerirá para recuperar la inversión inicial neta.” (Pág.182)

Este método de evaluación sirve para determinar el tiempo de recuperación de los flujos de efectivo mismo que igualará el monto de la inversión inicial con el que la empresa inicio sus actividades. Este período será calculado mediante la siguiente fórmula:

$$\text{Periodo de Recuperación} = \frac{\text{Inversión}}{\text{Flujo de Neto de efectivos}}$$

### ***1.9.4. Costo Beneficio.***

Según **GUERRERO**, Gustavo (2007), Proyectos de inversión la relación entre costo beneficio es: “Es la relación entre los ingresos actualizados generados por el proyecto y los gastos actualizados necesarios para su instalación y operación”. (Pág. 189).

Este costo beneficio identifica todos los ingresos y egresos actuales del proyecto que serán utilizados para el funcionamiento del mismo identificando la rentabilidad a obtenerse en determinado tiempo. La fórmula que se utiliza para el cálculo de este costo/beneficio es la siguiente:

$$B/C = \frac{\Sigma \text{Flujos Netos}}{\text{Inversión Inicial}}$$

### ***1.9.5. Análisis de Sensibilidad.***

Según **MORALES**, Arturo y **MORALES**, José (2009) Proyectos de inversión, evaluación y formulación un análisis de sensibilidad: “Mide la variación que se produce en el rendimiento del resultado del proyecto de inversión (principalmente el VAN), como consecuencia de la modificación de algunas de las variables que determinarán la rentabilidad o los beneficios, considerando que las demás variables no cambian”. (Pág. 231)

Permite identificar como ira modificándose la rentabilidad que tendrá el proyecto por cada inversión realizada, ya sean estas dentro de los elementos como los precios de ventas unitarios, volúmenes de vetas futuras para las proyecciones que se obtendrá del producto a expendirse. Para el cálculo de este análisis es necesario indicar la siguiente fórmula a utilizarse:

$$IS = \frac{\text{Porc. de Variacion en la rentabilidad}}{\text{Porc. de Variacion en el Factor que se Analiza}}$$

Donde:

IS = Índice de sensibilidad.

## **CAPÍTULO II**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **2.1. Introducción.**

La realización del presente capítulo nos permitirá conocer cómo se encuentra el mercado en el que se desea incursionar, cuales son los precios del producto que se pretende expender, el número de habitantes al que se aspira llegar con el producto y los diferentes datos que se necesita para saber si el producto es viable o no, lo que más destaca en esta sección, es analizar la demanda insatisfecha existente en el mercado de Latacunga, la producción que últimamente se ha dado en la provincia y por ende en el Cantón, la cantidad de personas que se dedican a este tipo de negocios, entre otras cosas.

Cabe recalcar que el presente capítulo contendrá todo lo mencionado anteriormente pero más profundizado, con cuadros de proyecciones y datos importantes para la elaboración del proyecto que en un futuro será de gran ayuda no solo para los pobladores sino también para el cantón en general.

## **2.2. Objetivos.**

### ***2.2.1 .Objetivo General.***

- Realizar un estudio de mercado para el año 2011 mediante un diagnóstico situacional para recopilar información sobre las necesidades y sugerencias de los clientes.

### ***2.2.2 .Objetivos Específicos.***

- Determinar la demanda en el mercado meta.
- Determinar la oferta existente.
- Analizar la demanda insatisfecha.
- Establecer el canal de comercialización más adecuado que permita poner en consideración del mercado el producto ofrecido.

## **2.3. Análisis Situacional.**

La investigación a realizarse dentro del medio ambiente determinará los factores internos y externos que de una u otra manera pueden afectar al proyecto para poder tomar decisiones correctas y así minimizar los posibles riesgos al momento de la ejecución del mismo.

### ***2.3.1 Análisis del Producto.***

El proyecto a desarrollarse expedirá un producto bien diferenciado que sea competitivo y que se ajuste a las necesidades de los consumidores, para ello el manejo del mismo se lo realizará bajo estrictas normas de nutrición y salud, el

pollo en pie (broiler), deberá tener un peso aproximado de 6 libras. Las canillas serán gruesas y de color amarillo lo cual demuestra la presencia de la vitamina A, lo que le hace atractivo al consumidor. La piel también tendrá un color amarillo, de pechugas grandes, su carne blanca tierna y jugosa, plumas de color blanco brillante, cresta rojo resplandeciente, sinónimos de fuerza y buen estado de salud, de contextura ancha y agradable a la vista.

El producto deberá venderse por sí mismo; obviamente para llegar a este estado se necesita llevar una hoja estricta de manejo.

### ***2.3.2 Mercado.***

El producto está dirigido al mercado objetivo de la ciudad de Latacunga, pues son muy pocos los productores tecnificados y registrados bajo las leyes de AGROCALIDAD, existiendo un mayor número de pequeños productores que no se encuentran registrados en dicha institución, pues tienen ciertas normas que no han sido cumplidas, es por ello que se ha creído conveniente crear un nuevo plantel avícola en la parroquia Eloy Alfaro pues esto ayudará a cubrir el nicho de mercado casi en su totalidad logrando cumplir con las necesidades de los clientes.

### ***2.3.3. Macro ambiente.***

Este análisis permitirá identificar las fortalezas y oportunidades que se pueden presentar, a través de esta investigación se podrá conocer el grado de afectación de los diferentes factores económicos, sociales, culturales y tecnológicos que pueden ser utilizados para el beneficio del mismo al momento de la puesta en marcha del proyecto.

### **2.3.3.1. Variable económica.**

Al referirnos al estudio de las variables económicas estamos indicando fortalezas, oportunidades y amenazas que se pueden presentar al momento de la realización del proyecto, aprovechando al máximo las oportunidades y fortalezas que aparecieren y afrontando las amenazas, para lo cual es necesario realizar una investigación sobre los diferentes indicadores económicos actuales del país que pueden beneficiar o perjudicar a la empresa.

#### **2.3.3.1.1. Producto Interno Bruto (PIB).**

En el país existe un sin número de productos que son expendidos ya sea en determinadas provincias, regiones o en todo el país. Por esta razón hemos creído conveniente apoyar a la economía del Ecuador con la creación de una microempresa que ayudará a disminuir la falta de empleo, sobretodo en el sector donde se ubicará dicha empresa.

### **CUADRO #1.**

#### **PRODUCTO INTERNO BRUTO.**

<b>MES Y AÑO</b>	<b>VALOR EN MILLONES DE DÓLARES</b>
Enero-31-2011	54654.31
Enero-31-2010	52022.00
Enero-31-2009	54209.00
Enero-31-2008	45504.00
Enero-31-2007	41705.00

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

Como se puede observar en el cuadro #1 el Producto Interno Bruto (PIB) se ha incrementado a través de los años, en el año 2007 el PIB tubo un valor de 41705.00 millones de dólares mientras que para el año 2011 el valor del PIB alcanzó los 54654.31 millones de dólares, todo esto demuestra que pese a la decadencia económica que existió en años anteriores se mantuvo en constante crecimiento representando una oportunidad para la empresa. Todo esto representa

una fortaleza para al proyecto porque ha existido un crecimiento sostenible de las fuentes de empleo y como tal ayuda al progreso de la economía del país.

### **2.3.3.1.2. Inflación.**

Este indicador es importante porque muestra el incremento o disminución de los precios de los productos existentes en el mercado, los mismos que afectan directamente a la empresa, para la adquisición de la materia prima, así como también para la venta final del producto al consumidor, por lo que en ciertos casos resulta ser una desventaja para el proyecto pues a mayor inflación menor consumo y viceversa, si se diera el caso en el que la inflación se redujera. Para medir el grado de consumo de los productos es necesario aplicar el Índice de Precios al Consumidor (IPC) mediante una encuesta realizada a los mismos.

#### **CUADRO # 2.**

#### **INFLACIÓN ANUAL.**

<b>MES Y AÑO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Marzo-31-2010	3.35 %
Marzo-31-2011	3.57 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

Se puede visualizar que existe una diferencia de un 0.22% entre los dos años, lo que indica que el precio de los insumos y materia prima no han variado en gran impacto representando una oportunidad para la empresa, razón por la cual tanto el productor como el consumidor pueden adquirir el bien o servicio a un precio adecuado y no muy elevado.

### **2.3.3.1.3. Tasa de Interés.**

La tasa de interés es uno de los indicadores que más influencia tiene sobre el proyecto, pues es el precio que tiene el dinero impuesto por la entidades

financieras o de crédito por la prestación que otorguen para llevar a cabo al proyecto, de la misma forma que el indicador anterior puede decirse que se tienen dos resultados, el en primer caso siendo favorable pues si se mantiene la tasa estipulada por el Banco Central del Ecuador la misma que no debe ser excedida por las entidades de crédito ya que esto sería una desventaja para la empresa.

### **2.3.3.1.3.1. Tasa Activa Referencial.**

Si esta tasa es baja, para el proyecto es atractiva pues es mejor invertir en él que hacerlo en una institución de crédito, puesto que no generaría una rentabilidad atrayente. Esto ocasionaría en la mayoría de los casos el desistimiento de la realización de diferentes proyectos de inversión, porque no se podría realizar un financiamiento para la puesta en marcha del mismo ya que el costo del dinero prestado sería muy alto.

## **CUADRO # 3.**

### **TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES.**

<b>TASAS REFERENCIALES</b>		<b>TASAS MÁXIMAS</b>	
<b>Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:</b>	<b>% anual</b>	<b>Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:</b>	<b>% anual</b>
Productivo Corporativo	8.34	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.63	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.28	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.88	Consumo	16.30
Vivienda	10.56	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	23.08	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	25.50	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	28.97	Microcrédito Minorista	30.50

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

El cuadro presentado refleja que las tasas de interés varían de acuerdo a la actividad comercial que realice cada segmento, es importante recalcar que el proyecto a estudiarse está enfocado al sector productivo PYMES pues la tasa de

interés que se debe acatar es la del 11.28%, se deberá seleccionar la mejor opción que las instituciones financieras brindan para realizar un crédito, este porcentaje es una oportunidad debido a que está dentro del margen establecido por el Banco Central del Ecuador.

### **2.3.3.1.3.2. Tasa Pasiva Referencial.**

Si dicha tasa se encontrara en un alto porcentaje sería una ventaja para la empresa porque permitiría depositar el capital que generará mayor rentabilidad, y así obtener una cantidad de dinero para cubrir imprevistos, por otro lado si la tasa de interés es demasiado baja resultaría ser una desventaja para el plan, en lugar de colocar el dinero en el banco sería recomendable invertir en el proyecto, pues el interés que se ganaría en la entidad sería mínimo y no convendría para el intención del negocio.

## **CUADRO # 4.**

### **TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO.**

<b>TASAS REFERENCIALES</b>	<b>% ANUAL</b>	<b>TASAS REFERENCIALES</b>	<b>% ANUAL</b>
Depósitos a plazo	4.60	Depósitos de Ahorro	1.41
Depósitos monetarios	0.87	Depósitos de Tarjetahabientes	0.66
Operaciones de Reporto	0.23		

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

El presente cuadro indica que dicha tasa de interés está establecida de acuerdo a los diferentes tipos de depósitos existentes, mismo que permite al ahorrista obtener una ganancia por su capital invertido en un determinado plazo, pero tomando en cuenta que las tasas reflejadas son bajas el inversionista prefiere invertir su dinero en otras actividades comerciales como por ejemplo el proyecto en mención, antes que ahorrar en instituciones bancarias.

### 2.3.3.2. Variable Demográfica.

El estudio de esta variable refleja una ventaja para la empresa, pues si la indagación muestra un aumento en la población significará una mayor cantidad de demandantes del producto a expendirse en el mercado, segmentando así a la población en diferentes grupos como la población económicamente activa, consumidores y no consumidores, entre otros.

Para el tema de investigación planteado se tomará en cuenta como unidad de estudio al total de la población del cantón Latacunga.

#### CUADRO # 5.

#### PROYECCIONES POBLACIÓN DEL CANTÓN LATACUNGA 2001 - 2010.

AÑOS	TOTAL	URBANO	RURAL	HOMBRES	MUJERES	% CRECIMIENTO TOTAL POBLACIÓN
2001	143.979	51.689	92.290	69.598	74.381	
2002	146715	52671	94044	70920	75794	1.9%
2003	149503	53672	95831	72267	77234	1.9%
2004	152344	54692	97652	73640	78701	1.9%
2005	155239	55731	99508	75039	80196	1.9%
2006	158189	56790	101399	76465	81720	1.9%
2007	161195	57869	103326	77918	83273	1.9%
2008	164258	58969	105289	79398	84855	1.9%
2009	167379	60089	107289	80907	86467	1.9%
2010	170559	61231	109327	82444	88110	1.9%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

El cuadro presentado indica el total de habitantes del cantón Latacunga que es de 143.979 hab. de los cuales 51.689 hab. corresponden al área urbana y el área rural tienen 92.290 hab., estos datos permitirán realizar una segmentación real del mercado objetivo, además el número de habitantes ha ido en aumento lo cual

representa una oportunidad para el proyecto pues a mayor incremento de población mayor será el consumo del producto ofertado en el mercado.

#### **2.3.3.3. Variable Socio-Cultural.**

Esta variable representa una ventaja para el plan pues en la sociedad existe diversas creencias, normas y costumbres que han permitido desarrollar un estudio con resultados favorables para dicho propósito es por ello que se ha creído conveniente resaltar la presencia de esta variable para el desarrollo del nuestro proyecto, recalcando las fechas festivas más representativas de la provincia y el cantón que pueden beneficiar al mismo como son:

- Carnaval.
- La provincialización
- Domingo de pascua
- Día de la madre
- Día del padre
- La fiesta de la Virgen de las Mercedes
- Día de los difuntos
- La Mama Negra
- Navidad

Las fechas indicadas son una oportunidad para el proyecto recalcando que en esas temporadas existe una mayor demanda del producto que es adquirido para reuniones familiares o para fiestas grandes.

#### ***2.3.3.4. Variable Tecnológica.***

Las nuevas tecnologías que han aparecido durante la evolución humana han creado oportunidades y mercados nuevos, pero a pesar de ello han existido algunas empresas que no pronosticaron los cambios tecnológicos y se encontraron con que sus productos son obsoletos, dejando oportunidades a otras entidades que se mantienen en constante investigación.

Es por ello que el plan a ejecutarse contará con una tecnología óptima de acuerdo a los procesos y actividades productivas a llevarse a cabo como: comedoras, bebedoras de alimentos para aves, así como también el mejor material para la infraestructura de los galpones, también se ha creído conveniente la utilización de un programa de contabilidad computarizado.

Se debe tomar en cuenta que las medicinas y vitaminas a aplicarse serán las apropiadas pues de ello depende el desarrollo adecuado del ave, además cabe recalcar que la utilización de dichos productos es indispensable para que el producto final sea de calidad y por ende tenga una gran acogida en el mercado por parte de los consumidores.

#### **2.3.3.5. Variable Política.**

Esta variable está relacionada con las leyes, dependencias del gobierno y grupos de presión. Las leyes de protección al consumidor, las normas sanitarias, las normas ISO, las organizaciones de defensa del consumidor, haciendo un mayor énfasis en la ética y la responsabilidad social de la empresa, es decir que este factor se refiere a todo lo que implica una posición de poder en nuestra sociedad, en sus diferentes niveles, y que por consiguiente tendrá una repercusión económica.

Este factor es de gran importancia pues la empresa deberá regirse al reglamento de las granjas y planteles avícolas en el que constan artículos como la ubicación entre planteles, el número de aves a manejarse, la cantidad y tipo de comida, la higiene de los galpones entre otros aspectos.

Las entidades que regularan el establecimiento del plantel son:

- Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD)
- La Dirección Provincial de Salud (Permiso Sanitario)
- El Ilustre Municipio de Latacunga (Patente Municipal)

#### **2.3.3.6. Variable Legal.**

El proyecto se maneja bajo el Reglamento de Control de la Instalación y Funcionamiento de las Granjas Avícolas pues dentro de este constará con los siguientes capítulos con sus respectivos artículos:

- De la clasificación de las granjas.
- Del registro de las granjas.
- De las instalaciones.
- Del aislamiento.
- Del personal de los planteles avícolas.
- De la sanidad animal.
- Del bienestar animal.
- Del suministro de agua y alimentos.
- De la protección ambiental.
- De las granjas de reproducción.
- De la bioseguridad.
- De la certificación de buenas prácticas de producción avícola.
- De las sanciones.

#### ***2.3.4. Micro Ambiente.***

El análisis del micro ambiente nos permitirá conocer la influencia de los diferentes factores como: la competencia, proveedores y clientes, para posteriormente realizar una comparación e identificar las amenazas ante las cuales se deberá establecer estrategias de competitividad, para posicionarse en el mercado y en la mente de los consumidores y así minimizar los posibles riesgos

### 2.3.4.1. Competencia.

Para la presente investigación se ha podido determinar la existencia de un cierto número de empresas que se dedican a la misma actividad, identificando los puntos clave de los mismos para tomar una cierta ventaja, planteando estrategias de comercialización, añadiendo una cadena de valor al producto para que sea llamativo y aceptable para el consumidor.

La competencia en el mercado del cantón de Latacunga es baja pues existen 6 planteles avícolas dedicados a la crianza y comercialización de pollos broiler (pollos de engorde), es por ello que se ha creído conveniente la creación de uno nuevo, logrando así cubrir con las necesidades de los segmentos del mercado, para ello se ha tomado la determinación de darle un valor agregado al producto para mantenerse un paso adelante de la competencia para ello es indispensable mantenerse en constante investigación del mercado.

### CUADRO # 6.

### COMPETENCIA.

Nº.	RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN	TIPO DE COMPETITIVIDAD
1	GRANJA DE AVES Y HUEVOS "MISHEL".	Entrada a Patután	Producción aproximada de 60.000 entre aves y huevos. Planta de producción de alimentos propia.
2	AVÍCOLA SANTA MARTA	De la plazoleta central de Patután 10km. al oeste.	Planta de producción de alimentos propia. Asociado de AFAVA.
3	Avícola S/N (Propietario Segundo Sinchiguano)	Parroquia San Buenaventura, barrio Chile	Producción por lotes. Reconocido en el Mercado.
4	AVÍCOLAS COTOPAXI	Entrada San Buenaventura	Volumen de producción alto Producción por edades.

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

#### **2.3.4.2. Proveedores.**

Es uno de los factores de importancia dentro del proyecto pues son aquellas empresas que nos proporcionarán las aves, alimentos, balaceados (crecimiento y engorde), para poder operar con normalidad el proyecto, siendo necesario realizar una investigación y así seleccionar a las mejores empresas que ofrezcan sus productos pues estos deberán de ser de calidad y a precios accesibles para el productor, teniendo como referencia a las empresas de mayor prestigio como PRONACA, DIAMNSA, GISIS, EXPALSA, DISPEC (Distribuidora Pecuaria) que ofrecen sus productos de forma puntual.

#### **CUADRO # 7.**

#### **PROVEEDORES.**

<b>No.</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>PRODUCTOS QUE OFRECE.</b>
1	PRONACA	Balanceado para mascotas Balanceado para ganado vacuno, porcino Balanceado para aves Balanceado para cuyes, etc.
2	DIAMNSA	Alimento balanceado para aves, ganado vacuno y porcino
3	GISIS	Alimentos balanceado para aves
4	EXPALSA	Alimentos balanceados para aves, ganado vacuno y porcino
5	DISPEC (Distribuidores Pecuarios)	Alimentos balanceados para aves.

Fuente: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

#### **2.3.4.3. Clientes.**

Son los clientes potenciales de la Ciudad de Latacunga quienes son parte esencial para el proyecto a realizarse, pues de su presencia depende mucho la cantidad de ingresos de la empresa, es decir de las ventas que esta tenga, mientras la empresa tenga un mercado amplio el número de clientes también será grande y como consecuencia su producto se encontrará posicionado en el mercado.

Por otro lado los clientes internos son los trabajadores con los que el proyecto contará, mismos que deberán ser capacitados constantemente para que desarrollen las actividades productivas de manera eficaz evitando demoras, desperdicios y pérdidas innecesarias de las aves ya sea por enfermedades o por un mal manejo de proceso alimenticio.

### ***2.3.5. Conclusión del diagnóstico situacional.***

Es el ambiente en el cual la empresa va a desarrollar su idea de negocio, conociendo ampliamente la competencia a la que se enfrentará, planteando estrategias para el posicionamiento de la empresa y del producto; también fue necesario conocer el cliente de manera directa para saber ciertos aspectos importantes sobre el producto así como también destacando la forma de cómo preferirían adquirir el producto y el precio al que ellos están dispuestos a pagar por percibir el mismo.

## **2.4. Segmentación del Mercado**

Se efectuará dicha segmentación con el propósito de estudiar a los posibles consumidores del producto que se va expender en el mercado objetivo de Latacunga.

### CUADRO # 8.

#### POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA OCUPACIONAL.

GRUPOS DE OCUPACIÓN	TOTAL	TOTAL PROYECTADO	HOMBRES	PROYECCIÓN HOMBRES	MUJERES	PROYECCIÓN MUJERES	% CRECIMIENTO TOTAL POBLACIÓN
<b>Total</b>	<b>58.884</b>	<b>59.744</b>	<b>37.044</b>	<b>37.766</b>	<b>21.840</b>	<b>21.987</b>	
Miembros, profesionales técnicos.	4.381	4.207	2.431	2.477	1.698	1.730	1.9%
Empleados de oficina	2.697	2.748	1.410	1.437	1.287	1.311	1.9%
Trabajadores de los servicios	6.094	6.209	2.649	2.699	3.445	3.510	1.9%
Agricultores	11.397	11.613	6.698	6.825	4.699	4.788	1.9%
Operarios y operadores de máquinas	14.457	14.732	12.516	12.754	1.941	1.978	1.9%
Trabajos no calificados	16.806	17.125	9.103	9.276	7.703	7.849	1.9%
Otros.	3.052	3.110	2.255	2.298	797	812	1.9%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

El presente cuadro refleja a los posibles consumidores indicando el número de personas en cada grupo ocupacional, separando hombres y mujeres, siendo el más representativo el grupo económico de operarios y operadores de máquinas con un total de 114.732 personas y 2.748 personas que corresponden a los empleados de las diferentes instituciones tanto privadas como públicas, indicando a estas personas como los clientes más atractivos para la empresa productora.

### CUADRO # 9.

#### SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA.

PROVINCIA	COTOPAXI
Ciudad	Latacunga
Población del cantón Latacunga	170559 (población proyectada 2010)
Tamaño del PEA	59744 (PEA proyectado 2010)
Sector	Urbano y rural
Clima	Templado.

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

## CUADRO # 10.

### SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA.

Edad	De 15 años en adelante
Sexo	Hombres – Mujeres
Tamaño de la familia	3-5 integrantes
Ingresos económicos	Sueldo básico unificado 264,00 en adelante
Ocupación	Empleados de oficina, miembros, profesionales técnicos, trabajadores de los servicios, agricultores, operarios y operadores de máquinas, trabajos no calificados, otros.
Educación	Primaria, secundaria y superior.
Religión	Católica, evangélica, cristiana, entre otros.
Nacionalidad	Ecuatorianos/as y extranjeros/as.

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

## CUADRO #11.

### POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA PROYECTADA POR EDADES.

EDADES	15 – 19	20 - 34	35 - 49	50 - 64	TOTAL
2001	6.359	23.200	14.839	8.126	52.524
2002	6.480	23.641	15.121	8.280	53.522
2003	6.603	24.090	15.408	8.437	54.538
2004	6.728	24.548	15.701	8.597	55.574
2005	6.856	25.014	15.999	8.760	56.629
2006	6.986	25.489	16.303	8.926	57.704
2007	7.119	25.973	16.613	9.096	58.801
2008	7.254	26.466	16.929	9.269	59.918
2009	7.392	26.969	17.251	9.445	61.057
2010	7.532	27.481	17.579	9.624	62.216

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

### ***2.4.1. Tamaño de la Población.***

El tamaño de la población que se utilizará para la investigación del mercado será la proyección de la Población Económicamente Activa de Latacunga, pues es nuestro mercado objetivo, el número de habitantes presentado a continuación es el proyectado para el año 2010, con los datos tomados de acuerdo al último censo perteneciente al año 2001, los resultados de dicho estudio indicaron la existencia de 62216 personas, de las cuales se tomara una muestra para aplicar las encuestas y conocer las necesidades de los clientes.

El margen de error que se utilizará será del 0.07%, pues es el más aceptable para el desarrollo del presente proyecto.

#### ***2.4.1.1. Fórmula para el Cálculo de la Muestra.***

La fórmula que se presenta a continuación es la más acertada para este tipo de investigación pues utiliza la población finita que en este caso es el PEA.

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

#### **Simbología.**

n = Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población o universo

E= Error admisible (0.07)

#### **2.4.1.1.1 Cálculo de la Muestra.**

La fórmula que se utilizará para el cálculo de la muestra será la siguiente:

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

$$n = \frac{62216}{(0.07)^2(62216 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{62216}{(0.0049)(62215) + 1}$$

$$n = \frac{62216}{305.85}$$

n= 203 Personas a encuestar.

Luego de haber aplicado la fórmula de la muestra se ha llegado a la conclusión de que la encuesta será aplicada a un número de 203 personas.

### **2.5. Plan Muestra.**

Se utilizará dicho plan como un programa de muestreo de manera lógica y equitativa para tomar decisiones correctas respecto a la fracción de personas de la que se desea obtener información acerca del producto con el fin de determinar el grado de aceptación o rechazo por parte del grupo de investigación, indicando el total y el porcentaje del conjunto a estudiarse.

## CUADRO # 12.

### POBLACIÓN URBANA Y RURAL DEL CANTÓN LATACUNGA.

PARROQUIAS	No. DE HABITANTES	No. DE ENCUESTAS A APLICARSE	PORCENTAJE.
URBANAS	51689	91	45%
RURALES	114704	112	55%
<b>TOTAL</b>	<b>166393</b>	<b>203</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC)  
Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

### 2.6. Distribución Muestra.

Para la presente investigación se ha decidido realizar una distribución muestra, para ello se tomará en cuenta a la población urbana y rural del cantón Latacunga para determinar el número específico de encuestas a aplicarse en diferentes sectores a los grupos de investigación.

**CUADRO # 13.**

**POBLACIÓN URBANA Y RURAL DEL CANTÓN LATACUNGA.**

<b>POBLACIÓN URBANA</b>			
<b>PARROQUIAS</b>	<b>No. DE HABITANTES</b>	<b>No. DE ENCUESTAS A APLICARSE</b>	<b>PORCENTAJE.</b>
<b>LA MATRIZ</b>	17228	30	14,8%
<b>ELOY ALFARO</b>	14863	26	12,8%
<b>IGNACIO FLORES</b>	10038	18	9%
<b>SAN BUENAVENTURA</b>	9560	17	8,4%
<b>TOTAL URBANA</b>	<b>51689</b>	<b>91</b>	<b>45%</b>
<b>POBLACIÓN RURAL</b>			
<b>PARROQUIAS</b>	<b>No. DE HABITANTES</b>	<b>No. DE ENCUESTAS A APLICARSE</b>	<b>PORCENTAJE.</b>
<b>ALQUEZ</b>	4895	9	4,4%
<b>BELISARIO QUEVEDO</b>	5581	10	4,9%
<b>GUAYTACAMA</b>	7475	13	6,4%
<b>JOSEGUANGO BAJO</b>	2708	5	2,5%
<b>MULALO</b>	7360	13	6,4%
<b>11 DE NOVIEMBRE</b>	1801	3	1,5%
<b>POALO</b>	5283	10	4,9%
<b>SAN JUAN DE PASTOCALLE</b>	9933	18	8,85
<b>TANICUCHI</b>	11009	19	9,3%
<b>TOACASO</b>	6970	12	5,9%
<b>TOTAL RURAL</b>	<b>63015</b>	<b>112</b>	<b>55%</b>
<b>TOTAL URBANA Y RURAL</b>	<b>114704</b>	<b>203</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC)

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

## **2.7. Recopilación de la Información.**

Una forma práctica de obtener información para el buen desarrollo del proyecto es la elaboración de una encuesta con preguntas que permitan visualizar los deseos y expectativas de los consumidores, aplicando la técnica del cuestionario, mismo que estará dirigido a los posibles consumidores del producto, dicho cuestionario se aplicará a la Población Económicamente Activa (PEA del 2010) perteneciente al Cantón Latacunga.

El contenido de la encuesta se realizó planteando un objetivo relacionado con el tema de estudio a efectuarse, para el cual se formuló un cuestionario que contenía 10 preguntas de las cuales se obtendrá información importante que nos permitirá establecer las respectivas conclusiones.

### ***2.7.1 Análisis e Interpretación de Resultados.***

Después de la aplicación de la encuesta a la Población Económicamente Activa (PEA 2010) de la ciudad de Latacunga se procederá inmediatamente a la tabulación y ordenamiento de cada una de las preguntas mediante la utilización del programa Microsoft Office.

**1. ¿Dentro de su alimentación usted consume carne de pollo?**

**CUADRO #14.**

**CONSUMO DE CARNE DE POLLO.**

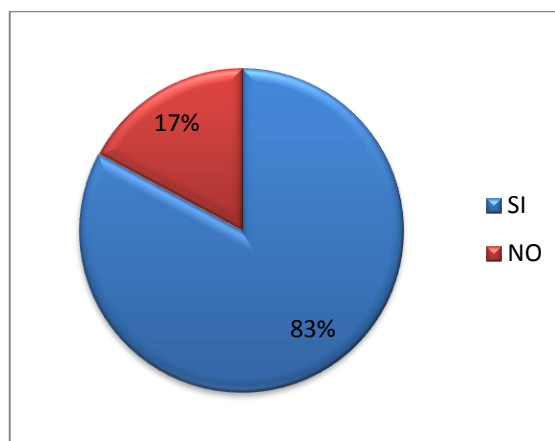
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	169	83%
NO	35	17%
TOTAL	203	100%

Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

**GRÁFICO #01**

**CONSUMO DE CARNE DE POLLO.**



Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

**ANÁLISIS:** Del 100% de las personas encuestadas, el 83% indica que si consume carne de pollo, mientras que el 17% dice que no consume; concluyendo así que la Población Económicamente Activa (PEA), compra carne de pollo para complementar su alimentación cotidiana, lo que refleja resultados favorables para la elaboración de presente plan de negocios de un plantel avícola.

2. ¿Por cuál de los siguientes tipos de carnes presentados usted tiene mayor preferencia?

**CUADRO #15.**

**MAYOR PREFERENCIA DE TIPOS DE CARNES.**

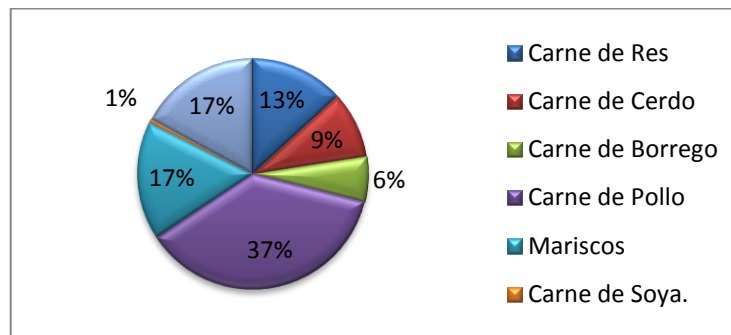
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Carne de Res	27	13%
Carne de Cerdo	19	9%
Carne de Borrego	13	6%
Carne de Pollo	75	37%
Mariscos	34	17%
Carne de Soya.	1	1%
No contestan	35	17%
<b>TOTAL</b>	<b>203</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

**GRÁFICO # 02.**

**MAYOR PREFERENCIA DE TIPOS DE CARNES.**



Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

**ANÁLISIS:** De un total de 100% de las encuestas realizadas se puede deducir que; el 37% prefiere la carne de pollo, seguido de los mariscos que representa un 17% y posteriormente se encuentra la carne de res con un 13%; los resultados obtenidos nos indican que la mayor parte de las personas consume carne de pollo y que además el competidor más fuerte son los mariscos porque algunas personas prefieren la comida costeña pese al costo elevado que tiene el mismo.

### 3.¿ Con qué frecuencia consume la carne de pollo?

**CUADRO #16.**

**FRECUENCIA DE CONSUMO.**

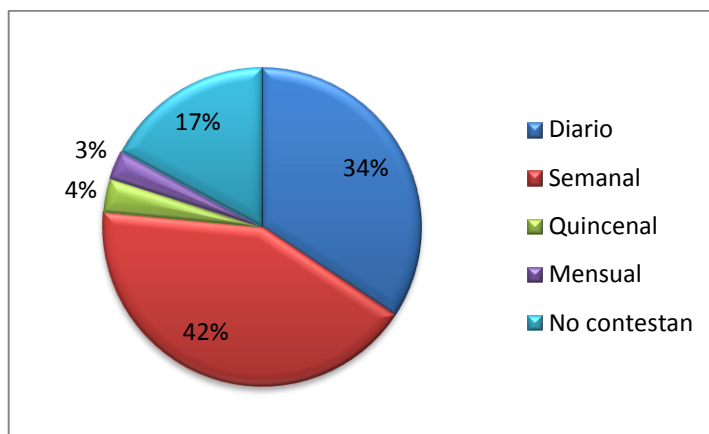
DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	70	34%
Semanal	86	42%
Quincenal	7	4%
Mensual	6	3%
No contestan	35	17%
<b>TOTAL</b>	<b>203</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

**GRÁFICO # 03.**

**FRECUENCIA DE CONSUMO.**



Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

**ANÁLISIS:** Del 100% de encuestas ejecutadas el 42% indica que consume semanalmente la carne de pollo y el 34% dice que lo hace diariamente; entonces según los datos recopilados se puede observar que la mayor actitud de compra por parte de las personas lo realizan de manera semanal demostrando así un alto grado de consumo para consecutivamente determinar la demanda del presente producto.

#### 4.¿ Qué cantidad de carne de pollo usted consume?

**CUADRO # 17.**

#### **CANTIDAD DE CONSUMO.**

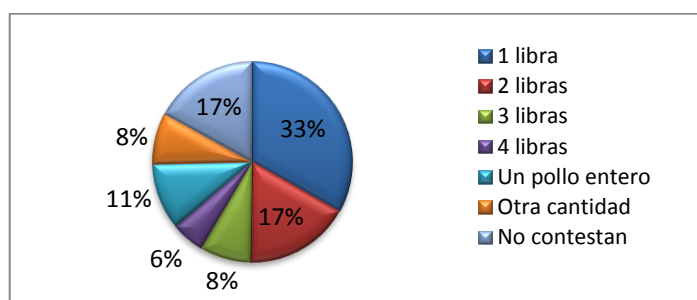
DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>1 libra</b>	68	33%
<b>2 libras</b>	35	17%
<b>3 libras</b>	17	8%
<b>4 libras</b>	11	6%
<b>Un pollo entero</b>	22	11%
<b>Otra cantidad</b>	17	8%
<b>No contestan</b>	35	17%
<b>TOTAL</b>	203	100%

Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

**GRÁFICO # 04.**

#### **CANTIDAD DE CONSUMO.**



Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

**ANÁLISIS:** Del 100% de las encuestas, un 33% consume una lb. de carne de pollo, el 17% representa 2 lb.; una vez realizada la tabulación se identifica que en su mayoría las personas consumen una libra de carne de pollo debido a que son personas que trabajan, sus familias son pequeñas y en muchos de los casos son estudiantes y viven solos, existe un porcentaje considerable de aquellas personas que consumen 2 lb. de carne, pues sus ingresos económicos son medios y les permite adquirir el producto de forma semanal para el consumo habitual, esta pregunta fue realizada con el propósito de conocer el nivel de consumo en libras por cada una de las familias, puesto que el producto se expedirá en pie.

## 5.¿ Qué aspectos usted considera al momento de adquirir el producto?

**CUADRO # 18.**

### **ACTITUD DE COMPRA.**

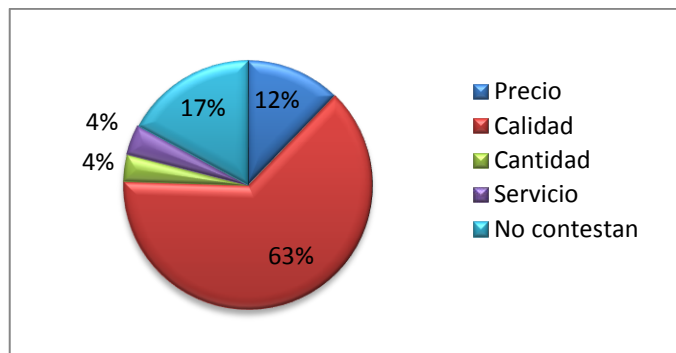
DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>Precio</b>	25	12%
<b>Calidad</b>	129	63%
<b>Cantidad</b>	7	4%
<b>Servicio</b>	8	4%
<b>No contestan</b>	35	17%
<b>TOTAL</b>	203	100%

Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

**GRÁFICO # 05.**

### **ACTITUD DE COMPRA.**



Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

### **ANÁLISIS:**

Del 100% de las encuestas efectuadas el 63% indica que adquieren el producto por la calidad del mismo y un 12% dice que lo hace por el precio; después del análisis respectivo se puede notar que la mayor parte del mercado exige que el producto sea de calidad y obtenga las debidas medidas de higiene, para una mejor imagen del producto, pero también consideran el precio pues en muchas de las ocasiones buscan precios cómodos sin importarles la calidad.

**6. En general, ¿Cómo considera los precios de la carne de pollo con respecto a otro tipo de carnes?**

**CUADRO # 19.**

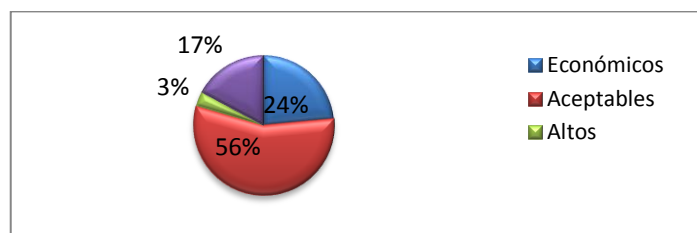
**COSTO DEL PRODUCTO.**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Económicos	48	24%
Aceptables	114	56%
Altos	7	3%
No contestan	35	17%
<b>TOTAL</b>	<b>203</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta Aplicada  
Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

**GRÁFICO # 06.**

**COSTO DEL PRODUCTO.**



Fuente: Encuesta Aplicada  
Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

**ANÁLISIS:**

De un total de 100% de encuestas aplicadas, se puede deducir que el mercado considera al precio del producto como aceptables, el mismo que representa un 56% mientras que las personas que consideran que el costo es económico en relación a otros cárnicos representan un 24%; según lo interpretado se concluye que el precio de la carne de pollo es aceptable en comparación a los distintos tipos de carne existentes en el mercado, es por ello que se considera que son accesibles para el bolsillo de los consumidores y para que de esta manera complementen su alimentación diaria.

**7.¿Conoce usted la existencia de planteles avícolas en la ciudad de Latacunga que alimenten a las aves si exceso de químicos?**

**CUADRO # 20.**

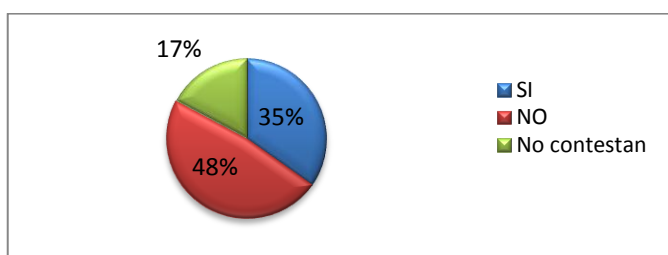
**COSTO DEL PRODUCTO.**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	71	35%
NO	98	48%
No contestan	35	17%
TOTAL	203	100%

Fuente: Encuesta Aplicada  
Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

**GRÁFICO # 07**

**COSTO DEL PRODUCTO.**



Fuente: Encuesta Aplicada  
Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

**ANÁLISIS:**

Del 100% de las encuestas generadas el 48% de las personas estipula que no conoce la existencia de este tipo de planteles en la ciudad de Latacunga y por otro lado el 35% manifiesta que sí; esto se debe a que por parte de las empresas no existe el debido compromiso de divulgar la existencia de los mismos por medios publicitarios, puesto que desean reservar su existencia por el temor a la competencia que se genere, también porque existe la presencia del benchmarking mismo que perjudicaría en su ambiente laboral, cabe recalcar que dichas empresas no se dan a conocer porque existiría mayor control por parte de las autoridades competentes de la localidad.

## 8.¿Dónde le gustaría adquirir los pollos en pie?

**CUADRO # 21.**

### LUGAR DE ADQUISICIÓN DEL PRODUCTO

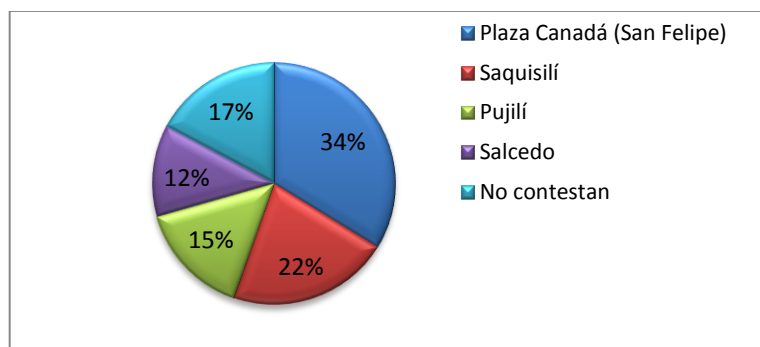
DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Plaza Canadá (San Felipe)	69	34%
Saquisilí	44	22%
Pujilí	31	15%
Salcedo	25	12%
No contestan	35	17%
<b>TOTAL</b>	<b>203</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

**GRÁFICO # 08.**

### LUGAR DE ADQUISICIÓN DEL PRODUCTO



Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

### ANÁLISIS:

De los resultados obtenidos del 100% de encuestas aplicadas al grupo de investigación se puede apreciar que: el 34% de los consumidores desearía adquirir el producto en en la plaza Canadá (San Felipe) mientras que el 22% preferiría comprar en Saquisilí; los resultados arrojados presentan un mayor acogida a los supermercados debido a que cumplen con las normas de higiene aunque esto indique un valor adicional al producto, pues la mayoría quiere cuidar su salud y la de su familia.

**9.¿Cuál de los siguientes servicios le gustaría que la futura empresa ofreciere al cliente?**

**CUADRO # 22.**

**LUGAR DE ADQUISICIÓN DEL PRODUCTO.**

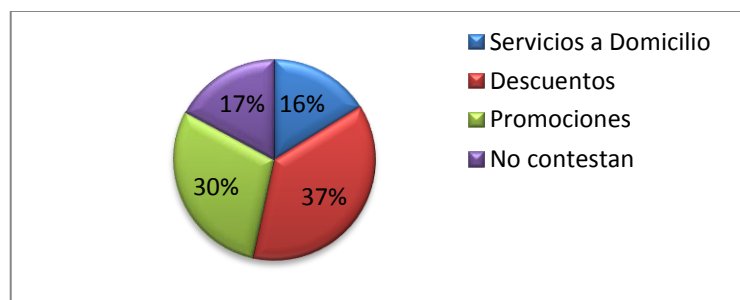
DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Servicios a Domicilio	33	16%
Descuentos	76	37%
Promociones	60	30%
No contestan	35	17%
<b>TOTAL</b>	<b>203</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

**GRÁFICO # 09.**

**LUGAR DE ADQUISICIÓN DEL PRODUCTO.**



Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

**ANÁLISIS:**

Se puede determinar que del total del 100% de encuestas aplicadas, el 37% desearía que la empresa ofresca descuentos al momento de la compra y por otro lado el 30% dice que preferiría que se diera promociones al momentode la compra del producto; esto indica que la mayor parte del mercado tiene una gran acogida por los descuentos que se realizaren por la adquisición del producto, pues de esto dependera la aceptación y el posicionamiento de la futura empresa en el mercado objetivo.

## 10.¿De que manera desearía adquirir el producto?

**CUADRO # 23.**

### **FORMA DE ADQUISICIÓN DE LA CARNE.**

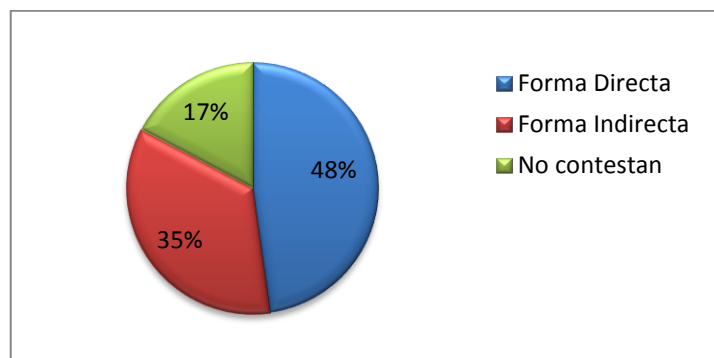
<b>DETALLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Forma Directa</b>	97	48%
<b>Forma Indirecta</b>	71	35%
<b>No contestan</b>	35	17%
<b>TOTAL</b>	203	100%

Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

**GRÁFICO # 10.**

### **FORMA DE ADQUISICIÓN DE LA CARNE.**



Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

### **ANÁLISIS:**

Del 100% de encuestas ejecutadas, el 47% manifiesta que desearía adquirir el producto de manera directa; en base al resultado obtenido se deduce que a la mayor parte del mercado le gustaría comprar que el producto directamente en la empresa ya que existiría un descuento porque no intervendrían intermediarios para su expedición.

### ***2.7.1.1 Conclusión de la Investigación del Mercado.***

Luego de haber concluido con la recopilación de información al grupo de investigación, se puede deducir que los resultados obtenidos representan beneficios favorables para el presente proyecto, puesto que reflejan aspectos positivos para la ejecución del mismo, determinando así que el mercado meta considera que dentro de su alimentación cotidiana consume la carne de pollo, manifestando que dicho producto contiene proteínas y es bueno para cuidar su salud, por otro lado se deduce que la población ha dado a conocer ciertos parámetros enfocados a la comercialización, precio, cantidad, calidad y servicio los mismos que permitirán que las personas adquieran con mayor frecuencia el producto y mantengan fidelidad a la futura empresa, también se puede decir que en la ciudad de Latacunga existen diferentes planteles avícolas dedicados a la producción y comercialización de pollos de engorde (Broiler), pero no han llegado a cubrir totalmente con las necesidades de los clientes, dando como resultado la Demanda Insatisfecha, esta parte del mercado son aquellas personas que están de acuerdo a que este plan se lleve a cabo, añadiendo valores agregados y ciertos factores para brindar un buen servicio, de esta manera cumplir con las expectativas del cliente, como son descuentos y servicios a domicilio variables por las que parte del mercado optaron y elementos que ayudarán a cubrir con las exigencias y requerimientos del mercado.

### ***2.7.2 Demanda.***

Para la investigación a realizarse se tomará en cuenta a la Población Económicamente Activa del año 2010 que es de 62216 habitantes, este dato se utilizará para la proyección de la demanda del consumo para años futuros representando así el número de personas que comprarán dicho producto.

### **2.7.2.1 Demanda Histórica.**

Para el cálculo de esta demanda se ha tomado en cuenta al número de habitantes de la Población Económicamente Activa del Cantón Latacunga desde el año 2007 al 2010, datos que se consideran históricos para el proyecto a desarrollarse.

#### **CUADRO # 24.**

#### **DEMANDA HISTÓRICA PROYECTADA DEL PEA.**

<b>AÑOS</b>	<b>Nº. HABITANTES.</b>
2007	58801
2008	59918
2009	61057
2010	62216

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)  
Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

De acuerdo a la demanda histórica proyectada se puede decir que, el número total de habitantes dentro de los próximos 5 años serán aquellos que en un futuro adquirirán el producto a expenderse por parte de la empresa.

### **2.7.2.2 Proyección de la Demanda.**

En relación a la información histórica proyectada y a la tasa de crecimiento poblacional que es del 1.9% hasta la fecha podemos continuar el cálculo de la población del año 2011 al 2015, datos que tendrá relación directa con los resultados obtenidos por medio de la encuesta aplicada al grupo de investigación, con referencia las preguntas 3 (frecuencia de consumo) y 4 (cantidad de consumo); de esta manera identificando la demanda del producto por libras y por frecuencia de consumo.

Para el presente cálculo se definió los siguientes puntos:

- Se debe realizar una proyección de carne de pollo y posteriormente multiplicar el número de habitantes del PEA del año 2011 y este porcentaje es por el 17% que refleja una parte del mercado que no consume este producto arrojando así un resultado de 52.620 posibles habitantes que comprarán el producto.

#### CUADRO # 25.

#### PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.

NO. DE HAB. 2011	NÚMERO DE PERSONAS NO CONSUMIDORAS	TOTAL POSIBLES CONSUMIDORES	INTEGRANTES PROMEDIO DE UNA FAMILIA	NUMERO DE HOGARES.
63398	10778	52620	4	13155

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

Esta cantidad determina que será invariable para el tiempo de consumo del producto, ya sea esta de forma diaria, semanal, quincenal, mensual.

- Luego de haber realizado el cálculo de las personas que no consumen el producto se pasará a restar del total de la población y dividir para 4, siendo este el número promedio que conforman una familia.

#### CUADRO # 26.

#### POBLACIÓN CONSUMIDORA.

CARNE DE POLLO				
TIEMPO	FRECUENCIA	%	No. HOGARES	POBLACIÓN CONSUMIDORA
Diario	75	37%	13.155	4.867
Semanal	102	50%	13.155	6.578
Quincenal	14	7%	13.155	921
Mensual	12	6%	13.155	789
<b>TOTAL</b>	<b>203</b>	<b>100%</b>		<b>13.155</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

- En base a la cantidad de 6.578 se puede deducir que es la población consumidora, para ello se deberá multiplicar por los respectivos porcentajes

de cantidad de compra ya sean estos una libra, dos libras y un pollo entero perteneciendo estos datos a la pregunta número 4.

- Seguidamente de deberá multiplicar por el número promedio que corresponden a la cantidad de una libra, dos libras un pollo entero.

### CUADRO # 27.

#### CÁLCULO EN BASE A LA FRECUENCIA DE CONSUMO.

DIARIO	TOTAL CONSUMO	FRAC.	%	CANTIDAD DE COMPRA	LIB. PROMEDIO	TOTAL LB. CONSUMO
1 Lb.	4867	10	13%	633	1	3.164
2Lbs.	4867	7	9%	438	2	4.380
3 lbs.	4867	15	20%	973	3	14.601
4 lbs.	4867	15	20%	973	4	19.468
1 Pollo (6 lbs.)	4867	28	38%	1849	6	55.484
<b>TOTAL</b>		75	100%			97.097
<b>TOTAL ANUAL</b>						(*)30(*)12 <b>34'954.794</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

- Luego se debe dividir la cantidad total anual en libras (6 lbs.) que es el peso aproximado de cada ave, esto se realizará con el propósito de conocer el número de aves en pie que se ofertará al mercado.

$$34'954.794/6= 5'825.799 \text{ pollos en pie}$$

## CUADRO # 28.

### CONSUMO ANUAL.

TOTAL	CANTIDAD DE CONSUMO
Pollos en pie	5'825.799
Total	5'825.799

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

- Después de haber obtenido el total se procede a dividir para el total del grupo que si consume la carne de pollo.
- $5'825.799 / 13155 \text{ \# de familias} = 443 \text{ pollos por cada hogar en un año.}$
- Para obtener la proyección de la demanda de la carne de pollo se realizó una ecuación matemática, misma que se procedió a dividir del total de la población estimada para 4 que es el número promedio de miembros que conforma un hogar; el cálculo realizado es  $63398 / 4 = 15850$  número de familias; seguidamente se debe multiplicar por 443 pollos, dando un total de 7'021.440 pollos en pie que demandarán las personas para el año 2012.

## CUADRO # 29.

### PROYECCIÓN DEL CONSUMO DE LA CARNE DE POLLO.

AÑOS	POBLACIÓN ECON. ACTO.	TASA CRECIMIENTO	INCREMENTO	DEMANDA PRODUCTO / 4	POLLOS ENTEROS FAMILIAS	TOTAL POLLOS ANUALES
2011	63.398	0,019	1.205	15.850	443	7'021.329
2012	64.603	0,019	1.227	16.151	443	7'154.782
2013	65.830	0,019	1.251	16.458	443	7'290.673
2014	67.081	0,019	1.275	16.770	443	7'429.221
2015	68.356	0,019	1.299	17.089	443	7'570.427

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

En relación al cuadro # 29 se pudo determinar la proyección de la carne de pollo, reflejando así una buena cantidad de aves en pie que se va a expender en un futuro, manifestando que tiene una buena acogida por parte del mercado de Latacunga.

### *2.7.3 Oferta.*

Se deduce que en el cantón Latacunga, existen planteles avícolas dedicados a la crianza de pollos de engorde (Broiler), y en parte también algunos se dedican a la producción de huevos y pollitos BB, los mismos que lo hacen por bloques de acuerdo a las semanas que tienen cada una de las aves.

En base a la investigación de campo realizada se pudo encontrar a los siguientes planteles avícolas como son:

## CUADRO # 30.

### COMPETENCIA

N°.	RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN	TIPO DE COMPETITIVIDAD
1	GRANJA DE AVES Y HUEVOS "MISHEL".	Entrada a Patután	Producción aproximada de 60.000 entre aves y huevos. Planta de producción de alimentos propia.
2	AVÍCOLA SANTA MARTA	De la plazoleta central de Patután 10km. al oeste.	Planta de producción de alimentos propia. Asociado de AFAVA.
3	Avícola S/N (Propietario: Segundo Sinchiguano)	Parroquia San Buenaventura, Chile.	Producción por lotes. Reconocido en el mercado.
4	AVÍCOLAS COTOPAXI	Entrada San Buenaventura	Volumen de producción alto. Producción por edades.

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

#### *2.7.3.1 Oferta Histórica.*

Para ello se ha considerado tomar como referencia la producción de aves en los planteles avícolas de la provincia de Cotopaxi de años anteriores, información obtenida de la biblioteca del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) año 2010, siendo aquellos datos importantes para realizar las debidas proyecciones para años futuros.

### CUADRO # 31.

#### OFERTA HISTÓRICA DE AVES EN PLANTELES AVÍCOLAS EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI.

AÑOS	CANTIDAD
2006	163.503
2007	171.927
2008	180.786
2009	190.101
2010	199.896

Fuente: INEC - ESPAY (Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua).  
Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

Para poder identificar la oferta histórica se procedió a realizar una regresión lineal de la producción aplicando un porcentaje del 4.9% que corresponde al crecimiento de producción en las empresas dedicadas a este negocio.

#### 2.7.3.2 Proyección de la Oferta.

Para proyectar la oferta es necesario tomar en cuenta los datos históricos que fueron extraídos de fuentes secundarias, mismos que permitirán realizar el estudio con mayor transparencia y veracidad, para realizar este cálculo y conocer las debidas estimaciones, se debe aplicar el método de los mínimos cuadrados.

### CUADRO # 32.

#### MÍNIMOS CUADRADOS

AÑOS	X	Y	X.Y	X <sup>2</sup>
2006	1	163.503	163.503	1
2007	2	171.927	343.854	4
2008	3	180.786	542.358	9
2009	4	190.101	760.404	16
2010	5	199.896	999.480	25
TOTAL	15	906.213	2'809.599	55

Fuente: INEC - ESPAC (Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua).  
Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

### Aplicación de Fórmulas:

$$Y = a + bx$$

$$Y = b_{1X} + b_0$$

$$b_0 = \bar{Y} - b_1(\bar{X})$$

$$b_1 = \frac{\Sigma XY - \frac{\Sigma X \cdot \Sigma Y}{n}}{\Sigma X^2 - \frac{(\Sigma X)^2}{n}}$$

$$b_1 = \frac{2'809.599 - \frac{(15)(906213)}{5}}{55 - \frac{(15)^2}{5}}$$

$$b_1 = \frac{2'809.599 - 2'718.639}{55 - 45}$$

$$b_1 = \frac{90960}{10}$$

$$b_1 = 9096$$

$$b_0 = \bar{Y} - b_1(\bar{X})$$

$$b_0 = 181242 - 9096(3)$$

$$b_0 = 181242 - 27288$$

$$b_0 = 153.955$$

$$Y = b_{1X} + b_0$$

$$Y = 9096(X) + 153.955$$

$$Y = 9096(6) + 153.955$$

$$Y = 54.576 + 153.955$$

$$Y = 208531$$

### CUADRO # 33.

#### PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE CARNE DE POLLO.

AÑOS	CANTIDAD	UNIDADES POLLO	OFERTA EN UNIDADES.
2011	208.531	1	208.531
2012	217.627	1	217.627
2013	226.723	1	226.723
2014	235.819	1	235.819
2015	244.915	1	244.915

Fuente: INEC - ESPAC (Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua.).  
Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

Para determinar la oferta de la carne de pollo dentro de un período de tiempo, se debe utilizar la información de la producción de aves en planteles avícolas recopilando datos específicos de la Provincia de Cotopaxi.

#### *2.7.4 Determinación de la Demanda Insatisfecha.*

Con la creación de un nuevo Plantel Avícola se desea cubrir con una parte del mercado que aún no ha sido atendida por parte de las empresas existentes, todo esto se llevará a cabo con una buena administración del negocio y con la debida aplicación de recursos técnicos y económicos con los que contara la empresa.

Posteriormente se procede a realizar el cálculo para conocer la demanda insatisfecha de la carne de pollo.

**Demanda Insatisfecha = Demanda Proyectada - Oferta Proyectada**

## CUADRO # 34.

### DEMANDA INSATISFECHA DE LA CARNE DE POLLO.

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2011	7'021.329	208.531	6'812.798
2012	7'154.782	217.627	6'937.155
2013	7'290.673	226.723	7'063.950
2014	7'429.221	235.819	7'193.402
2015	7'570.427	244.915	7'325.512

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

En relación al cuadro 34 se pudo observar que existe una cantidad considerable de demanda insatisfecha siendo esta una oportunidad para la ejecución del presente proyecto y cubrir con una parte del mercado que no ha sido atendida satisfaciendo así con las necesidades y sugerencias de los futuros consumidores del producto a expenderse.

## 2.8 Comercialización.

### 2.8.1 Identificación del Producto.

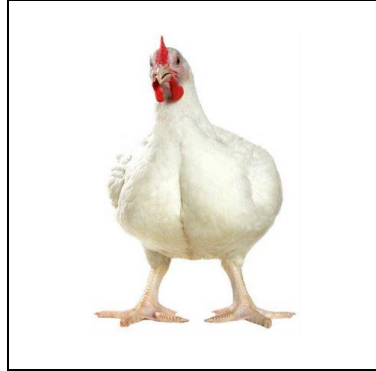
El presente proyecto, está encaminado a ofrecer un producto de calidad que ayude a cuidar la salud de las personas utilizando alimentos naturales que no contenga químicos, y cumplir con las normas de higiene que establece AGROCALIDAD.

El producto a ofrecerse será:

- En Pie (peso aproximado de 6 libras)

## **GRÁFICO # 11.**

### **POLLO EN PIE.**



Fuente: Investigación de Campo.  
Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

Con la ejecución de este plan, se desea cubrir con una parte del mercado que todavía aún no ha sido atendida, satisfaciendo sus necesidades, brindando un buen servicio, añadiendo valores agregados y así diferenciándonos de las empresas existentes, logrando posicionarnos en la mente del consumidor, creando confianza entre el cliente y la futura empresa.

### ***2.8.2 Servicio.***

Para la creación de esta nueva propuesta se ha creído conveniente ofrecer parámetros que ayudarán a brindar un buen servicio al cliente y reflejar una buena imagen del negocio entre estos tenemos:

- Buena atención al cliente por parte del personal, hacerles sentir que son la parte esencial de la empresa.
- Servicio a domicilio al adquirir una gran cantidad de Pollos.
- Tomar pedidos vía telefónica de pollos y entregarlos a domicilio.

### **2.8.3 Precio.**

Es importante tomar en cuenta el valor monetario que equivale un bien o servicio, estos costos establecen cada una de las empresas productoras de acuerdo a la adquisición de equipos, materia prima, alimentos, vacunas, recurso humano y costos de producción de esta manera se fijará un precio específico que será expuesto para el consumidor final.

#### **2.8.3. 1 Proyección de Precios.**

Para determinar la respectiva proyección de precios se ha tomado en consideración las libras que contiene el producto y para un determinado tiempo se deberá tomar en cuenta la tasa de inflación que será de 4.94% información hallada del Banco Central del Ecuador.

### **CUADRO #35.**

#### **PROYECCIÓN DE PRECIOS DE LA CARNE DE POLLO.**

<b>PRODUCTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>INFLACIÓN</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Pollo	1	8,00	4.25%	\$8,34	\$8,68	\$9,02	\$9,36	\$9,70

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

En referencia al cuadro 35 se deduce que la proyección realizada permite conocer cuál será el costo final que tendrá el producto en un determinado tiempo, mismo que será accesible para el bolsillo del consumidor.

### **2.9.4 Estrategias de Comercialización.**

Luego de obtener los resultados del estudio de campo realizado se pudo determinar las siguientes estrategias que ayudaran a posicionarse en la mente del

consumidor, reflejando así una buena imagen de la futura empresa y cumpliendo con las expectativas del cliente final.

**Servicios a Domicilio:** Es una manera conveniente de ofrecer este servicio al cliente por la adquisición de un gran volumen de pollos en pie o faenados, esta compra suele darse cuando existen compromisos sociales o festividades.

**Descuentos:** Es un factor atrayente para el consumidor, este valor se ofrecerá por la compra de más de un Pollo de manera directa del plantel se le realizará un pequeño descuento.

**Promociones:** Este es un punto muy interesante para las personas para ello se ha creído conveniente brindar el producto a precios cómodos y no muy elevados mismo que esté al alcance del consumidor, por su parte se realizará promociones en fechas festivas se ofrecerá un valor agregado por la adquisición de una cierta cantidad de Pollos.

### ***2.10.5 Cadena de Valor.***

El proyecto a ejecutarse deberá contar con proveedores competitivos y comprometidos, para que desempeñen su labor de manera eficiente, mismos que deben regirse a la ley establecidas en el país por las autoridades competentes.

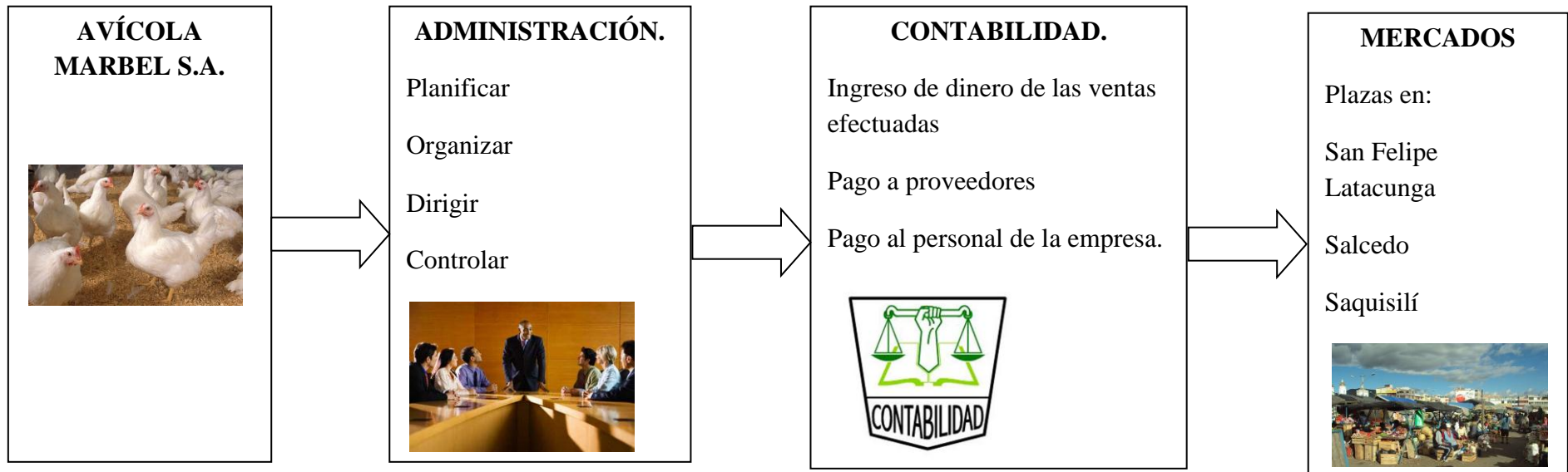
La comercialización del producto se realizará de dos maneras: tanto de forma directa como indirecta, en lo que concierne la primera será del productor al consumidor, mientras que en la segunda se buscará a los posibles mayoristas,

minoristas y detallistas que serán los encargados de distribuir el producto para los consumidores finales.

Todo lo antes mencionado se lo realizará con el fin de satisfacer las necesidades y exigencias de las personas, con la aplicación de métodos que ayuden a mejorar el reconocimiento y posicionamiento de la empresa tanto en el mercado como en la mente de los consumidores.

**GRÁFICO # 12.**

**ESTRUCTURA DE LA CADENA DE VALOR**



Fuente: Investigación de Campo.  
Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

## **CAPÍTULO III**

### **PROPUESTA.**

### **3. ESTUDIO TÉCNICO.**

#### **3.1. Introducción.**

Después de haber determinado la existencia de la demanda insatisfecha de los consumidores de la Población Económicamente Activa del Cantón Latacunga con respecto a la adquisición del producto (pollos en pie), en este capítulo se procederá a plantear la propuesta de las postulantes por medio de un estudio en el que se conocerá los requerimientos materiales, humanos y tecnológicos, determinando también el tamaño y localización óptima de la planta todo esto se lo hará utilizando los datos obtenidos mediante la investigación de campo que fue aplicada al grupo investigativo.

#### **3.2. Objetivos.**

##### ***3.2.1 .Objetivo General.***

- Desarrollar los requerimientos técnicos y materiales que serán necesarios para la creación del plantel avícola ubicado en la parroquia Eloy Alfaro.

### ***3.2.2. Objetivos Específicos.***

- Determinar la localización, tamaño y distribución de la planta productiva.
- Planificar la adquisición de los requerimientos y materiales para complementar el plantel avícola.
- Organizar las funciones y actividades de las diferentes áreas que la empresa tendrá para un manejo adecuado.
- Seleccionar proveedores de la materia prima.
- Buscar el financiamiento en las diferentes entidades financieras y a su vez de los posibles accionistas de la empresa.

### ***3.3.3. Factores que Determinan el Tamaño de la Empresa.***

Para conocer el tamaño adecuado de la planta es importante tomar en cuenta ciertos factores que ayudarán al funcionamiento apropiado de las actividades a realizarse dentro del negocio permitiendo detallar las tareas a asignarse al personal de acuerdo al perfil que posea.

#### ***3.3.3.1. Tamaño del Proyecto y la Demanda.***

En este punto es importante tomar en cuenta la proyección de la demanda que se efectuó anteriormente en base la investigación de campo ya realizada, haciendo énfasis a la demanda insatisfecha hallada durante el estudio, pretendiendo así atender esta parte del mercado que aún no ha sido cubierta por las diferentes empresas existentes.

### CUADRO # 36.

#### PORCENTAJE A CUBRIR POR PARTE DEL PROYECTO.

PRODUCTO: POLLOS EN PIE			
AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	COBERTURA	TOTAL ANUAL
2011	6'812.798	7,90%	13626
2012	6'937.155	7,90%	13874
2013	7'063.950	7,90%	14128
2014	7'193.402	7,90%	14387
2015	7'325.512	7,90%	14651

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

De acuerdo al cuadro presentado el producto tendrá una participación del 0.2% en el primer año que será de 13.626 aves en pie, siendo una cantidad aceptable para el tipo de maquinaria, instalaciones y materiales que se pretende utilizar en el proyecto, cabe recalcar que cada año tendrá una variación para la producción de años posteriores pues de esta forma se logra cubrir una parte del mercado de Latacunga.

#### ***3.3.3.2. El Tamaño del Proyecto, la Tecnología y los Equipos.***

El proyecto a realizarse desea competir en el mercado con un producto de calidad brindando un buen servicio a las personas, cumpliendo con las necesidades y expectativas de cada uno de los clientes, puesto que el producto a ofertarse se encontrará bajo los estándares de calidad, normas de higiene e insumos y materiales de la última tendencia necesarios para el cumplimiento de las actividades a llevarse a cabo.

**GRÁFICO # 13.**

**TECNOLOGÍA Y EQUIPOS.**

**COMEDORES PARA AVES**



**BEBEDEROS**

**BEBEDEROS PARA POLLITOS BB.**



**BEBEDEROS PARA POLLOS ADULTOS**



## CONTROL DE TEMPERATURA

MOTOR DE CONTROL DE  
CORTINAS



VENTILADOR



LÁMPARA GENERADORA  
DE CALOR 25 - 40 W.



CAMPANAS CRIADORAS



Fuente: Investigación de Campo.  
Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

Para la puesta en marcha del presente plan se ha tomado en consideración la adquisición de este tipo de insumos, pues son los más apropiados para la ejecución del mismo, tomado en cuenta que las aves que se adquirirán serán de pequeñas edades para proceder a la etapa de crecimiento y engorde conocidos como pollos broiler.

### **3.3.3.3. El Tamaño del Proyecto y el Financiamiento.**

Para el financiamiento del financiamiento del proyecto se ha considerado los recursos monetarios para la puesta en marcha del plan deduciendo así que el 49% de la inversión se procederá a buscar un financiamiento por parte de las

instituciones de crédito y el 51% restante será aportado por parte de las inversionistas del proyecto.

### ***3.3.4. Localización del Proyecto.***

De la adecuada ubicación del proyecto dependerá el éxito o fracaso del mismo, para que esta sea apropiada se debe tomar en cuenta los resultados del estudio realizado y la decisión de ubicación dependerá de cada uno de los resultados obtenidos durante la investigación de campo pues se trata de fijar un lugar pretende establecer un lugar estratégico mismo que permita ocupar un lugar en el mercado consiguiendo así entregar a la colectividad un producto muy beneficioso para los clientes.

Para poder indicar de mejor manera la ubicación del proyecto a realizarse se ha creído conveniente dividirlo en dos partes:

Macro localización y Micro localización

#### ***3.3.4.1. Macro Localización.***

El plantel avícola se encontrará ubicado en la Región Sierra de nuestro país, para poder establecer con mayor precisión la ubicación de dicho proyecto se ha creído conveniente tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Región: Sierra
- Provincia: Cotopaxi
- Cantón: Latacunga

- Parroquia: Eloy Alfaro
- Barrio: Tilipulo

## GRÁFICO # 14.

### MAPA DE MACROLOCALIZACIÓN.



Fuente: Investigación de Campo.  
Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

La Sierra Ecuatoriana se encuentra constituida por 10 provincias, con un clima apropiado, es por esta razón que se ha creído conveniente desarrollar este proyecto dentro de esta zona, pues las condiciones son aptas para la cría de este tipo de aves las mismas que pueden desarrollarse fuera o dentro de granjas y planteles avícolas, a su vez la existencia de suelos que son aptos para la producción de una gran variedad de vegetales y animales como: bovinos, porcinos, caprinos, etc., todo lo anteriormente mencionado ha ocasionado que la mayor parte de la población rural se dedique a la cría de este tipo de animales y aves, aunque en muchas ocasiones no en grandes volúmenes siendo esto una gran oportunidad para la ejecución de este plantel.

#### **3.3.4.2. *Micro Localización.***

La decisión del desarrollo del proyecto en el barrio Tilipulo se da debido a las condiciones climáticas que son adecuadas para la cría de las aves, porque el sector cuenta con vías de acceso apropiadas, seguridad y servicios básicos, así como también estos negocios cuentan con un permiso especial de funcionamiento en las áreas rurales otorgado por las autoridades competentes para el desarrollo de las mismas.

Otra de las razones es que el barrio pertenece a la Ciudad de Latacunga y por ende somos de la Provincia, es por ello que se impulsa la creación de este negocio siendo una gran ayuda para generar fuentes de empleo para los moradores del sector y también de sus alrededores.

##### **3.3.4.2.1. *Método Cualitativo por Puntos.***

El método indicado es una de muchas formas por medio del cual se evaluará las alternativas de ubicación y selección del sitio más adecuado para las instalaciones del plantel.

Para poder aplicar correctamente esta técnica es indispensable que se tome en cuenta lo siguiente:

- Determinar los factores de mayor relevancia.
- Asignar un peso a cada factor relevante.
- Fijar una escala de 0 a 10 en lo posible.

- Calificar a cada lugar y multiplicar por el peso
- Sumar la puntuación de cada factor y elegir la mejor alternativa de ubicación.

Dentro del cantón Latacunga la zonas de mayor relevancia para la creación de estas empresas se da en las parroquias Rurales, pues al ser empresas dedicadas a la crianza de aves, los desechos que estas generan deben ser correctamente identificados y tratados para evitar la contaminación del aire, malestar en los habitantes cercanos a la empresa y para dar soluciones a estos diferentes problemas que se presentan se debe crear cortinas vegetales utilizando árboles o arbustos aromáticos para minimizar el mal olor.

#### CUADRO # 37.

#### LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA DEL PLANTEL.

FACTORES RELEVANTES	PES. ASIGN.	PARROQUIA ELOY ALFARO	
		CALIF.	POND.
Ubicación geográfica.	0,20	8	1,6
Facilidad de contar con los servicios básicos.	0,30	9	2,7
Vías de acceso adecuadas.	0,15	7	1,05
Medios de transporte.	0,10	6	0,6
Seguridad por parte de las autoridades de la localidad.	0,10	6	0,6
Permiso de funcionamiento por parte de las autoridades.	0,15	7	1,05
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>7,6</b>

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

De acuerdo a la tabla anterior se puede deducir que los factores más relevantes que se deben tomar en cuenta para el proyecto es la facilidad de contar con los servicios básicos necesarios para llevar a cabo dicho plan, por su parte también se ha considerado la ubicación geográfica debido a que es una zona segura en caso

de que en algún momento existiese una erupción volcánica, cabe mencionar también que existe la presencia del cuerpo policial de las autoridades competentes del lugar y por último se hace énfasis al permiso de funcionamiento para la creación de este tipo de negocios en el sector.

Ciudad : Latacunga

Sector : Urbano

Parroquia : Eloy Alfaro

Barrio : Tilipulo

### GRÁFICO # 15.

#### MAPA DE MICRO LOCALIZACIÓN.



Fuente: Google Earth. Octubre del 2011.  
Elaborado por: Las postulantes

En el gráfico presentado se indica con claridad la ubicación geográfica y estratégica donde se encontrará el plantel, siendo esta escogida basándose en los factores antes analizados y de mayor relevancia, para brindar facilidades de

adquisición y cumplir las debidas normas y estándares de higiene y calidad para mantener una buena presencia ante los futuros clientes.

### ***3.3.5 Ingeniería del Proyecto.***

La ingeniería del proyecto es un punto que no se debe pasar por alto, pues consiste en contar con el espacio físico apropiado para la construcción de las instalaciones del plantel avícola, mismo que estará conformado por: cimientos, columnas de cemento y varilla, paredes de bloque, mallas en los espacios de las ventanas para la ventilación de los galpones y techos de eternit; posteriormente se procederá a contratar a un profesional que guie el proceso de construcción del pabellón.

#### ***3.3.5.1. Proceso Productivo del Producto- Servicio.***

La adecuada organización de cada una de las actividades que se llevará a cabo dentro de la empresa permitirá seguir una serie de pasos para la crianza de las aves, puesto que se adquirirán de pequeñas edades para proceder a criarlas y engordarlas y así llegar exitosamente a una etapa final ofreciendo productos de calidad y a precios que el cliente pueda adquirir.

El proceso productivo a seguir es:

- Adquisición de alimentos.
- Almacenamiento de los alimentos.
- Asignación de alimentos para las aves.
- Compra de aserrín.

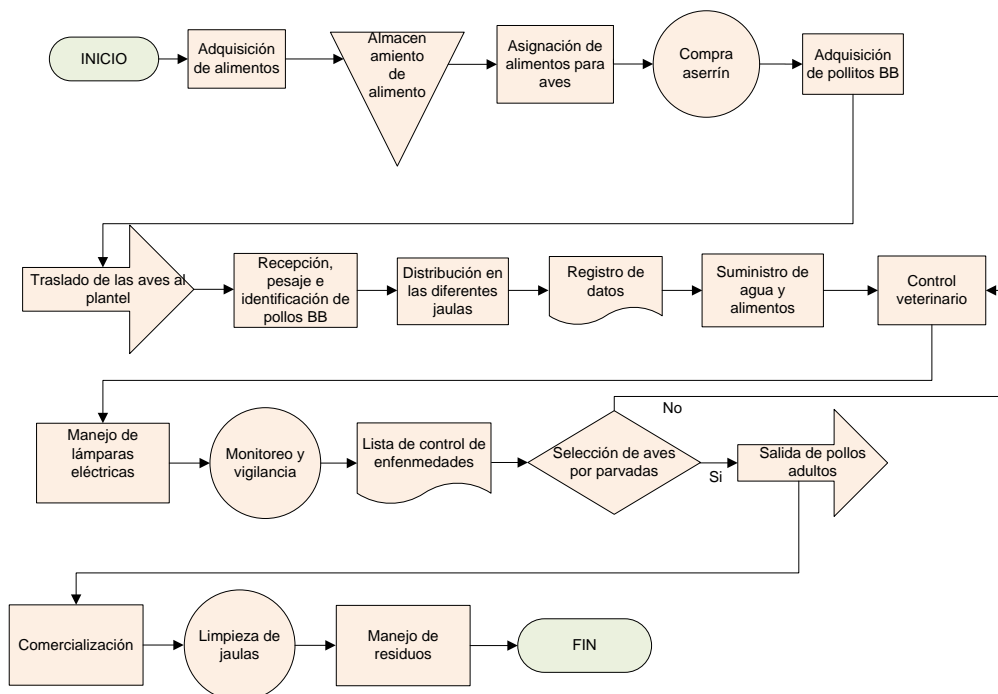
- Adquisición de pollos BB.
- Traslado de las aves al plantel.
- Recepción, pesaje e identificación de pollos BB.
- Distribución en las diferentes jaulas.
- Registro de datos.
- Suministros de alimento y agua diarios.
- Control veterinario para mayor seguridad e inocuidad alimentaria.
- Manejo adecuado de lámparas eléctricas.
- Monitoreo y vigilancia.
- Lista de control para la prevención de enfermedades avícolas.
- Selección de aves por bloques.
- Salida de pollos adultos para consumidor final.
- Comercialización de los pollos.
- Limpieza de galpones.
- Manejo y disposición de residuos generados en el proceso de crianza y engorde.

#### ***3.3.5.1.1. Diagramas de Flujo.***

El presente diagrama de flujo permitirá llevar a cabo adecuadamente el funcionamiento del proyecto:

**GRÁFICO # 16.**

**DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS.**



Fuente: Las postulantes  
Elaborado por: Las postulantes

**CUADRO # 38.**

**SIMBOLOGÍA DEL DIAGRAMA DE FLUJO.**

REPRESENTACIÓN GRÁFICA	LEYENDA
	Inicio
	Operación
	Almacenaje
	Documentación
	Demora
	Proceso
	Transporte
	Decisión

Fuente: Investigación de Campo.  
Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

**Adquisición de alimentos.-** Los proveedores seleccionados para la adquisición de los alimentos para las aves son: PRONACA, DIAMANZA, AVIPAZ y EXPALSA, a los cuales se procederá a comprar morochillo y balanceados (crecimiento y engorde) para un correcto desarrollo y alimentación de las mismas.

### GRÁFICO # 17.

#### ADQUISICIÓN DE ALIMENTOS



Fuente: <http://www.google.com.ec/imghp?hl=es&tab=wi>.  
Elaborado por: Las postulantes.

**Almacenamiento de los alimentos.-** Después de la adquisición de la comida se deberá guardar en un lugar que cuente con las condiciones adecuadas de almacenaje.

### GRÁFICO # 18.

#### ALMACENAMIENTO DE ALIMENTOS.



Fuente: <http://www.google.com.ec/imghp?hl=es&tab=wi>.  
Elaborado por: Las postulantes.

**Asignación de alimentos para las aves.-** De esta tarea dependerá la distribución de cada uno de los alimentos para las aves de acuerdo a sus edades.

### **GRÁFICO # 19.**

#### **ASIGNACIÓN DE ALIMENTOS.**



Fuente: <http://www.google.com.ec/imghp?hl=es&tab=wi>.  
Elaborado por: Las postulantes.

**Compra de aserrín.-** La adquisición de este material será necesaria para mantener a una temperatura adecuada para las aves puesto que necesitan de calor para su debido desarrollo y para evitar enfermedades.

### **GRÁFICO # 20.**

#### **COMPRA DE ASERRÍN.**



Fuente: <http://www.google.com.ec/imghp?hl=es&tab=wi>.  
Elaborado por: Las postulantes.

**Adquisición de pollos BB.-** Este es el punto de inicio del proceso productivo puesto que aquí se adquirirían las aves de pequeñas edades para proseguir con el resto de actividades, los proveedores más destacados son Avícolas Cotopaxi e Incubadora Andina.

**Traslado de las aves al plantel.-** Del traslado dependerá la supervivencia de las aves pues son muy delicadas y se debe darles su debido trato y atención para que lleguen en las condiciones más adecuadas a su destino.

**Recepción, pesaje e identificación de pollos BB.-** Una vez que las aves lleguen a su destino se procederá a la inmediata identificación y pesaje de las mismas para colocarlas en sus respectivos lugares.

### GRÁFICO # 21.

#### RECEPCIÓN, PESAJE E IDENTIFICACIÓN.



Fuente: <http://www.google.com.ec/imghp?hl=es&tab=wi>.  
Elaborado por: Las postulantes.

**Distribución en las diferentes jaulas.-** Se deberá distribuirlas por bloques para posteriormente ubicarlas en cada una de las jaulas y darles su debida atención tanto como en la alimentación y salud.

## GRÁFICO # 22.

### DISTRIBUCIÓN EN LAS JAULAS.

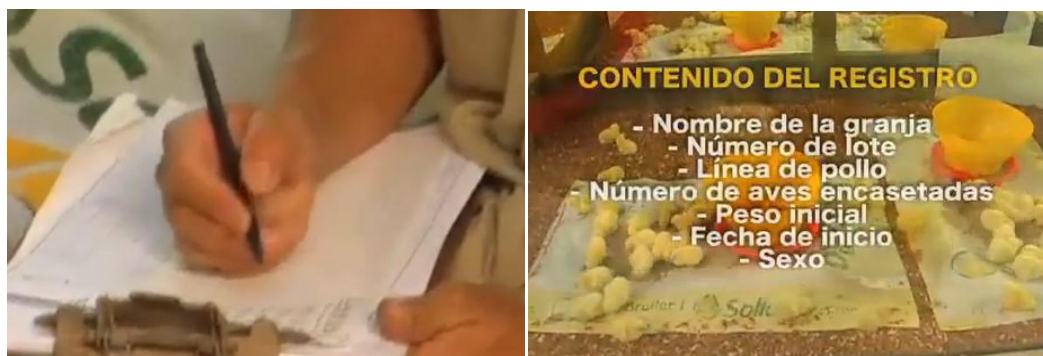


Fuente: <http://www.google.com.ec/imghp?hl=es&tab=wi>.  
Elaborado por: Las postulantes.

**Registro de datos.-** Se procederá a realizar un inventario inicial de la llegada de cada una de las aves al galpón y seguidamente de los que se encuentran ya dentro del pabellón para poder identificar con claridad con cuanto de producto final contara la empresa y para poder seguir operando con normalidad.

## GRÁFICO # 23.

### REGISTRO DE DATOS.



Fuente: <http://www.google.com.ec/imghp?hl=es&tab=wi>.  
Elaborado por: Las postulantes.

**Suministro de alimento y agua diarios.-** Esta actividad se la desarrollara diariamente de acuerdo a un horario específico cómo será la primera ronda a las 6 de la mañana, la segunda a las 12 y la última de entre 5 a 6 de la tarde, manteniendo así la cantidad adecuada de alimento y de agua.

### **GRÁFICO # 24.**

#### **SUMINISTRO DE ALIMENTO Y AGUA.**



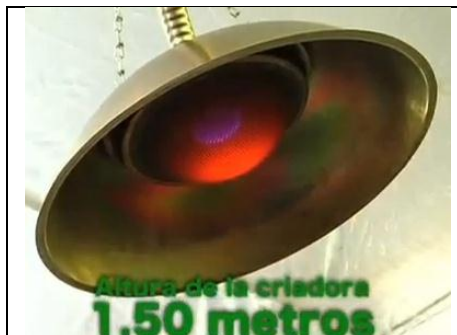
Fuente: <http://www.google.com.ec/imghp?hl=es&tab=wi>.  
Elaborado por: Las postulantes.

**Control veterinario para mayor seguridad e inocuidad alimentaria.-** Este control se lo deberá realizar consecutivamente con el fin de prevenir posibles enfermedades y para verificar la evolución de las mismas.

**Manejo adecuado de lámparas eléctricas.-** Esta operación se la realizará de acuerdo a la temperatura a la que se encuentren los días y las noches, las lámparas se activaran en la noche desde las 19:00 hasta las 8:00 de la mañana, con la finalidad de regular la temperatura a la que las aves deben de mantenerse para evitar enfermedades.

## GRÁFICO # 25.

### MANEJO ADECUADO DE LÁMPARAS ELÉCTRICAS.



Fuente: <http://www.google.com.ec/imghp?hl=es&tab=wi>.  
Elaborado por: Las postulantes.

**Monitoreo y vigilancia.-** De este proceso dependerá el control adecuado que se le dé a las actividades a desarrollarse para un manejo correcto del galpón.

**Lista de control para la prevención de enfermedades avícolas.-** Se deberá prever las posibles enfermedades que se presentan en las temporadas climáticas las más comunes son:

Infecciones del tracto respiratorio.- Los pollos de engorde son frecuentemente afectados con problemas respiratorios caracterizados por persistentes tosidos leves a severos que no responden a la medicación.

Cólera aviar.- Es una enfermedad muy contagiosa de los pollos, pavos y otras aves. Es causada por una bacteria llamada Pasteurella multocida. Síntomas: Puede presentarse en tres formas: En la forma aguda, el cólera aviar ataca todo el cuerpo, afectando a gran cantidad de animales y causa una mortalidad elevada. Gran

cantidad de las aves dejan de comer y beber, perdiendo peso en forma rápida; pudiendo presentarse diarrea de color amarillo verdoso y una marcada caída en la producción de huevos. Puede ocurrir parálisis debido a las inflamaciones de las patas y dedos.

**Selección de aves por bloques.-** Esta etapa se la desarrolla con el propósito de distribuir de una manera correcta la ubicación de cada uno de los pollos de acuerdo al grado de desarrollo con el que se encuentren o a su vez en base a las semanas que se hallen.

**Salida de pollos adultos para el consumidor final.-** Después de la selección se procederá a sacar a la venta a los pollos que ya se encuentren listos para el consumo final y para luego regresar al ciclo de inicio y continuar con las actividades antes mencionadas.

**Comercialización de los pollos.-** De esta actividad final dependerá el éxito de la empresa puesto que se seguirá buscando nuevos puntos de venta para dar a conocer el producto y obtener mayores proveedores y posicionarnos en la mente de los consumidores.

## GRÁFICO # 26.

### COMERCIALIZACIÓN DE POLLOS.



Fuente: <http://www.google.com.ec/imghp?hl=es&tab=wi>.  
Elaborado por: Las postulantes.

**Limpieza de galpones.-** Se debe hacer una limpieza y desinfección total de las instalaciones y equipo. De la higiene que se le dé al galpón dependerá la salud de las aves y se cuidará al medioambiente, esta actividad se deberá desarrollar sucesivamente para un buen cuidado y aseo mismo que reflejará la imagen de la empresa.

## GRÁFICO # 27.

### DESINFECCIÓN Y LIMPIEZA DE GALPONES.



Fuente: <http://www.google.com.ec/imghp?hl=es&tab=wi>.  
Elaborado por: Las postulantes.

**Manejo y disposición de residuos generados en el proceso de crianza y engorde.-** Luego de la limpieza del galpón los residuos hallados se procederán a almacenar en un espacio alejado del pabellón para darle un uso adecuado siendo estos utilizados para los cultivos agrícolas del sector o para su venta.

### **GRÁFICO # 28.**

#### **MANEJO DE RESIDUOS.**



Fuente: <http://www.google.com.ec/imghp?hl=es&tab=wi>.  
Elaborado por: Las postulantes.

**Normas de higiene.-** Para aquellas personas que trabajen y deseen visitar las instalaciones del plantel, es necesario que tomen las debidas precauciones como es: la utilización de todo el equipo de protección para la persona (mandil, botas, cubre bocas, gorro plástico entre otros ), la correcta higiene respecto a la limpieza de las manos, que el calzado pase por un desinfectante antes de ingresar al sitio de producción y por medio de estos parámetros prevenir y cuidar la salud tanto de las personas como de las aves.

#### ***3.5.6. Distribución de la Planta.***

Para llevar a cabo las actividades previstas es necesaria la construcción del plantel avícola debido a que se cuenta con un terreno disponible para su edificación, el tamaño aproximado del galpón será de 7m. de ancho por 15m. de largo y 2.50 m.

de alto, la distribución que se determinará será de acuerdo a los requerimientos y la capacidad del espacio físico con se cuenta para proceder a la ubicación de cada uno de los lotes de las aves.

**CUADRO # 39.**

**DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA**

<b>ÁREA ADMINISTRATIVA (130 m<sup>2</sup>)</b>	<b>ÁREA DE PRODUCCIÓN POR BLOQUES</b>	<b>ÁREA DE PARQUEADERO (120 m<sup>2</sup>)</b>
El área administrativa se distribuirá de la siguiente forma: 1 Oficina de Gerencia. 1 Oficina del Administrador. 1 Oficina para la Secretaria Contadora. 1 Baño.	Este espacio se lo asignara por bloques de acuerdo a la capacidad del espacio físico con que se cuenta.	Zona de ingreso. Espacio de guardanía. Espacio de descarga. Estacionamiento para vehículos.

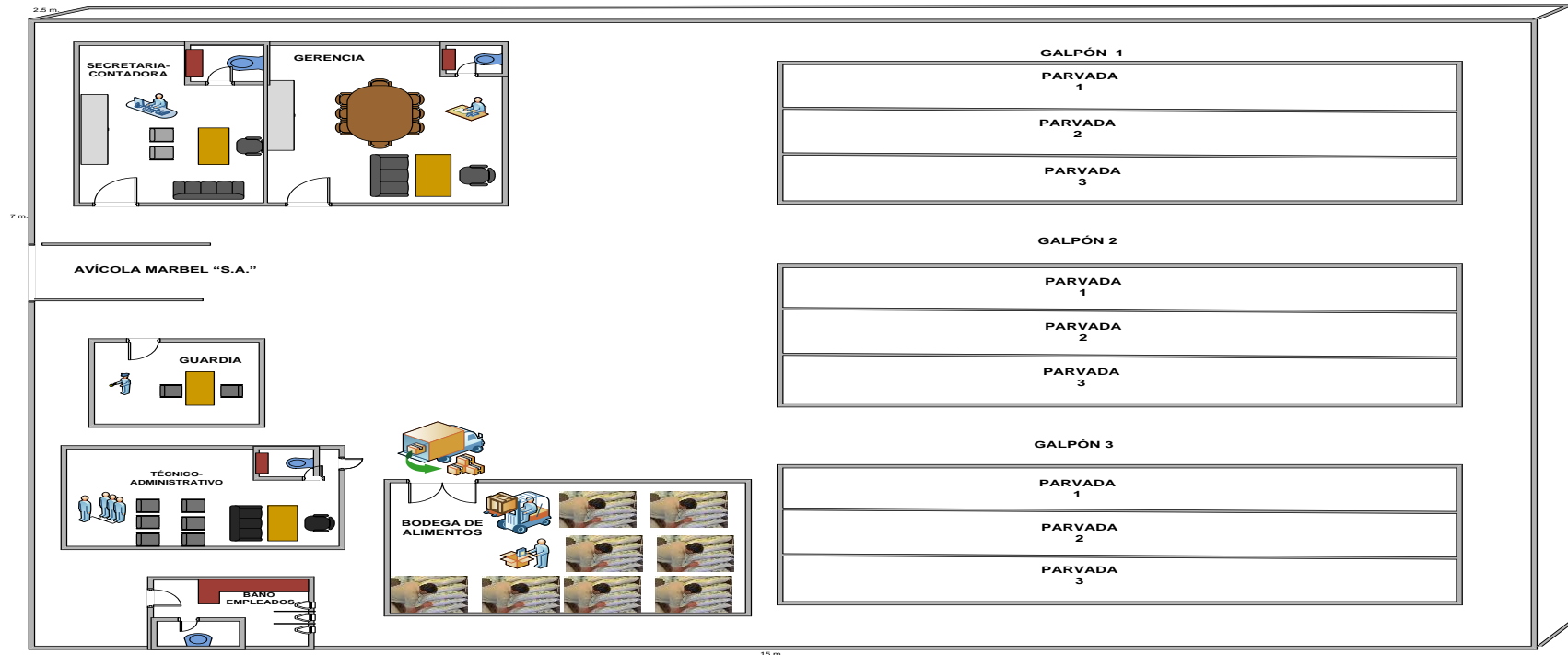
Fuente: Las postulantes

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

3.5.6.1. Diseño de la Estructura de la Empresa.

GRÁFICO # 29.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



Fuente: Investigación de Campo.  
Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta.

### 3.5.7 Requerimientos del Proyecto.

En este punto se procede a detallar todos los requerimientos necesarios para el funcionamiento del plantel, así como también el costo y los valores que tendrán cada uno de ellos. Estos montos corresponden al 2011.

#### CUADRO # 40.

#### CONSTRUCCIÓN E INSTALACIONES DEL PLANTEL.

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Construcción galpón 1.	m <sup>2</sup>	105	30,00	2.675,00
Construcción galpón 2.	m <sup>2</sup>	105	30,00	2.675,00
Construcción galpón 3.	m <sup>2</sup>	105	30,00	2.675,00
Construcción de la bodega de almacenamiento de alimentos.	m <sup>2</sup>	50	325,00	16.250,00
Construcción de oficinas.	m <sup>2</sup>	24	25,00	600,00
Instalaciones eléctricas.	m <sup>2</sup>	53	0,50	26,50
Instalación de comederos y bebederos.	m <sup>2</sup>	45	0,80	36,00
Instalación de los tanques de agua.		5	1,00	5,00
Estacionamiento.			600,00	600,00
Servicios Higiénicos.			1000,00	1.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>26.542,50</b>

Fuente: Cotizaciones.

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

#### CUADRO # 41.

#### RECURSO HUMANO.

DESCRIPCIÓN	SALARIO MENSUAL	SALARIO ANUAL
Guardianía.	280,00	3.360,00
Técnico Administrador.	600,00	7.200,00
Secretaria contadora.	350,00	4.200,00
6 galponeros.	264,00	9.504,00
<b>TOTAL</b>		<b>24.264,00</b>

Fuente: Cotizaciones.

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

**CUADRO # 42.****VEHÍCULO.**

DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Camión HINO FC. Color blanco con cajón.	1.8000,00	1.8000,00
<b>TOTAL</b>		<b>18000,00</b>

Fuente: Cotizaciones.

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

**CUADRO # 43.****MAQUINARIA, EQUIPOS E IMPLEMENTOS.**

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Comederos.	m <sup>2</sup>	120	20,00	2.400,00
Bebedores automáticos.	m <sup>2</sup>	120	30,00	3.600,00
Campanas criadoras.	u.	12	25,00	300,00
Lámparas.	u	15	25,00	375,00
Tanques de reserva de agua.	u	3	60,00	180,00
Manguera.	m	300	0,45	135,00
Calefón.	u	3	45,00	135,00
Bombas de mochila.	u	2	80,00	160,00
Tanques de gas.	u	3	25,00	75,00
Mallas de alambre.	m	102	3,00	306,00
Plástico.	m <sup>2</sup>	110	0,80	88,00
Cortinas de yute.	m <sup>2</sup>	110	0,90	99,00
<b>TOTAL</b>				<b>7.853,00</b>

Fuente: Cotizaciones.

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

**CUADRO # 44.****EQUIPOS DE CÓMPUTO.**

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Computadores Intel Pentium 4.	u	2	900,00	1.800,00
Impresoras Canon multifunción.	u	2	40,00	80,00
Sumadora.	u	2	15,00	30,00
<b>TOTAL</b>				<b>1.910,00</b>

Fuente: Cotizaciones.

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

**CUADRO # 45.****MUEBLES Y ENCERES.**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Escritorio de madera con archivero, color cherry	2	200,00	400,00
Sillas giratorias para ejecutivos color negro.	2	100,00	200,00
Tres Sillas Tándem unidas para Sala de Espera color negro.	3	250,00	750,00
Juego de sala ejecutivo.	1	1.000,00	1.000,00
Anaqueles de metal de 2m x4m.	1	50,00	50,00
Cancel metálico de 15 casilleros.	1	600,00	600,00
<b>TOTAL</b>			<b>3.000,00</b>

Fuente: Cotizaciones.

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

**CUADRO # 46.****ÚTILES DE OFICINA.**

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Esferográficos.	u	12	0,25	3,00
Lápices.	u	12	0,2	2,40
Borradores.	u	12	0,15	1,80
Resmas de hojas boon.	Cartones	4	5	120,00
Grapadoras.	u	2	1,5	3,00
Perforadoras.	u	2	2	4,00
Cinta adhesiva.	u	12	0,3	3,60
Estiletes.	u	2	1	2,00
Tijeras.	u	2	0,5	1,00
Goma en barra.	u	6	1,5	9,00
Teléfono.	u	2	15	30,00
<b>TOTAL</b>				<b>179,80</b>

Fuente: Cotizaciones.

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

**CUADRO # 47.****MATERIALES**

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Viruta.	u	270	1,00	270,00
Cal.	qq	15	15,00	225,00
Jaulas.	u	25	20,00	500,00
<b>TOTAL</b>				<b>995,00</b>

Fuente: Cotizaciones.

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

**CUADRO # 48.****COMPRA DE AVES.**

DESCRIPCIÓN	NÚMERO DE AVES TRIMESTRAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Pollitos BB	3492	0,50	1746,00
<b>TOTAL</b>			<b>1746,00</b>

Fuente: Cotizaciones.

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

**CUADRO # 49.****ALIMENTO PARA AVES.**

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	N. PARVADAS	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL SEMANAL	PRECIO TOTAL ANUAL
Morochillo partido.	qq	3	6	18,50	111,00	1.332,00
Morochillo en grano.	qq	3	6	17,50	102,00	1.224,00
Balanceado de crecimiento.	qq	3	6	25,00	150,00	1.800,00
Balanceado de engorde.	qq		6	23,00	138,00	1.656,00
<b>TOTAL</b>					<b>501,00</b>	<b>6.012,00</b>

Fuente: Cotizaciones.

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

**CUADRO # 50.****SANIDAD AVES.**

DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	NUMERO DE AVES POR AÑOS				
		1	2	3	4	5
Vacunas		<b>13979</b>	<b>16359</b>	<b>17692</b>	<b>15716</b>	<b>17089</b>
Primera aplicación a los 8 días						
Newcastle	0,008	<b>111,83</b>	<b>130,87</b>	<b>141,54</b>	<b>125,73</b>	<b>136,71</b>
Gumbono	0,007	<b>97,85</b>	<b>114,51</b>	<b>123,84</b>	<b>110,01</b>	<b>119,62</b>
Segunda aplicación a los 21 días						
Newcastle	0,008	<b>111,83</b>	<b>130,87</b>	<b>141,54</b>	<b>125,73</b>	<b>136,71</b>
Gumbono	0,007	<b>97,85</b>	<b>114,51</b>	<b>123,84</b>	<b>110,01</b>	<b>119,62</b>
<b>TOTAL</b>		<b>419,37</b>	<b>490,77</b>	<b>530,76</b>	<b>471,48</b>	<b>512,67</b>

Fuente: Cotizaciones.

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

### **3.5.8 Propuesta Administrativa.**

#### **3.5.8.1. La Empresa.**

#### **3.5.8.2. Razón Social.**

La empresa a crearse tendrá por nombre: "AVÍCOLA MARBEL" S.A.

#### **GRÁFICO # 30.**

#### **LOGOTIPO DE LA EMPRESA.**



Fuente: Las postulante.

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

La siguiente frase es con la cual se desea incursionar en la mente de los consumidores y en el mercado:

**¡¡EL RICO SABOR DE CAMPO!!**

#### **3.5.8.3. Base Filosófica de la Empresa.**

##### **3.5.8.3.1. Misión.**

Ofrecer un producto calificado con un buen peso y precio de acuerdo a las exigencias del consumidor, contando con un personal idóneo en todo el proceso productivo, rigiéndonos a las normativas establecidas por AGROCALIDAD para

alcanzar un nivel de rentabilidad, brindando confianza al momento de adquirir el producto y contribuyendo de esta manera en la dieta alimenticia las personas.

#### **3.5.8.3.2. *Visión.***

Ser una empresa líder en el mercado de Latacunga, posicionándonos en la mente de los consumidores brindando responsabilidad y confianza con un producto que cumpla con las expectativas de las personas, buscando relativamente ampliar las instalaciones y mejorar la capacidad de producción, trabajando bajo estándares de calidad y manteniéndonos en constante investigación para actuar correctamente de acuerdo a la evolución tecnológica.

#### **3.5.8.3.3 *Objetivo General.***

Contar con un capital y personal apto para el desarrollo de las actividades que permita operar con normalidad el proceso productivo y rigiéndonos al Reglamento de las Granjas Avícolas.

#### **3.5.8.3.4 *Objetivos Específicos.***

- Buscar financiamiento a través de una entidad de crédito para la adquisición de equipos, materiales y la construcción de las instalaciones de la empresa para la ejecución del proyecto.
- Capacitar al personal para que puedan desarrollar correctamente cada una de las actividades del proceso productivo.
- Brindar confianza y seguridad al cliente, hacerle sentir parte esencial de la empresa.

- Acatar las disposiciones legales, sanitarias y tributarias para evitar posibles problemas en un futuro con las instituciones encargadas de realizar estos controles.
- Mantener un adecuado monitoreo y vigilancia de los equipos y aves para que el proceso productivo sea eficiente evitando posibles problemas que puedan presentarse durante un período productivo.

#### ***3.5.8.3.5 Estrategias para el mejoramiento de la empresa.***

- Se capacitará al personal mediante seminarios de mejoramiento de los procesos productivos mismos que duraran 30 horas cada uno y se los realizará de forma semestral con el propósito de llenar las posibles dudas que tuvieran sobre el manejo del proceso productivo, se brindará un buen ambiente laboral, por último se premiará con estímulos económicos a los empleados por un buen desenvolvimiento de sus tareas encomendadas.
- Se realizará reuniones periódicas de trabajo con el fin de mejorar la organización de la empresa, buscar nuevos puntos de mercados y mejorar los canales de distribución y procesos productivos.
- Mantenerse informados sobre los cambios y las nuevas leyes vigentes que se integren a la sociedad para evitar posibles sanciones.
- Promocionar el producto en medios de comunicación televisivos como: TV. Color y Elite, también en la prensa escrita en los periódicos locales del cantón.
- Se mantendrá un monitoreo diario de equipos y aves para ayudar al desarrollo de los pollos y de acuerdo a sus edades y etapas clasificarlas para evitar pérdidas innecesarias.

#### **3.5.8.3.6 Principios.**

Los principios que posteriormente se presentarán ayudarán a los empleados a mantener una buena comunicación entre sí y con la jerarquía más alta, con el propósito de crear un ambiente laboral adecuado permitiendo llevar a cabo las actividades con absoluta normalidad y cumplirlas a cabalidad.

**Compromiso.-** Los trabajadores deberán comprometerse con la empresa manteniendo fidelidad a la misma.

**Transparencia.-** Este principio se lo debe de poner en práctica pues no se debe de mantener secretos entre el empleador y el trabajador por el bien de la organización, procurando que la información que se dé a conocer no sea distorsionada para que no genere mal entendidos.

**Calidad.-** La calidad del producto dependerá de un manejo correcto de las actividades a desarrollarse dentro del proceso productivo mismos que se trabajarán con los estándares de calidad.

**Comunicación.-** Dentro de la empresa se deberá mantener una buena comunicación tanto interna como externa, para reflejar una buena imagen corporativa.

**Eficiencia.-** Todos los miembros de la empresa deberán desempeñar sus funciones de una manera correcta para cumplir con los objetivos planteados por la misma.

**Trabajo en equipo.-** Este principio se lo deberá practicar aportando con un alto espíritu de cooperativismo y colaboración por parte de cada uno de los empleados para llegar a cumplir un fin común.

#### **3.5.8.3.7 Valores.**

**Responsabilidad.-** La empresa deberá cumplir lo acordado con los clientes, empleados y proveedores para conseguir fidelidad por parte de los mismos.

**Respeto.-** La atención que se les dé a los trabajadores y clientes generará una buena comunicación y un buen trato a los mismos, pero también se espera una retribución por parte de ellos para mantener un lazo de amistad laboral y ética.

**Honestidad.-** Todos los integrantes de la organización deberán ser sinceros con la empresa puesto que realizarán las actividades productivas con la mayor seriedad del caso, contribuyendo a que el proceso sea efectuado de la mejor manera y obtener un producto acorde a las necesidades de los clientes y manteniendo lealtad con la gerencia.

**Liderazgo.-** La empresa brindará seguridad a los trabajadores permitiéndoles sentirse seguros y capaces de cumplir con las actividades encomendadas.

**Puntualidad.-** Los pedidos que se realicen deberán ser entregados en el tiempo y la fecha acordada, siendo eficientes y eficaces en cada una de las actividades productivas, por su parte los trabajadores también tendrán un horario específico de ingreso y salida.

### ***3.5.9. Estructura Organizacional.***

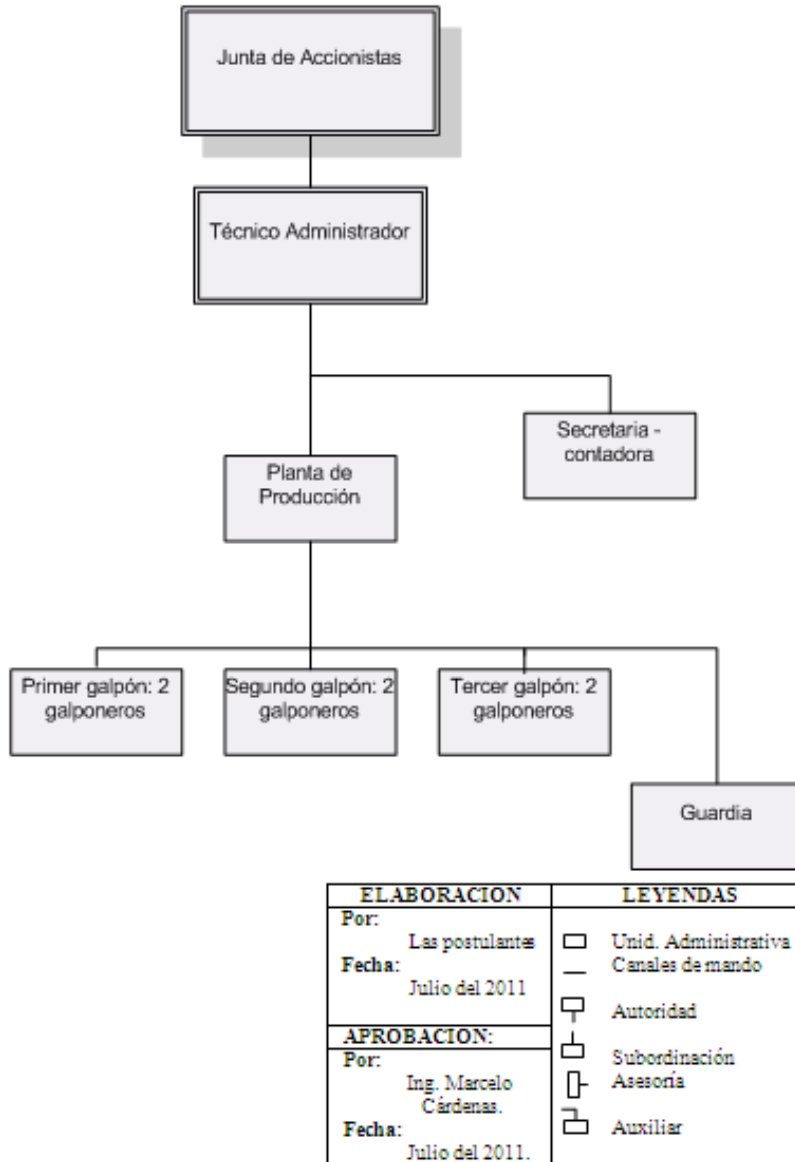
El plantel “AVÍCOLA MARBEL” S.A. tendrá una estructura vertical en la cual las decisiones serán tomadas por parte de las propietarias, mismas que serán ejecutadas por los operarios, de las prontas soluciones que se le dé a los problemas dependerá el desempeño de las actividades.

#### ***3.5.9.1 Organigrama Estructural.***

El presente organigrama indica la representación gráfica de la organización de la empresa:

**GRÁFICO # 31.**

**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.**



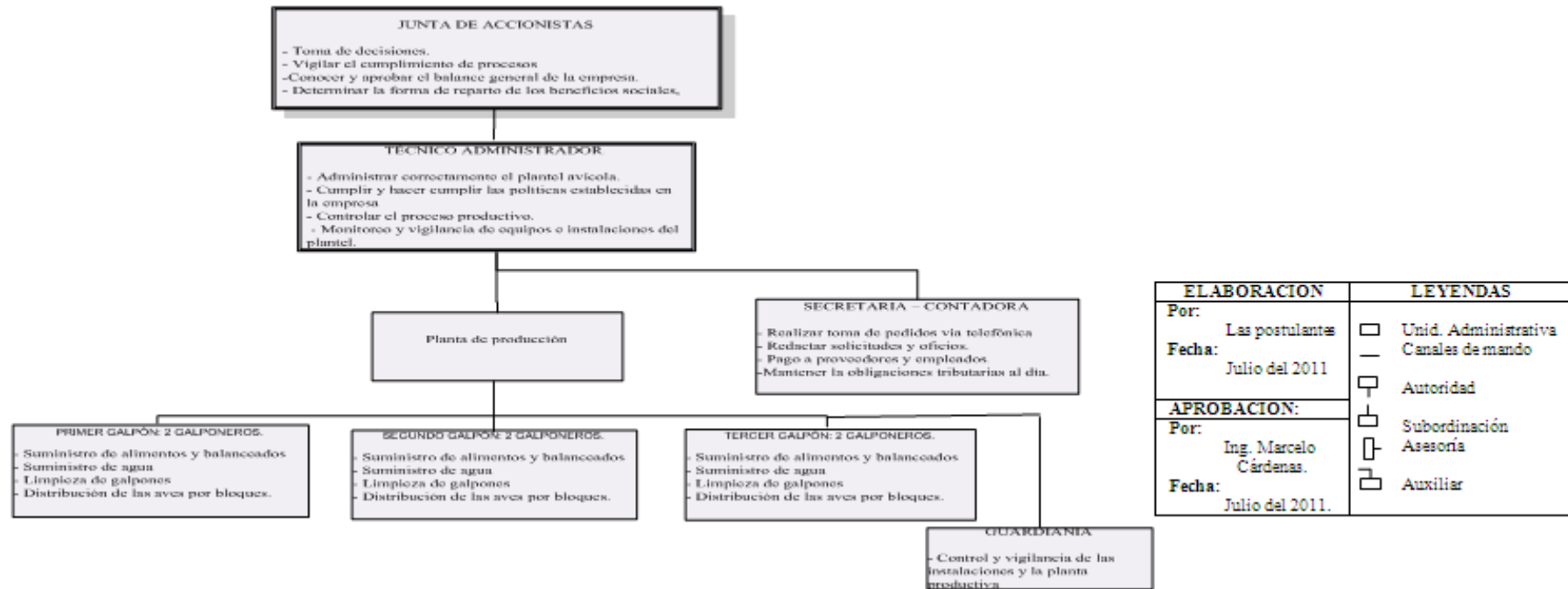
Fuente: Las postulantes.  
 Elaborado por: Las postulantes.

**3.5.9.2 Organigrama Funcional.**

En este organigrama se detalla cada una de las actividades a realizarse por parte de los miembros de la empresa:

GRÁFICO # 32.

ORGANIGRAMA FUNCIONAL.



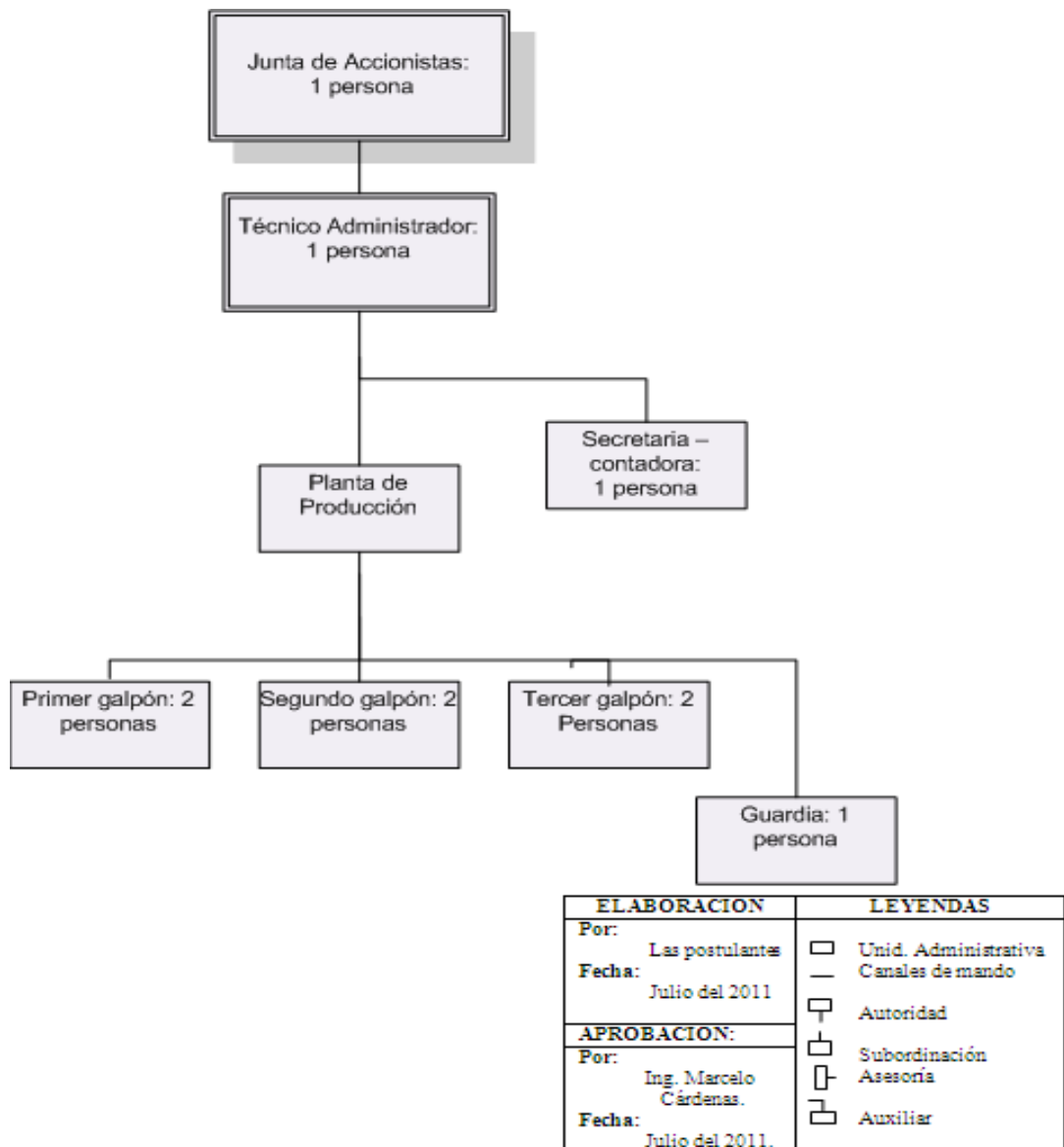
Fuente: Las postulantes.  
Elaborado por: Las postulantes.

### 3.5.9.3 Organigrama Posicional.

Dicho organigrama refleja el número de personas que ocupan los diferentes cargos en cada departamento.

**GRÁFICO # 33.**

#### **ORGANIGRAMA POSICIONAL.**



Fuente: Las postulantes.  
 Elaborado por: Las postulantes.

### ***3.5.10. Marco Legal.***

Las leyes bajo las cuales la empresa se encontrará en funcionamiento serán: la Ley de la Superintendencia de Compañías, AGROCALIDAD, las del Ilustre Municipio y las del SRI.

La empresa a crearse será constituida como una Sociedad Anónima “S.A.” de acuerdo a lo que estable la Ley de Compañías.

#### **De la constitución:**

Para la constitución de este tipo de empresas es necesaria la existencia de 2 socios como mínimo, mismos que aportarán su capital o especie valoradas.

#### **Del capital:**

Este tipo de organizaciones deberán contar con un capital mínimo de USD 800,00 mismos que serán aportados por los socios cumpliendo con el monto establecido por la Superintendencia de Compañías o de Bancos.

#### **De la aprobación e inscripción:**

La empresa se constituirá mediante una escritura pública, previo al mandato de la Superintendencia de Compañías y Bancos deberá ser inscrita en el Registro Mercantil para lo cual se requiere de una presentación anterior sobre la constitución del presente negocio, sobre los estatutos y escrituras.

**De la suscripción:**

Dentro de la suscripción de la empresa evaluada de un 100%, por lo menos el 25% deberá ser pagado al momento de su constitución.

**Sociedad anónima:**

La nueva empresa requiere de una escritura pública y aprobación por la Superintendencia de Compañías. Para ello se ha creído conveniente publicar un anuncio publicitario de la escritura en los periódicos locales de la ciudad de Latacunga como son: DIARIO LA HORA y LA GACETA y posteriormente inscribirlo en el registro mercantil.

La escritura pública deberá contener:

- El lugar y fecha en que se celebre el contrato.
- Nombres, apellidos, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla.
- El objeto social, debidamente concretado.
- Su denominación y duración.
- El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital.
- La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado.
- El domicilio de la compañía.

- La forma de administración y las facultades de los administradores.
- La forma y las épocas de convocar a las juntas generales.
- La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía.
- Las normas de reparto de utilidades.
- La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente.
- La forma de proceder a la designación de liquidadores.

La Superintendencia la aprobará, si se hubiere cumplido todos los requisitos legales y dispondrá su inscripción en el Registro Mercantil y la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura y de la razón de su aprobación. La escritura podrá ser solicitada en un período de treinta días celebrado el contrato y será pedido por los accionistas responsables del negocio.

### **3.6 Estudio Económico.**

Este estudio nos permitirá calcular el valor total de cada uno de los recursos que se utilizarán para la puesta en marcha del proyecto, obteniendo información que será esencial para la última parte del estudio.

#### ***3.6.1 Objetivos.***

- Calcular la inversión inicial necesaria para el desarrollo del proyecto.
- Identificar el monto que será financiado por las instituciones de crédito.

- Determinar los costos que se utilizarán dentro del proyecto para el desarrollo óptimo del proceso productivo.
- Definir el punto de equilibrio que reflejará a la empresa su estabilidad y variación económica.

### 3.6.2 Inversión Inicial.

Para que la empresa inicie sus actividades con normalidad se necesita invertir en activos fijos que seguidamente se detallan:

**CUADRO # 51.**

#### INVERSIÓN INICIAL

DESCRIPCIÓN	COSTO USD
<b>INVERSIÓN FIJA</b>	
Construcción e instalaciones del plantel.	26.542,50
Recurso humano.	24.264,00
Vehículo.	18.000,00
Maquinaria, equipos e implementos.	7.853,00
Equipos de cómputo.	1.910,00
Útiles de oficina.	179,80
Muebles y encerres.	3.000,00
<b>TOTAL INVERSIÓN FIJA</b>	<b>81.749,30</b>
<b>INVERSIÓN VARIABLE</b>	
Materiales.	995,00
Compra de pollitos BB.	1.746,00
Alimento para aves.	6.012,00
Sanidad para aves.	512,67
<b>TOTAL INVERSIÓN VARIABLE</b>	<b>9.265,67</b>
<b>TOTAL</b>	<b>91.014,97</b>

Fuente: Cotizaciones.

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

De acuerdo a lo detallado anteriormente se puede apreciar que la inversión inicial es de USD 91.014,97 para ello se ha considerado que el 51% será aportado por los socios y la otra parte será financiada por una institución de crédito.

### 3.6.3 Depreciación.

En relación a los activos fijos de la empresa se ha considerado realizar una depreciación de los mismos por cada año de vida útil del bien, utilizando la fórmula que se presenta a continuación:

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Valor actual} - \text{Valor residual}}{\text{Vida útil en años}}$$

#### CUADRO # 52.

#### DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS.

CUENTAS	COSTO USD	% RESIDUAL	VALOR RESIDUAL	# DE AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL
Edificio y Construcciones.	26.542,50	5%	1.327,13	20	1.260,77
Vehículo.	18.000,00	20%	3.600,00	5	2.880,00
Maquinaria y Equipo.	7.853,00	10%	785,30	10	706,77
Equipo de Computación.	1.910,00	33,33%	636,60	3	424,47
Muebles y Enseres.	3.000,00	10%	300,00	10	270,00
Útiles de oficina.	179,80	33,33%	59,93	3	39,96
<b>TOTAL</b>					5.581,96

Fuente: Cotizaciones

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

### CUADRO # 53.

#### CÁLCULO DEL VALOR DE RESCATE.

INVERSIÓN INICIAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	NÚMERO DE AÑOS	DEPRECIACIÓN PROYECTO	VALOR DE RESCATE.
91.014,97	5.581,96	5	27.909,81	63.105,16

Fuente: Depreciación de activos

Elaborado por: Erika Pilatasig .y Mariela Toapanta

En el cuadro anterior se realizó la depreciación correspondiente de cada uno de los activos fijos con los que la empresa contará, y posteriormente se calculó del valor del rescate de los mismos tomando como referencia en un tiempo de 5 años.

#### 3.6.4 *Financiamiento.*

Como se explicó anteriormente del valor total de la inversión inicial el 51% será un aporte de los socios y el restante será financiado por una institución de crédito (Banco Nacional de Fomento).

### CUADRO # 54.

#### DISTRIBUCIÓN DEL FINANCIAMIENTO PARA EL PROYECTO.

<b>Inversión</b>	<b>91.014,97</b>	<b>100%</b>
<b>Aporte Socios</b>	46.417,63	51%
<b>Financiamiento</b>	44.597,34	49%
<b>Tasa activa anual</b>	11%	
<b>Período de pago</b>	5 años	

Fuente: Las Postulantes

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

Después del análisis correspondiente se deduce que la financiación de la futura empresa será de USD 44.597,34 crédito que será realizado en el Banco Nacional de Fomento sucursal Latacunga, teniendo en cuenta que la tasa activa de interés de esta institución de crédito es del 11% anual y con un plazo de pago de 5 años.

**CUADRO # 55.****AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA.**

<b>NO. PAGO</b>	<b>DÍAS</b>	<b>SALDO</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>PAGO</b>
1	360	44.597,34	8.919,47	4.905,71	<b>13.825,17</b>
2	360	30.772,16	8.919,47	3.384,94	<b>12.304,40</b>
3	360	18.467,76	8.919,47	2.031,45	<b>10.950,92</b>
4	360	7.516,84	8.919,47	826,85	<b>9.746,32</b>
5	360	2.229,48	8.919,47	245,24	<b>8.674,22</b>
			<b>44.597,34</b>	<b>10.903,71</b>	<b>55.501,04</b>

Fuente: Banco Nacional de Fomento

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

**CUADRO # 56.****AMORTIZACIÓN DE LA INVERSIÓN DIFERIDA**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>PORCENTAJE 20%</b>	<b>TOTAL AMORTIZACIÓN</b>
Gasto de constitución	673.00	20%	134.60
Imprevistos	5450.40	20%	1090.08
<b>TOTAL</b>			<b>1224.68</b>

Fuente: Banco Nacional de Fomento

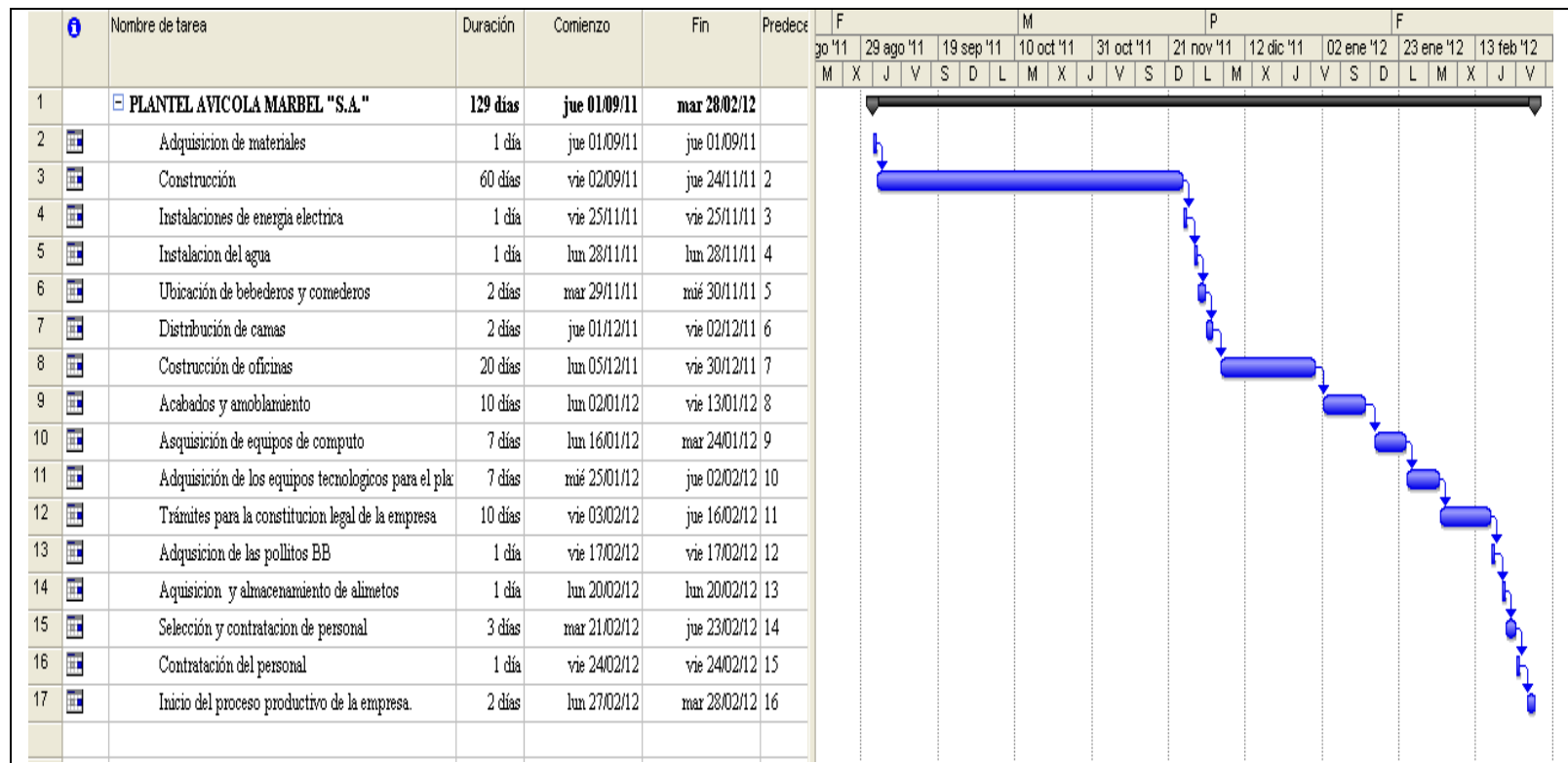
Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

**3.6.5 Cronograma de Inversión.**

La elaboración de este cronograma permitirá tener en cuenta las actividades previas antes que el proyecto inicie sus operaciones. Para ello se ha establecido un programa secuencial que detallara cada una de las actividades en un período de 6 meses.

## GRÁFICO # 34.

### CRONOGRAMA DE INVERSIONES.



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

### ***3.6.6 Escenarios para la Proyección.***

Para determinar el escenario del proyecto se trabajará con el porcentaje de la inflación proyectado por el Banco Central del Ecuador que corresponde al 4,94% valor que se estima para un período de 5 años.

#### **CUADRO # 57.**

#### **INFLACIÓN PROYECTADA.**

<b>AÑOS</b>	<b>INFLACIÓN</b>
<b>2011</b>	4,94%
<b>2012</b>	4,97%
<b>2013</b>	4,94%
<b>2014</b>	4,97%
<b>2015</b>	4,94%

Fuente: Banco Central Ecuador

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

En base al cuadro # 57 se puede deducir que el porcentaje de la inflación variara conforme pasa el tiempo, pues representa una amenaza para el proyecto porque no se sabe lo que se requiere para el funcionamiento, puede mantenerse o elevar su precio, afectando directamente a la producción.

#### ***3.6.6.1. Presupuesto de Compras.***

Para realizar este presupuesto es necesario tomar en cuenta la demanda insatisfecha que se pretende cubrir con el proyecto, para ello se ha tomado en cuenta los precios de compra de la materia prima y el alimento para aves.

**CUADRO # 58.****DEMANDA INSATISFECHA DEL PRODUCTO A CUBRIR CADA AÑO.**

<b>AÑOS</b>	<b>POLLO</b>
<b>2011</b>	13.626
<b>2012</b>	14.702
<b>2013</b>	15.864
<b>2014</b>	17.117
<b>2015</b>	18.469

Fuente: Tamaño del Proyecto y la Demanda  
Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

**CUADRO # 59.****MATERIA PRIMA, MATERIALES Y ALIMENTOS.**

<b>AÑOS</b>	<b>POLLO</b>
Pollitos BB.	0,50
Viruta.	1,00
Cal.	15,00
Morochillo partido.	17,00
Morochillo en grano.	16,00
Balanceado de crecimiento.	23,00
Balanceado de engorde.	20,00
<b>Subtotal.</b>	<b>92,50</b>
	<b>*16/4</b>
<b>TOTAL</b>	<b>370,00</b>

Fuente: Cotizaciones.  
Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

**CUADRO # 60.****COMPRAS PROYECTADAS.**

<b>PRODUCTOS</b>	<b>AÑOS</b>				
	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Pollos	5.041.620,05	5.439.908,03	5.869.660,76	6.333.363,96	6.833.699,70
<b>TOTAL</b>	<b>5.041.620,05</b>	<b>5.439.908,03</b>	<b>5.869.660,76</b>	<b>6.333.363,96</b>	<b>6.833.699,70</b>

Fuente: Cotizaciones.  
Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

Para el presente cuadro se ha tomado en cuenta datos de la demanda insatisfecha que se pretende cubrir por el total de las adquisiciones, más la inflación establecida para los 5 años posteriores tomando en cuenta que para el primer año es 0,0494 (4,94%), establecida por el Banco Central del Ecuador, pero para los posteriores años tendrá una variación del 0,03% aproximadamente.

### 3.6.6.2. Presupuesto de Ventas.

Después de haber determinado la cantidad de la materia prima que la empresa deberá adquirir para posteriormente empezar con la explotación de pollos en pie e iniciar con el proceso productivo y así satisfacer las exigencias de los clientes, para presupuestar las ventas futuras en un período determinado es necesario conocer los gastos que incurrirán dentro del proceso y posteriormente se deberá sacar el precio final del producto a expenderse.

#### CUADRO # 61.

##### PRECIO VENTA DEL PRODUCTO.

PRODUCTO	PRECIO PARA EL AÑO 2011
Pollo	8,00

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

#### CUADRO # 62.

##### VENTAS PROYECTADAS

PRODUCTO	AÑOS				
	2011	2012	2013	2014	2015
Pollo	109.008	117.620	126.912	136.938	147.756
<b>TOTAL</b>	<b>109.008</b>	<b>117.620</b>	<b>126.912</b>	<b>136.938</b>	<b>147.756</b>

Fuente: Cuadros Anteriores  
Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

En el cuadro 61 se puede deducir que para el presente cálculo se realizó una relación entre demanda insatisfecha y el precio del producto, para determinar en

años futuros cual será la utilidad la utilidad que generará la empresa en un período contable.

### ***3.6.7. Gastos Administrativos.***

Para poder determinar los gastos administrativos que generará la empresa, se tomó en cuenta al recurso humano que intervendrá en el proceso productivo de la misma, estos gastos se presentan en el rol de pagos mismo que indicará el sueldo que ganarán cada uno de ellos, las aportaciones que tendrán y los beneficios que poseerán durante un año contable.

**CUADRO # 63.**

**SUELDOS Y SALARIOS.**

REMUNERACIÓN	N°. PERSONAS	SALARIO TOTAL	APORTE AL IESS 9,35%	LIQUIDO A PAGAR	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	AÑO				
							2011	2012	2013	2014	2015
Administrador-técnico	1	600,00	56,10	543,90	600,00	264,00	7390,80	7760,34	8148,36	8555,77	8983,56
Secretaria-Contadora	1	400,00	37,40	362,60	400,00	264,00	5015,20	5265,96	5529,26	5805,72	6096,01
Guardias de Seguridad	1	280,00	26,18	253,82	280,00	264,00	3589,84	3769,33	3957,80	4155,69	4363,47
Galponeros	6	264,00	24,68	239,32	264,00	264,00	17758,75	18646,69	19579,02	20557,98	21585,87
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>		<b>144,36</b>	<b>1399,64</b>			<b>33754,59</b>	<b>35442,32</b>	<b>37214,44</b>	<b>39075,16</b>	<b>41028,92</b>

Fuente: Cuadros Anteriores

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

Para el presente cálculo de gastos se ha creído conveniente relacionarlo con la inflación correspondiente al porcentaje de 4,94% establecido por el Banco Central del Ecuador, para los 5 años futuros dentro del cual la empresa trabajará.

### CUADRO # 64.

#### GASTOS GENERALES.

DETALLE	AÑOS				
	2011	2012	2013	2014	2015
Materia prima	1746,00	1832,25	1922,77	2017,75	2117,43
Materiales	995,00	1044,15	1095,73	1149,86	1206,67
Alimentos	6012,00	6308,99	6620,66	6947,72	7290,93
Sanidad Aves	419,37	490,77	530,76	471,48	512,67
<b>TOTAL</b>	<b>9172,37</b>	<b>9676,17</b>	<b>10169,92</b>	<b>10586,81</b>	<b>11127,70</b>

Fuente: Cotizaciones

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

Para una mejor apreciación de los gastos que la empresa tendrá se ha visto la necesidad de detallar los siguientes egresos como parte fundamental para el funcionamiento de las actividades de la empresa, tomando en cuenta la inflación para estos años que es del 4,94%.

### CUADRO # 65.

#### GASTOS DE PRE OPERACIÓN.

DETALLE	VALOR
Tramite de constitución	600,00
Permiso de funcionamiento Municipio de Latacunga	8,00
Permiso de funcionamiento Dirección de Salud	40,00
Permiso de funcionamiento Cuerpo de Bomberos	25,00
<b>TOTAL</b>	<b>673,00</b>

Fuente: Cotizaciones

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

En el cuadro anterior se explica los gastos que la empresa generará antes de su construcción dejando plasmado ante la ley la idea del nuevo negocio.

### CUADRO # 66.

#### COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN (CIF).

DETALLE	AÑOS				
	2011	2012	2013	2014	2015
Mantenimiento	1.000,00	1.049,40	1.101,24	1.155,64	1.212,73
Luz	180,00	188,89	198,22	208,02	218,29
Agua	180,00	188,89	198,22	208,02	218,29
Teléfono	200,00	209,88	220,25	231,13	242,55
<b>TOTAL</b>	<b>1.560,00</b>	<b>1.637,06</b>	<b>1.717,93</b>	<b>1.802,80</b>	<b>1.891,86</b>

Fuente: Cotizaciones

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

Para que la empresa se mantenga desarrollando sus actividades con absoluta normalidad, es necesario tomar en cuenta los servicios básicos y el mantenimiento de los equipos para evitar retrasos en el proceso productivo y mantenerse al día con los pagos de los rubros mencionados.

### CUADRO # 67.

#### GASTOS ADMINISTRATIVOS.

DETALLE	AÑOS				
	2011	2012	2013	2014	2015
Salarios	33754,59	35442,32	37214,44	39075,16	41028,92
Seguros	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Gastos generales	9172,37	9676,17	10169,92	10586,81	11127,70
Gastos de pre operación	673,00	0	0	0	0
Mantenimiento y servicios	1.540,00	1.616,08	1.695,91	1.779,69	1.867,60
<b>Subtotal</b>	<b>45.639,96</b>	<b>47.234,57</b>	<b>49.580,26</b>	<b>51.941,66</b>	<b>54.524,22</b>
Depreciaciones	5.581,96	5.581,96	5.581,96	5.581,96	5.581,96
<b>TOTAL</b>	<b>51.221,92</b>	<b>52.816,53</b>	<b>55.162,23</b>	<b>57.523,62</b>	<b>60.106,18</b>

Fuente: Cotizaciones

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

Este cuadro reúne todos los gastos especificados anteriormente que la empresa contraerá para períodos próximos como es el caso de los 5 años, además para este cálculo se utilizó la inflación del 4,94% que es para años futuros.

### 3.6.8. Gasto de Ventas.

Para que la empresa tome posición en el mercado y sobre todo en la mente de los clientes se ha visto la necesidad de añadir un valor adicional y también se debe tener un porcentaje que sea destinado a la solución inmediata a imprevistos que pudieren presentarse.

**CUADRO # 68.**

#### **GASTOS DE VENTAS.**

DETALLE	AÑOS				
	2011	2012	2013	2014	2015
Imprevistos 5%	5.450,40	5.549,60	5.549,60	5.754,80	5.860,40
Promociones 10%	10.900,80	11.099,20	11.099,20	11.509,60	11.720,80
<b>TOTAL</b>	<b>16.351,20</b>	<b>16.648,80</b>	<b>16.648,80</b>	<b>17.264,40</b>	<b>17.581,20</b>

Fuente: Cotizaciones

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

### 3.6.9. Cuentas por Pagar.

Para que la empresa pueda cubrir con el 49% de la inversión realizada se vio la necesidad de realizar un financiamiento en el Banco Nacional de Fomento y los montos de los pagos a realizarse se presentan a continuación:

**CUADRO # 69.**

#### **CUENTAS POR PAGAR.**

AÑOS				
2011	2012	2013	2014	2015
41.675,87	29.371,46	18.420,54	8.674,22	-

Fuente: Cuadros Anteriores.

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

Como se observa en el cuadro anterior se puede deducir que la deuda que la futura empresa ha contraído con la entidad financiera va disminuyendo año tras año hasta llegar a un valor cero que es el año en el que se terminara de saldar la deuda.

### **3.6.10. Determinación de los Costos de Operación.**

En el plan a desarrollarse los costos se dividirán en dos grupos, mismos que se detallan a continuación:

#### **CUADRO # 70.**

#### **COSTOS FIJOS**

DETALLE	AÑOS				
	2011	2012	2013	2014	2015
Gastos administrativos	41.376,55	43.140,36	44.992,31	46.936,81	48.978,48
Gastos Financieros	13825,17	12304,40	10950,92	9746,32	8674,22
<b>TOTAL</b>	<b>55.201,73</b>	<b>55.444,76</b>	<b>55.943,23</b>	<b>56.683,13</b>	<b>57.652,71</b>

Fuente: Cuadros Anteriores.

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

En el cuadro anterior se puede apreciar los montos totales a pagar en años futuros, que deberán ser cancelados para que la empresa funcione con normalidad.

#### **CUADRO # 71.**

#### **COSTOS VARIABLES**

DETALLE	AÑOS				
	2011	2012	2013	2014	2015
Compras para el proceso productivo	9.172,37	9.676,17	10.169,92	10.586,81	11.127,70
Gasto de venta	16.351,20	17.642,94	19.036,74	20.540,64	22.163,35
<b>TOTAL</b>	<b>25.523,57</b>	<b>27.319,11</b>	<b>29.206,65</b>	<b>31.127,45</b>	<b>33.291,05</b>

Fuente: Cuadros Anteriores.

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

Los costos variables tienen incidencia directa con las ventas que la empresa realice, se puede apreciar que existe un crecimiento considerable en la rentabilidad que genere la empresa para cada uno de los años futuros, para lo cual se agregó un porcentaje determinado del total de las ventas para cubrir posibles imprevistos que se puedan presentar.

## CUADRO # 72.

### COSTOS DE PRODUCCIÓN.

AÑOS	2011	2012	2013	2014	2015
Costo Fijo	55.201,73	55.444,76	55.943,23	56.683,13	57.652,71
Costo Variable	25.523,57	27.319,11	29.206,65	31.127,45	33.291,05
Total CF+CV.	80.725,30	82.763,88	85.149,88	87.810,58	90.943,76
Número de aves anuales a producirse	13.626	13.874	14.128	14.387	14.651
<b>Total costo de producción por unidad</b>	5,92	5,97	6,03	6,10	6,21
Precio de venta	8,00	8,34	8,68	9,02	9,36
<b>Utilidad</b>	<b>2,08</b>	<b>2,37</b>	<b>2,65</b>	<b>2,92</b>	<b>3,15</b>

Fuente: Cuadros Anteriores.

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

El costo que se tendrá por la producción de cada ave para el primer año será de \$5,95 por su parte la utilidad que esta generará será de \$2,05 aproximadamente pues esto puede variar de acuerdo a las temporadas de venta así como también el cuadro anterior refleja una variación considerable en los años posteriores.

### ***3.6.11. Punto de Equilibrio.***

La aplicación de este método permitirá a la empresa definir el nivel de ventas con el cual se logre cubrir todos los gastos de operación sean fijos o variables con la finalidad de no ganar o generar pérdidas. Para nuestro proyecto se ha definido la siguiente fórmula para su cálculo:

$$P.E. = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - (\text{Costo variable total}/\text{Ingresos})}$$

### CUADRO # 73.

#### CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.

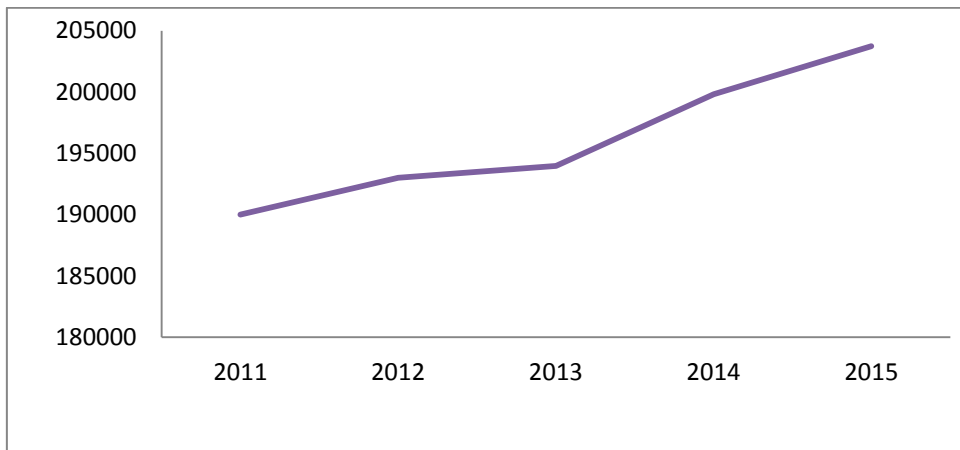
AÑOS	2011	2012	2013	2014	2015
Costo Fijo	55.201,73	55.444,76	55.943,23	56.683,13	57.652,71
Costo Variable	25.523,57	27.319,11	29.206,65	31.127,45	33.291,05
Ventas	109008	117619,632	126911,583	136937,598	147755,668
<b>TOTAL P.E.</b>	<b>189.733,30</b>	<b>200.383,51</b>	<b>212.061,47</b>	<b>224.748,18</b>	<b>238.699,43</b>

Fuente: Cuadros Anteriores.

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

### GRÁFICO # 35.

#### GRÁFICA DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.



Fuente: Cuadros Anteriores.

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

El cálculo del punto de equilibrio permitirá a la empresa conocer la cantidad mínima de ventas que debe tener para poder solventar los gastos que generen dentro del proceso productivo, dicho cálculo está realizado para un período de 5 años.

### 3.6.12. Estados Financieros.

#### 3.6.12.1. Estado de Resultados.

Se ha creído conveniente la realización de un estado de resultados con el fin de conocer todos los ingresos y egresos que la “AVÍCOLA MARBEL” S.A generará, así como también los diferentes costos e impuestos que se deberá cumplir mediante la ejecución

del plan, para que al final de un período contable esta refleje la rentabilidad obtenida o a su vez una pérdida.

**CUADRO # 74.**

**ESTADO DE RESULTADOS.**

ESTADO DE RESULTADOS	AÑOS				
	2011	2012	2013	2014	2015
INGRESOS (VENTAS)	109008	117620	126912	136938	147756
Costo de ventas	16.351,20	17.642,94	19.036,74	20.540,64	22.163,35
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>92.656,80</b>	<b>99.976,69</b>	<b>107.874,85</b>	<b>116.396,96</b>	<b>125.592,32</b>
<b>EGRESOS</b>					
<b>Operacionales</b>	<b>57.727,75</b>	<b>60.783,30</b>	<b>64.029,05</b>	<b>67.477,45</b>	<b>71.141,83</b>
Gastos Administrativos	41.376,55	43.140,36	44.992,31	46.936,81	48.978,48
Gastos de Ventas	16.351,20	17.642,94	19.036,74	20.540,64	22.163,35
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>34.929,05</b>	<b>39.193,38</b>	<b>43.845,80</b>	<b>48.919,51</b>	<b>54.450,48</b>
<b>Gastos Financieros</b>	<b>13825,17</b>	<b>12304,40</b>	<b>10950,92</b>	<b>9746,32</b>	<b>8674,22</b>
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>21.103,87</b>	<b>26.888,98</b>	<b>32.894,88</b>	<b>39.173,19</b>	<b>45.776,26</b>
Participación trabajadores (15%)	3165,58	4033,35	4934,23	5875,98	6866,44
<b>UTILIDAD DESPUÉS PARTICIPACIÓN</b>	<b>17.938,29</b>	<b>22.855,63</b>	<b>27.960,65</b>	<b>33.297,21</b>	<b>38.909,82</b>
Impuesto a la Renta (25%)	4484,57	5713,91	6990,16	8324,30	9727,46
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>13.453,72</b>	<b>17.141,72</b>	<b>20.970,48</b>	<b>24.972,91</b>	<b>29.182,37</b>

Fuente: Cuadros Anteriores.

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

Los resultados que se demuestra en el cuadro reflejan que la empresa tendrá utilidades considerables, no obstante las utilidades no siempre serán progresivas pues existe una variación entre años, pero todos representan una buena utilidad.

**3.6.12.2. Estado de Flujo de Caja.**

Es importante realizar este cálculo de esta manera se podrá conocer la capacidad de pago que la empresa tiene.

**CUADRO # 75.**

**FLUJO DE CAJA**

Cuentas	Años					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>A. SALDO INICIAL DE CAJA</b>		<b>22070,63</b>	<b>50079,54</b>	<b>78837,54</b>	<b>114552,80</b>	<b>158198,25</b>
<b>B. INGRESOS OPERACIONALES</b>		<b>109.008</b>	<b>117620</b>	<b>126912</b>	<b>136938</b>	<b>147756</b>
Ingresos por Ventas	-	109.008	117.619,63	126.911,58	136.937,60	147.755,67
<b>C. EGRESOS OPERACIONALES</b>	-	<b>112.060,09</b>	<b>117.215,03</b>	<b>123.301,25</b>	<b>129.529,03</b>	<b>136.318,01</b>
Materia Prima		9.172,37	9.676,17	10.169,92	10.586,81	11.127,70
Mano de Obra Directa	-	17.758,75	18.646,69	19.579,02	20.557,98	21.585,87
Mano de Obra Indirecta	-	15995,84	16795,63	17635,41	18517,18	19443,04
Costos Indirectos de fabricación	-	1.560,00	1.637,06	1.717,93	1.802,80	1.891,86
Gastos Administrativos	91.014,97	51.221,92	52.816,53	55.162,23	57.523,62	60.106,18
Gastos de Ventas	91.014,97	16.351,20	17.642,94	19.036,74	20.540,64	22.163,35
<b>D. FLUJO OPERACIONAL (B-C)</b>	-	<b>-3.052,09</b>	<b>404,61</b>	<b>3.610,33</b>	<b>7.408,57</b>	<b>11.437,66</b>
<b>E. INGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>-91.014,97</b>	<b>6.806,64</b>	<b>6.806,64</b>	<b>6.806,64</b>	<b>6.806,64</b>	<b>13.515,60</b>
Créditos a contratarse a corto plazo	-	-	-	-	-	-
Créditos a contratarse a largo plazo	44597,34	-				
Futuras capitalizaciones	-					
Aportes de capital	46417,63					
Depreciación		5.581,96	5.581,96	5.581,96	5.581,96	5.581,96
Amortización		1224,68	1224,68	1224,68	1224,68	1224,68
Saldo Remanente						6708,96
<b>F. EGRESOS NO OPERACIONALES</b>		<b>31.763,47</b>	<b>35.160,04</b>	<b>38.911,57</b>	<b>43.043,53</b>	<b>48.074,53</b>
Pago de intereses		4905,71	3384,94	2031,45	826,85	245,24
Pago de créditos a corto plazo						
Pago de créditos a largo plazo		8919,47	8919,47	8919,47	8919,47	8919,47
Pago participación de utilidades		13.453,72	17.141,72	20.970,48	24.972,91	29.182,37
Pago de impuestos		4.484,57	5.713,91	6.990,16	8.324,30	9.727,46
Inversión fija	81749,30					
Inversión diferida	9265,67					
Capital de trabajo						
<b>G. FLUJO NO OPERACIONAL (F-E)</b>		<b>24.956,82</b>	<b>28.353,39</b>	<b>32.104,92</b>	<b>36.236,89</b>	<b>34.558,93</b>
<b>H. FLUJO NETO GENERADO (D+G)</b>		<b>28.008,91</b>	<b>28.758,00</b>	<b>35.715,25</b>	<b>43.645,45</b>	<b>45.996,59</b>
<b>SALDO FINAL DE CAJA (H+A)</b>		<b>50079,54</b>	<b>78837,54</b>	<b>114552,80</b>	<b>158198,25</b>	<b>204194,84</b>

Fuente: Cuadros Anteriores.

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

El en flujo de caja calculado se puede determinar que por todo el capital invertido la empresa generará una rentabilidad por período contable.

3.6.12.3. Balance General.

CUADRO # 76.

BALANCE GENERAL.

CUENTAS	AÑOS				
	2011	2012	2013	2014	2015
<b>ACTIVO</b>					
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>					
Ventas	109.008,00	117.619,63	126.911,58	136.937,60	147.755,67
Inversión	34572,32	48684,37	65944,87	-	-
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>143.580,32</b>	<b>166.304,00</b>	<b>192.856,45</b>	<b>136.937,60</b>	<b>147.755,67</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>					
Edificios	26542,50	26542,50	26542,50	26542,50	26542,50
(Depreciación Acumulada Edificios)	-1.260,77	-2.521,54	-3.782,31	-5.043,08	-6.303,84
Vehículos	18000,00	18000,00	18000,00	18000,00	18000,00
(Depreciación Acumulada Vehículos)	-2.880,00	-5.760,00	-8.640,00	-11.520,00	-14.400,00
Maquinaria y Equipo	7853,00	7853,00	7853,00	7853,00	7853,00
(Depreciación Acumulada Equipo)	-706,77	-1.413,54	-2.120,31	-2.827,08	-3.533,85
Equipo de Computo	1910,00	1910,00	1910,00	1910,00	1910,00
(Depreciación Acumulada Equipo de Computo)	-424,47	-848,93	-1.273,40	-1.697,86	-2.122,33
Muebles y Enseres	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00
(Depreciación Acumulada Muebles)	-270,00	-540,00	-810,00	-1.080,00	-1.350,00
Útiles de oficina	179,80	179,80	179,80	179,80	179,80
(Depreciación Acumulada Útiles)	-39,96	-79,92	-119,87	-159,83	-199,79
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>51.903,34</b>	<b>46.321,38</b>	<b>40.739,41</b>	<b>35.157,45</b>	<b>29.575,49</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>195.483,66</b>	<b>212.625,38</b>	<b>233.595,87</b>	<b>332.444,74</b>	<b>383.882,17</b>
<b>PASIVO</b>					
<b>PASIVO CORTO PLAZO</b>					
Préstamos por Pagar	41.675,87	29.371,46	18.420,54	8.674,22	0
Documentos por pagar	0	0	0	0	0
Participación por Pagar	3.165,58	4.033,35	4.934,23	5.875,98	6.866,44
Impuestos Por Pagar	4.484,57	5.713,91	6.990,16	8.324,30	9.727,46
<b>TOTAL PASIVO CORTO PLAZO</b>	<b>49.326,02</b>	<b>39.118,72</b>	<b>30.344,94</b>	<b>22.874,51</b>	<b>16.593,89</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>49.326,02</b>	<b>39.118,72</b>	<b>30.344,94</b>	<b>22.874,51</b>	<b>16.593,89</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
Capital Social	<b>91014,97</b>	<b>91014,97</b>	<b>91014,97</b>	<b>91014,97</b>	<b>91014,97</b>
Utilidades retenidas		13.453,72	30.595,44	51.565,93	76.538,84
Utilidad del Ejercicio	13.453,72	17.141,72	20.970,48	24.972,91	29.182,37
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>104.468,69</b>	<b>121.610,41</b>	<b>142.580,90</b>	<b>167.553,81</b>	<b>196.736,17</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>195.483,66</b>	<b>212.625,38</b>	<b>233.595,87</b>	<b>332.444,74</b>	<b>383.882,17</b>

Fuente: Cuadros Anteriores.

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

En el Balance General se ha presentado todos los bienes que la empresa poseerá, así como también las deudas que contraerá en el transcurso de sus actividades consecutivas en los próximos años, por ende la rentabilidad que generará la misma.

### ***3.6.13. Razones Financieras.***

Estos índices permitirán a “AVÍCOLA MARBEL” S.A. comprender la posición económica en un momento dado para poder tomar decisiones correctas.

#### ***3.6.13.1. Razones de Liquidez.***

Dentro de este índice económico tenemos:

Razón Corriente:

$$\text{Razón Corriente} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}} = \frac{195.483,66}{49.326,02} = \$3.96$$

Por cada dólar de deuda que tiene la empresa “AVÍCOLA MARBEL” S.A. en el corto plazo esta cuenta con \$3.96 ctvs. para cubrirla.

Capital de Trabajo:

$$\text{Capital de Trabajo} = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$$

$$\text{Capital de Trabajo} = 195.483,66 - 49.326,02 = 146.157,64$$

“AVÍCOLA MARBEL” S.A. luego de pagar sus deudas a corto plazo cuenta con USD 146.157,64 ctvs. de recursos para poder operar con normalidad

### **3.6.13.2. Razones de Apalancamiento.**

Razón del nivel de endeudamiento:

$$\text{Nivel de Endeudamiento Externo} = \frac{\text{PasivoTotal}}{\text{ActivoTotal}} * 100\%$$

$$\text{Nivel de Endeudamiento Externo} = \frac{49.326,02}{195.483,66} = 25,23\%$$

Del capital operativo de la empresa el 25,23% será financiado por el Banco Nacional de Fomento.

$$\text{Nivel de Endeudamiento Interno} = \frac{\text{Patrimonio}}{\text{ActivoTotal}} * 100\%$$

$$\text{Nivel de Endeudamiento Interno} = \frac{104468,69}{195.483,66} = 53,44\%$$

Del total del capital operativo de la empresa las socias aportaran con el 53, 44% para que esta pueda operar sus actividades con normalidad.

### **3.6.13.3. Razones de Rentabilidad.**

**Margen Neto de Utilidad:**

$$\text{Margen Neto de Utilidad} = \frac{\text{UtilidadNeta}}{\text{VentasNetas}} * 100\%$$

$$\text{Margen Neto de Utilidad} = \frac{13453,72}{109008,00} = 12,34\%$$

Del patrimonio total que la empresa posee la utilidad que se obtendrá es del 12,34% al final de su período contable.

**Margen bruto de utilidades:**

$$\text{Margen Bruto de utilidad} = \frac{\text{Util. Bruta en Ventas}}{\text{Ventas Netas}} * 100\%$$

$$\text{Margen Bruto de utilidad} = \frac{92656,80}{109008,00} = 85\%$$

La empresa tendrá un margen bruto de utilidad de ventas correspondientes al 85%.

**Rentabilidad Sobre el Capital:**

$$\text{Rentabilidad Sobre el Capital} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital}} * 100\%$$

$$\text{Rentabilidad Sobre el Capital} = \frac{109.008,00}{91.014,97} = 1.2\%$$

La empresa generará una rentabilidad del 1,2%, siendo aceptable para la operación de la misma.

**Rentabilidad Sobre el Patrimonio:**

$$\text{Rentabilidad Sobre el Patrimonio} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}} * 100\%$$

$$\text{Rentabilidad Sobre el Patrimonio} = \frac{109008,00}{104.468,69} = 1,04\%$$

Del patrimonio total con el que contara la empresa la utilidad que esta generara será del 1,04%.

### **3.6.14. Capital de Trabajo.**

Este indicador refleja el efectivo con el que la empresa cuenta, se considera que para cada año este se divide en 3 meses (90 días) como se detalla a continuación.

#### **CUADRO # 77.**

#### **CAPITAL DE TRABAJO**

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>AÑO</b>				
	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Rotación trimestral	90				
Capital de trabajo	1.211,20	1.306,88	1.410,13	1.521,53	1.641,73
Variación Capital de Trabajo	1.211,20	95,68	103,24	111,40	120,20

Fuente: Cuadros Anteriores.

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

Según el cuadro la futura empresa necesita de un capital de USD 1.211,20 para iniciar su operación en el primer año.

### **3.6.15. Flujos Nominales.**

Este cálculo permitirá a la empresa determinar todos los valores que intervienen en las operaciones de la misma, para que pueda operar con normalidad sus actividades.

**CUADRO # 78.**

**FLUJOS NOMINALES.**

FLUJOS NOMINALES	AÑO					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Inversión</b>	<b>91014,97</b>					
Ventas Nominales		109008	117619,632	126911,583	136937,598	147755,6682
Menos Gastos Nominales		-	-	-	-	-
		80.725,30	82.763,88	85.149,88	87.810,58	90.943,76
<b>Variables</b>		<b>25.523,57</b>	<b>27.319,11</b>	<b>29.206,65</b>	<b>31.127,45</b>	<b>33.291,05</b>
<b>Fijos</b>		<b>55.201,73</b>	<b>55.444,76</b>	<b>55.943,23</b>	<b>56.683,13</b>	<b>57.652,71</b>
<b>Utilidad Operacional</b>		<b>28.282,70</b>	<b>34.855,75</b>	<b>41.761,70</b>	<b>49.127,02</b>	<b>56.811,91</b>
Menos Participación e Impuestos		-	-	-	-	-
		1.318,99	1.680,56	2.055,93	2.448,32	2.861,02
<b>Utilidad después de Impuestos y participación</b>		<b>26.963,71</b>	<b>33.175,19</b>	<b>39.705,77</b>	<b>46.678,69</b>	<b>53.950,90</b>
Más Depreciación		5.581,96	5.581,96	5.581,96	5.581,96	5.581,96
<b>Flujo Real de Operación</b>		<b>32.545,67</b>	<b>38.757,16</b>	<b>45.287,73</b>	<b>52.260,66</b>	<b>59.532,86</b>
Más Requerimientos/Recuperación CT		-1211,20	-95,68	-103,24	-111,40	-120,20
<b>Flujo Neto antes de Venta Activos</b>	<b>-</b>	<b>31.334,47</b>	<b>38.661,47</b>	<b>45.184,49</b>	<b>57.731,22</b>	<b>59.412,66</b>
Más Recuperación Final CT						1641,73
Más Recuperación Activos						<b>63105,16</b>
<b>Total Flujos</b>	<b>(91.014,97)</b>	<b>31.334,47</b>	<b>38.661,47</b>	<b>45.184,49</b>	<b>57.731,22</b>	<b>124.159,55</b>

Fuente: Cuadros Anteriores.

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

Este cuadro indica los movimientos de dinero invertidos en el proyecto, por ende la utilidad que tendrá, expandiéndose en el mercado competitivo.

### 3.7. Evaluación Financiera del Proyecto.

Luego de obtener los resultados de los estados financieros presentados anteriormente permitirá a la futura empresa, observar con claridad las actividades económicas, con la finalidad de operar con normalidad sus actividades productivas y cubrir sus deudas con terceras personas.

#### 3.7.1. Objetivos.

- Identificar el VAN y TIR correspondientes a las actividades económicas del proyecto.
- Conocer en qué tiempo la empresa recuperará la inversión realizada.
- Definir cuál será la utilidad de la empresa, relacionando el flujo neto con la inversión del proyecto para saldar deudas.

Indicará a la empresa “AVÍCOLA MARBEL” S.A. la rentabilidad que esta alcanzó después del período de recuperación sobre la inversión que realizó para la puesta en marcha del proyecto.

#### 3.7.2. Valor Actual Neto (VAN).

##### CUADRO # 79.

##### CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN).

VALOR ACTUAL NETO	AÑO					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
COSTO OPORTUNIDAD		26%	26%	26%	26%	26%
VAN	42.794,27	24.868,63	24.352,15	22.588,00	22.904,91	39.095,56

Fuente: Cuadros Anteriores.

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

Con respecto al cálculo realizado se puede decir que el VAN del proyecto es de USD 42.794.27 representando viabilidad del proyecto pues tendrá un rendimiento mayor a cero.

### ***3.7.3. Tasa Interna de Retorno (TIR).***

Para calcular esta tasa se ha visto la necesidad de utilizar las ecuaciones financieras del programa hoja de cálculo electrónica, para lo cual se tomó en cuenta el valor inicial de la inversión anteponiendo el signo negativo y los flujos nominales proyectados para el período indicado.

#### **CUADRO # 80.**

#### **CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)**

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJOS DE EFECTIVO</b>
0	(91.014,97)
1	31.334,47
2	38.661,47
3	45.184,49
4	57.731,22
5	124.159,55
<b>TIR</b>	42,91%

Fuente: Cuadros Anteriores.

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

Luego del cálculo respectivo se determinó que el TIR corresponde a un porcentaje del 42,91%, reflejando este su viabilidad para la ejecución del proyecto.

### ***3.7.4. Período de Recuperación.***

La aplicación de este período de recuperación permitirá a la empresa conocer cuál será el tiempo en que repondrá su estabilidad económica de la inversión realizada.

## CUADRO # 81.

### PERÍODO DE RECUPERACIÓN.

FLUJOS NOMINALES	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Total flujos	(91.014,97)	31.334,47	38.661,47	45.184,49	57.731,22	124.159,55
Tiempo de recuperación		<b>31.334,47</b>	<b>38.661,47</b>	<b>21.019,03</b>		
<b>PERÍODO</b>		1 año	1 año	7 meses		

Fuente: Cuadros Anteriores.

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

La empresa recuperará su inversión en un período de 2 años, 7 meses.

#### *3.7.5. Relación Costo Beneficio.*

Por medio de este cálculo de evaluación financiera la empresa conocerá cual es el beneficio que tendrá por invertir en el proyecto.

$$B/C = \frac{\Sigma \text{Flujos Netos}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$B/C = \frac{297.071,19}{91.014,97}$$

$$B/C = \$3,26$$

Después del cálculo correspondiente realizado se deduce que la relación del costo beneficio que arrojará el proyecto será de \$3,26 por cada dólar que se invierta en el mismo.

#### *3.7.6. Análisis de Sensibilidad Económica.*

Mediante este procedimiento efectuaremos una evaluación de las distintas variables que intervienen en este proyecto de factibilidad, determinando así la decisión sobre su ejecución.

## CUADRO # 82.

### ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

INDICADORES	VAN	TIR	R C/B	RESULTADO
<b>Proyecto</b>	42.794,27	42,91%	3,26	VIABLE
Precio de venta (-15%)	7.88	41,38%	3,18	SENSIBLE.
Volumen de ventas (-10%)	98027,20	38,93%	3,14	POCO SENSIBLE

Fuente: Cuadros Anteriores.

Elaborado por: Erika Pilatasig y Mariela Toapanta

Con respecto al cuadro anterior se puede decir que el VAN es positivo para la realización del proyecto, el TIR corresponde a un 42,91%, con esto se pretende que el período de recuperación de la empresa será en los próximos años, así también determinando que la relación de Costo Beneficio, por cada dólar invertido en el proyecto se recuperará USD 3,26 considerando así la realización de la idea.

Por otro lado para conocer la sensibilidad que tendrá el proyecto se realizó un decremento del total del precio de venta de pollos en pie una disminución del 15%, resultando de esto un VAN positivo, la disminución del TIR y el período de recuperación para este giro del negocio es de 5 años.

Mientras que para deducir el volumen de ventas totales se realizó una disminución del 10%, logrando así que el tanto el VAN como el TIR con respecto al período de recuperación sean aceptables para la empresa “AVÍCOLA MARBEL” S.A

## **GLOSARIO DE TÉRMINOS:**

- **Activo Diferido.-** Representa las reparticiones que deben ser aplicadas a gastos o costos de períodos futuros, por lo que tienen que mostrarse en el balance a su costo no devengado.
- **Activo Fijo.-** Es aquel que no varían durante el ciclo de explotación de la empresa durante el año fiscal.
- **Activo Intangible.-** Son elementos inmateriales que son valorables económicamente: concesiones, fondo de comercio, derecho de traspaso, etc.
- **Administración.-** Es el proceso de planificar, organizar, dirigir, y controlar el uso de los recursos en las actividades diarias de las empresas.
- **AGROCALIDAD.-** Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro.
- **Balance general.-** Representa la situación financiera de la empresa de un período contable (1 año).
- **CONAVE.-** Corporación Nacional de Avicultores.
- **Control.-** Es monitorear las actividades que se llevan a cabo en una empresa mediante la aplicación de reglamentos y normas para tomar de mejor forma las decisiones.
- **Demanda.-** Representa la cantidad de productos o servicios que el mercado objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos.
- **Dirección.-** Es saber llegar a los empleados para motivarlos al cumplimiento de los objetivos planteados por la empresa.
- **Ecología.-** Es la ciencia que estudia a los seres vivos, su ambiente, la distribución y abundancia, cómo esas propiedades son afectadas por la interacción entre los organismos y su ambiente.

- **Eficaz.-** Es cuando una persona es capaz de hacer lo necesario para lograr los objetivos deseados o propuestos.
- **Eficiente.-** Es aquella que utiliza de mejor manera los recursos disponibles de la empresa para el cumplimiento de los objetivos.
- **Empresa.-** Entidad dedicada a las actividades industriales, mercantiles, o de prestación de servicios con fines de lucro.
- **Esparcimiento.-** Es la separación de dos o más objetos que se encuentran juntos.
- **Financiero.-** Persona entendida en asuntos mercantiles y bancarios.
- **Indicador Financiero.-** es un número abstracto que representa el movimiento en conjunto de varios activos financieros que lo componen (acciones, bonos, monedas, etc.).
- **Inversión.-** Es el acto mediante el cual se adquiere ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo. La inversión se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio con el objetivo de incrementarlo.
- **Leasing.-** Es un Término utilizado para negociaciones de contratos de arrendamiento con derecho a compra del bien.
- **Mercado.-** Es el lugar al que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a un determinado precio.
- **Nicho de mercado.-** Es un espacio en el mercado que aún no ha sido cubierto en su totalidad por parte de las empresas.
- **Oferta.-** Es la cantidad de bienes o servicios que individuos, empresas u organizaciones quieren y pueden vender en el mercado a un precio determinado.
- **Organigrama.-** Es la representación de la estructura de una empresa u organización, constan también los departamentos que tiene una

empresa u organización y en algunos casos, las personas que las dirigen, denotando las relaciones.

- **Organización.-** Es un conjunto de elementos, compuesto principalmente por personas, que actúan e interactúan entre sí bajo una estructura pensada y diseñada para que los recursos humanos, financieros, físicos, de información y otros, de forma coordinada, ordenada y regulada por un conjunto de normas, logren determinados fines, los cuales pueden ser de lucro o no.
- **Oligopólicas.-** Es un mercado el cual es dominado por un minucioso número de vendedores o prestadores de un servicio.
- **Pecuarías.-** Se refiere a la crianza de aves de corral para su posterior aprovechamiento económico.
- **Pionera.-** Persona que inicia la exploración de nuevas tierras o que emprende una nueva actividad.
- **Piridoxina.-** Es también conocida como la vitamina B6.
- **Prefactibilidad.-** Consiste en un análisis preliminar de la idea del proyecto, a fin de verificar su viabilidad.
- **Preinversión.-** Es el objetivo evaluar la conveniencia de realizar un Proyecto de inversión es decir, exige contar con los estudios que sustenten que es socialmente rentable, sostenible y concordante con los lineamientos de política establecida por las autoridades correspondientes
- **Racional.-** La racionalidad es una capacidad humana que permite pensar, evaluar y actuar de acuerdo a ciertos principios de optimadas y consistencia, para satisfacer algún objetivo o finalidad.

## **CONCLUSIONES:**

- Después de terminado el presente trabajo se puede decir que en el cantón Latacunga, existen empresas dedicadas a la producción y comercialización de pollos de engorde, a pesar de ello no han podido cubrir con la demanda existente en el mismo, por esta razón se ha creído conveniente la creación de un nuevo plantel avícola con el propósito de llegar a atender una parte del mercado intentando satisfacer las necesidades de los posibles consumidores.
- Otra de las razones por las que se pretende implantar la idea del negocio, es por las condiciones climáticas y ecológicas que la provincia posee, pues son aptas para el desarrollo de este tipo de empresas.
- La venta de los pollos de engorde en la mayoría de los casos son realizadas de manera indirecta es decir que intervienen terceras personas para su comercialización llegando así al consumidor final, por esta razón se ha creído conveniente que los propietarios de la empresa salgan a los mercados directamente para poder expender el producto a un precio cómodo y al alcance de las personas.
- El estudio de mercado permitió conocer a fondo los gustos y preferencias de los posibles consumidores del producto que la empresa pretende expender y la cantidad de producto que se producirá de acuerdo al tamaño de la planta productiva, además se reconoció los parámetros bajo los cuales la empresa deberá trabajar.
- Para que el producto sea comercializado de la mejor forma posible se planteó diferentes alternativas atractivas al consumidor, las cuales permitirán resaltar por qué las personas deberían consumir el producto en mención.
- El estudio técnico determinó que para la realización del presente proyecto se cuenta con parámetros técnicos actuales como son costos reales, diagramas de flujo lógicos y aceptables, lo cual permitirá cumplir con las metas establecidas por la futura empresa, para posteriormente ampliar su mercado con la búsqueda de nuevos puntos de venta y manteniéndose en constante investigación para progresar de acuerdo a las exigencias globales.

- La proyección de la producción desde un punto de vista técnico es la base de la construcción del proyecto, pues por medio de estos se podrá conocer los costos que incurrirán en el mismo, los ingresos que este generarán por cada lote de producción, es decir son costos exactos; no estimaciones.
- Por medio de la matriz de ponderación se pudo determinar que la locación del proyecto es adecuada pues el lugar donde se pretende construir el plantel cuenta con todos los servicios necesarios para la ejecución del mismo, mediante la capacidad de la planta productiva está dividida en tres galpones cada uno tiene una capacidad de producción de 1300 aves mismas que se encuentran divididas de 433 aves por cada parvada.
- Los residuos generados en el proceso de crianza y engorde de pollos serán destinados para la utilización en cultivos agrícolas de la zona y también para su comercialización, mismos que serán manejados para la fertilización de terrenos.
- Después del análisis económico realizado mediante la aplicación del VAN, TIR y Costo beneficio se pudo determinar la viabilidad del proyecto, así como las utilidades que generará el mismo y de las deudas que cubrirá llegando a saldar el financiamiento.

## **RECOMENDACIONES:**

- Se recomienda poner en marcha el presente proyecto pues se ha podido determinar que es viable ya que cuenta con todos los estudios correspondientes, mismos que fueron realizados con proyecciones y con datos reales recolectados durante los diferentes estudios.
- La capacidad productiva instalada de la planta es de 13979 aves en un año, para ello se recomienda la implantación de un molino mezcladora y de un silo para generar nuestro propio alimento y así poder incrementar la producción de manera considerable.
- Se debe iniciar el proyecto con las inversiones y adquisiciones planteadas en el plan de inversiones, con la finalidad de generar una buena rentabilidad para que la empresa pueda operar con normalidad.
- La forma más adecuada de recopilar y posteriormente analizar los datos es aplicando una encuesta con un cuestionario bien estructurado para conocer directamente los gustos y preferencias de los clientes, en aspectos relacionados con el producto.
- Para la comercialización del producto se debe tomar en cuenta diferentes aspectos que influyen de forma directa en los consumidores, pues de ello dependerá el éxito o el fracaso de la empresa.
- Se sugiere que el personal encargado de la producción monitoree y controle los equipos, suministros de energía y alimentos para evitar pérdidas de la producción y demoras en el proceso productivo.
- Con el fin de sortear la escases de alimento, es recomendable buscar mejores canales de abastecimiento del alimento de las aves con los proveedores además también sería bueno llevar a cabo alianzas estratégicas para evitar este posible problema es bueno que el alimento sea adquirido semanalmente. Para evitar demoras en el proceso productivo.

- Para un buen manejo de la crianza y engorde de los pollos se debe contar con todos los implementos (iluminación, calefactores y ventilación) necesarios para el desarrollo de los mismos obteniendo productos de calidad.
- Para evitar malestar en los habitantes del sector sería conveniente la creación de cortinas vegetales de plantas aromáticas que minimicen el mal olor de residuos generados por las aves.
- La desinfección de los galpones se debe de realizar después de la salida de cada parvada, con el fin de evitar enfermedades en la nueva producción y por ende realizar la limpieza de camas y cambio de viruta.
- Para colocar la nueva parvada es recomendable esperar 15 días, después de la salida de los pollos adultos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

### Citada

- ALCARAZ, Rafael, El emprendedor de éxito, Tercera Edición, Mc Graw Hill, México, 2000. (Pág.1)
- BACA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, Quinta Edición, Mc Graw Hill Interamericana, México, 2001. (Pág. 53, 117, 221)
- BALANKO, Greg, Como preparar un Plan de Negocios Exitosos, Primera Edición, Mc Graw Hill, México, 2010 (Pág.7).
- BURBANO, Jorge, Enfoque de Gestión Planeación y control de recursos, Tercera edición, Mc GRAW – HILL Interamericana S.A., Colombia-Bogotá, 2005. (Pág.9)
- CHIAVENATO, Idalberto, Administración procesos administrativos , Tercera Edición, Mc Graw Hill Interamericana S.A, Colombia, 2001 (Pág. 8)
- DAFT, Richard y MARCIC, Dorothy, Introducción a la administración, Cuarta Edición, Mc GRAW – HILL Interamericana S.A., México, 2001 (Pág.7).
- EROSA, Victoria, Proyectos de inversión, Primera Edición, Persona Educación, México, 1997., (Pág.78).
- GUERRERO, Gustavo, Proyectos de inversión, Primera edición, Centro de difusión y publicaciones-ESPOL, Año 2007, Guayaquil-Ecuador.(Pág. 127, 189)
- KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary, Marketing, Edición adaptada, México , 2001, (Pág. 600)
- MALHOTRA, Naresh, Investigación de mercados, Quinta edición, Persona Educación, México 2008. (Pág.7).
- MOKATE, Karen, Evaluación financiera de proyectos de inversión, Segunda Edición, Alfaomega Colombia S.A., 2004. (Pág. 1, 32, 34).
- MORALES, Arturo y MORALES, José, Proyectos de inversión, evaluación y formulación, Primera edición, Mc GRAW – HILL Interamericana S.A., México, 2009. (Pág.164, 174, 177, 182, 203, 231).
- NÚÑEZ, Rafael, Manual para la elaboración de proyectos de inversión, Primera edición, Editorial Trillas. S.A. México, 2007. (Pág. 13, 27, 50, 65, 66,79, 83, 84, 103, 104)

- OCAMPO, José, Costos y evaluación de proyectos, Primera edición, Grupo Patria Cultura S.A., México, 2002. (Pág.187).
- PALAO, Jorge y GÓMEZ, Vicente, (2009), Haga realidad su sueño mediante un plan de negocios, Primera Edición, Palao Editores Sac. Perú, 2009 (Pág. 18)
- RODRIGUEZ, Freddy, Construyendo mi primer proyecto, Primera Edición, Ecuador del Futuro, Ecuador, 2003. (Pág. 7).
- ROJAS, Miguel, Evaluación de proyectos para ingenieros, Primera Edición, Colombia, Ecoediciones Ltda., 2007 (Pág. 2)
- SAPAG, Nassir y CHAIN, Reinaldo. Preparación y Evaluación de Proyectos, Tercera Edición, Año 1995, Impreso en Colombia.
- SILVA, Jorge, Emprendedor, crear su propia empresa, Primera Edición, Alfaomega Colombia S.A, Colombia, 2000 (Pág. 27).
- STEPHEN, Robbins, Administración, Sexta Edición, Person Education, México, 2000. (Pág.8)

### **Consultada**

- ALCARAZ, Rafael. El emprendedor de éxito, Tercera Edición, Año 2006, Impreso e México.
- ALEGRE, Jenner, Formulación y evaluación de proyectos de inversión, Quinta edición, Editorial Americe, año 2003, Lima-Perú.
- HARTLEY, Kerin, HARTLEY, Steven, RODELIUS, William. Marketing, Segunda Edición, Año 2007, Impreso en España S.A.U.
- KOTLER, Philip, AMSTRONG, Gary. Principios de marketing, Doceava Edición, Impreso en Madrid España.
- LEÓN, Meggiuson. Administración, conceptos y aplicación, Tercera Edición, Año 1996.
- MALHOTRA, Naresh. Investigación de mercado, Quinta Edición, Año 2088, Impreso en México.
- MEDELLÍN, Víctor; DÍAZ Flor; MURCIA, Jairo; ORTEGA, Jorge; SANTANA, Leonardo; GONZALES, Magda, OÑATE, Gonzalo; BACA, Carlos. Proyectos

Formulación y Criterios de Evaluación, Primera Edición, Año 2009, impreso por Alfaomega Colombiana S.A.

### **Virtual.**

- file:///F:/Consulta%20para%20la%20tesis/banner1.php.htm, 14 de julio del 2011 15:53
- www.bce.fin.ec
- www.bnf.fin.ec
- http://proyectosproductivopolloscalidad.blogspot.com/, 7 de octubre del 2011 14:23
- www.google academico.com: estudio\_de\_articulacion\_de\_pequeños\_productores [1].pdf - Adode Reader, 23 de junio del 2011. 16:17
- www.google.com :Criadero-de-Pollos-parrilleros, 23 de septiembre del 2011 13:45
- file:///J:/Consulta%20para%20la%20tesis/Capitulo-2-Ingenieria-de-Proyectos.htm, 21 de julio del 2011 17:00.
- file:///J:/Consulta%20para%20la%20tesis/la-produccion-avicola-alimenta-a-todo-el-ecuador-351678.html, 25 de abril del 2011 13:27.

# ANEXOS



## ENCUESTA.

### UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI. UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS.

#### CUESTIONARIO.

**Objetivo:** El siguiente cuestionario tiene como objetivo recopilar información con el propósito de estudiar la demanda insatisfecha existente en el mercado de la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi.

**Recomendaciones:** Lea detenidamente el cuestionario y por favor conteste con la mayor sinceridad posible, pues de su respuesta depende del éxito de la investigación a efectuarse. Marque con una equis (X) la respuesta.

#### 1) ¿Dentro de su alimentación usted consume carne de pollo?

Si  No

Si su respuesta es positiva por favor continúe con las siguientes preguntas y en caso de ser negativa muchas gracias por su colaboración.

#### 2) ¿Por cuál de los siguientes tipos de carnes presentados usted tiene mayor preferencia?

Carne de res  Carne cerdo  Carne de borrego  Pollo   
Mariscos  Carne de soya.

#### 3) ¿Con qué frecuencia consume la carne de pollo?

Diario  Semanal  Quincenal  Mensual

#### 4) ¿Qué cantidad de carne de pollo consume usted?

Una libra.  2 libras.  3 libras.  4 libras.   
Un pollo entero.  Otra cantidad.

Si su respuesta es otra por favor indique la cantidad.....

#### 5) ¿Qué aspectos usted considera al momento de adquirir el producto?

Precio  Calidad  Cantidad  Servicio

**6) En general ¿cómo considera los precios de la carne de pollo con respecto a otro tipo de carnes?**

Económicos

Aceptables

Altos

**7) ¿Conoce usted la existencia de planteles avícolas en la ciudad de Latacunga que alimenten a las aves si exceso de químicos?**

Si

No

**8) ¿Dónde le gustaría adquirir los pollos en pie?**

Plaza Canadá (San Felipe)

Saquisilí

Pujilí

Salcedo

**9) ¿Cuál de los siguientes servicios le gustaría que la futura empresa ofrezca al cliente?**

Servicios a domicilio.

Descuentos

Promociones.

**10) ¿De qué manera desearía adquirir el producto?**

Forma directa

Forma indirecta

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.**

## DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS.

CUENTAS	COSTO USD	% RESIDUAL	VALOR RESIDUAL	# DE AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL
Edificio y Construcciones	26542,50	5%	1327,13	20	1260,77
Vehículo	18000,00	20%	3600,00	5	2880,00
Maquinaria y Equipo	7853,00	10%	785,30	10	706,77
Equipo de Computación	1910,00	33,33%	636,60	3	424,47
Muebles y Enseres	3000,00	10%	300,00	10	270,00
Útiles de oficina	179,80	33,33%	59,93	3	39,96
<b>TOTAL</b>					5.581,96

## DISEÑO DE LA MISIÓN DE LA EMPRESA

- **¿Qué hace la empresa?**  
Ofrecer un producto calificado con un buen peso y precio.
- **¿Para qué lo hace?**  
Para satisfacer las exigencias del consumidor y para tener un nivel de rentabilidad.
- **¿Con qué lo hace?**  
Contando con un personal idóneo en todo el proceso productivo.
- **¿Cómo lo hace?**  
Brindando confianza al momento de adquirir el producto.
- **¿Con cuáles criterios se rige?**  
Rigiéndose a las normativas establecidas por AGROCALIDAD.

## DISEÑO DE LA VISIÓN DE LA EMPRESA

- **¿Cómo se vería la empresa en un futuro?**  
Como una empresa líder en el mercado de Latacunga.
- **¿Qué necesidades trata de satisfacer nuestra organización externa e internamente?**  
Trata de cubrir con las expectativas de la demanda insatisfecha existente en el mercado.
- **¿Cuál es la razón de ser de la organización, sus valores?**  
Los valores de la empresa son la responsabilidad y confianza al momento de adquirir el producto.
- **¿Qué pretende lograr la organización**  
Ampliar las instalaciones de la planta productiva para incrementar los niveles de producción.
- **¿Qué caminos seguirá para lograr su visión?**  
Deberá trabajar con eficiencia y eficacia para cumplir los objetivos establecidos por la empresa.
- **¿En qué tiempo se cumplirá la visión?**  
En un espacio temporal de 5 años aproximadamente.

## CANTÓN LATACUNGA

### POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE 5 AÑOS Y MÁS, POR SEXO

#### SEGÚN GRUPOS OCUPACIONALES

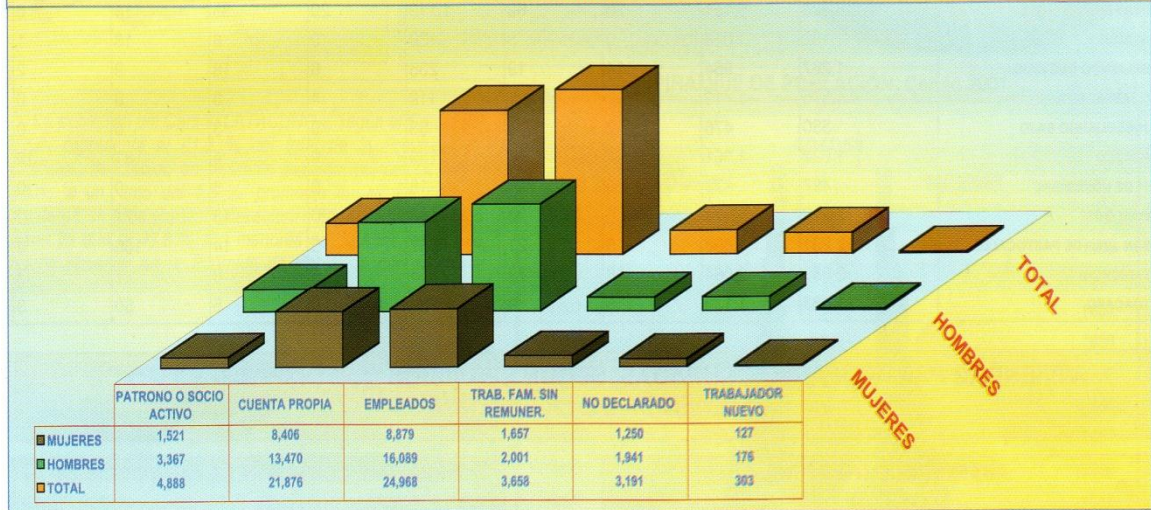
GRUPOS DE OCUPACIÓN	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
<b>TOTAL</b>	<b>58,884</b>	<b>37,044</b>	<b>21,840</b>
MIEMBROS, PROFESIONALES			
TÉCNICOS	4,381	2,413	1,968
EMPLEADOS DE OFICINA	2,697	1,410	1,287
TRAB. DE LOS SERVICIOS	6,094	2,649	3,445
AGRICULTORES	11,397	6,698	4,699
OPERARIOS Y OPERADORES			
DE MAQUINARIAS	14,457	12,516	1,941
TRAB. NO CALIFICADOS	16,806	9,103	7,703
OTROS	3,052	2,255	797

#### SEGÚN RAMAS DE ACTIVIDAD

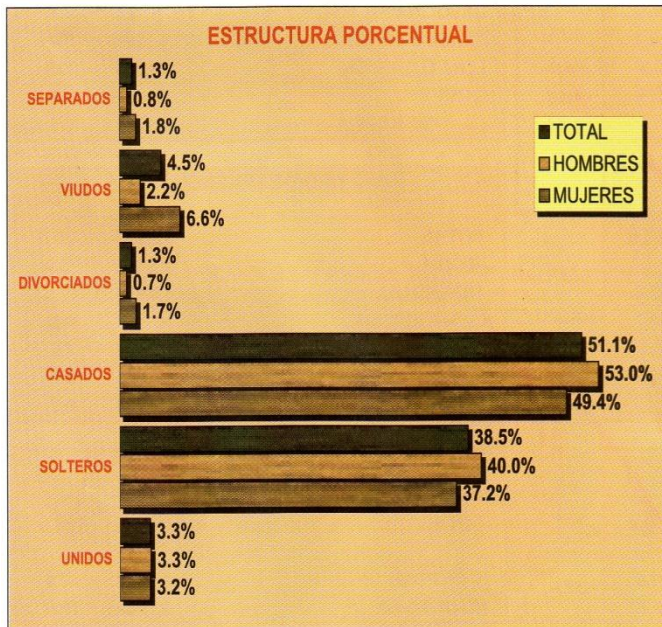
RAMAS DE ACTIVIDAD	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
<b>TOTAL</b>	<b>58,884</b>	<b>37,044</b>	<b>21,840</b>
AGRICULTURA, GANADERÍA			
CAZA, PESCA, SILVICULTURA	21,296	12,830	8,466
MANUFACTURA	7,609	5,296	2,313
CONSTRUCCIÓN	3,477	3,354	123
COMERCIO	8,595	4,961	3,634
ENSEÑANZA	2,581	1,160	1,421
OTRAS ACTIVIDADES	15,326	9,443	5,883

### POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE 5 AÑOS Y MÁS, POR SEXO

#### SEGÚN CATEGORÍA DE OCUPACIÓN



### POBLACIÓN DE 12 AÑOS Y MÁS POR ESTADO CIVIL O CONYUGAL, SEGÚN SEXO

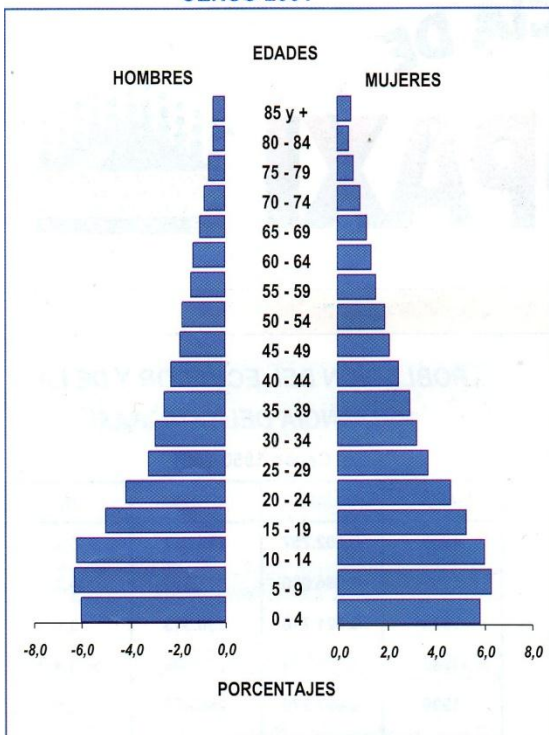


#### VALORES ABSOLUTOS

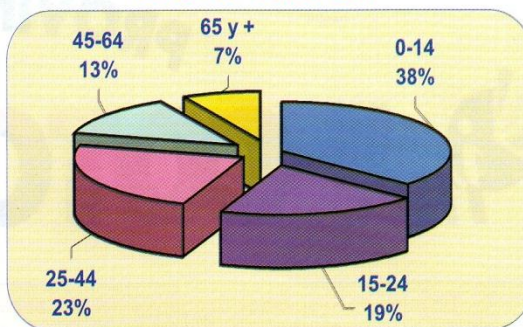
ESTADO CIVIL	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
<b>TOTAL</b>	<b>105,822</b>	<b>50,344</b>	<b>55,478</b>
UNIDOS	3,472	1,669	1,803
SOLTEROS	40,749	20,131	20,618
CASADOS	54,075	26,661	27,414
DIVORCIADOS	1,327	365	962
VIUDOS	4,778	1,113	3,665
SEPARADOS	1,375	393	982
NO DECLARADO	46	12	34

## PROVINCIA DEL COTOPAXI

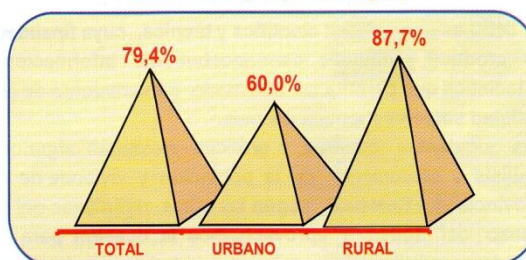
**PIRÁMIDE DE POBLACIÓN  
CENSO 2001**



**POBLACIÓN POR GRANDES GRUPOS  
DE EDAD. Censo 2001**

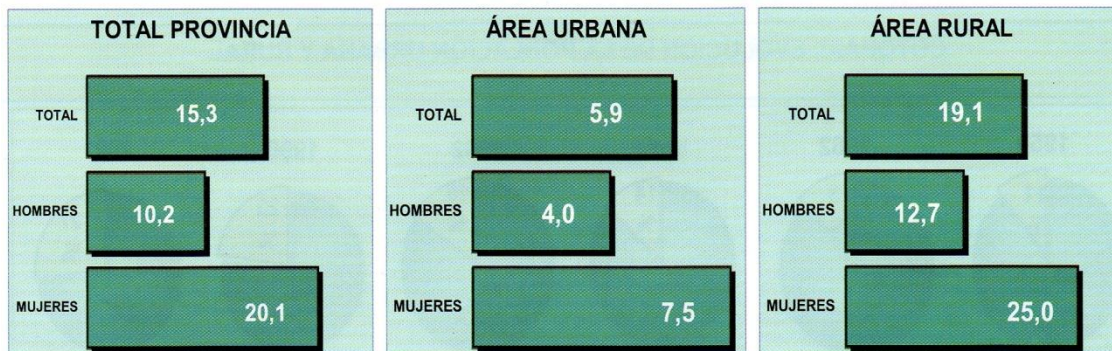


**DEPENDENCIA DEMOGRÁFICA<sup>1/</sup>  
POR ÁREAS (En porcentajes)**

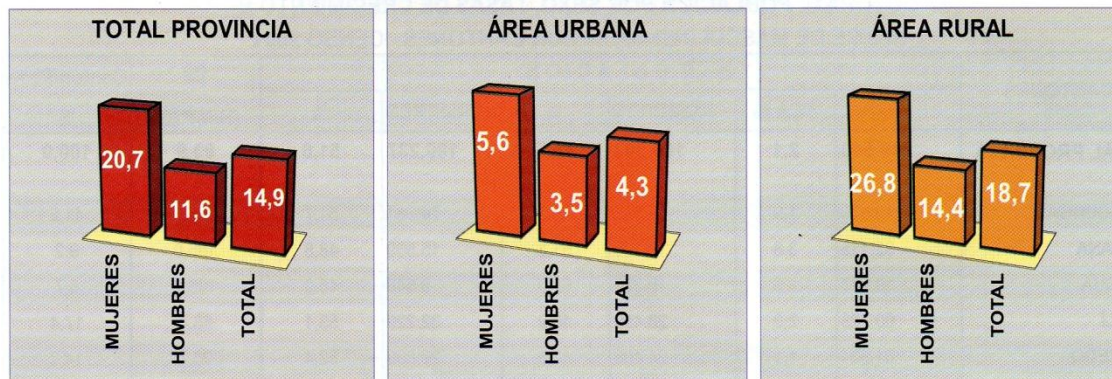


<sup>1/</sup> DD = (Pob. < 15 años + Pob. 65 años y +) / Pob. entre 15 y 64 años \* 100

**TASAS DE ANALFABETISMO DE LA POBLACIÓN DE 10 AÑOS Y MÁS,  
SEGÚN ÁREA Y SEXO. Censo 2001**



**TASAS DE ANALFABETISMO DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA,  
SEGÚN ÁREA Y SEXO. Censo 2001**

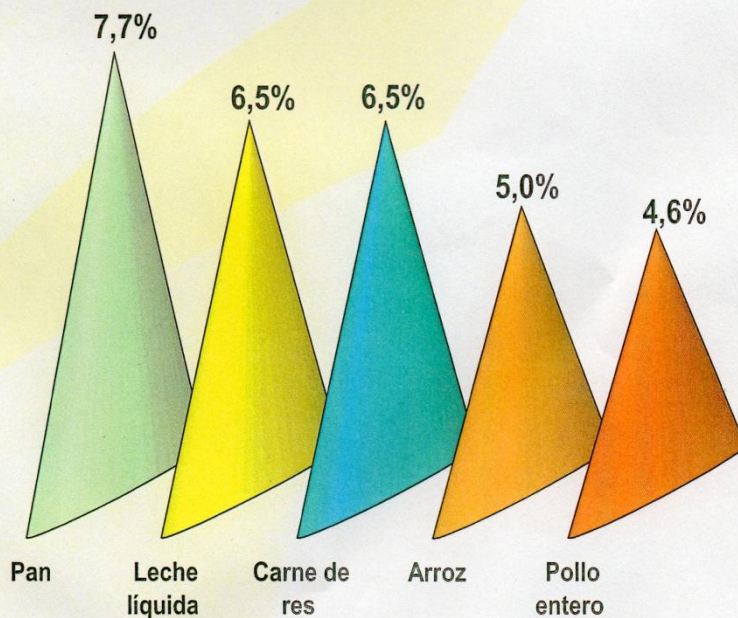


Incluye a los niños de 5 a 9 años que no saben leer ni escribir

PRODUCTOS		SIERRA
Pan	%	7.7%
	Dólares	15,335
Leche líquida	%	6.5%
	Dólares	13,109
Carne de res	%	6.5%
	Dólares	12,969
Arroz	%	5.0%
	Dólares	10,063
Pollo entero	%	4.6%
	Dólares	9,287
Papa	%	3.5%
	Dólares	7,081
Presas de pollo	%	3.1%
	Dólares	6,280
Queso	%	3.0%
	Dólares	6,088
Pescado fresco	%	2.8%
	Dólares	5,593
Azúcar	%	2.4%
	Dólares	4,749
Huevos de gallina	%	2.3%
	Dólares	4,544

PRODUCTOS		SIERRA
Gaseosas	%	2.2%
	Dólares	4,404
Aceite vegetal	%	2.1%
	Dólares	4,304
Carne de chanco	%	2.0%
	Dólares	4,031
Yogurt	%	1.8%
	Dólares	3,543
Tomate riñón	%	1.7%
	Dólares	3,370
Sardinas y atún	%	1.7%
	Dólares	3,339
Manzana	%	1.4%
	Dólares	2,856
Fideos	%	1.4%
	Dólares	2,812
Tomate de árbol	%	1.3%
	Dólares	2,509
Resto productos	%	37.0%
	Dólares	74,115
Total gasto	%	100.0%
	Dólares	200,381

## SIERRA





**TABLA 48. NÚMERO DE AVES CRIADAS EN PLANTELES AVÍCOLAS POR ESPECIES, SEGÚN REGIÓN Y PROVINCIA**

Definiciones, períodos, significados de abreviaturas y símbolos, ver texto

REGIÓN Y PROVINCIA	TOTAL	AVES CRIADAS EN PLANTELES AVÍCOLAS					
		Pollos, Pollitas, Pollos, Pollas	Gallinas Ponedoras	Gallinas Reproductoras	Avestruces	Pavos	Codornices
<b>TOTAL NACIONAL</b>	33,727,521	22,707,255	8,131,397	2,120,713	3,733	257,276	507,146
REGIÓN SIERRA	17,476,725	9,979,027	6,070,367	662,871	54	257,260	507,146
REGIÓN COSTA	15,907,382	12,403,115	2,045,363	1,455,209	3,679		
REGIÓN ORIENTAL	343,414	325,113	15,665	2,636			
<b>REGIÓN SIERRA</b>							
AZUAY	821,553	132,113	686,142	3,214			
BOLÍVAR	9,260	9,260					
CAÑAR	46,579	46,579					
CARCHI	48,664	48,000	463	201			
COTOPAXI	542,895	199,896	42,000	301,000			
CHIMBORAZO	1,143,236	866,044	144,443	132,750			
IMBABURA	1,000,090	800,580	55,863	143,646			
LOJA	1,081,874	569,438	8,528	62			503,846
PICHINCHA	5,901,733	2,880,181	2,687,359	74,476		257,218	2,500
TUNGURAHUA	3,326,200	875,001	2,444,622	6,577			
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	3,554,639	3,551,934	946	946			800
<b>REGIÓN COSTA</b>							
EL ORÓN	3,781,563	3,779,126			2,437		
ESMERALDAS	40,744	40,744					
GUAYAS	5,060,315	4,672,711	123,854	262,508	1,242		
LOS RÍOS	2,355,986	1,258,455		1,097,531			
MANABÍ	4,665,904	2,649,689	1,921,038	95,167			
SANTA ELENA	2,870	2,379	474				
<b>REGIÓN ORIENTAL</b>							
NORORIENTE	101,532	85,919	13,265	2,348			
CENTRO-SURORIENTE	241,882	239,194	2,490	288			

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (INEC) ESPAC - 2009

\* Dato oculto por confiabilidad y confidencialidad estadística

TABLA 48. NÚMERO DE AVES CRIADAS EN PLANTELES AVÍCOLAS POR ESPECIES, SEGÚN REGIÓN Y PROVINCIA

Definiciones, periclos, significados de abreviaturas y símbolos, ver texto

REGIÓN Y PROVINCIA	TOTAL	AVES CRIADAS EN PLANTELES AVÍCOLAS					
		Pollitos, Pollitas, Pollos, Pollas	Gallinas Ponedoras	Gallinas Reproductoras	Avestruces	Pavos	Codornices
<b>TOTAL NACIONAL</b>	39,127,630	28,629,072	9,400,474	314,806	1,901	259,734	521,043
<b>REGIÓN SIERRA</b>	18,314,890	10,624,078	6,897,437	13,063		259,269	521,043
<b>REGIÓN COSTA</b>	20,760,160	17,954,134	2,501,917	301,743	1,901	465	
<b>REGIÓN ORIENTAL</b>	51,980	50,860	1,120				
<b>REGIÓN SIERRA</b>							
AZUAY	697,270	4,275	677,995				15,000
BOLÍVAR	1,031	631	400				
CAÑAR	48,042	48,042					
CARCHI							
COTOPAXI	378,347	318,282	59,403	663			
CHIMBORAZO	846,447	680,264	166,183				
IMBABURA	1,351,474	1,351,474					
LOJA	984,063	474,316	4,227				505,520
PICHINCHA	11,006,167	7,393,394	3,352,981			259,269	523
TUNGURAHUA	3,002,048	353,400	2,636,248	12,400			
<b>REGIÓN COSTA</b>							
EL ORO	5,196,792	5,188,517	6,036	2,239			
ESMERALDAS	82,017	82,017					
GUAYAS	5,996,708	5,786,567	197,796	8,420	1,901		
LOS RÍOS	2,844,277	2,838,587	2,023	3,667			
MANABÍ	6,640,367	4,056,446	2,296,063	287,417		440	
<b>REGIÓN ORIENTAL</b>							
<b>NORORIENTE</b>							
CENTRO-SURORIENTE	51,980	50,860	1,120				

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (INEC) ESPAC - 2008

\* Dato oculto por confiabilidad y confidencialidad estadística

TABLA 48. NÚMERO DE AVES CRIADAS EN PLANTELES AVÍCOLAS POR ESPECIES, SEGÚN REGIÓN Y PROVINCIA

REGIÓN Y PROVINCIA	TOTAL	AVES CRIADAS EN PLANTELES AVÍCOLAS					
		Pollitos, Pollitas, Pollos, Pollas	Gallinas Ponedoras	Gallinas Reproductoras	Avestruces	Pavos	Codornices
TOTAL NACIONAL	32,998,286	22,741,394	8,736,754	1,345,938	1,963	136,705	35,521
REGIÓN SIERRA	18,347,541	12,468,367	4,749,553	958,606	*	136,596	34,410
REGIÓN COSTA	14,484,484	10,154,272	3,975,036	352,002	1,954	109	1,111
REGIÓN ORIENTAL	166,260	118,754	12,175	35,331	.	.	.
<b>REGIÓN SIERRA</b>							
AZUAY	367,433	6,749	338,200	.	.	.	22,484
BOLÍVAR	.	.	.	.	.	.	.
CAÑAR	79,521	76,251	.	3,270	.	.	.
CARCHI	.	.	.	.	.	.	.
COTOPAXI	246,200	145,816	50	100,333	.	.	.
CHIMBORAZO	550,312	550,136	.	.	.	.	176
IMBABURA	556,430	524,444	.	24,889	.	.	7,097
LOJA	29,131	26,628	858	1,646	.	.	.
PICHINCHA	12,901,003	10,240,075	1,695,335	828,468	*	136,596	520
TUNGURAHUA	3,617,511	898,268	2,715,110	.	.	.	4,133
<b>REGIÓN COSTA</b>							
EL ORO	3,380,420	3,379,950	470	.	.	.	.
ESMERALDAS	37,171	36,437	.	135	.	.	600
GUAYAS	4,457,740	4,101,665	353,608	.	1,954	.	511
LOS RÍOS	1,619,299	521,659	1,097,531	.	.	109	.
MANABÍ	4,989,854	2,114,561	2,523,426	351,867	.	.	.
<b>REGIÓN ORIENTAL</b>							
NORORIENTE	78,077	33,326	9,420	35,331	.	.	.
CENTRO-SURORIENTE	88,183	85,428	2,755	.	.	.	.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (INEC) ESPAC - 2007

Definiciones, periodos, significados de abreviaturas y símbolos, ver texto

\* Dato oculto por confiabilidad y confidencialidad estadística

TABLA 48. NÚMERO DE AVES CRIADAS EN PLANTELES AVÍCOLAS POR ESPECIES, SEGÚN REGIÓN Y PROVINCIA

Definiciones, periodos, significados de abreviaturas y simbolos, ver texto

REGIÓN Y PROVINCIA	TOTAL	AVES CRIADAS EN PLANTELES AVÍCOLAS					
		Pollitos, Pollitas, Pollos, Pollas	Gallinas Ponedoras	Gallinas Reproductoras	Avestruces	Pavos	Codornices
<b>TOTAL NACIONAL</b>	38,383,105	28,571,426	6,506,407	3,229,952	715	68,129	6,476
<b>REGIÓN SIERRA</b>	27,888,764	19,896,453	5,225,769	2,692,078	*	67,979	*
<b>REGIÓN COSTA</b>	10,398,405	8,580,637	1,279,038	537,874	*	*	*
<b>REGIÓN ORIENTAL</b>	95,936	94,336	1,600				
<b>REGIÓN SIERRA</b>							
AZUAY	560,118	81,401	472,436	6,281			
BOLÍVAR	7,708	7,708					
CAÑAR	320,132	311,193		8,939			
CARCHI	1,236,750	800,250		436,500			
COTOPAXI	890,065	13,107	200,878	676,079			
CHIMBORAZO	754,044	607,802	111,859	28,197			
IMBABURA	1,014,177	884,001	54,756	75,421			
LOJA	699,967	694,725	5,243			67,979	300
PICHINCHA	17,468,745	14,337,443	1,677,990	1,385,033			
TUNGURAHUA	4,937,059	2,158,824	2,702,607	75,628			
<b>REGIÓN COSTA</b>							
EL ORO	1,879,339	1,879,159	180				
ESMERALDAS	37,383	32,381	5,002				
GUAYAS	5,848,764	5,418,666	120,612	308,631			
LOS RÍOS	990,194	625,204	175,361	189,629			
MANABÍ	1,642,725	625,227	977,884	39,615			
<b>REGIÓN ORIENTAL</b>							
NORORIENTE	1,200	1,200					
CENTRO-SURORIENTE	94,736	93,136	1,600				

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (INEC) ESPAC - 2006  
 \* Dato oculto por confiabilidad y confidencialidad estadística

TABLA 48. NÚMERO DE AVES CRIADAS EN PLANTELES AVÍCOLAS POR ESPECIES, SEGÚN REGIÓN Y PROVINCIA

REGIÓN Y PROVINCIA	AVES CRIADAS EN PLANTELES AVÍCOLAS						
	TOTAL	Pollitos, Pollitas, Pollos, Pollas	Gallinas Ponedoras	Gallinas Reproductoras	Avestruces	Pavos	Codornices
<b>TOTAL NACIONAL</b>	33,172,375	24,781,577	7,686,856	615,691	.	87,905	338
<b>REGIÓN SIERRA</b>	25,863,037	19,682,923	6,027,512	64,553	.	87,842	200
<b>REGIÓN COSTA</b>	7,263,033	5,053,389	1,658,304	551,138	.	63	138
<b>REGIÓN ORIENTAL</b>	46,305	45,265	1,040	.	.	.	.
<b>REGIÓN SIERRA</b>							
AZUAY	415,286	381,466	33,820	.	.	.	.
BOLÍVAR	9,761	3,233	.	6,527	.	.	.
CAÑAR	134,436	132,204	2,232	.	.	.	.
CARCHI	8,000	8,000	.	.	.	.	.
COTOPAXI	435,686	412,352	23,333	.	.	.	.
CHIMBORAZO	840,798	557,819	282,979	.	.	.	.
IMBABURA	867,120	748,009	62,222	56,889	.	.	.
LOJA	448,878	444,764	4,114	.	.	.	.
PICHINCHA	19,627,710	16,451,114	3,088,547	.	.	87,842	200
TUNGURAHUA	3,075,363	543,963	2,530,264	1,137	.	.	.
<b>REGIÓN COSTA</b>							
EL ORO	1,179,126	1,178,723	263	140	.	.	.
ESMERALDAS	43,274	34,798	1,597	6,880	.	.	.
GUAYAS	3,805,324	3,071,712	520,209	213,333	.	63	.
LOS RÍOS	861,460	277,142	275,034	309,284	.	.	.
MANABÍ	1,373,850	491,014	861,202	21,501	.	.	133
<b>REGIÓN ORIENTAL</b>							
NORORIENTE	4,453	4,453	.	.	.	.	.
CENTRO-SURORIENTE	41,852	40,812	1,040	.	.	.	.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (INEC) ESPAC - 2005  
 \* Dato oculto por confiabilidad y confidencialidad estadística



