



**UNIVERSIDAD INDOAMÉRICA**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

---

Plan de negocio para la expansión de la avícola Ecuapollo en la ciudad de Alluriquín.

---

Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de empresas.

**Autor**

Jose Augusto Avila López

**Tutor**

Mg. Christopher Neptalí Lopez Samaniego

AMBATO – ECUADOR

2023

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,  
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN  
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN**

Yo Jose Augusto Avila López, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “Plan de negocio para la expansión de la avícola Ecuapollo en la ciudad de Alluriquín”, como requisito para optar al grado de Licenciado en Administración de empresas y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato, a los 7 días del mes de Agosto de 2023, firmo conforme:

Autor: Jose Augusto Avila López



Firma:

Número de Cédula: 050350962-2

Dirección: Cotopaxi, Salcedo, San Miguel, Rumipamba de la Universidad.

Correo Electrónico:

augustoavilalopez222@gmail.com

Teléfono: 0999087622

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “Plan de negocio para la expansión de la avícola Ecuapollo en la ciudad de Alluriquín” presentado por Jose Augusto Avila López, para optar por el Título de Licenciado en Administración de empresas.

### **CERTIFICO**

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Ambato, 07 de agosto del 2023



Lic.Mg. Christopher Nepalí López

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciado en Administración de empresas son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Ambato, 07 de agosto de 2023



José Augusto Avila López  
0503509622

## APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DE LA AVÍCOLA ECUAPOLLO EN LA CIUDAD DE ALLURIQUIN, previo a la obtención del Título de Licenciado en Administración de empresas, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del Trabajo de Titulación.

Ambato, 07 de agosto de 2023



Mg. Christopher Neptalí López.  
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



Dra. Silvia Llamuca  
VOCAL DE TRIBUNAL



Mg. Juan Carlos Suarez  
VOCAL DE TRIBUNAL

## **DEDICATORIA**

Querida mamá, papá, hermana y Dios: Hoy, con alegría y emoción, dedico mi logro de culminar mis estudios universitarios a cada uno de ustedes. Su presencia y apoyo incondicional han sido mi mayor motivación en este camino. A mamá y papá, gracias por ser mis pilares y creer en mí siempre. A mi amada hermana, tu cariño y aliento me han dado fuerzas. Y a Dios, agradezco por guiar mis pasos y darme fortaleza. Cada uno ha dejado una huella imborrable en mi vida, y este logro es suyo también. Con amor y gratitud, les dedico mi éxito. ¡Gracias por todo!

## **AGRADECIMIENTO**

Querida mamá, papá, hermana y Dios: Gracias por ser mi apoyo incondicional en esta travesía universitaria. Su fe en mí, amor y aliento fueron fundamentales para alcanzar este logro. Hoy, con humildad y gratitud, celebro la culminación de mis estudios, sabiendo que no estaría aquí sin ustedes. Los amo con todo mi corazón.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

### PAGINAS PRELIMINARES

|                                       |       |
|---------------------------------------|-------|
| PORTADA.....                          | i     |
| AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR..... | ii    |
| APROBACIÓN DEL TUTOR.....             | iii   |
| DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....      | iv    |
| APROBACIÓN TRIBUNAL.....              | v     |
| DEDICATORIA.....                      | vi    |
| AGRADECIMIENTO .....                  | vii   |
| RESUMEN EJECUTIVO .....               | xvi   |
| ABSTRACT .....                        | xviii |
| INTRODUCCIÓN .....                    | xx    |

### **CAPÍTULO I .....**

|   |          |
|---|----------|
| <b>1. Mercado y Comercialización.....</b>             | <b>1</b> |
| 1.1    Objetivo del Capítulo.....                     | 1        |
| 1.1.1    Fundamentación del Producto.....             | 1        |
| 1.2    Mercado .....                                  | 1        |
| 1.2.1    Estudio de Segmentación.....                 | 2        |
| 1.2.2    Instrumentos para recopilar información..... | 5        |
| 1.2.3    Diseño y recolección de información. ....    | 5        |
| 1.2.4    Análisis e Interpretación .....              | 7        |
| 1.3    Demanda Potencial.....                         | 12       |
| 1.4    Análisis del Macro y Microambiente .....       | 14       |
| 1.4.1    Análisis del microambiente .....             | 14       |

|                         |   |           |
|-------------------------|---|-----------|
| 1.4.2                   | Análisis del macro ambiente.....  | 18        |
| 1.4.3                   | Proyección de la oferta.....  | 22        |
| 1.5                     | Demanda Potencial Insatisfecha.....   | 22        |
| 1.6                     | Diseño de marca (branding).....   | 24        |
| 1.7                     | Estrategias de marketing.....   | 26        |
| 1.8                     | Plan de comunicación.....   | 28        |
| 1.9                     | Canales de Distribución.....  | 28        |
| 1.10                    | Seguimiento de Clientes .....   | 29        |
| 1.11                    | Plan de acción comercial y Métricas de marketing.....                               | 32        |
| <b>CAPÍTULO II.....</b> |   | <b>33</b> |
| 2                       | Operaciones .....   | 33        |
| 2.1                     | Objetivo del Capítulo.....  | 33        |
| 2.2                     | Descripción del proceso.....  | 33        |
| 2.2.1                   | Descripción de proceso de transformación del bien. ....                             | 33        |
| 2.2.2                   | Descripción de instalaciones, equipos y personas.....                               | 37        |
| 2.2.3                   | Tecnología a aplicar.....   | 40        |
| 2.2.4                   | Factores que afectan las operaciones.....   | 40        |
| 2.3                     | Capacidad de Producción.....  | 43        |
| 2.3.1                   | Capacidad de Producción Futura.....   | 43        |
| 2.4                     | Definición de Recursos Necesarios para la Producción .....                          | 44        |
| 2.4.1                   | Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar. .... | 44        |
| 2.4.2                   | Método de Control de Calidad. ....  | 45        |
| 2.5                     | Normativa y Permisos que afectan la Instalación del negocio.....                    | 47        |
| 2.5.1                   | Seguridad e higiene ocupacional.....  | 47        |

|  |               |
|--|---------------|
| <b>CAPÍTULO III .....</b>  | <b>50</b>     |
| 3 Organización y Gestión .....                                     | 50            |
| 3.1 Objetivo del capítulo .....                                    | 50            |
| 3.2 Análisis Estratégico y Definición de Objetivos .....           | 50            |
| 3.2.1 Visión de la Empresa .....                                   | 50            |
| 3.2.2 Misión de la Empresa .....                                   | 50            |
| 3.2.3 Objetivos y estrategias .....                                | 50            |
| 3.3 Organización Funcional de la Empresa .....                     | 55            |
| 3.3.1 Organización Interna .....                                   | 55            |
| 3.4 Control de Gestión.....  | 62            |
| 3.4.1 Indicadores de gestión .....                                 | 62            |
| <br><b>CAPÍTULO IV.....</b>  | <br><b>64</b> |
| 4 Jurídico Legal.....  | 64            |
| 4.1 Objetivos del capítulo.....                                    | 64            |
| 4.2 Determinación de la forma jurídica.....                        | 64            |
| 4.3 Registros de marcas .....                                      | 65            |
| 4.4 Licencias necesarias para funcionar y documentos legales ..... | 67            |
| <br><b>CAPÍTULO V .....</b>  | <br><b>69</b> |
| 5 Evaluación Financiera .....                                      | 69            |
| 5.1 Objetivos del capítulo.....                                    | 69            |
| 5.2 Plan de inversiones .....                                      | 69            |
| 5.3 Cálculo de Costos y Gastos.....                                | 71            |
| 5.3.1 Mano de Obra.....  | 71            |
| 5.3.2 Depreciación.....  | 74            |
| 5.3.3 Proyección de la depreciación.....                           | 74            |
| 5.3.4 Detalle de Costos .....                                      | 75            |

|                         |                                      |           |
|-------------------------|--------------------------------------|-----------|
| 5.3.5                   | Proyección de Costos.....            | 76        |
| 5.3.6                   | Detalle de Gastos .....              | 77        |
| 5.3.7                   | Proyección Gastos .....              | 79        |
| 5.4                     | Plan de Financiamiento.....          | 81        |
| 5.4.1                   | Forma de financiamiento .....        | 81        |
| 5.5                     | Cálculo de Ingresos .....            | 81        |
| 5.5.1                   | Proyección de Ingresos .....         | 82        |
| 5.6                     | Punto de equilibrio .....            | 83        |
| 5.7                     | Estado de Resultados Proyectado..... | 85        |
| 5.8                     | Flujo de Caja .....                  | 85        |
| 5.9                     | Evaluación financiera .....          | 87        |
| 5.9.1                   | Indicadores .....                    | 87        |
| <b>REFERENCIAS.....</b> |                                      | <b>90</b> |
|                         | Libros .....                         | 90        |
|                         | Páginas Web .....                    | 90        |

## ÍNDICE DE TABLAS

|          |   |   |
|----------|---|---|
| Tabla 1. | Categorización de sujetos .....                       | 2 |
| Tabla 2. | Dimensión conductual.....                             | 2 |
| Tabla 3. | Dimensión geográfica.....                             | 2 |
| Tabla 4. | Encuestas a realizar en la provincia de Cotopaxi..... | 4 |
| Tabla 5. | Pregunta 1 de la encuesta.....                        | 4 |
| Tabla 6. | Cuadro de necesidad 1.....                            | 5 |
| Tabla 7. | Pregunta 1 de la encuesta.....                        | 7 |
| Tabla 8. | Pregunta 2 de la encuesta.....                        | 8 |

|   |    |
|---|----|
| Tabla 9. Pregunta 3 de la encuesta.....                         | 9  |
| Tabla 10. Pregunta 4 de la encuesta.....                        | 10 |
| Tabla 11. Pregunta 5 de la encuesta.....                        | 10 |
| Tabla 12. Pregunta 6 de la encuesta.....                        | 11 |
| Tabla 13. Pregunta 7 de la encuesta.....                        | 11 |
| Tabla 14. Pregunta 8 de la encuesta.....                        | 12 |
| Tabla 15. Mínimos cuadrados .....                               | 12 |
| Tabla 16. Proyección de la demanda dólares .....                | 14 |
| Tabla 17. Fuerzas de Porter.....                                | 15 |
| Tabla 18. Cuadro comparativo. ....                              | 16 |
| Tabla 19. Matriz EFI.....                                       | 17 |
| Tabla 20. Matriz EFE.....                                       | 18 |
| Tabla 21. Matriz MPC .....                                      | 19 |
| Tabla 22. Pestel.....   | 20 |
| Tabla 23. Proyección de la oferta .....                         | 22 |
| Tabla 24. Demanda potencial insatisfecha en unidades.....       | 22 |
| Tabla 25. Demanda potencial insatisfecha en dólares .....       | 23 |
| Tabla 26. Demanda potencial insatisfecha en dólares .....       | 23 |
| Tabla 27. Diseño de marca.....                                  | 24 |
| Tabla 27. Estrategias de marketing.....                         | 26 |
| Tabla 28. Plan de comunicación.....                             | 28 |
| Tabla 28. Plan de acción comercial y métodos de marketing. .... | 32 |
| Tabla 27. Descripción de equipos.....                           | 38 |
| Tabla 28. Horas hombre diarias.....                             | 39 |
| Tabla 29. Horas hombre por saque de lote.....                   | 40 |

|   |    |
|---|----|
| Tabla 30. Ritmo de producción tiempo-horas-hombre crianza.....      | 42 |
| Tabla 31. Ritmo de producción tiempo-horas-hombre distribución..... | 42 |
| Tabla 32. Proyección personal operativo anual.....                  | 42 |
| Tabla 33. Cálculo en Manufactura.....                               | 43 |
| Tabla 34. Importancia de las materias primas.....                   | 44 |
| Tabla 35. Grado de sustitución de las materias primas.....          | 44 |
| Tabla 36. Proveedores de materias primas.....                       | 45 |
| Tabla 37. Proveedores de materias primas.....                       | 47 |
| Tabla 38. Foda.....   | 50 |
| Tabla 39. Descripción del Puesto Gerente.....                       | 56 |
| Tabla 40. Descripción del Puesto de Jefe de producción.....         | 57 |
| Tabla 41. Descripción del Puesto de galponero.....                  | 58 |
| Tabla 42. Descripción del Puesto de vendedor.....                   | 59 |
| Tabla 43. Descripción del Puesto de transportista.....              | 60 |
| Tabla 44. Descripción del Puesto de contador.....                   | 61 |
| Tabla 45. Indicadores de gestión.....                               | 62 |
| Tabla 46. Licencias Organismos Gubernamentales.....                 | 67 |
| Tabla 47. Licencias Organismos Locales.....                         | 68 |
| Tabla 48. Plan de Inversiones.....                                  | 69 |
| Tabla 49. Cálculo de mano de obra.....                              | 71 |
| Tabla 50. Cálculo sueldo personal administrativo.....               | 72 |
| Tabla 51. Cálculo sueldo personal de ventas.....                    | 73 |
| Tabla 52. Cálculo de las depreciaciones.....                        | 74 |
| Tabla 53. Proyección de la depreciación.....                        | 74 |
| Tabla 54. Detalle de Costos.....                                    | 75 |

|  |    |
|--|----|
| Tabla 55. Proyección de Costos .....                       | 76 |
| Tabla 56. Detalle de Gastos administrativos .....          | 77 |
| Tabla 57. Detalle de ventas .....                          | 77 |
| Tabla 58. Gastos financieros .....                         | 78 |
| Tabla 59. Proyección de Gastos de Administración .....     | 79 |
| Tabla 60. Proyección de Gastos de Ventas .....             | 80 |
| Tabla 61. Plan de Financiamiento .....                     | 81 |
| Tabla 62. Determinación del Precio de Venta Unitario ..... | 81 |
| Tabla 63. Cálculo del Ingreso Anual .....                  | 82 |
| Tabla 64. Proyección de Ingresos .....                     | 82 |
| Tabla 65. Punto de equilibrio .....                        | 83 |
| Tabla 66. Estado de Resultados Proyectado .....            | 85 |
| Tabla 67. Flujo de caja .....                              | 85 |
| Tabla 68. Evaluación financiera .....                      | 87 |
| Tabla 69. Cálculo de TMAR .....                            | 88 |
| Tabla 70. Cálculo de Periodo de recuperación .....         | 89 |

## **ÍNDICE DE GRÁFICOS**

|  |    |
|--|----|
| Gráfico 1. Mínimos cuadrados .....                                 | 13 |
| Gráfico 2. Procesos estratégicos .....                             | 34 |
| Gráfico 3. Organigrama estructural de la Empresa “Ecuapollo” ..... | 55 |
| Gráfico 4. Organigrama funcional de la Empresa “Ecuapollo” .....   | 55 |
| Gráfico 5. Punto de equilibrio .....                               | 84 |

## ÍNDICE DE IMÁGENES

|   |    |
|---|----|
| Imagen 1. Consumo de pollo.....           | 13 |
| Imagen 2. CRM de la página bitrix 24..... | 31 |
| Imagen 3. Layout de la planta .....       | 37 |
| Imagen 4. Ubicación de la planta .....    | 38 |

**UNIVERSIDAD INDOAMÉRICA**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DE LA AVÍCOLA  
ECUAPOLLO EN LA CIUDAD DE ALLURIQUIN**

**AUTOR:** Jose Augusto Avila López

**TUTOR:** Lic.Mg. Christopher Neptalí Lopez

**RESUMEN EJECUTIVO**

El negocio de crianza de pollos de engorde en Alluriquín, un sector cálido, ofrece beneficios significativos tanto para la empresa como para los clientes. Para la empresa, esto se traduce en una mayor rentabilidad debido al menor costo de producción, un tiempo de engorde reducido y una mayor calidad de carne. Para los clientes, la crianza en este clima significa una mayor disponibilidad de carne fresca, nutritiva y saludable, que cumple con altos estándares sanitarios y ambientales. La creciente demanda de carne de pollo ha impulsado la necesidad de expansión de la empresa. Esta expansión permitirá aprovechar la economía de escala y reducir aún más los costos de producción. Investigaciones científicas han demostrado que los pollos criados en climas cálidos son más eficientes en la conversión alimenticia, lo que se traduce en un crecimiento más rápido y un menor consumo de alimento por unidad de ganancia de peso. Esta mayor eficiencia contribuye a una producción más rentable y sostenible de carne de pollo. La empresa en esta expansión tiene la capacidad de producir 160,000 pollos de engorde al año, lo que representa el 4% de la producción nacional. Con la adición de dos galpones más, se espera que la capacidad de producción aumente a 40,000 pollos en producción en el largo plazo. Sin embargo, el proceso de crecimiento de los pollos no es instantáneo y requiere una gestión eficiente para mantener un flujo constante de aves en cada etapa del proceso.

**Palabras clave:**

Crianza, eficiencia y expansión.

**UNIVERSIDAD INDOAMÉRICA**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**THEME: BUSINESS PLAN FOR THE EXPANSION OF THE ECUAPOLLO  
POULTRY FARM IN THE CITY OF ALLURIQUIN**

**AUTHOR:** Jose Augusto Avila López

**TUTOR:** Lic.Mg. Christopher Neptalí Lopez

**ABSTRACT**

The broiler farming business in Alluriquín, a warm sector, offers significant benefits for both the company and its customers. For the company, this translates into higher profitability due to lower production costs, reduced fattening time, and higher meat quality. For customers, farming in this climate means greater availability of fresh, nutritious and healthy meat, which meets high sanitary and environmental standards. The growing demand for chicken meat has driven the need for expansion of the company. This expansion will make it possible to take advantage of the economy of scale and further reduce production costs. Scientific research has shown that chickens raised in hot climates are more efficient in feed conversion, which translates into faster growth and lower feed consumption per unit of weight gain. This increased efficiency contributes to a more profitable and sustainable production of chicken meat. The company in this expansion has the capacity to produce 160,000 broilers per year, which represents 4% of national production. With the addition of two more houses, production capacity is expected to increase to 40,000 chickens in production in the long term. However, the chicken growing process is not instantaneous and requires efficient management to maintain a constant flow of birds at each stage of the process.

**KEYWORDS:**

Breeding, efficiency and expansion.

## INTRODUCCIÓN

El presente plan de negocios tiene como objetivo analizar y desarrollar una idea innovadora y viable para la implementación de un negocio de crianza de pollos de engorde en el sector cálido de Alluriquín. Este emprendimiento representa una oportunidad única para aprovechar los beneficios tanto para la empresa como para los clientes, debido a las ventajas que ofrece este clima en la producción de carne de pollo.

El problema de investigación radica en la creciente demanda de carne de pollo y la necesidad de satisfacerla de manera sostenible y rentable. El sector cálido de Alluriquín ofrece condiciones propicias para la crianza de pollos de engorde, lo que se traduce en una mayor eficiencia en la conversión alimenticia, un tiempo de engorde reducido y una mayor calidad de carne. Sin embargo, para llevar a cabo este proyecto, es fundamental contar con un plan de negocios sólido y bien estructurado que abarque aspectos comerciales, de producción, administrativos, legales y financieros.

La propuesta de negocio es innovadora porque busca capitalizar las ventajas del clima cálido y las investigaciones científicas que respaldan la eficiencia en la conversión alimenticia. Además, se plantea una expansión estratégica mediante la adición de dos galpones más, lo que permitirá aprovechar la economía de escala y aumentar la capacidad de producción para atender la creciente demanda del mercado.

La estructura del trabajo se divide en cinco capítulos, cada uno enfocado en un aspecto específico del negocio. El capítulo comercial se centrará en el análisis del mercado y la estrategia de comercialización. El capítulo de producción abordará las técnicas y tecnologías avanzadas utilizadas en la crianza de pollos de engorde. El capítulo administrativo se enfocará en la organización y gestión del negocio. El capítulo legal tratará los aspectos legales y regulatorios relacionados con la operación. Por último, el capítulo financiero presentará la proyección de costos, ingresos y rentabilidad del negocio.

## **Objetivos del trabajo de titulación**

### **Objetivo General**

Crear y desarrollar un plan de negocios para la implementación de una empresa de crianza de pollos de engorde en Alluriquín, que aproveche las ventajas del clima cálido, garantizando una producción rentable y sostenible de carne de pollo, cumpliendo con altos estándares de calidad y satisfaciendo la creciente demanda del mercado.

### **Objetivos Específicos**

- Comercial: Identificar oportunidades de mercado y desarrollar estrategias efectivas de comercialización para posicionar la marca en el sector.
- Producción: Implementar técnicas y tecnologías avanzadas en la crianza de pollos de engorde para garantizar una mayor eficiencia en la conversión alimenticia y un tiempo de engorde óptimo.
- Administrativo: Establecer una estructura organizativa eficiente que permita una gestión efectiva de los recursos y procesos del negocio.
- Legal: Cumplir con todas las normativas y regulaciones legales relacionadas con la producción y comercialización de carne de pollo.
- Financiera: Proyectar los costos, ingresos y rentabilidad del negocio para asegurar su viabilidad financiera en el corto y largo plazo.

# CAPÍTULO I

## 1. Mercado y Comercialización

### 1.1 Objetivo del Capítulo

Demostrar la factibilidad de la explotación avícola Ecuapollo en el sector de Alluriquín.

#### 1.1.1 Fundamentación del Producto

La crianza de pollos de engorde en un sector cálido como lo es Alluriquín tiene beneficios tanto para la empresa como para el cliente. Para la empresa, significa una mayor rentabilidad por el menor costo de producción, el menor tiempo de engorde y la mayor calidad de carne. Para el cliente, significa una mayor disponibilidad de carne fresca, nutritiva y saludable, que cumple con los estándares sanitarios y ambientales. La necesidad de expandirse se da por el aumento de la demanda de carne de pollo, además la expansión permite aprovechar a la empresa la economía de escala y reducir costes de producción. La crianza de pollos de engorde es un negocio rentable y con alta demanda. Los científicos han desarrollado pollos de engorde específicamente para producir carne en el menor tiempo posible. Hoy en día, los avicultores están implementando diversas tecnologías y sistemas avanzados para la crianza pollos de engorde. (Guarantor, 2023)

Investigaciones científicas han demostrado que los pollos criados en climas cálidos presentan una mayor eficiencia en la conversión alimenticia en comparación con aquellos criados en climas más fríos. Un estudio realizado por Sarsour encontró que las aves en climas cálidos muestran un mayor índice de crecimiento y un menor consumo de alimento por unidad de ganancia de peso. Esto se debe a que las temperaturas elevadas estimulan el metabolismo de los pollos, acelerando su tasa de crecimiento y aprovechamiento de los nutrientes. Una mejor eficiencia en la conversión alimenticia en climas cálidos puede resultar en una producción de carne de pollo más rentable y sostenible. (Sarsour, 2017)

### 1.2 Mercado

**Tabla 1***Categorización de sujetos*

| CATEGORÍA      | SUJETO             |
|----------------|--------------------|
| ¿Quién compra? | Faenadora de aves. |
| ¿Quién usa?    | Faenadora de aves. |
| ¿Quién decide? | Faenadora de aves. |
| ¿Qué influye?  | Familia y hogares. |

*Nota.* Elaboración propia.

### 1.2.1 Estudio de Segmentación

**Tabla 2***Dimensión conductual*

| VARIABLE                           | DESCRIPCIÓN                         |
|------------------------------------|-------------------------------------|
| <b>Tipo de necesidad:</b>          | Necesidades básicas y fisiológicas. |
| <b>Tipo de compra:</b>             | Compra de consumo.                  |
| <b>Relación con la marca:</b>      | Si.                                 |
| <b>Actitud frente al producto:</b> | Positiva.                           |

*Nota.* Elaboración propia.**Tabla 3***Dimensión geográfica*

| Variable         | Descripción | No. Faenadoras | Porcentaje      |
|------------------|-------------|----------------|-----------------|
| <b>País</b>      | Ecuador     | 207            | 100% Nacional   |
| <b>Provincia</b> | Cotopaxi    | 54             | 100% Provincial |
| <b>Ciudad</b>    | Pujilí      | 7              | 12.96%          |
| <b>Ciudad</b>    | Latacunga   | 35             | 64.81%          |
| <b>Ciudad</b>    | Salcedo     | 8              | 14.81%          |
| <b>Ciudad</b>    | Saquisilí   | 2              | 3.70%           |
| <b>Ciudad</b>    | Sigchos     | 1              | 1.86%           |
| <b>Ciudad</b>    | Pangua      | 1              | 1.86%           |

*Nota.* Elaboración propia, Listado adquirido de Agrocalidad mataderos bajo inspección oficial (MABIO) 2018.

### Muestreo por conveniencia

El muestreo por conveniencia es un método utilizado en la investigación científica para seleccionar participantes o elementos de una población basándose en su disponibilidad y accesibilidad. Se seleccionan las unidades de muestra que resultan más convenientes para el investigador, sin seguir un proceso de selección aleatoria riguroso.

Este tipo de muestreo se utiliza comúnmente en estudios donde la accesibilidad y disponibilidad de la muestra son factores importantes y donde no se busca obtener una representatividad estadística precisa de la población en estudio. Los investigadores eligen a los participantes o elementos de muestra según su conveniencia, lo que puede incluir la proximidad geográfica, la facilidad de acceso, la disponibilidad voluntaria o cualquier otro criterio que facilite la recolección de datos.

A pesar de estas limitaciones, el muestreo por conveniencia tiene sus aplicaciones y ventajas en determinados contextos de investigación. Por ejemplo, puede ser útil en estudios exploratorios preliminares o cuando el acceso a la población es limitado. (Hernández Sampieri, Fernández Collad, & Pilar Baptista, 2014)

## **Muestreo**

Mediante el muestreo por conveniencia se realiza 30 encuestas a las distintas faenadoras de la provincia de Cotopaxi de la siguiente manera.

## **Tabla 4**

*Encuestas a realizar en la provincia de Cotopaxi*

| Variable | Descripción | No. Faenadoras | Porcentaje | Encuestas |
|----------|-------------|----------------|------------|-----------|
| Ciudad   | Pujilí      | 7              | 12.96%     | 3         |
| Ciudad   | Latacunga   | 35             | 64.81%     | 20        |
| Ciudad   | Salcedo     | 8              | 14.81%     | 6         |
| Ciudad   | Saquisilí   | 2              | 3.70%      | 1         |
| Ciudad   | Sigchos     | 1              | 1.86%      | 0         |
| Ciudad   | Pangua      | 1              | 1.86%      | 0         |

*Nota.* Elaboración propia

Para encontrar el valor sigma en la prueba piloto del sujeto 1 se utilizó la siguiente tabla:

**¿Cuántos pollos compra usted al día?**

**Tabla 5**

*Pregunta 1 de la encuesta*

| Cantidad | Tabulación | Porcentaje |
|----------|------------|------------|
| 100      | 7          | 23%        |
| 200      | 8          | 27%        |
| 300      | 4          | 13%        |
| 400      | 6          | 20%        |
| 500      | 5          | 17%        |
| 600      | 0          | 0%         |

*Nota.* Elaboración propia, resultado de la encuesta

Al obtener estos valores se procede a obtener sigma con la siguiente fórmula.

$$\partial = \frac{\text{Valor maximo} + \text{Valor minimo}}{2}$$

$$\partial = \frac{500 + 100}{2}$$

$$\partial = 300$$

El valor sigma encontrado es 300, lo que significa que las faenadoras adquieren un

promedio de 300 pollos por día. Una vez que encuentre el valor de sigma, puede calcular el tamaño del universo. Usa la siguiente fórmula del universo infinito:

$$N = \frac{Z^2 + \sigma^2}{e^2}$$

$$N = \frac{(1.96)^2 + (300)^2}{(0.05)^2}$$

$$N = \frac{90003,8416}{0.0025}$$

$$N = 36.001.536,6$$

### 1.2.2 Instrumentos para recopilar información

Objetivo Específico: Materias primas y equipamiento necesario para la producción.

**Tabla 6**

*Cuadro de necesidad 1.*

| <b>Necesidades de información</b>                                   | <b>Tipo de información</b> | <b>Fuentes</b> | <b>Instrumentos</b>                          |
|---|----------------------------|----------------|--|
| Raza de pollos.   | Secundaria                 | Internet       | Bases de datos – Repositorios bibliográficos |
| Equipos necesarios para la producción.                              | Secundaria                 | Internet       | Bases de datos – Repositorios bibliográficos |
| Materia prima e insumos necesarios para la crianza de las parvadas. | Secundaria                 | Internet       | Bases de datos – Repositorios bibliográficos |
| Tendencia de consumo de carne de pollo.                             | Primaria                   | Internet.      | Bases de datos – Repositorios bibliográficos |

*Nota.* Elaboración propia, resultado de la encuesta

### 1.2.3 Diseño y recolección de información.

## Desarrollo de instrumentos

### Información Secundaria

- **Cuadro de necesidad 1:** Materias primas y equipamiento necesario para la producción. Las materias primas y el equipamiento necesario para la producción de pollos de engorde dependen del tipo de sistema de producción que se utilice. Los pollos de engorde son aves criadas específicamente por su carne, que requieren un manejo nutricional y sanitario intensivo para expresar su potencial genético. La alimentación de los pollos de engorde consiste principalmente en cereales como maíz y sorgo, y fuentes de proteína como harina de soya, y polvillo. Además, se deben añadir vitaminas, minerales, enzimas y otros aditivos para mejorar la salud y el rendimiento de las aves. El equipamiento necesario para la producción de pollos de engorde incluye instalaciones adecuadas para alojar a las aves, proporcionarles ventilación, iluminación, calefacción y refrigeración, así como sistemas de alimentación, bebederos y recolección de excretas. Estas instalaciones deben cumplir con las normas de bioseguridad y bienestar animal para prevenir enfermedades y reducir el estrés de las aves. (FAO, 2023)
- **Necesidad 1:** Raza de pollos. La raza de pollo utilizada es la raza Broiler. El término Broiler hace referencia al pollo a la parrilla o pollo asado, y también se conoce como gallina Rock-Cornish. El pollo broiler es una raza muy comercial y resistente a enfermedades, que se adapta bien a espacios reducidos y tiene una excelente conversión alimenticia. (Criadeaves, 2019)
- **Necesidad 2:** Equipos necesarios para la producción. Los equipos necesarios para la producción de pollos de engorde son: comederos, bebederos, calefactores, ventiladores y termómetros. Estos equipos permiten controlar las condiciones ambientales y el suministro de alimento y agua de los pollos, lo que influye en su crecimiento y salud. Según los equipos deben ser adecuados al tamaño y la edad de los pollos, y se deben limpiar y desinfectar periódicamente para evitar enfermedades. Estos equipos son indispensables para lograr una buena producción de pollos de engorde, siempre que se utilicen correctamente y se mantengan en buen

estado. Además, se debe contar con un personal capacitado y un plan sanitario preventivo para evitar enfermedades y pérdidas económicas. (FAO, 2023)

- **Necesidad 3:** Materia prima e insumos necesarios para la crianza de las parvadas. La producción de pollos de engorde requiere de una alimentación adecuada que les proporcione los nutrientes esenciales para su crecimiento y desarrollo. Entre los componentes básicos de la dieta de los pollos se encuentran las proteínas, los aminoácidos, las vitaminas, las enzimas y la fibra. Además, se debe suministrar un aporte extra de calcio para fortalecer el esqueleto de las aves. Los insumos necesarios para el levante de los pollos son el lote de pollitos bebés, los alimentos balanceados, las vacunas y los medicamentos. Estos deben ser de buena calidad y procedencia, y se deben almacenar y administrar adecuadamente para evitar pérdidas o contaminaciones. (FAO, 2023)
- **Necesidad 4:** Tendencia de consumo de carne de pollo. Según el portal de noticias El Productor, el consumo de carne de pollo en Ecuador aumentó en un 3.14% en el 2022. Además, según la Corporación Nacional de Avicultores (Conave), el consumo anual de pollo por persona se sitúa en 30.40 kg y ha aumentado en unos 7.78 kg en los últimos 10 años.

#### 1.2.4 Análisis e Interpretación

##### 1. ¿Cuántos pollos compra usted al día?

**Tabla 7**

*Pregunta 1 de la encuesta*

| Cantidad | Tabulación | Porcentaje |
|----------|------------|------------|
| 0-100    | 7          | 23%        |
| 101-200  | 8          | 27%        |
| 201-300  | 4          | 13%        |
| 301-400  | 6          | 20%        |
| 401-500  | 5          | 17%        |

|         |    |      |
|---------|----|------|
| 501-600 | 0  | 0%   |
| Total   | 30 | 100% |

*Nota.* Elaboración propia, resultado de la encuesta

### **Interpretación**

De las 30 faenadoras, el 23% que son 7 faenadoras compran la cantidad de 100 pollos diarios, el 27% que son 8 faenadoras compran la cantidad de 200 pollos, el 13% que son 4 faenadoras compran la cantidad de 300 pollos, el 20% que son 6 faenadoras compran la cantidad de 400 pollos y el 17% que son 5 faenadoras compran la cantidad de 500 pollos.

## **2. ¿Cuántos años de experiencia tienes en la industria de pelado de pollos?**

**Tabla 8**

*Pregunta 2 de la encuesta*

| <b>Cantidad</b> | <b>Tabulación</b> | <b>Porcentaje</b> |
|-----------------|-------------------|-------------------|
| 1               | 1                 | 3%                |
| 2               | 2                 | 7%                |
| 3               | 1                 | 3%                |
| 4               | 4                 | 13%               |
| 5               | 5                 | 17%               |
| 6 o mas         | 17                | 57%               |
| Total           | 30                | 100%              |

*Nota.* Elaboración propia, resultado de la encuesta

### **Interpretación**

El 3% de las faenadoras que es 1 Faenadora tiene un año de experiencia, el 7% de las faenadoras que son 2 Faenadora tiene dos años de experiencia, el 3% de las faenadoras que es 1 Faenadora tiene tres años de experiencia, el 13% de las faenadoras que son 4 Faenadora tiene cuatro años de experiencia, el 17% de las

faenadoras que son 5 Faenadora tiene cinco años de experiencia y el 57% de las faenadoras que son 17 Faenadora tiene 6 o más años de experiencia.

### 3. ¿Tiene problemas al adquirir pollos?

**Tabla 9**

*Pregunta 3 de la encuesta*

| Cantidad      | Tabulación | Porcentaje |
|---------------|------------|------------|
| Siempre       | 0          | 0%         |
| Casi siempre  | 4          | 13%        |
| Algunas veces | 11         | 37%        |
| Casi nunca    | 7          | 23%        |
| Nunca         | 8          | 27%        |
| Total         | 30         | 100%       |

*Nota.* Elaboración propia, resultado de la encuesta

### Interpretación

El 13% que representa 4 faenadoras casi siempre tiene problemas para adquirir pollos, el 37% que representa 11 faenadoras algunas veces tiene problemas para adquirir pollos, el 23% que representa 7 faenadoras casi nunca tiene problemas para adquirir pollos y el 27% que representa 8 faenadoras nunca tiene problemas para adquirir pollos.

#### 3.1 Para reforzar ¿Qué problemas?

Los problemas que presentan son la impuntualidad de las empresas y los inconvenientes que se presentan en las carreteras.

### 4. ¿Qué atributo es el más importante al adquirir pollos?

**Tabla 10***Pregunta 4 de la encuesta*

| <b>Cantidad</b>  | <b>Tabulación</b> | <b>Porcentaje</b> |
|------------------|-------------------|-------------------|
| Precio           | 21                | 70%               |
| Calidad de carne | 2                 | 7%                |
| Tamaño           | 7                 | 23%               |
| Total            | 30                | 100%              |

*Nota.* Elaboración propia, resultado de la encuesta**Interpretación**

El 70% que representa 21 faenadoras el atributo más importante a la hora de adquirir pollos es el precio, el 7% que representa 2 faenadoras el atributo más importante a la hora de adquirir pollos es la calidad de carne y el 23% que representa 7 faenadoras el atributo más importante a la hora de adquirir pollos es que el pollo sea grande.

**5. ¿Cómo lleva el control de inventario y la planificación de la demanda de pollos para asegurar la disponibilidad oportuna?**

**Tabla 11***Pregunta 5 de la encuesta*

| <b>Cantidad</b> | <b>Tabulación</b> | <b>Porcentaje</b> |
|-----------------|-------------------|-------------------|
| Semanal         | 0                 | 0%                |
| Diario          | 30                | 100%              |
| Total           | 30                | 100%              |

*Nota.* Elaboración propia, resultado de la encuesta**Interpretación**

El 100% de las faenadoras trabajan con el inventario diario.

**6. ¿Cuáles son tus criterios para seleccionar a los proveedores de pollos?**

**Tabla 12***Pregunta 6 de la encuesta*

| <b>Cantidad</b>   | <b>Tabulación</b> | <b>Porcentaje</b> |
|-------------------|-------------------|-------------------|
| Precio            | 25                | 83%               |
| Disponibilidad    | 2                 | 7%                |
| Tiempo de entrega | 3                 | 10%               |
| Total             | 30                | 100%              |

*Nota.* Elaboración propia, resultado de la encuesta**Interpretación**

El 83% que representa 25 faenadoras prefieren precio a la hora de seleccionar a sus proveedores, el 7% que representa 2 faenadoras prefieren la disponibilidad de los proveedores y 10% que representa 3 faenadoras prefieren la puntualidad de sus proveedores.

**7.- ¿Cuál es sistema de pago que usted realiza con los proveedores de pollos?****Tabla 13***Pregunta 7 de la encuesta*

| <b>Cantidad</b> | <b>Tabulación</b> | <b>Porcentaje</b> |
|-----------------|-------------------|-------------------|
| Contado         | 27                | 90%               |
| Crédito         | 3                 | 10%               |
| Total           | 30                | 100%              |

*Nota.* Elaboración propia, resultado de la encuesta**Interpretación**

El 90% que representa 27 faenadoras realizan sus pagos de contado, y el 10% que representan 3 faenadoras realizan sus pagos a crédito.

**8.- ¿Cuál es el método de adquisición con los proveedores de pollos?**

**Tabla 14***Pregunta 8 de la encuesta*

| <b>Cantidad</b>      | <b>Tabulación</b> | <b>Porcentaje</b> |
|----------------------|-------------------|-------------------|
| Granja               | 0                 | 0%                |
| Entrega en Faenadora | 30                | 100%              |
| <b>Total</b>         | <b>30</b>         | <b>100%</b>       |

*Nota.* Elaboración propia, resultado de la encuesta

El 100% de las faenadoras adquieren en la puerta de la Faenadora los pollos.

### 1.3 Demanda Potencial

#### La demanda de carne de pollo en el país

**Tabla 15***Mínimos cuadrados*

|             | <b>Y</b>       |                  | <b>X</b>          |            |            |                   |
|-------------|----------------|------------------|-------------------|------------|------------|-------------------|
|             | <b>Demanda</b> | <b>Año</b>       | <b>Año de</b>     | <b>X*Y</b> | <b>X^2</b> | <b>Pronóstico</b> |
|             |                | <b>Observado</b> | <b>Estimación</b> |            |            |                   |
| <b>2016</b> | 230            | 1                | -3                | -690       | 9          | 240               |
| <b>2017</b> | 244            | 2                | -2                | -488       | 4          | 245               |
| <b>2018</b> | 245            | 3                | -1                | -245       | 1          | 249               |
| <b>2019</b> | 281            | 4                | 0                 | 0          | 0          | 254               |
| <b>2020</b> | 263            | 5                | 1                 | 263        | 1          | 259               |
| <b>2021</b> | 255            | 6                | 2                 | 510        | 4          | 264               |
| <b>2022</b> | 263            | 7                | 3                 | 789        | 9          | 269               |

*Nota.* Elaboración propia, los datos de la demanda son adquiridos de la página web de la Corporación nacional de avicultores (Conave) y los datos están simplificados de millones de pollos.

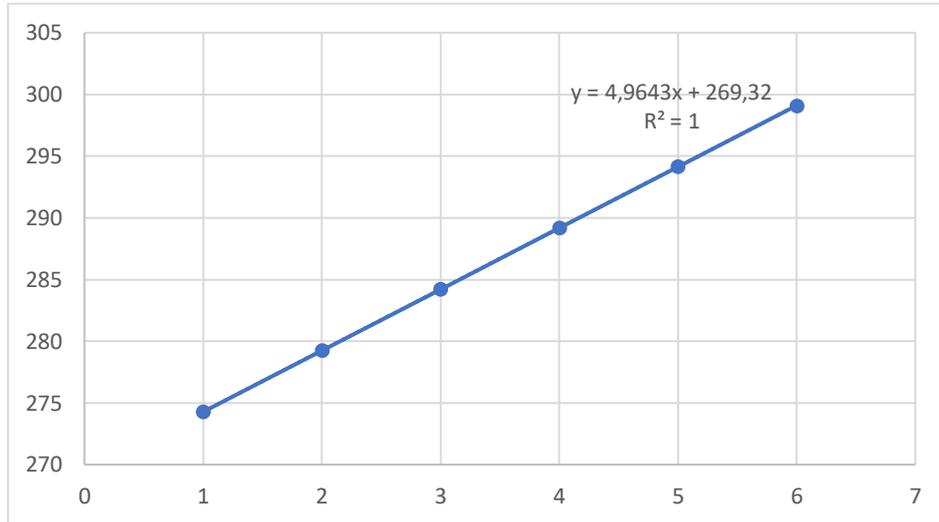
$$Y = a + bx$$

$$a = \sum y / N \quad a = 254,4285714$$

$$b = \sum xy / \sum x^2 \quad b = 4,964285714$$

### Gráfico 1

Mínimos cuadrados



Nota. Elaboración propia

### Imagen 1

Consumo de pollo



Nota. Adquirido de Corporación nacional de avicultores del Ecuador (CONAVE)

### Tabla 16

### *Proyección de la demanda dólares*

| <b>Año</b>  | <b>Pronóstico<br/>demanda</b> | <b>Precio por unidad por<br/>inflación anual</b> | <b>Demanda en dólares</b> |
|-------------|-------------------------------|--|---------------------------|
| <b>2023</b> | 274                           | 3,55   | 972,7                     |
| <b>2024</b> | 279                           | 3,63   | 1012,77                   |
| <b>2025</b> | 284                           | 3,72   | 1056,48                   |
| <b>2026</b> | 289                           | 3,80   | 1098,2                    |
| <b>2027</b> | 294                           | 3,89   | 1143,66                   |
| <b>2028</b> | 299                           | 3,98   | 1190,02                   |

*Nota.* Elaboración propia, los valores se representan en millones de dólares americanos, el precio por unidad es calculado por el precio promedio según Conave multiplicado por el indicador de crecimiento 2.32% de inflación del banco central del Ecuador.

## **1.4 Análisis del Macro y Microambiente**

### **1.4.1 Análisis del microambiente**

#### **Las 5 fuerzas de mercado o de Porter.**

Las 5 fuerzas de Porter es un modelo de estudio de la estructura competitiva de una industria en el que se analizan: el poder de negociación de los clientes, el poder de negociación de los proveedores, la amenaza procedente de los productos sustitutos, la amenaza que representan los productos entrantes y la rivalidad entre los competidores. (Porter, 1982) . Se analiza 4 fuerzas, son las utilizadas con mayor frecuencia, como se describe a continuación:

**Tabla 17***Fuerzas de Porter.*

| <b>Rivalidad de competidores</b>       | <b>Calificación</b> | <b>Poder de negociación de los proveedores</b> | <b>Calificación</b> |
|--|---------------------|--|---------------------|
| AVITALSA.                              | 4                   | MASTER (Incubadora).                           | 3                   |
| AVICEA.                                | 2                   | DISAN (Productos Químicos).                    | 1                   |
| CORPROAVIC.                            | 3                   | Rosa Vélez. (Balanceado)                       | 4                   |
| Granja Avícola San Francisco.          | 1                   | Gabriela Pérez. (Vacunas)                      | 2                   |
| <b>Amenaza de productos sustitutos</b> | <b>Calificación</b> | <b>Poder de negociación de los clientes</b>    | <b>Calificación</b> |
|  |                     | Producción y comercialización                  |                     |
| Carne de res.                          | 4                   | Bastidas Carrera.                              | 4                   |
| Carne de cerdo.                        | 3                   | Mauricio Mogro.                                | 3                   |
| Pescado.                               | 1                   | Fabian Iza.                                    | 1                   |
| Huevos.                                | 2                   | Carla Guanotasig.                              | 2                   |

*Nota.* Elaboración propia**1. Rivalidad entre competidores.**

La estrategia que utiliza AVITALSA y COPROAVIC es una economía de escalas, la cual les permite entre mayor producción menor costos de producción.

**Economía de escalas.**

La economía de escalas es un concepto fundamental en economía que describe la reducción de costos unitarios de producción a medida que la cantidad producida aumenta. Esto se debe a que los costos fijos se distribuyen entre más unidades, lo que permite mayores eficiencias y ventajas competitivas. Un ejemplo claro es la producción en masa. (Krugman, 2015)

## 2. Amenaza de productos sustitutos.

Los productos sustitutos como lo son Carne de Res y Carne de Cerdo, son los más utilizados para sustituir la carne de pollo, aunque esta es más económica que sus sustitutos.

**Tabla 18**

*Cuadro comparativo.*

| <b>Carne</b> | <b>Kilos</b> |
|--------------|--------------|
| Pollo        | 30           |
| Cerdo        | 11           |
| Res          | 10           |

*Nota.* Elaboración propia, datos adquiridos de (COMERCIO, 2022)

## 3. Poder de negociación de los proveedores.

Los proveedores principales como lo son Master que es la que provee de pollos recién nacidos y Rosa Vélez proveedora de maíz, son las más importantes puesto que es la base de la actividad económica.

## 4. Poder de negociación de los clientes.

Los clientes: Producción y comercialización Bastidas Carrera y Mauricio Mogro son los clientes que más comprar y fieles a la empresa.

## **Matriz de Evaluación de factores internos – EFI**

**Tabla 19***Matriz EFI.*

|                    | <b>Factor Clave de Éxito</b>                | <b>Peso</b> | <b>Calificación</b> | <b>Valor Ponderado</b> |
|--------------------|---|-------------|---------------------|------------------------|
| <b>Fortalezas</b>  |   |             |                     |                        |
| F1                 | Red solida de proveedores de materia prima. | 0,15        | 4                   | 0,6                    |
| F2                 | Ciclo de producción corto.                  | 0,1         | 3                   | 0,3                    |
| F3                 | Recursos propios.                           | 0,05        | 3                   | 0,15                   |
| F4                 | Infraestructura propia.                     | 0,2         | 4                   | 0,8                    |
| F5                 | Experiencia en la avicultura.               | 0,08        | 3                   | 0,24                   |
| <b>Debilidades</b> |   |             |                     |                        |
| D1                 | Falta de tecnología.                        | 0,08        | 2                   | 0,16                   |
| D2                 | Falta de marketing.                         | 0,04        | 1                   | 0,04                   |
| D3                 | Falta de tecnificación de los desechos      | 0,1         | 2                   | 0,2                    |
| D4                 | Poca planificación estratégica empresarial. | 0,13        | 2                   | 0,26                   |
| D5                 | Dependencia de los precios de los insumos.  | 0,07        | 1                   | 0,07                   |
|                    |   |             | Subtotal            | 0,73                   |
|                    |   | 1           |                     |                        |
|                    |   |             | Total               | 2,82                   |

*Nota.* Elaboración propia**Interpretación**

La matriz de factores internos da un valor de 2.82 lo que significa que la empresa tiene ventaja en el factor interno, siendo sus principales fortalezas el precio más accesible que los productos sustitutos y la alta demanda de carne de pollo.

## 1.4.2 Análisis del macro ambiente

### Matriz de Evaluación de factores Externos – EFE

**Tabla 20**

*Matriz EFE.*

|                      | <b>Factor Clave de Éxito</b>                          | <b>Peso</b> | <b>Calificación</b> | <b>Valor Ponderado</b> |
|----------------------|---|-------------|---------------------|------------------------|
| <b>Oportunidades</b> |   |             |                     |                        |
| O1                   | Automatización en los procesos de alimentación.       | 0,1         | 3                   | 0,3                    |
| O2                   | Mejores formulaciones para la alimentación.           | 0,15        | 4                   | 0,6                    |
| O3                   | Clima cálido que facilita el crecimiento de las aves. | 0,2         | 4                   | 0,8                    |
| O4                   | Alta demanda de carne de pollo.                       | 0,07        | 3                   | 0,21                   |
| O5                   | Cambios en los patrones de consumo.                   | 0,11        | 4                   | 0,44                   |
|                      |   |             | Subtotal            | 2,35                   |
| <b>Amenazas</b>      |   |             |                     |                        |
| A1                   | Aumento en los costos de materias primas.             | 0,1         | 2                   | 0,2                    |
| A2                   | Regulaciones ambientales.                             | 0,05        | 1                   | 0,05                   |
| A3                   | Riesgos de enfermedades.                              | 0,07        | 1                   | 0,07                   |
| A4                   | Inundaciones de la zona.                              | 0,1         | 2                   | 0,2                    |
| A5                   | Conciencia sobre la salud animal.                     | 0,05        | 1                   | 0,05                   |
|                      |   | 1           | Subtotal            | 0,57                   |
|                      |   |             | Total               | 2,92                   |

*Nota.* Elaboración propia.

### Interpretación

La matriz de factores externos da un total de 2.92 lo que significa que la empresa tiene control de los factores externos y puede tener resultados positivos.

## Matriz de perfil competitivo – MPC

**Tabla 21**

*Matriz MPC*

| No           | Factores críticos de éxito | Peso        | ECUAPOLLO    |            | AVITALSA     |            | SAN FRANCISCO |            |
|--------------|----------------------------|-------------|--------------|------------|--------------|------------|---------------|------------|
|              |                            |             | Calificación | Puntuación | Calificación | Puntuación | Calificación  | Puntuación |
| 1            | Calidad de carne           | 0,20        | 3            | 0,6        | 4            | 0,8        | 3             | 0,6        |
| 2            | Precios accesibles         | 0,25        | 3            | 0,75       | 5            | 1,25       | 2             | 0,5        |
| 3            | Tiempo de entrega          | 0,15        | 5            | 0,75       | 4            | 0,6        | 3             | 0,45       |
| 4            | Instalaciones              | 0,15        | 3            | 0,45       | 5            | 0,75       | 2             | 0,3        |
| 5            | Finanzas sólidas           | 0,25        | 3            | 0,75       | 5            | 1,25       | 3             | 0,75       |
| <b>Total</b> |                            | <b>1,00</b> |              |            |              |            |               |            |

*Nota.* Elaboración propia

## Análisis Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal

**Tabla 22**

*Pestel*

| Criterio         | SIM | Descripción                               | Impacto                                       | Duración  | Total | Oportunidad        | Amenaza            |
|------------------|-----|---|---|---|-------|--------------------|--------------------|
|                  |     |   | Alto = 3 punto<br>Medio = 2 punto<br>Bajo = 1 | > 6 meses = 3 puntos<br>< 6 meses = 2 puntos<br>< 1 mes = 1 punto |       | Marque con una "X" | Marque con una "X" |
| <b>Político</b>  | P1  | Inestabilidad Política.                   | 2   | 3   | 5     |                    | x                  |
|                  | P2  | Regulaciones ambientales.                 | 2   | 3   | 5     |                    | x                  |
|                  | P3  | Políticas gubernamentales.                | 1   | 3   | 4     | x                  |                    |
| <b>Económico</b> | E1  | Menores costos de producción.             | 3   | 3   | 6     | x                  |                    |
|                  | E2  | Menor coste de transporte.                | 1   | 3   | 4     | x                  |                    |
|                  | E3  | Aumento en los costes de la alimentación. | 3   | 3   | 6     |                    | x                  |
| <b>Social</b>    | S1  | Conciencia sobre el bienestar animal.     | 2   | 3   | 5     |                    | x                  |
|                  | S2  | Conciencia sobre la salud animal.         | 2   | 3   | 5     |                    | x                  |
|                  | S3  | Cambios en los patrones de consumo.       | 3   | 3   | 6     | x                  |                    |

|                    |    |   |   |   |   |   |   |
|--------------------|----|---|---|---|---|---|---|
| <b>Tecnológico</b> | T1 | Automatización en los procesos de alimentación.       | 3 | 3 | 6 | x |   |
|                    | T2 | Monitoreo de los galpones para el bienestar animal.   | 2 | 3 | 5 | x |   |
|                    | T3 | Mejores formulaciones para la alimentación.           | 3 | 3 | 6 | x |   |
| <b>Ecológico</b>   | C1 | Clima cálido que facilita el crecimiento de las aves. | 3 | 3 | 6 | x |   |
|                    | C2 | Inundaciones de la zona.                              | 3 | 1 | 4 |   | x |
|                    | C3 | Gestión de los desechos.                              | 2 | 3 | 5 |   | x |
| <b>Legal</b>       | L1 | Normas de seguridad ocupacional.                      | 2 | 3 | 5 | x |   |
|                    | L2 | Regulaciones sanitarias y fitosanitarias.             | 3 | 3 | 6 | x |   |
|                    | L3 | Normativas laborales.                                 | 1 | 3 | 4 |   | x |

*Nota.* Elaboración propia

### 1.4.3 Proyección de la oferta.

**Tabla 23**

*Proyección de la oferta*

| <b>Años</b> | <b>Oferta</b> |
|-------------|---------------|
| <b>2023</b> | 270           |
| <b>2024</b> | 272           |
| <b>2025</b> | 274           |
| <b>2026</b> | 276           |
| <b>2027</b> | 278           |
| <b>2028</b> | 280           |

*Nota.* Elaboración propia, los datos están millones de pollos del año 2022 al 2023 hubo un aumento del 1% de la oferta según CONAVE.

### 1.5 Demanda Potencial Insatisfecha

**DPI=Demanda menos Oferta.**

**Tabla 24**

*Demanda potencial insatisfecha en unidades*

| <b>Año</b>  | <b>Demanda</b> | <b>Oferta</b> | <b>DPI/Año</b> |
|-------------|----------------|---------------|----------------|
| <b>2023</b> | 274            | 270           | 4              |
| <b>2024</b> | 279            | 272           | 7              |
| <b>2025</b> | 284            | 274           | 10             |
| <b>2026</b> | 289            | 276           | 13             |
| <b>2027</b> | 294            | 278           | 16             |
| <b>2028</b> | 299            | 280           | 19             |

*Nota.* Elaboración propia, los valores están representados en millones de pollos

**Tabla 25***Demanda potencial insatisfecha en dólares*

| <b>Año</b>  | <b>Demanda</b> | <b>Oferta</b> | <b>DPI en \$</b> |
|-------------|----------------|---------------|------------------|
| <b>2023</b> | 972,7          | 958,5         | 14,2             |
| <b>2024</b> | 1012,77        | 987,36        | 25,41            |
| <b>2025</b> | 1056,48        | 1019,28       | 37,2             |
| <b>2026</b> | 1098,2         | 1048,8        | 49,4             |
| <b>2027</b> | 1143,66        | 1081,42       | 62,24            |
| <b>2028</b> | 1190,02        | 1114,4        | 75,62            |

*Nota.* Elaboración propia, los valores están representados en millones de dólares**Tabla 26***Demanda potencial insatisfecha en dólares*

| <b>Año</b>  | <b>Demanda</b> | <b>Oferta</b> | <b>DPI en \$/<br/>Año</b> | <b>DPI en \$/<br/>Dia</b> |
|-------------|----------------|---------------|---------------------------|---------------------------|
| <b>2023</b> | 972.700.000    | 958.500.000   | 14.200.000                | 38.904,11                 |
| <b>2024</b> | 1'012.770.000  | 987.360.000   | 25.410.000                | 69.616,438                |
| <b>2025</b> | 1'056.480.000  | 1'019.280.000 | 37.200.000                | 101.917,81                |
| <b>2026</b> | 1'098.200.000  | 1'048.800.000 | 49.400.000                | 135.342,47                |
| <b>2027</b> | 1'143.660.000  | 1'081.420.000 | 62.240.000                | 170.520,55                |
| <b>2028</b> | 1'190.020.000  | 1'114.400.000 | 75.620.000                | 207.178,08                |

*Nota.* Elaboración propia

## 1.6 Diseño de marca (branding)

**Tabla 27**

*Diseño de marca*

---

|                             |   |
|-----------------------------|---|
| <b>1 Nombre de la marca</b> | Ecuapollo.  |
| <b>2 Logotipo</b>           |    |
| <b>3 Eslogan</b>            | De nuestra granja a tu mesa: pollos de carne naturales y nutritivos.  |
| <b>4 Percepción</b>         | Percepción: <ul style="list-style-type: none"><li>• Nutrición confiable: Transmitir la idea de que los pollos de engorde de la industria avícola son una fuente confiable de nutrición saludable y equilibrada.</li><li>• Cuidado responsable: Comunicar el compromiso de la industria avícola con el bienestar animal y las prácticas de cría responsables.</li><li>• Frescura garantizada: Enfatizar la frescura de los pollos de engorde, destacando que se entregan directamente del criadero a los consumidores.</li><li>• Confianza del consumidor: Generar confianza en las faenadoras a través de certificaciones de calidad y estándares de seguridad.</li></ul> |
| <b>5 Posicionamiento</b>    | Posicionamiento: <ul style="list-style-type: none"><li>• Líder en calidad: Posicionarse como el referente en la industria, ofreciendo los pollos de engorde de la más alta calidad.</li><li>• Compromiso con el bienestar animal: Destacar el enfoque en el cuidado y el bienestar de los pollos de engorde, diferenciándose de la competencia.</li></ul>   |

- Entrega directa del criadero al cliente: Posicionarse como una industria avícola que garantiza la puntualidad y la trazabilidad de sus productos.
- Proveedor confiable: Ser reconocidos como un socio confiable para las faenadoras que buscan pollos de engorde de alta calidad y consistencia.

**6 Diferenciación** Al centrarse en la percepción de calidad, cuidado responsable, y confianza del consumidor, y al posicionar la industria avícola como líder en calidad, excelencia en pollos, compromiso con el bienestar animal, entrega directa y proveedor confiable, se puede establecer una imagen sólida y positiva en el mercado de pollos de engorde.

## 7 Material POP



---

*Nota.* Elaboración propia

## 1.7 Estrategias de marketing

Estrategia de posicionamiento para Ecuapollo, empresa avícola dedicada a los pollos de engorde:

**Tabla 27**

*Estrategias de marketing*

| <b>Estrategias</b>                                 | <b>Objetivos</b>   | <b>Tácticas</b>  | <b>Recursos</b>                                | <b>Costo</b> | <b>Responsable</b>                         |
|--|--|--|--|--------------|--|
| Estrategia para identificar el público objetivo.   | Analizar y comprender las necesidades y preferencias de los consumidores objetivo de Ecuapollo, que son principalmente faenadoras.   | Realizar encuestas y estudios de mercado para comprender las necesidades y preferencias de las faenadoras.   | Personal de investigación y análisis de datos. |              |  |
| Estrategia de diferenciación basada en la calidad. | Enfatizar la calidad superior de los pollos de engorde de Ecuapollo. Destacar su crianza cuidadosa, alimentación nutritiva y estándares de bienestar animal que garantizan un producto final de excelente calidad. | Crear contenido educativo y comparativo que destaque los aspectos de crianza, alimentación y bienestar animal que contribuyen a la calidad superior. | Diseño gráfico y medios de comunicación.       | 320,00       | Empresa dedicada al marketing de empresas. |
| Compromiso con el bienestar animal.                | Resaltar las prácticas de cría responsables y el compromiso de Ecuapollo con el bienestar animal. Comunicar cómo se cuida y se atiende a los pollos de engorde, mostrando un enfoque ético y sostenible.           | Crear contenido audiovisual que muestre las prácticas de crianza responsable y el bienestar animal en las instalaciones.                             | Personal de producción audiovisual.            |              |  |

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
| Promoción de certificaciones y sellos de calidad | Destacar las certificaciones y sellos de calidad que respaldan los pollos de Ecuapollo. Esto incluye certificaciones de seguridad alimentaria, bienestar animal y calidad del producto, lo que aumentará la confianza y la credibilidad entre los consumidores.      | Incluir sellos de calidad y certificaciones en la publicidad de los productos.   | Diseñadores gráficos   |
| Campañas de marketing enfocadas                  | Desarrollar campañas de marketing que resalten los valores y atributos únicos de Ecuapollo. Utilizar medios tradicionales y digitales para llegar al público objetivo, compartiendo mensajes claros y convincentes sobre la calidad y la diferenciación de la marca. | Desarrollar contenido creativo y atractivo para anuncios en redes sociales, publicaciones en blogs y campañas de correo electrónico. | Herramientas para analizar, datos de investigación y precio de mercado |

---

*Nota.* Elaboración propia

Al implementar esta estrategia de posicionamiento, Ecuapollo podrá diferenciarse como una empresa avícola de calidad, comprometida con la frescura, la trazabilidad y el bienestar animal, ganando la confianza y preferencia de los consumidores en el mercado de pollos de engorde.

## 1.8 Plan de comunicación

**Tabla 28**

*Plan de comunicación*

| Objetivo   | Estrategia   | Medio publicitario   | Presupuesto tiempo | Responsable                                | Indicador   |
|--|--|--|--------------------|--|---|
| Aumentar el conocimiento de la marca Ecuapollo y su diferenciación en calidad y frescura entre las faenadoras del mercado objetivo | Utilizar una combinación de publicidad y marketing directo para comunicar los atributos clave de la marca, incluyendo la calidad, frescura, trazabilidad y compromiso con el bienestar animal. | Enviar material promocional personalizado a las faenadoras, como folletos y catálogos que destaquen los beneficios y la calidad de los pollos de engorde de Ecuapollo. Incluir información sobre las certificaciones y sellos de calidad para generar confianza en la marca. | 320,00 mensuales   | Empresa dedicada al marketing de empresas. | Aumento en las ventas y en la participación de mercado de Ecuapollo entre las faenadoras. |

*Nota.* Elaboración propia

Es importante monitorear y evaluar regularmente los resultados obtenidos a través de este indicador para realizar ajustes y optimizar la estrategia de comunicación de acuerdo con los objetivos establecidos.

## 1.9 Canales de Distribución

Para la empresa Ecuapollo, el canal de distribución utilizado es desde la granja hasta las faenadoras:

- Venta directa desde la granja: Ecuapollo establece acuerdos directos con faenadoras, ofreciendo la posibilidad de entregar los pollos de engorde directamente en la Faenadora. Esto garantiza la frescura y la trazabilidad del producto, y permite un control directo sobre la cadena de suministro.

La empresa puede optar en un futuro por los siguientes canales de distribución:

- Distribución a través de mayoristas: Ecuapollo puede establecer alianzas con mayoristas especializados en pollos de engorde. Los mayoristas se encargarían de adquirir los pollos de engorde de la granja y distribuirlos a las faenadoras, cubriendo un área geográfica más amplia y llegando a un mayor número de clientes.
- Alianzas estratégicas con distribuidores regionales: Ecuapollo puede establecer alianzas con distribuidores regionales que tengan experiencia en la distribución de pollos a las faenadoras. Estos distribuidores se encargarían de la logística de transporte y entrega, asegurando que los pollos de engorde lleguen de manera eficiente y oportuna a las faenadoras.
- Ventas en mercados mayoristas especializados: Ecuapollo puede participar en mercados mayoristas especializados en pollos, donde las faenadoras y público en general suelen adquirir sus suministros. Estos mercados proporcionan un punto de encuentro entre los productores y los compradores, facilitando la distribución directa de los pollos de engorde.

### **1.10 Seguimiento de Clientes**

Hay varias opciones de CRM (Customer Relationship Management) de libre acceso que pueden ser utilizadas en la empresa Ecuapollo. A continuación, se mencionan algunas alternativas populares:

1. HubSpot CRM: HubSpot ofrece un CRM gratuito que permite gestionar y organizar las interacciones con los clientes, realizar seguimiento de las ventas y automatizar tareas. Incluye funciones de seguimiento de correos electrónicos, programación de reuniones y generación de informes.
2. Zoho CRM: Zoho CRM ofrece una versión gratuita para hasta tres usuarios. Proporciona herramientas para la gestión de contactos, seguimiento de ventas, automatización de tareas y creación de informes. También cuenta con integraciones con otras aplicaciones de Zoho.
3. Bitrix24: Bitrix24 ofrece una amplia gama de funcionalidades en su CRM gratuito, incluyendo gestión de contactos, comunicación interna,

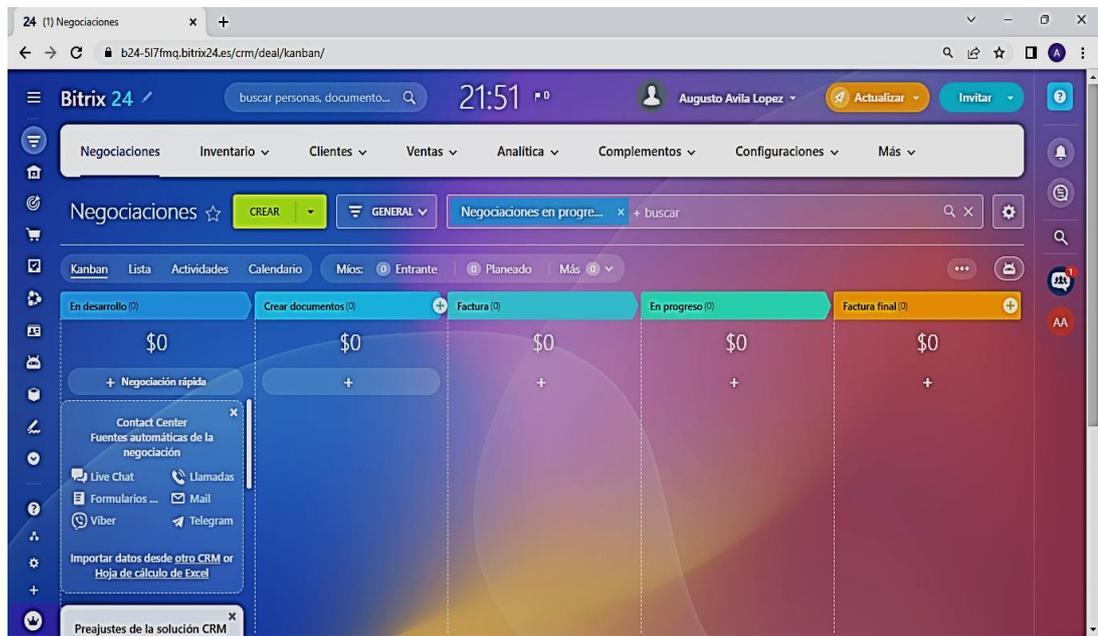
automatización de ventas y tareas, y generación de informes. También ofrece opciones de almacenamiento en la nube y colaboración en equipo.

El uso de un CRM en una empresa que se dedica a la venta de pollos a faenadoras puede proporcionar varios beneficios y justificaciones importantes:

- **Gestión eficiente de contactos:** Un CRM permite tener un registro centralizado de los contactos y clientes, lo que facilita el acceso a la información relevante, como nombres, datos de contacto y preferencias específicas de los clientes. Esto agiliza las comunicaciones y garantiza un seguimiento más efectivo.
- **Seguimiento de interacciones:** Un CRM permite registrar y hacer seguimiento de todas las interacciones con los clientes, como llamadas, correos electrónicos y reuniones. Esto proporciona un historial completo de las comunicaciones, lo que facilita la comprensión de las necesidades y preferencias de los clientes y mejora la atención y el servicio al cliente.
- **Automatización de tareas:** Un CRM puede automatizar tareas repetitivas, como el seguimiento de clientes potenciales, el envío de correos electrónicos de seguimiento y la programación de recordatorios. Esto ahorra tiempo y reduce el riesgo de olvidar actividades importantes, permitiendo a los equipos de ventas centrarse en actividades de mayor valor y cerrar más ventas.
- **Mejora en la toma de decisiones:** Un CRM proporciona datos y análisis en tiempo real sobre el rendimiento de las ventas, la rentabilidad y otros indicadores clave. Estos informes y análisis permiten tomar decisiones más informadas y estratégicas, identificar oportunidades de crecimiento y mejorar la eficiencia operativa.
- **Personalización y fidelización de clientes:** Un CRM ayuda a comprender mejor las necesidades y preferencias de los clientes, lo que permite ofrecer un servicio personalizado y adaptado a sus requerimientos específicos. Esto contribuye a la satisfacción del cliente, la retención y la fidelización a largo plazo.

## Imagen 2

### CRM de la página bitrix 24



*Nota.* Elaboración propia

## 1.11 Plan de acción comercial y Métricas de marketing

### Objetivo.

Incrementar la participación de mercado y aumentar las ventas de pollos vivos a faenadoras en un 20% en el próximo año fiscal.

**Tabla 28**

*Plan de acción comercial y métodos de marketing.*

| <b>Estrategias y Tácticas</b>  | <b>Indicadores Clave de Rendimiento (KPIs)</b>   | <b>Método de Verificación</b>  | <b>Responsable</b>                        | <b>Presupuesto</b> |
|--|--|--|---|--------------------|
| Fortalecer relaciones con faenadoras existentes.   | Mantener los clientes.   | Encuestas de reconocimiento de marca.  | Equipo de ventas                          | \$500              |
| Ampliar la base de clientes a través de la adquisición de nuevos clientes.                 | Nuevos clientes adquiridos: Seguir y registrar el número de nuevas faenadoras que se convierten en clientes de Ecuapollo durante el período establecido. | Análisis de datos internos: Utilizar informes de ventas y bases de datos de clientes para medir y evaluar los indicadores establecidos.  | Equipo de ventas                          | \$500              |
| Mejorar la visibilidad y el conocimiento de la marca Ecuapollo en el mercado de faenadoras | Retención de clientes: Medir la tasa de retención de las faenadoras existentes para evaluar la satisfacción y lealtad de los clientes.                   | Encuestas y retroalimentación de los clientes: Realizar encuestas periódicas para medir el nivel de satisfacción de las faenadoras y obtener comentarios sobre los productos y servicios de Ecuapollo. | Empresa dedicada al marketing de empresas | 320.00             |

*Nota.* Elaboración propia

## CAPÍTULO II

### 2 Operaciones

#### 2.1 Objetivo del Capítulo

Determinar la capacidad de producción de la empresa “Ecuapollo” con la finalidad de cubrir la demanda potencial insatisfecha.

#### 2.2 Descripción del proceso

##### 2.2.1 Descripción de proceso de transformación del bien.

La crianza de pollos de engorde en el sector de Alluriquín, inicia desde la necesidad de cubrir la demanda que se da en la ciudad de Amaguaña, se adquieren los pollos de 1 día de nacidos de raza broiler, comienza la etapa de alimentación y crecimiento en la cual se utiliza una dieta nutritiva y balanceada, se continua con la etapa de engorde en la cual se utiliza una dieta diferente la que ayuda al desarrollo muscular, el proceso termina con la con la distribución y comercialización los pollos son transportados en jabas plásticas y se comercializa por libra de pollo según el valor del mercado.

- **Preparación y acondicionamiento del galpón:** Antes de recibir a los polluelos, se realiza una exhaustiva limpieza y desinfección del galpón para eliminar cualquier microorganismo patógeno presente. Se asegura que las camas y el suelo estén adecuadamente preparados y se suministra calor para mantener una temperatura óptima antes de la llegada de los polluelos.
- **Recepción y manejo de los polluelos:** Se reciben los polluelos de un día de edad. Estos son transportados en cajas adecuadas y se los coloca en áreas de cría especialmente acondicionadas con fuentes de calor para mantener su temperatura corporal.
- **Manejo de enfermedades y control de plagas:** En caso de enfermedades avícolas, se implementan medidas de prevención y se administran vacunas según el programa sanitario establecido. También se realizan análisis periódicos para detectar la presencia de plagas y se toman medidas para controlarlas y prevenirlas.

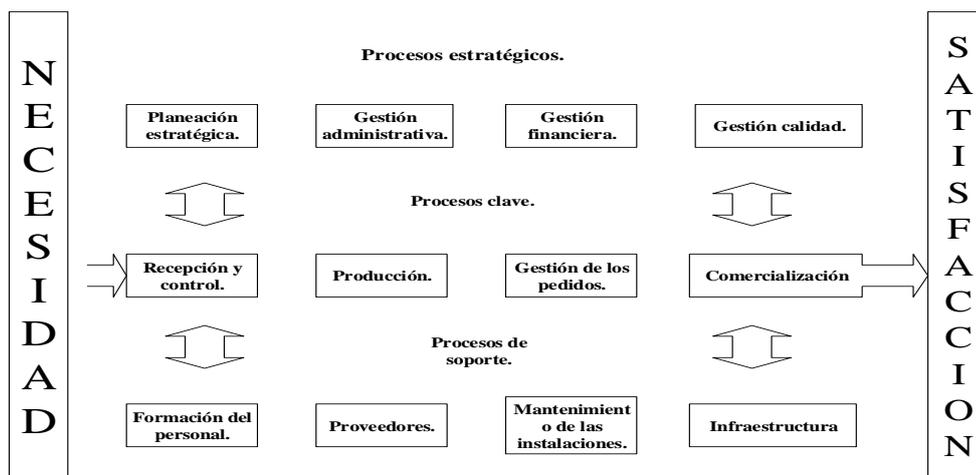
- **Engorde:** A medida que los pollos crecen, se controla su peso y se ajusta la alimentación para promover un crecimiento uniforme. Una vez que los pollos alcanzan el peso de mercado deseado, se lleva a cabo el proceso de distribución.
- **Distribución:** Los pollos son recolectados en jabas plásticas y distribuidos a las distintas plantas de procesamiento.

### Mapa de procesos.

Un mapa de procesos es una representación gráfica que muestra las interacciones y secuencias de actividades que ocurren dentro del proceso en este caso el engorde pollos. Proporciona una visión general de cómo se lleva a cabo un proceso, identificando las entradas, las actividades realizadas y las salidas resultantes. Según (Harrington, 2007) un mapa de procesos es una herramienta clave para identificar áreas de mejora, eliminar redundancias y optimizar la eficiencia en una organización. Ayuda a visualizar cómo se desarrollan las tareas, qué roles desempeñan los diferentes actores y cómo se relacionan entre sí. Este enfoque sistemático y estructurado permite identificar cuellos de botella, evaluar el rendimiento y diseñar estrategias para la mejora continua.

### Gráfico 2

*Procesos estratégicos*



*Nota.* Elaboración propia

**Normativa que presente parámetros de calidad a cumplir.**

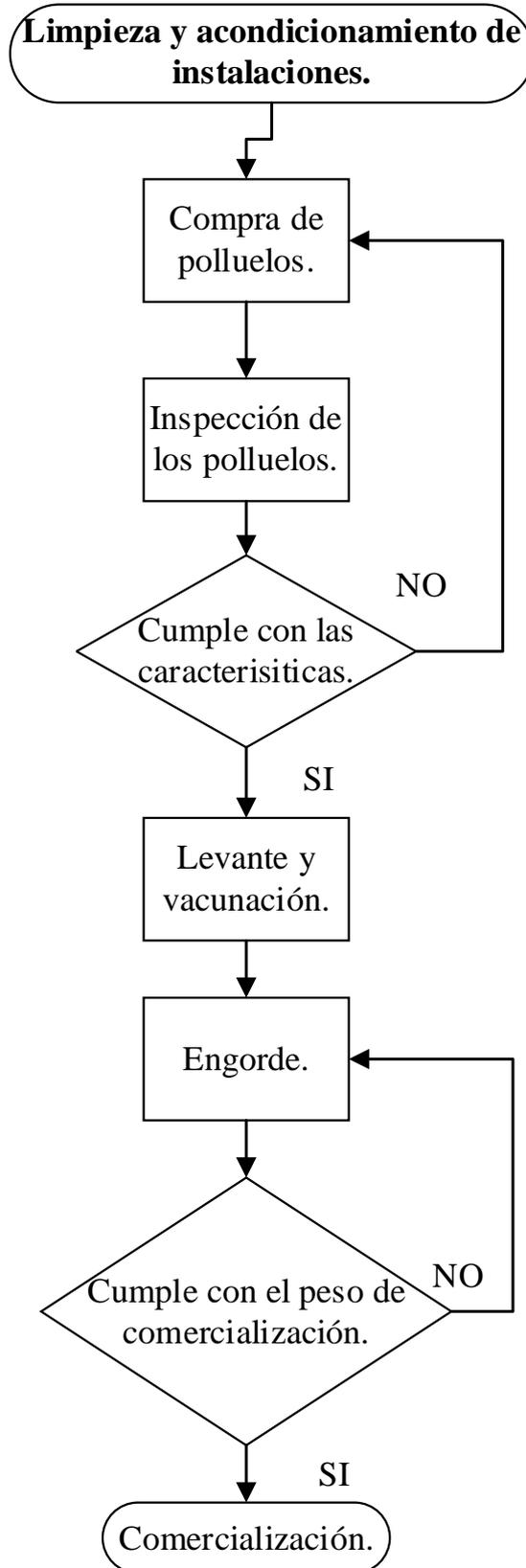
La Resolución No. 0008-2012-AGROCALIDAD es una medida significativa y fundamental para la industria avícola en Ecuador. Esta regulación establece un marco normativo que busca garantizar la sanidad y el control de enfermedades en los establecimientos avícolas del país.

Al requerir el registro de los criaderos de aves, la resolución contribuye a un mejor seguimiento y control de la actividad avícola en todo el territorio, lo que resulta en una mayor transparencia y trazabilidad en la cadena de producción. Además, al establecer medidas de prevención y control de enfermedades aviarias, esta normativa protege la salud de las aves y evita la propagación de enfermedades contagiosas que podrían afectar no solo a la industria avícola, sino también a la economía y la salud pública en general.

La implementación de medidas de prevención y control de enfermedades aviarias es esencial para mantener la bioseguridad en las granjas y garantizar la producción de alimentos seguros para el consumo humano. Al promover prácticas adecuadas de manejo y bienestar animal, la resolución busca mejorar la calidad de los productos avícolas y proteger los intereses tanto de los productores como de los consumidores.

Es importante que los criaderos de aves cumplan estrictamente con las disposiciones establecidas en esta resolución, ya que ello garantiza el cumplimiento de los estándares de calidad y bioseguridad en la industria avícola del país. Asimismo, las autoridades deben continuar supervisando y actualizando esta regulación según las necesidades y avances tecnológicos para asegurar una industria avícola sostenible, competitiva y comprometida con la seguridad alimentaria y el bienestar animal. (Agrocalidad, 2011)

**Diagrama de flujo.**

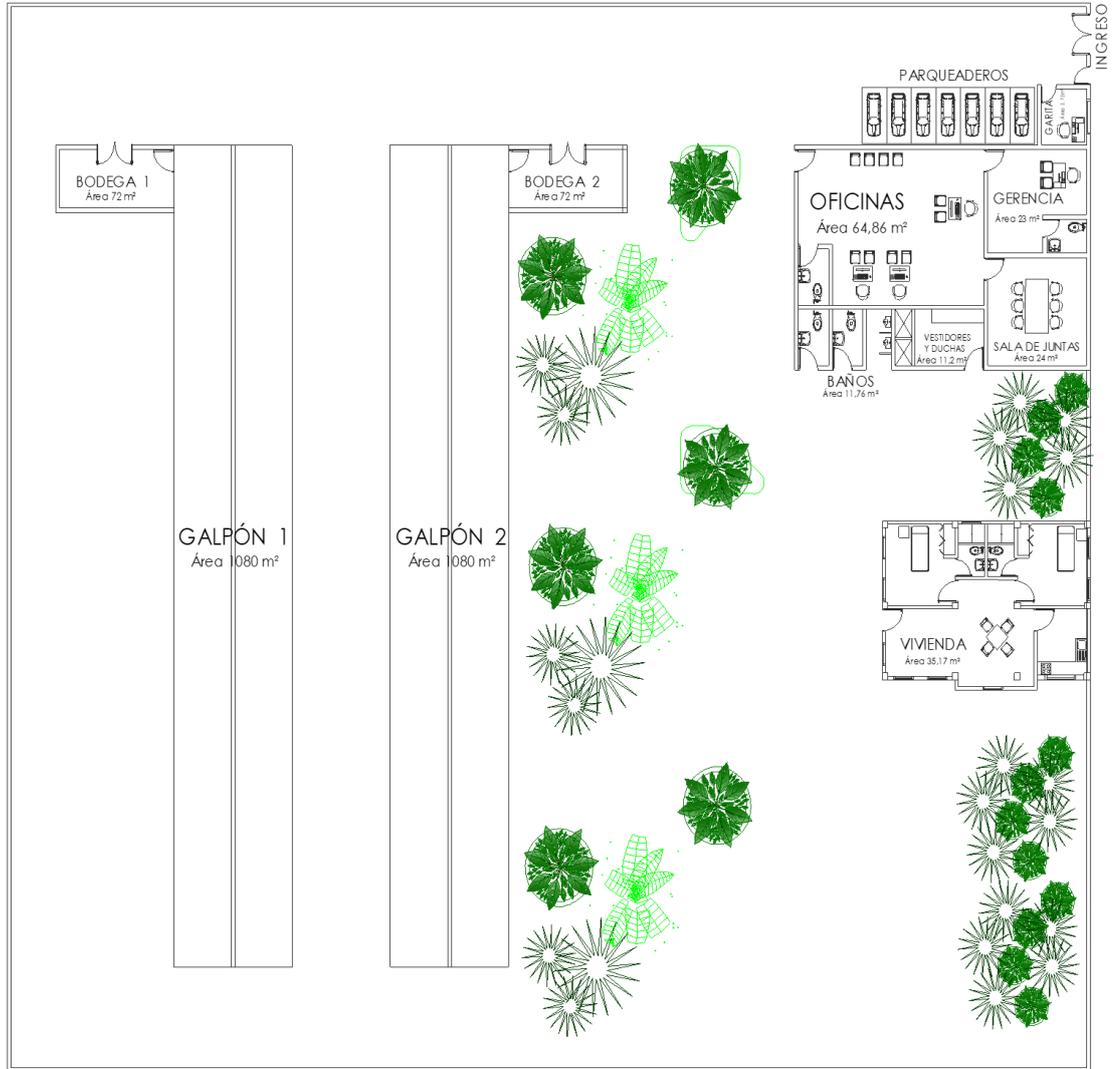


*Nota.* Elaboración propia

## 2.2.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas

### Imagen 3

Layout de la planta



Nota. Elaboración propia

## Ubicación de la granja.

### Imagen 4

Ubicación de la planta



Ubicación de los galpones.

*Nota.* Elaboración propia, Adquirido de Google maps

### Tabla 27

Descripción de equipos

| Actividad                    | Equipo                   | Características.   | Costo                     |
|------------------------------|--------------------------|--|---------------------------|
| Engorde de pollos de engorde | Balanza                  | Se utiliza para el control y la venta del peso del pollo, tiene una capacidad de 150 kilogramos.   | \$90.00.                  |
|                              | Campana calefactora.     | Aumenta la temperatura en el ambiente, puesto que los pollos recién nacidos no tienen la capacidad de termo regularse hasta los 7 primeros días. | \$45.00 por cada campana. |
|                              | Gas licuado de petróleo. | Se utiliza para que la campana calefactora pueda funcionar y esta utilice la combustión del GLP.   | \$3.00 por unidad.        |

|                      |  |                          |
|----------------------|--|--------------------------|
| Comederos.           | Son utilizados para que el pollo tenga alimento fresco, limpio y seco. Son regulables para poder administrar el alimento necesario en cada etapa del desarrollo.                                 | \$10.25 por cada unidad. |
| Bebederos.           | Los bebederos aportan agua limpia 24 horas del día durante los 7 días de la semana, en el agua se puede agregar vitaminas o medicamentos, para que el pollo tenga una óptima salud y producción. | \$20.00 por cada unidad. |
| Tanque de agua.      | Permite el almacenamiento de agua, y sirve como contenedor para poder tener la cantidad exacta de agua para poder medicar o vitamizar el agua.   | \$195.00 por tanque.     |
| Cascarilla de arroz. | Tiene como función ser la cama de las aves, mantiene el suelo cálido y ayuda al secado de los excrementos de las aves.   | \$1.50 por quintal.      |

---

*Nota.* Elaboración propia

### **Tabla 28**

*Horas hombre diarias.*

| <b>Actividades diarias.</b> | <b>Tiempo por actividad</b> |                 |                     |
|-----------------------------|-----------------------------|-----------------|---------------------|
|                             | <b>(min)</b>                | <b>Personas</b> | <b>Horas-Hombre</b> |
| Recepción y control.        | 120                         | 2               | 2                   |
| Alimentación de las aves    | 240                         | 2               | 4                   |

---

*Nota.* Elaboración propia

**Tabla 29***Horas hombre por saque de lote.*

| Actividades cada saque.    | Tiempo por      |          |              |
|----------------------------|-----------------|----------|--------------|
|                            | actividad (min) | Personas | Horas-Hombre |
| Recepción de los polluelos | 60              | 2        | 1            |
| Carga de las aves          | 120             | 3        | 2            |
| Distribución de las aves   | 360             | 3        | 6            |

*Nota.* Elaboración propia

### 2.2.3 Tecnología a aplicar

Con la utilización de sensores la empresa avícola tendrá un monitoreo avanzado, podría experimentar una transformación en la forma en que controla sus operaciones. Estos sistemas utilizan sensores para recopilar datos en tiempo real sobre variables ambientales, como temperatura, humedad y calidad del aire, así como el comportamiento y la salud de las aves. Estos datos se analizan y se utilizan para ajustar automáticamente las condiciones en las instalaciones, optimizando la eficiencia y el bienestar de las aves. (Cervantes, 2017)

### 2.2.4 Factores que afectan las operaciones

Las aves son especialmente sensibles a las condiciones de humedad excesiva y las inundaciones pueden tener efectos adversos tanto en su bienestar como en su productividad.

- Mortalidad de aves: Las inundaciones repentinas pueden resultar en la pérdida de aves debido al ahogamiento. Las aves pueden quedar atrapadas en estructuras de las instalaciones avícolas, lo que aumenta el riesgo de mortalidad.

- Estrés y enfermedades: Las inundaciones pueden causar un estrés significativo en las aves, lo que las vuelve más susceptibles a enfermedades. El contacto con aguas contaminadas, el aumento de la humedad y la falta de condiciones higiénicas adecuadas pueden favorecer la proliferación de patógenos y aumentar el riesgo de enfermedades aviares.
- Daños en las instalaciones: Las inundaciones pueden causar daños estructurales en los galpones avícolas, equipos y sistemas de ventilación. Esto puede afectar la capacidad de mantener un entorno controlado para las aves, comprometiendo su bienestar y productividad.
- Suministro de alimento y agua: Las inundaciones pueden interrumpir el suministro de alimento y agua a las aves. Los alimentos almacenados pueden dañarse o contaminarse, lo que resulta en una disminución en el suministro de alimento. Además, las fuentes de agua pueden inundarse o volverse inaccesibles, lo que afecta la hidratación y la salud de las aves.

Para mitigar los efectos de las inundaciones en una explotación avícola, se deben tomar medidas preventivas y de manejo adecuadas. Algunas de estas medidas incluyen:

- Planificación de emergencia: Desarrollar un plan de acción y un sistema de alerta temprana para evacuar o proteger a las aves en caso de inundaciones.
- Diseño y ubicación adecuados de las instalaciones: Construir las instalaciones avícolas en áreas menos propensas a inundaciones y diseñarlas para resistir condiciones extremas.
- Mejoramiento del drenaje: Implementar sistemas de drenaje adecuados en las instalaciones y los terrenos circundantes para minimizar el impacto de las inundaciones.
- Almacenamiento seguro de alimentos y agua: Mantener los alimentos almacenados en áreas elevadas y protegidas para evitar la contaminación por inundaciones. Además, asegurar fuentes alternativas de agua potable en caso de interrupción del suministro normal.

Estas medidas ayudarán a minimizar los efectos negativos de las inundaciones en una explotación avícola y garantizarán la seguridad y el bienestar de las aves. (Mutusamy & Hemalatha, 2013)

### **Ritmo de producción.**

**Tabla 30**

*Ritmo de producción tiempo-horas-hombre crianza.*

| <b>Actividad</b>         | <b>N.º Personas</b> | <b>Tiempo promedio</b> | <b>Tiempo normal</b> | <b>Ritmo de trabajo</b> |
|--------------------------|---------------------|------------------------|----------------------|-------------------------|
| Recepción del alimento   | 2                   | 120                    | 33.33%               | 6                       |
| Alimentación de las aves | 2                   | 240                    | 66.66%               | 6                       |

*Nota.* Elaboración propia

**Tabla 31**

*Ritmo de producción tiempo-horas-hombre distribución.*

| <b>Actividad</b>         | <b>N.º Personas</b> | <b>Tiempo promedio</b> | <b>Tiempo normal</b> | <b>Ritmo de trabajo</b> |
|--------------------------|---------------------|------------------------|----------------------|-------------------------|
| Carga de las aves        | 3                   | 120                    | 25%                  | 8                       |
| Distribución de las aves | 3                   | 360                    | 75%                  | 8                       |

*Nota.* Elaboración propia

**Tabla 32**

*Proyección personal operativo anual*

| <b>Año</b> | <b>Puesto</b>              | <b># de personas</b> |
|------------|----------------------------|----------------------|
| 2023       | Galponero y Distribuidores | 4                    |
| 2024       | Galponero y Distribuidores | 4                    |
| 2025       | Galponero y Distribuidores | 5                    |
| 2026       | Galponero                  | 5                    |
| 2027       | Galponero                  | 6                    |

*Nota.* Elaboración propia

**Tabla 33**

*Cálculo en Manufactura*

|  |            |
|--|------------|
| Tiempo del proceso                     | 45 días    |
| Número de unidades producidas por lote | 10000      |
| Producción (45días)                    | 20000      |
| # de lotes por cada 45 días            | 2          |
| Producción anual                       | 160,000.00 |

*Nota.* Elaboración propia

**Interpretación.**

De la DPI que es de 4 millones de pollos al año la empresa tiene la capacidad de producir 160,000.00 lo cual representa el 4% de la DPI nacional.

**2.3 Capacidad de Producción**

**2.3.1 Capacidad de Producción Futura.**

En el presente, la planta cuenta con 20,000 pollos de engorde distribuidos en dos galpones. Si estos galpones están operando a su capacidad máxima, se puede calcular la producción actual de pollos en base al tiempo de crianza y la tasa de crecimiento de los animales.

Sin embargo, en el largo plazo, se espera que la capacidad de producción aumente con la adición de dos galpones más, cada uno con 10,000 pollos de engorde. Esto implicaría que la planta tendría un total de 40,000 pollos en producción.

Es importante mencionar que el proceso de crecimiento y crianza de los pollos de engorde no es instantáneo y puede llevar varios meses hasta que estén listos para su comercialización. Por lo tanto, la capacidad de producción en el largo plazo se verá influenciada por la capacidad de administración para mantener un flujo constante y eficiente de aves en cada etapa del proceso.

Además, otros factores a considerar incluyen la disponibilidad de recursos como alimento, agua, espacio y personal capacitado. También se debe tener en cuenta la

gestión de la salud y bienestar de los animales para garantizar un ambiente óptimo que permita alcanzar su máximo potencial de crecimiento.

## 2.4 Definición de Recursos Necesarios para la Producción

### 2.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.

**Tabla 34**

*Importancia de las materias primas*

| Materias primas         | Importancia del insumo |       |      |
|-------------------------|------------------------|-------|------|
|                         | Bajo                   | Medio | Alto |
| Cascarilla de arroz     | x                      |       |      |
| Polluelos               |                        |       | x    |
| Vitaminas               |                        |       | x    |
| Vacunas                 |                        | x     |      |
| Balanceado              |                        |       | x    |
| Gas licuado de petróleo |                        | x     |      |

*Nota.* Elaboración propia

**Tabla 35**

*Grado de sustitución de las materias primas*

| Materias primas         | Grado de sustitución del insumo |       |      |
|-------------------------|---------------------------------|-------|------|
|                         | Bajo                            | Medio | Alto |
| Cascarilla de arroz     |                                 |       | x    |
| Polluelos               | x                               |       |      |
| Vitaminas               |                                 | x     |      |
| Vacunas                 |                                 | x     |      |
| Balanceado              | x                               |       |      |
| Gas licuado de petróleo |                                 | x     |      |

*Nota.* Elaboración propia

**Tabla 36***Proveedores de materias primas*

| Materias primas         | Proveedores                                     |             |              |
|-------------------------|---|-------------|--------------|
| Cascarilla de arroz     | Agricultores dedicados a la producción de arroz |             |              |
| Polluelos               | Master  | Incubandina | Wayne        |
| Vitaminas               | Disan   | Tadec       | Vitaam       |
| Vacunas                 | Disan   | Tadec       | Vitaam       |
| Balanceado              | Ecualimentos                                    | Avipaz      | Bioalimentar |
| Gas licuado de petróleo | Distribuidores de Agip gas                      |             |              |

*Nota.* Elaboración propia

#### 2.4.2 Método de Control de Calidad.

Es fundamental implementar sólidos métodos de control de calidad para garantizar la seguridad alimentaria, la salud de las aves y la satisfacción del cliente. A continuación, se describen algunos de los métodos de control de calidad comunes en la producción avícola, junto con los instrumentos, herramientas, materiales, insumos y tiempos involucrados, así como las normativas que se deben cumplir.

##### 1. Control de la calidad del alimento:

- Instrumentación: Balanza, analizador de humedad, analizador de proteínas, termómetro.
- Herramientas: Contenedores de muestreo.
- Materiales: Muestras de alimentos, bolsas de almacenamiento.
- Insumos: Alimentos balanceados de alta calidad, suplementos nutricionales.
- Tiempos: El control de calidad del alimento debe realizarse regularmente, al menos una vez a la semana, para garantizar la consistencia y la calidad nutricional.

Normativas: Es esencial cumplir con los estándares de seguridad alimentaria y las regulaciones específicas para la producción de alimentos para animales.

## 2. Control de la calidad del agua:

- Instrumentación: Medidor de pH, medidor de cloro residual, medidor de temperatura.
- Herramientas: Tanques de agua, bomba de agua.
- Materiales: Muestras de agua, recipientes de almacenamiento de agua.
- Insumos: Desinfectantes para el agua, si es necesario.
- Tiempos: El control de calidad del agua debe realizarse regularmente, al menos una vez al mes, para garantizar la potabilidad y la ausencia de contaminantes.

Normativas: Cumplir con las normativas de calidad del agua establecidas por las buenas prácticas avícolas.

## 3. Control de sanidad y bioseguridad:

- Instrumentación: Jaulas de transporte, termómetros, equipos de desinfección.
- Herramientas: Redes para la captura de aves, guantes, botas, overoles.
- Materiales: Desinfectantes, detergentes.
- Insumos: Vacunas, medicamentos veterinarios.
- Tiempos: El control de sanidad y bioseguridad debe ser constante y formar parte integral de las operaciones diarias.

Normativas: Cumplir con las regulaciones y las mejores prácticas de bioseguridad establecidas por las autoridades de agrocalidad, que pueden incluir medidas como la desinfección regular de instalaciones, el control de plagas y el seguimiento de programas de vacunación.

Seguir las pautas y estándares de buenas prácticas de producción avícola, como el uso responsable de medicamentos veterinarios, la implementación de programas de bioseguridad y la capacitación regular del personal en temas de higiene y manejo adecuado de las aves. (Agrocalidad, 2011)

## 2.5 Normativa y Permisos que afectan la Instalación del negocio

### 2.5.1 Seguridad e higiene ocupacional

**Tabla 37**

*Proveedores de materias primas*

| PASO 1                            | PASO 2  | PASO 3   | PASO 4  |
|-----------------------------------|---|--|---|
| Riesgos en los puestos de trabajo | De qué manera puede sufrir daño   | ¿Qué medidas sería necesario adoptar?                                    | Identificación de Equipo de protección personal y ropa de trabajo requerido |
| Riesgos ergonómicos.              | Las posturas inadecuadas y el levantamiento de cargas pesadas pueden provocar lesiones en la espalda, hombros, entre otros. | Garantizar que los trabajadores utilicen equipos de protección personal. | Guantes resistentes a cortes y productos químicos.                          |
| Riesgos biológicos.               | La exposición a aves enfermas puede llevar a infecciones y enfermedades.  | Implementar medidas de higiene adecuadas, como lavado de manos.          | Botas de seguridad.   |

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
| Riesgos químicos.                      | El contacto con productos químicos utilizados para limpiar y desinfectar el galpón puede causar irritaciones en la piel y problemas respiratorios. | Organizar el lugar de trabajo de manera ergonómica para reducir la carga física en los trabajadores. | Gafas protectoras.                               |
| Riesgos de caídas.                     | El suelo resbaladizo del galpón puede causar caídas que pueden resultar en lesiones como fracturas o esguinces.                                    | Adoptar métodos de limpieza que reduzcan la exposición a químicos peligrosos.                        | Mascarillas respiratorias.                       |
| Problemas de salud por estrés térmico. | Las altas temperaturas dentro del galpón pueden llevar a golpes de calor.  | Permitir pausas para descanso en áreas más frescas.  | Ropa de trabajo resistente a productos químicos. |

*Nota.* Elaboración propia, adaptado de Organización Internacional del Trabajo. Seguridad y Salud en el Trabajo en la Agricultura. (OIT, 2011)

### **Decreto Ejecutivo 2393 Art: 11 y 13 “Obligaciones de empleadores y trabajadores”**

Los artículos destacados las obligaciones tanto de los empleadores como de los trabajadores en materia de prevención de riesgos laborales. Entre las obligaciones de los usuarios se encuentran adoptar medidas para prevenir riesgos, mantener en buen estado las instalaciones y equipos, proporcionar vestimenta y equipos de protección, realizar reconocimientos médicos periódicos, reubicar a los trabajadores en caso de lesiones o enfermedades laborales, entre otros. Por su parte, los trabajadores deben participar en el control de desastres y prevención de riesgos, usar correctamente los medios de protección proporcionados, informar sobre averías y riesgos, cuidar su higiene personal y colaborar en la investigación de accidentes. (2393, s.f.)

## **CAPÍTULO III**

### **3 Organización y Gestión**

#### **3.1 Objetivo del capítulo**

Analizar la dirección futura de la empresa, delineando tanto su visión como su misión, además de examinar su estructura organizativa.

#### **3.2 Análisis Estratégico y Definición de Objetivos**

##### **3.2.1 Visión de la Empresa**

La visión se centra en la calidad, el bienestar animal, la sostenibilidad, la innovación, la expansión y la construcción de relaciones sólidas con los clientes. Estamos comprometidos con el crecimiento y la mejora continua, con el objetivo de ser un referente en la producción de pollos de carne a nivel nacional.

##### **3.2.2 Misión de la Empresa**

La misión de la empresa es producir de manera sostenible, garantizando la calidad y seguridad alimentaria, promoviendo el bienestar animal, fomentando la innovación y la mejora continua, siendo socialmente responsables y estableciendo relaciones basadas en la colaboración. Estamos comprometidos con el éxito a largo plazo y el crecimiento sostenible de nuestra empresa, mientras cumplimos con nuestro propósito de alimentar a las personas de manera saludable y responsable.

##### **3.2.3 Objetivos y estrategias**

**Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. (FODA)**

### **Tabla 38**

*Foda*

| <b>Fortalezas</b>                           | <b>Oportunidades</b>                                  |
|---|---|
| Red solida de proveedores de materia prima. | Automatización en los procesos de alimentación.       |
| Ciclo de producción corto.                  | Mejores formulaciones para la alimentación.           |
| Recursos propios.                           | Clima cálido que facilita el crecimiento de las aves. |
| Infraestructura propia.                     | Alta demanda de carne de pollo.                       |
| Experiencia en la avicultura.               | Cambios en los patrones de consumo.                   |
| <b>Debilidades</b>                          | <b>Amenazas</b>                                       |
| Falta de tecnología.                        | Aumento en los costos de materias primas.             |
| Falta de marketing.                         | Regulaciones ambientales.                             |
| Falta de tecnificación de los desechos      | Riesgos de enfermedades.                              |
| Poca planificación estratégica empresarial. | Inundaciones de la zona.                              |
| Dependencia de los precios de los insumos.  | Conciencia sobre la salud animal.                     |

*Nota* Elaboración propia

### **Interpretación.**

Esta información sirve como base para la toma de decisiones informadas y la formulación de estrategias. Al entender claramente cómo los factores internos y externos impactan en la empresa, se puede dirigir los recursos y esfuerzos hacia áreas que necesitan mejoras, mientras se aprovechan las oportunidades disponibles y se prepara para enfrentar las amenazas. En resumen, esta tabla proporciona una hoja de ruta para el desarrollo y éxito sostenible de la empresa en un entorno empresarial dinámico.

### **Objetivos estratégicos.**

## **Objetivo Estratégico 1**

Mejora continua de la calidad y seguridad alimentaria

Año 1: Implementar un sistema de control de calidad integral en todas las etapas de producción, desde la crianza de los pollos hasta la comercialización. Esto incluirá la capacitación del personal, la implementación de estándares de calidad y la realización de pruebas y análisis regulares para garantizar la seguridad alimentaria.

Política: Nos comprometemos a mantener los más altos estándares de calidad y seguridad alimentaria en todas nuestras operaciones. Implementaremos controles rigurosos y procesos de mejora continua para asegurar que nuestros pollos cumplan con los requisitos más exigentes en términos de calidad y seguridad.

## **Objetivo Estratégico 2**

Promoción del bienestar animal

Año 2: Mejorar las condiciones de crianza y manejo de las aves para promover su bienestar. Implementar medidas adicionales, como proporcionar espacio adicional, enriquecimiento ambiental y una alimentación balanceada, que contribuyan al bienestar de los pollos de carne en todas las etapas de su vida.

Política: Nos comprometemos a criar y manejar nuestras aves en un entorno seguro y saludable, asegurando su bienestar en todas las fases de producción. Adoptaremos las mejores prácticas y tecnologías disponibles para garantizar una crianza responsable y respetuosa con el bienestar animal.

### **Objetivo Estratégico 3**

Innovación y mejora continua

Año 3: Investigar y adoptar nuevas técnicas de producción, alimentación y genética que mejoren la eficiencia y la calidad de nuestros pollos de carne. Explorar oportunidades de colaboración con instituciones académicas y expertos en la industria para fomentar la innovación y mantenernos a la vanguardia de las mejores prácticas.

Política: Promoveremos la cultura de la innovación y la mejora continua en nuestra empresa. Buscaremos activamente nuevas oportunidades, inversiones y asociaciones estratégicas para adoptar tecnologías avanzadas y prácticas de vanguardia que mejoren la calidad de nuestros productos y optimicen nuestros procesos de producción.

### **Objetivo Estratégico 4**

Expansión a nuevos mercados

Año 4: Identificar y evaluar oportunidades de crecimiento en nuevos mercados regionales. Desarrollar estrategias de expansión, incluyendo la apertura de nuevos centros de producción o el establecimiento de alianzas estratégicas, para captar nuevos clientes y aumentar nuestra presencia en el mercado.

Política: Nos comprometemos a explorar nuevas oportunidades de mercado y expandir nuestras operaciones de manera estratégica. Buscaremos activamente alianzas comerciales y colaboraciones que nos permitan ingresar a nuevos mercados y diversificar nuestra base de clientes.

## **Objetivo Estratégico 5**

Fortalecimiento de relaciones sólidas con los clientes

Año 5: Establecer programas de fidelización de clientes y mejorar la comunicación con nuestros clientes existentes. Realizar encuestas y recibir comentarios de manera regular para comprender mejor sus necesidades y expectativas, y responder de manera oportuna y eficiente a sus requerimientos.

Política: Nos comprometemos a establecer relaciones sólidas y duraderas con nuestros clientes. Brindaremos un servicio de atención al cliente excepcional, fomentaremos la transparencia en nuestras operaciones y nos esforzaremos por superar las expectativas de nuestros clientes en todo momento.

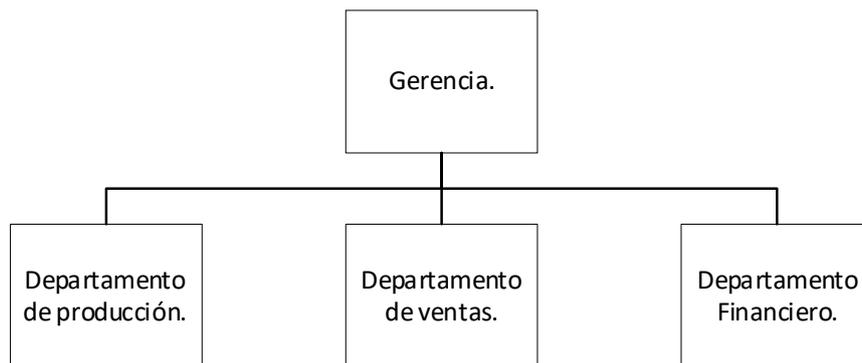
Cada uno de estos objetivos estratégicos se alinea con la visión y la misión establecidas previamente, y busca fortalecer la posición de la empresa avícola como referente en la producción de pollos de carne, enfocándose en la calidad, el bienestar animal, la sostenibilidad, la innovación, la expansión y la construcción de relaciones sólidas con los clientes.

### 3.3 Organización Funcional de la Empresa

#### 3.3.1 Organización Interna

##### Gráfico 3

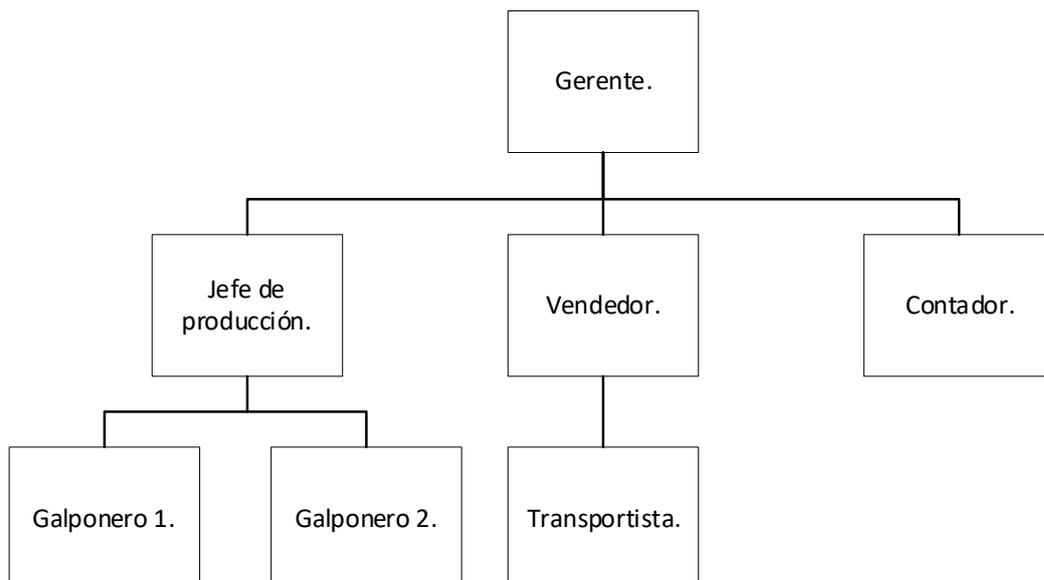
*Organigrama estructural de la Empresa “Ecuapollo”*



*Nota.* Elaboración propia

##### Gráfico 4

*Organigrama funcional de la Empresa “Ecuapollo”*



*Nota.* Elaboración propia

## Descripción de puestos

**Tabla 39**

### *Descripción del Puesto Gerente*

---

|                                       |
|---------------------------------------|
| <b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>         |
| Puesto: Gerente                       |
| Jefe inmediato superior: Ninguno      |
| Supervisa a: Todos los departamentos. |

---

|  |
|--|
| <b>II. OBJETIVOS DEL PUESTO:</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Supervisar los puestos de trabajo.</li><li>• Dar instrucciones del manejo de cada puesto de trabajo.</li></ul> |

---

|   |
|---|
| <b>III. FUNCIONES</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Supervisar las funciones de los demás colaboradores.</li><li>• Tomar decisiones para el desarrollo de la empresa.</li><li>• Administrar y gestionar los recursos de la empresa.</li></ul> |

---

|  |
|--|
| <b>IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>                                  |
| Título profesional: Licenciado en Administración de empresas.                  |
| Experiencia: Gerencia en plantas avícolas.                                     |
| Habilidades: Liderazgo, social, proactivo.                                     |
| Formación complementaria: Certificaciones en gestión y administración avícola. |

---

*Nota.* Elaboración propia

**Tabla 40**

*Descripción del Puesto de Jefe de producción.*

---

|   |
|---|
| <b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>   |
| Puesto: Jefe de producción<br>Jefe inmediato superior: Gerencia<br>Supervisa a: Galponero   |
| <b>II. OBJETIVOS DEL PUESTO:</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Supervisar la crianza de los pollos.</li><li>• La alimentación de los pollos.</li><li>• Mantenimiento del bienestar animal.</li></ul>   |
| <b>III. FUNCIONES</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Vacunaciones y prevención de la salud animal.</li><li>• Supervisar la crianza de los pollos.</li><li>• Supervisar el mantenimiento del bienestar animal.</li><li>• Supervisar el engorde de los pollos.</li></ul>             |
| <b>IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>   |
| Título profesional: Médico Veterinario o Ingeniero Zootecnista.<br>Experiencia: Relacionado con la industria avícola.<br>Habilidades: Puntualidad, responsabilidad y manejo de personas.<br>Formación complementaria: Cursos y capacitaciones en industrias avícolas. |

---

*Nota.* Elaboración propia

**Tabla 41**

*Descripción del Puesto de galponero.*

---

**I. INFORMACIÓN BÁSICA:**

---

Puesto: Galponero.  
Jefe inmediato superior: Jefe de producción.  
Supervisa a: Ninguno.

---

**II. OBJETIVOS DEL PUESTO:**

---

- Cuidado de los pollos
- Crianza de los pollos.
- Embarque de los pollos.

---

**III. FUNCIONES**

---

- Cumplir las disposiciones del jefe de producción.
- Alimentación de las aves.
- Cuidado de las aves.
- Colaborar en la entrega de los pollos a los clientes.

---

**IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:**

---

Título profesional: Educación general básica o educación superior.  
Experiencia: Manejo de galpones avícolas.  
Habilidades: Predispuesto al aprendizaje, puntualidad y buena actitud.  
Formación complementaria: Cursos y capacitaciones en avicultura.

---

*Nota.* Elaboración propia

**Tabla 42**

*Descripción del Puesto de vendedor.*

---

**I. INFORMACIÓN BÁSICA:**

---

Puesto: Vendedor  
Jefe inmediato superior: Gerencia  
Supervisa a: Transportista.

---

**II. OBJETIVOS DEL PUESTO:**

---

- Vender los pollos.
- Supervisar la entrega de los pollos.

---

**III. FUNCIONES**

---

- Vender y ofertar los pollos.
- Supervisar la entrega de los pollos a los clientes.

---

**IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:**

---

Título profesional: Licenciado en marketing o educación superior.  
Experiencia: Vendedor relacionado con la industria avícola.  
Habilidades: Persuasivo, determinación y buena actitud.  
Formación complementaria: Cursos y capacitaciones en ventas y servicio al cliente.

---

*Nota.* Elaboración propia

**Tabla 43**

*Descripción del Puesto de transportista.*

---

|  |
|--|
| <b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>  |
| Puesto: Transportista.<br>Jefe inmediato superior: Vendedor.<br>Supervisa a: Ninguno.  |
| <b>II. OBJETIVOS DEL PUESTO:</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Conducir el camión de transporte de los pollos.</li><li>• Llevar el camión de los pollos según las instrucciones del vendedor.</li></ul> |
| <b>III. FUNCIONES</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Conducir el camión de transporte de los pollos.</li><li>• Seguir instrucciones del vendedor.</li></ul>                                   |
| <b>IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>  |
| Título profesional: Conductor profesional.<br>Experiencia: Conductor profesional.<br>Habilidades: Puntualidad y buena actitud.<br>Formación complementaria: Ninguna.             |

---

*Nota.* Elaboración propia

## **Tabla 44**

### *Descripción del Puesto de contador.*

---

|  |
|--|
| <b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b>  |
| Puesto: Contador.<br>Jefe inmediato superior: Gerente general.<br>Supervisa a: Ninguno.  |
| <b>II. OBJETIVOS DEL PUESTO:</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Registrar los distintos estados económicos de la empresa.</li><li>• Administrar las obligaciones fiscales y tributarias.</li><li>• Documentar las obligaciones fiscales y tributarias.</li></ul>   |
| <b>III. FUNCIONES</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Controlar y registrar mensualmente las transacciones de compras y ventas de la empresa.</li><li>• Cálculo y declaración de impuestos.</li><li>• Control de los días de vencimiento y fechas señaladas para evitar sanciones, registro de atrasos, impagados o sanciones de la empresa.</li></ul> |
| <b>IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:</b>  |
| Título profesional: Licenciatura en contabilidad.<br>Experiencia: Contador en empresas avícolas.<br>Habilidades: Puntualidad, responsabilidad y ética.<br>Formación complementaria: Cursos o especializaciones en contabilidad.  |

---

*Nota.* Elaboración propia

### 3.4 Control de Gestión

#### 3.4.1 Indicadores de gestión

**Tabla 45**

*Indicadores de gestión*

| Áreas.              | Indicadores.  |
|---------------------|---|
| <b>Producción</b>   | <p>Tasa de mortandad: Este indicador mide el porcentaje de pollos vivos que mueren durante el proceso de producción. Se calcula dividiendo el número de pollos muertos entre el número total de pollos vivos y multiplicando por 100. La tasa de mortandad es importante para evaluar la salud y el bienestar de los pollos, así como para identificar áreas de mejora en términos de manejo y cuidado de los animales.</p>   |
| <b>Ventas</b>       | <p>Rotación de inventario: Este indicador mide la velocidad con la que se vende el inventario de pollos vivos. Se calcula dividiendo el costo de los pollos vendidos entre el promedio de inventario de pollos vivos y proporciona una visión de cuántas veces se vende el inventario completo durante un período determinado.</p> $x = \frac{\text{Costo de los pollos}}{\text{Inventario}}$ $x = \frac{x}{20000}$ <p>Una alta rotación de inventario indica una buena gestión de las ventas y una rápida conversión del inventario en ingresos.</p> |
| <b>Contabilidad</b> | <p>Margen de contribución por pollo vendido: Este indicador mide la diferencia entre el precio de venta de cada pollo vivo y los costos variables asociados a su producción y venta. Se calcula restando los costos variables del precio de venta y proporciona información sobre la rentabilidad de cada pollo vendido. Un margen de contribución más alto indica una mayor eficiencia y rentabilidad en las operaciones.</p> $\text{Margen} = \text{Ventas} - \text{Costos}$ $\text{Margen} = x$  |

*Nota.* Elaboración propia.



## CAPÍTULO IV

### 4 Jurídico Legal

#### 4.1 Objetivos del capítulo

Definir el marco legal y los permisos para el funcionamiento de la empresa Ecuapollo.

#### 4.2 Determinación de la forma jurídica

En el caso de la empresa "Ecuapollo", que opera bajo el régimen general y como sociedad de hecho, existen ciertas obligaciones específicas que deben considerarse.

- **Registro Único de Contribuyentes (RUC):** El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es una obligación fundamental para todas las empresas en Ecuador, independientemente de su forma jurídica. La empresa "Ecuapollo" debe obtener su RUC ante el Servicio de Rentas Internas (SRI) para cumplir con sus obligaciones tributarias. (Internas, s.f.)
- **Registro Mercantil:** La empresa "Ecuapollo" debe realizar el registro mercantil ante la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros como una sociedad de hecho. Este registro es necesario para formalizar la existencia legal de la empresa y obtener su matrícula mercantil. (Superintendencia de Compañías, s.f.)
- **Inscripción en el Registro Único de Socios y Accionistas (RUSA):** En el caso de una sociedad de hecho, como "Ecuapollo", es importante inscribir a los socios en el Registro Único de Socios y Accionistas (RUSA) ante la Superintendencia de Compañías. Esta inscripción es obligatoria y tiene el propósito de mantener un registro actualizado de los socios. (Superintendencia de Compañías, Registro Único de Socios y Accionistas, s.f.)
- **Obtención de Patentes Municipales y Permisos de Funcionamiento:** La empresa "Ecuapollo" debe obtener las patentes municipales y permisos de funcionamiento correspondientes ante el Gobierno Municipal correspondiente

al lugar de operación. Estos permisos certifican que la empresa cumple con los requisitos establecidos por el municipio para su funcionamiento y actividades comerciales.

- **Cumplimiento de Obligaciones Laborales:** La empresa "Ecuapollo" tiene la obligación de cumplir con las regulaciones laborales en Ecuador. Esto incluye la contratación adecuada de empleados, el cumplimiento de las normativas de seguridad social y el pago de salarios y beneficios de acuerdo con la ley laboral. (Ecuador, s.f.)
- **Obligaciones Tributarias y Contables:** Como empresa bajo el régimen general, "Ecuapollo" debe cumplir con las obligaciones tributarias, presentar declaraciones y llevar registros contables de acuerdo con la normativa fiscal en Ecuador. (Internas, Obligaciones Tributarias, s.f.)

### 4.3 Registros de marcas

El registro de marca en Ecuador es un procedimiento esencial para proteger los signos distintivos que identifican productos o servicios ofrecidos por una empresa en el mercado. Se detallarán los pasos necesarios para el registro de marca para una empresa dedicada a la explotación avícola de pollos de engorde en Ecuador.

Pasos para el Registro de Marca:

- **Búsqueda de Antecedentes:** Antes de iniciar el proceso de registro de marca, se debe realizar una búsqueda exhaustiva en la base de datos del Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI) para verificar la disponibilidad de la marca deseada. Esto asegurará que no existan marcas idénticas o similares que puedan generar conflictos.
- **Clasificación de Productos o Servicios:** El siguiente paso es determinar la clasificación adecuada de los productos o servicios relacionados con la explotación avícola de pollos de engorde. La Clasificación Internacional de

Productos y Servicios de Niza se utiliza en Ecuador para este propósito. (Niza, s.f.)

- **Preparación de la Solicitud:** Una vez seleccionada la clasificación adecuada, se procede a preparar la solicitud de registro de marca. La solicitud debe incluir la descripción detallada de la marca, ya sea un nombre, logotipo o combinación de ambos, así como una representación gráfica de la marca.
- **Presentación de la Solicitud:** La solicitud de registro de marca debe presentarse ante el IEPI. Es importante asegurarse de que la documentación esté completa y se adjunte el comprobante de pago de las tasas correspondientes.
- **Examen de Forma y Substancia:** El IEPI realizará un examen de forma para verificar que la solicitud cumpla con los requisitos establecidos. Luego, se llevará a cabo un examen de fondo para evaluar la distintividad de la marca y determinar si existen posibles conflictos con marcas previamente registradas.
- **Publicación en el Boletín de Propiedad Industrial:** Una vez aprobada la solicitud, la marca será publicada en el Boletín de Propiedad Industrial del IEPI. Esto permitirá a terceros interesados presentar oposiciones en caso de considerar que la marca afecta sus derechos.
- **Resolución de Oposiciones:** Durante el período de publicación, si se presentan oposiciones, el IEPI revisará y resolverá cada caso. Si no hay oposiciones o estas son desestimadas, el proceso de registro continuará.
- **Registro de la Marca:** Finalmente, si el IEPI aprueba la solicitud sin objeciones, otorgará el registro de la marca. Se emitirá un certificado de registro que brindará a la empresa de explotación avícola de pollos de engorde los derechos exclusivos de uso de la marca en el territorio ecuatoriano.

El registro de marca para una empresa de explotación avícola de pollos de engorde en Ecuador es una medida fundamental para proteger y fortalecer su identidad comercial en el mercado. El proceso de registro asegura que la marca sea única y exclusiva, lo que brinda ventajas competitivas y previene posibles conflictos con otras marcas. Es importante contar con asesoría legal especializada para garantizar que el registro se

realice de manera adecuada y cumpliendo con todos los requisitos legales establecidos.  
(Intelectual, s.f.)

La solicitud será presentada en el IEPI y seguir los siguientes pasos:

- Fonética de búsqueda.
- Selección de un nombre o una marca comercial.
- Pago de la tasa correspondiente en el Banco del Pacífico, el costo es de \$208 dólares americanos.
- Envío de los comprobantes de pago vía mail a la dirección. foneticoquito@senadi.gob.ec.

#### 4.4 Licencias necesarias para funcionar y documentos legales

**Tabla 46**

*Licencias Organismos Gubernamentales*

| <b>Institución</b>                          | <b>Proceso - Tramitología</b>  |
|---|--|
| Servicios Rentas Internas                   | La empresa debe presentar la solicitud de inscripción en el Registro Único de Contribuyente (RUC), proporcionando la información requerida y documentos de identificación del representante legal. Una vez completado el proceso, se obtendrá el número de RUC que será utilizado para propósitos tributarios.                       |
| Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) | La empresa debe presentar la solicitud de registro del establecimiento avícola ante el MAG, proporcionando información sobre las instalaciones, los sistemas de manejo y las medidas sanitarias. Se realizará una inspección para verificar el cumplimiento de las normativas avícolas y, una vez aprobado, se otorgará el registro. |

|  |   |
|--|---|
| Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) | La empresa debe presentar la solicitud de permiso sanitario de funcionamiento ante ARCSA, proporcionando información sobre las prácticas sanitarias y de calidad de los productos avícolas. Se llevará a cabo una inspección y, si se cumplen las regulaciones, se otorgará el permiso sanitario. |
| Ministerio del Ambiente  | La empresa debe presentar la solicitud de licencia ambiental, especialmente si maneja grandes cantidades de aves. Se evaluará el impacto ambiental de las operaciones y si se cumplen las regulaciones, se otorgará la licencia.  |

*Nota.* Elaboración propia, la tabla fue elaborada con la extracción de información de (Internas, s.f.), (Ganadería, s.f.), (Agencia Nacional de Regulación, s.f.), (Ambiente, s.f.)

## **Tabla 47**

### *Licencias Organismos Locales*

| <b>Institución</b>      | <b>Proceso - Tramitología</b>   |
|-------------------------|---|
| Municipio del cantonal. | La Licencia de Funcionamiento Municipal es un permiso emitido por el Gobierno Municipal correspondiente al lugar de operación de la empresa. Esta licencia acredita que la empresa cumple con los requisitos establecidos por el municipio en términos de seguridad, zonificación y normativas locales. |
| Bomberos                | La empresa debe presentar la solicitud de permiso ante el Cuerpo de Bomberos, proporcionando información sobre las medidas de seguridad contra incendios y emergencias. Se realizará una inspección y, si se cumplen los requisitos, se otorgará el permiso.  |

*Nota.* Elaboración propia.

## CAPÍTULO V

### 5 Evaluación Financiera

#### 5.1 Objetivos del capítulo

Realizar un estudio financiero que permita demostrar la rentabilidad del proyecto.

#### 5.2 Plan de inversiones

Consiste en detallar las necesidades materiales que se visualizan para el comienzo de la actividad productiva, y el Capital de Trabajo. Reunir estas actividades y cuantificarlas de acuerdo al cuadro que se presenta a continuación:

**Tabla 48**

*Plan de Inversiones*

| Cantidad | Descripción                                       | Valor Unitario   | Total (USD)      |
|----------|---|------------------|------------------|
|          | <b>Galpón</b>                                     | <b>10.014,45</b> | <b>20.312,20</b> |
| 1        | Terreno de 1000 m2. en la localidad de Alluriquín | 10.000,00        | 10.000,00        |
| 756      | Láminas de zinc (6m x 1m)                         | 12,45            | 9.412,20         |
| 450      | Palos   | 2,00             | 900,00           |
|          | <b>Instalaciones</b>                              | <b>2.900,00</b>  | <b>2.900,00</b>  |
| 1        | Instalaciones eléctricas                          | 400,00           | 400,00           |
| 1        | Instalaciones sanitarias                          | 300,00           | 300,00           |
| 1        | Instalaciones de agua                             | 200,00           | 200,00           |
| 1        | Mampostería                                       | 2.000,00         | 2.000,00         |
|          | <b>Muebles y Enseres</b>                          | <b>450,00</b>    | <b>660,00</b>    |
| 1        | Archivadores                                      | 200,00           | 200,00           |
| 2        | Mesas   | 150,00           | 300,00           |
| 4        | Sillas  | 20,00            | 80,00            |
| 1        | Escritorio  | 80,00            | 80,00            |
|          | <b>Herramientas</b>                               | <b>258,00</b>    | <b>7.516,00</b>  |
| 572      | Comederos   | 8,00             | 4.576,00         |
| 250      | Bebedores   | 10,00            | 2.500,00         |
| 2        | Tanque de agua                                    | 200,00           | 400,00           |
| 2        | Basurero  | 40,00            | 40,00            |

|              |                                     |                  |                   |
|--------------|-------------------------------------|------------------|-------------------|
|              | <b>Maquinaria y Equipo</b>          | <b>385,00</b>    | <b>2.070,00</b>   |
| 20           | Campana calefactora                 | 50,00            | 1.000,00          |
| 4            | Ventilador                          | 245,00           | 980,00            |
| 1            | Balanza de 150 kilos                | 90,00            | 90,00             |
|              | <b>Vehículos</b>                    | <b>60.000,00</b> | <b>60.000,00</b>  |
| 1            | Camión Hino GD                      | 60.000,00        | 60.000,00         |
|              | <b>Equipo de computación</b>        | <b>600,00</b>    | <b>600,00</b>     |
| 1            | Computadora portátil                | 500,00           | 500,00            |
| 1            | Impresora                           | 100,00           | 100,00            |
|              | <b>Equipo de oficina</b>            | <b>80,00</b>     | <b>160,00</b>     |
| 2            | Teléfonos                           | 80,00            | 160,00            |
|              | <b>Inventarios</b>                  | <b>85,00</b>     | <b>61.186,80</b>  |
| 2406         | Balanceado                          | 20,00            | 48.120,00         |
| 200          | Pollos recién nacidos               | 65,00            | 13.000,00         |
| 4            | Vacunas                             | 9,20             | 36,80             |
| 10           | Tanques de gas                      | 3,00             | 30,00             |
|              | <b>Costos de Constitución</b>       | <b>523,00</b>    | <b>523,00</b>     |
| 1            | Permiso de bomberos                 | 30,00            | 30,00             |
| 1            | Patente Municipal                   | 285,00           | 285,00            |
| 1            | Registro de marca                   | 208,00           | 208,00            |
|              | <b>Capital de trabajo (3 meses)</b> |                  | <b>7.796,40</b>   |
| <b>TOTAL</b> |                                     |                  | <b>163.724,40</b> |

*Nota.* Elaboración propia.

### 5.3 Cálculo de Costos y Gastos

#### 5.3.1 Mano de Obra

**Tabla 49**

*Cálculo de mano de obra*

| Ord.    | Apellidos y nombres | Cargo              | Código | Ingresos |       |          | Descuentos |        | Valor a pagar |          |
|---------|---------------------|--------------------|--------|----------|-------|----------|------------|--------|---------------|----------|
|         |                     |                    |        | SBU      | Otros | Total    | Varios     | 9,45%  |               | Total    |
| 1       | Jordi Cedeño        | Galponero          |        | 450,0    | 0,00  | 450,00   | 0,00       | 42,53  | 42,53         | 407,48   |
| 2       | Raúl Velasco        | Galponero          |        | 450,00   | 0,00  | 450,00   | 0,00       | 42,53  | 42,53         | 407,48   |
| 3       | Médico Veterinario  | Jefe de producción |        | 450,00   | 0,00  | 450,00   | 0,00       | 42,53  | 42,53         | 407,48   |
| 4       | Vinicio Freire      | Transportista      |        | 450,00   | 0,00  | 450,00   | 0,00       | 42,53  | 42,53         | 407,48   |
| TOTALES |                     |                    |        | 1.800,00 | 0,00  | 1.800,00 | 0,00       | 170,10 | 170,10        | 1.629,90 |

| Provisiones | Patronal<br>11,15% | SECAP<br>0,50% | IECE<br>0,50% | XIII   | XIV    | Fondo<br>Reserva | Vacac, | Total<br>Provisión | Costo<br>MO |
|-------------|--------------------|----------------|---------------|--------|--------|------------------|--------|--------------------|-------------|
|             | 50,18              | 2,25           | 2,25          | 37,50  | 35,42  | 0,00             | 18,75  | 146,34             | 596,34      |
|             | 50,18              | 2,25           | 2,25          | 37,50  | 35,42  | 0,00             | 18,75  | 146,34             | 596,34      |
|             | 50,18              | 2,25           | 2,25          | 37,50  | 35,42  | 0,00             | 18,75  | 146,34             | 596,34      |
|             | 50,18              | 2,25           | 2,25          | 37,50  | 35,42  | 0,00             | 18,75  | 146,34             | 596,34      |
|             | 200,71             | 9,00           | 9,00          | 150,00 | 141,67 | 0,00             | 75,00  | 585,36             | 2.385,36    |

**COSTO MENSUAL MANO DE OBRA = 2.385,36**

*Nota.* Elaboración propia

**Tabla 50***Cálculo sueldo personal administrativo*

| Ord.  | Apellidos y nombres | Cargo    | Código | Ingresos |       |          | Descuentos    |        | Valor a pagar   |          |
|---|---------------------|----------|--------|----------|-------|----------|---------------|--------|-----------------|----------|
|   |                     |          |        | SBU      | Otros | Total    | Varios        | 9,45%  |                 | Total    |
| 1   | Patricio Avila      | GERENTE  |        | 600,00   | 0,00  | 600,00   | 0,00          | 56,70  | 56,70           | 543,30   |
| 2   | Carmen Diaz         | CONTADOR |        | 450,00   | 0,00  | 450,00   | 0,00          | 42,53  | 42,53           | 407,48   |
| TOTALES   |                     |          |        | 1.050,00 | 0,00  | 1.050,00 | 0,00          | 99,23  | 99,23           | 950,78   |
| Provisiones   |                     | Patronal | SECAP  | IECE     | XIII  | XIV      | Fondo Reserva | Vacac, | Total Provisión | Costo MO |
|   |                     | 11,15%   | 0,50%  | 0,50%    |       |          |               |        |                 |          |
|   |                     | 66,90    | 3,00   | 3,00     | 50,00 | 33,33    | 0,00          | 25,00  | 181,23          | 781,23   |
|   |                     | 50,18    | 2,25   | 2,25     | 37,50 | 33,33    | 0,00          | 18,75  | 144,26          | 594,26   |
|   |                     | 117,08   | 5,25   | 5,25     | 87,50 | 66,67    | 0,00          | 43,75  | 325,49          | 1.375,49 |
| <b>COSTO MENSUAL DEL SUELDO DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO =</b> |                     |          |        |          |       |          |               |        | <b>1.375,49</b> |          |

*Nota.* Elaboración propia

**Tabla 51***Cálculo sueldo personal de ventas*

| Ord.  | Apellidos y nombres | Cargo    | Código | Ingresos |       |        | Descuentos    |        | Valor a pagar   |          |
|---|---------------------|----------|--------|----------|-------|--------|---------------|--------|-----------------|----------|
|   |                     |          |        | SBU      | Otros | Total  | Varios        | 9,45%  |                 | Total    |
| 1   | Alex Larcos         | VENDEDOR |        | 450,00   | 0,00  | 450,00 | 0,00          | 42,53  | 42,53           | 407,48   |
| TOTALES   |                     |          |        | 450,00   | 0,00  | 450,00 | 0,00          | 42,53  | 42,53           | 407,48   |
| Provisiones   |                     | Patronal | SECAP  | IECE     | XIII  | XIV    | Fondo Reserva | Vacac, | Total Provisión | Costo MO |
|   |                     | 11,15%   | 0,50%  | 0,50%    |       |        |               |        |                 |          |
|   |                     | 50,18    | 2,25   | 2,25     | 37,50 | 33,33  | 0,00          | 18,75  | 144,26          | 594,26   |
|   |                     | 50,18    | 2,25   | 2,25     | 37,50 | 33,33  | 0,00          | 18,75  | 144,26          | 594,26   |
| <b>COSTO MENSUAL DEL SUELDO DEL PERSONAL DE VENTAS = 594,26</b> |                     |          |        |          |       |        |               |        |                 |          |

*Nota.* Elaboración propia

### 5.3.2 Depreciación

**Tabla 52**

*Cálculo de las depreciaciones*

| Detalle del bien      | Vida útil | Valor            | Porcentaje de depreciación | Depreciación anual |
|-----------------------|-----------|------------------|----------------------------|--------------------|
| Muebles y Enseres     | 10        | 660,00           | 10%                        | 66,00              |
| Herramientas          | 10        | 7.516,00         | 10%                        | 751,60             |
| Maquinaria y Equipo   | 10        | 2.070,00         | 10%                        | 207,00             |
| Vehículos             | 5         | 60.000,00        | 20%                        | 12.000,00          |
| Equipo de computación | 3         | 600,00           | 33%                        | 199,98             |
| Equipo de oficina     | 10        | 160,00           | 10%                        | 16,00              |
| <b>TOTAL</b>          |           | <b>71.006,00</b> |                            | <b>13.240,58</b>   |

*Nota.* Elaboración propia

### 5.3.3 Proyección de la depreciación

**Tabla 53**

*Proyección de la depreciación*

| Detalle del bien      | Año 1         | Año 2         | Año 3         | Año 4         | Año 5         |
|-----------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Muebles y Enseres     | 66            | 66            | 66            | 66            | 66            |
| Herramientas          | 752           | 752           | 752           | 752           | 752           |
| Maquinaria y Equipo   | 207           | 207           | 207           | 207           | 207           |
| Vehículos             | 12.000        | 12.000        | 12.000        | 12.000        | 12.000        |
| Equipo de computación | 200           | 200           | 200           | 0             | 0             |
| Equipo de oficina     | 16            | 16            | 16            | 16            | 16            |
| <b>TOTAL</b>          | <b>13.241</b> | <b>13.241</b> | <b>13.241</b> | <b>13.041</b> | <b>13.041</b> |

*Nota.* Elaboración propia

### 5.3.4 Detalle de Costos

**Tabla 54**

*Detalle de Costos.*

| Descripción del producto | Unidad de medida | Cantidad por lote requerida | Costo Unitario | Costo por lote   | Costos anuales    |
|--------------------------|------------------|-----------------------------|----------------|------------------|-------------------|
| <b>POLLOS DE ENGORDE</b> |                  |                             |                |                  |                   |
| <b>Materia prima</b>     |                  |                             |                | <b>61.156,80</b> | <b>489.254,40</b> |
| Balanceado               | Quintales        | 2.406,00                    | 20,00          | 48.120,00        | 384.960,00        |
| Pollos bebe              | Cajas            | 200,00                      | 65,00          | 13.000,00        | 104.000,00        |
| Vacunas                  | Dosis            | 4,00                        | 9,20           | 36,80            | 294,40            |
| <b>Mano de Obra</b>      |                  |                             |                | <b>2.385,36</b>  | <b>19.082,91</b>  |
| Galponero                |                  |                             |                | 596,34           | 4.770,73          |
| Galponero                |                  |                             |                | 596,34           | 4.770,72          |
| Jefe de producción       |                  |                             |                | 596,34           | 4.770,73          |
| Transportista            |                  |                             |                | 596,34           | 4.770,72          |
| <b>Costos Indirectos</b> |                  |                             |                | <b>915,98</b>    | <b>5.213,87</b>   |
| Agua                     | Litros           | 576,00                      | 0,10           | 57,60            | 460,80            |
| Luz eléctrica            | Voltios          | 50,00                       | 0,80           | 40,00            | 320,00            |
| Depreciaciones           |                  |                             |                | 79,88            | 639,07            |
| Gas                      | Tanques          | 100,00                      | 3,00           | 300,00           | 2.400,00          |
| Marketing                |                  | 302,00                      | 302,00         | 302,00           | 302,00            |
| <b>TOTALES</b>           |                  |                             |                | <b>64.321,65</b> | <b>512.459,17</b> |

*Nota.* Elaboración propia

### 5.3.5 Proyección de Costos

**Tabla 55**

*Proyección de Costos*

| Descripción              | Costo         |             | Total,<br>año 1 | Costos         |             | Total,<br>año 2 | Costos         |             | Total,<br>año 3 | Costos         |             | Total,<br>año 4 | Costos         |             | Total,<br>año 5 |                |
|--------------------------|---------------|-------------|-----------------|----------------|-------------|-----------------|----------------|-------------|-----------------|----------------|-------------|-----------------|----------------|-------------|-----------------|----------------|
|                          | mensual       | Fijos       |                 | Variables      |
| <b>POLLOS DE ENGORDE</b> |               |             |                 |                |             |                 |                |             |                 |                |             |                 |                |             |                 |                |
| <b>Materia prima</b>     | <b>61.157</b> |             | <b>61.157</b>   | <b>489.254</b> | <b>0</b>    | <b>62.576</b>   | <b>500.605</b> | <b>0</b>    | <b>64.027</b>   | <b>512.219</b> | <b>0</b>    | <b>65.513</b>   | <b>524.103</b> | <b>0</b>    | <b>67.033</b>   | <b>536.262</b> |
| Balanceado               | 48.120        |             | 48.120          | 384.960        | 0           | 49.236          | 393.891        | 0           | 50.379          | 403.029        | 0           | 51.547          | 412.380        | 0           | 52.743          | 421.947        |
| Pollos bebe              | 13.000        |             | 13.000          | 104.000        | 0           | 13.302          | 106.413        | 0           | 13.610          | 108.882        | 0           | 13.926          | 111.408        | 0           | 14.249          | 113.992        |
| Vacunas                  | 37            |             | 37              | 294            | 0           | 38              | 301            | 0           | 39              | 308            | 0           | 39              | 315            | 0           | 40              | 323            |
| <b>Mano de Obra</b>      | <b>2385</b>   | <b>2385</b> |                 | <b>19083</b>   | <b>2441</b> | <b>0</b>        | <b>19526</b>   | <b>2470</b> | <b>0</b>        | <b>19979</b>   | <b>2499</b> | <b>0</b>        | <b>20442</b>   | <b>2528</b> | <b>0</b>        | <b>20916</b>   |
| Galponero                | 596           | 596         |                 | 4771           | 610         | 0               | 4881           | 624         | 0               | 4995           | 639         | 0               | 5111           | 654         | 0               | 5229           |
| Galponero                | 596           | 596         |                 | 4771           | 610         | 0               | 4881           | 624         |                 | 4995           | 639         |                 | 5111           | 654         |                 | 5229           |
| Jefe de producción       | 596           | 596         |                 | 4771           | 610         | 0               | 4881           | 624         |                 | 4995           | 639         |                 | 5111           | 654         |                 | 5229           |
| Transportista            | 596           | 596         |                 | 4771           | 610         | 0               | 4881           | 624         |                 | 4995           | 639         |                 | 5111           | 654         |                 | 5229           |
| <b>Costos Indirectos</b> | <b>916</b>    | <b>80</b>   | <b>534</b>      | <b>5.214</b>   | <b>81</b>   | <b>546</b>      | <b>5.335</b>   | <b>82</b>   | <b>559</b>      | <b>5.459</b>   | <b>83</b>   | <b>572</b>      | <b>5.585</b>   | <b>84</b>   | <b>585</b>      | <b>5.715</b>   |
| Agua                     | 58            |             | 58              | 461            | 0           | 59              | 471            | 0           | 60              | 482            | 0           | 62              | 494            | 0           | 63              | 505            |
| Depreciaciones           | 80            | 80          |                 | 639            | 82          | 0               | 654            | 84          | 0               | 669            | 86          | 0               | 685            | 88          | 0               | 700            |
| luz eléctrica            | 40            |             | 40              | 52             |             | 41              | 53             | 0           | 42              | 54             | 0           | 43              | 56             | 0           | 44              | 57             |
| Gas                      | 300           |             | 300             | 2.400          |             | 307             | 2.456          | 0           | 314             | 2.513          | 0           | 321             | 2.571          | 0           | 329             | 2.631          |
| <b>TOTALES</b>           | <b>64322</b>  | <b>2465</b> | <b>61554</b>    | <b>512459</b>  | <b>2522</b> | <b>62982</b>    | <b>524348</b>  | <b>2551</b> | <b>64444</b>    | <b>536513</b>  | <b>2581</b> | <b>65939</b>    | <b>548960</b>  | <b>2612</b> | <b>67469</b>    | <b>561696</b>  |

*Nota.* Elaboración propia, la proyección se elaboró a partir del indicador de crecimiento 2,32 de inflación del banco central .

### 5.3.6 Detalle de Gastos

**Tabla 56**

*Detalle de Gastos administrativos*

| Detalle                                   | Unidad de medida | Valor Unitario | Frecuencia mensual del gasto | Valor mensual   | Valor anual      |
|---|------------------|----------------|------------------------------|-----------------|------------------|
| <b>Sueldos al personal administrativo</b> |                  |                |                              | <b>1.375,49</b> | <b>16.505,90</b> |
| <b>Suministros de oficina</b>             |                  |                |                              | <b>7,10</b>     | <b>85,20</b>     |
| Esferos                                   | Unidad           | 0,60           | 2                            | 1,20            | 14,40            |
| Lápices                                   | Unidad           | 0,30           | 3                            | 0,90            | 10,80            |
| Clips                                     | Caja             | 1,50           | 0,5                          | 5,00            | 60,00            |
| <b>Depreciaciones</b>                     |                  |                |                              | <b>23,50</b>    | <b>281,98</b>    |
| Activos administrativos                   |                  |                |                              | 23,50           | 281,98           |
| <b>TOTAL, GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>      |                  |                |                              | <b>1.406,09</b> | <b>16.873,08</b> |

*Nota.* Elaboración propia

**Tabla 57**

*Detalle de ventas*

| Detalle                       | Unidad de medida | Valor Unitario | Frecuencia mensual del gasto | Valor mensual | Valor anual     |
|-------------------------------|------------------|----------------|------------------------------|---------------|-----------------|
| Sueldos al personal de ventas |                  |                |                              | <b>594,26</b> | <b>7.131,10</b> |
| <b>TOTAL, GASTOS DE VENTA</b> |                  |                |                              | <b>594,26</b> | <b>7.131,10</b> |
|                               | <b>0,00</b>      | <b>0,00</b>    | <b>0,00</b>                  | <b>594,26</b> | <b>7.131,10</b> |

*Nota.* Elaboración propia

**Tabla 58***Gastos financieros*

| <b>Detalle</b>                   | <b>Unidad de medida</b> | <b>Valor Unitario</b> | <b>Frecuencia mensual del gasto</b> | <b>Valor mensual</b> | <b>Valor anual</b> |
|----------------------------------|-------------------------|-----------------------|-------------------------------------|----------------------|--------------------|
| Intereses pagados                |                         |                       |                                     | 0,00                 | 0,00               |
| Gastos bancarios                 | Dólares                 | 30,00                 | 1,00                                | 30,00                | 360,00             |
| <b>TOTAL, GASTOS FINANCIEROS</b> | 0,00                    | 30,00                 | 1,00                                | <b>30,00</b>         | <b>360,00</b>      |
| <b>TOTAL, DE GASTOS</b>          |                         |                       |                                     | <b>2.030,35</b>      | <b>24.364,18</b>   |

*Nota.* Elaboración propia

### 5.3.7 Proyección Gastos

**Tabla 59**

*Proyección de Gastos de Administración*

| Descripción                   | Gasto        |              | Gastos   |               | Total,       |          | Gastos        |              | Total,   |               | Gastos       |          | Total,        |              | Gastos   |               | Total, |  |
|-------------------------------|--------------|--------------|----------|---------------|--------------|----------|---------------|--------------|----------|---------------|--------------|----------|---------------|--------------|----------|---------------|--------|--|
|                               | mensual      | Fijo         | Variable | año 1         | Fijo         | Variable | año 2         | Fijo         | Variable | año 3         | Fijo         | Variable | año 4         | Fijo         | Variable | año 5         |        |  |
| <b>Sueldos al personal</b>    | <b>1.177</b> |              |          | <b>14.125</b> |              |          |               |              |          |               |              |          |               |              |          |               |        |  |
| <b>administrativo</b>         |              | <b>1.177</b> | <b>0</b> |               | <b>1.204</b> | <b>0</b> | <b>14.452</b> | <b>1.232</b> | <b>0</b> | <b>14.787</b> | <b>1.261</b> | <b>0</b> | <b>15.131</b> | <b>1.290</b> | <b>0</b> | <b>15.482</b> |        |  |
| <b>Suministros de oficina</b> | <b>7</b>     | <b>0</b>     | <b>7</b> | <b>85</b>     | <b>0</b>     | <b>7</b> | <b>87</b>     | <b>0</b>     | <b>7</b> | <b>89</b>     | <b>0</b>     | <b>8</b> | <b>91</b>     | <b>0</b>     | <b>8</b> | <b>93</b>     |        |  |
| Esferos                       | 1            | 0            | 1        | 14            | 0            | 1        | 15            | 0            | 1        | 15            | 0            | 1        | 15            | 0            | 1        | 16            |        |  |
| Lápices                       | 1            | 0            | 1        | 11            | 0            | 1        | 11            | 0            | 1        | 11            | 0            | 1        | 12            | 0            | 1        | 12            |        |  |
| Clips                         | 5            | 0            | 5        | 60            | 0            | 5        | 61            | 0            | 5        | 63            | 0            | 5        | 64            | 0            | 5        | 66            |        |  |
| <b>Depreciaciones</b>         | <b>23</b>    | <b>23</b>    | <b>0</b> | <b>282</b>    | <b>24</b>    | <b>0</b> | <b>289</b>    | <b>25</b>    | <b>0</b> | <b>295</b>    | <b>25</b>    | <b>0</b> | <b>302</b>    | <b>26</b>    | <b>0</b> | <b>309</b>    |        |  |
| Activos administrativos       | 23           |              |          | 282           |              |          |               |              |          |               |              |          |               |              |          |               |        |  |
|                               |              | 23           | 0        |               | 24           | 0        | 289           | 25           | 0        | 295           | 25           | 0        | 302           | 26           | 0        | 309           |        |  |
| <b>TOTAL</b>                  | <b>1.208</b> | <b>1.201</b> | <b>7</b> | <b>14.492</b> | <b>1.228</b> | <b>7</b> | <b>14.828</b> | <b>1.257</b> | <b>7</b> | <b>15.172</b> | <b>1.286</b> | <b>8</b> | <b>15.524</b> | <b>1.316</b> | <b>8</b> | <b>15.884</b> |        |  |

*Nota.* Elaboración propia

**Tabla 60**

*Proyección de Gastos de Ventas*

| Descripción               | Gasto mensual | Gastos       |            | Total año 1   | Gastos       |            | Total año 2   | Gastos       |            | Total año 3   | Gastos       |            | Total año 4   | Gastos       |            | Total año 5   |
|---------------------------|---------------|--------------|------------|---------------|--------------|------------|---------------|--------------|------------|---------------|--------------|------------|---------------|--------------|------------|---------------|
|                           |               | Fijo         | Variable   |               |
| Gasolina                  | 136,5         | 0            | 136,5      | 1092          | 0            | 139,6668   | 1117,3344     | 0            | 142,9071   | 1143,25656    | 0            | 146,2225   | 1169,78011    | 0            | 149,6149   | 1196,91901    |
| Alex Larcos               | 594,26        | 594,26       | 0          | 7.131,12      | 594,26       | 0          | 7.131,12      | 594,26       | 0          | 7.131,12      | 594,26       | 0          | 7.131,12      | 594,26       | 0          | 7.131,12      |
| Depreciación del vehículo | 1.000,0       | 0            | 0,00       | 12.000,0      | 1.000,0      | 0          | 12.000,00     | 1.000,00     | 0,00       | 12.000,00     | 1.000,00     | 0,00       | 12.000,00     | 1.000,00     | 0,00       | 12.000,00     |
| <b>TOTAL</b>              | <b>1.731</b>  | <b>1.594</b> | <b>137</b> | <b>20.223</b> | <b>1.594</b> | <b>140</b> | <b>20.248</b> | <b>1.594</b> | <b>143</b> | <b>20.274</b> | <b>1.594</b> | <b>146</b> | <b>20.301</b> | <b>1.594</b> | <b>150</b> | <b>20.328</b> |

**GASTOS FINANCIEROS**

| Descripción    | Gasto mensual | Gastos       |            | Total año 1   | Gastos       |            | Total año 2   | Gastos       |            | Total año 3   | Gastos       |            | Total año 4   | Gastos       |            | Total año 5   |
|----------------|---------------|--------------|------------|---------------|--------------|------------|---------------|--------------|------------|---------------|--------------|------------|---------------|--------------|------------|---------------|
|                |               | Fijo         | Variable   |               | Fijo         | Variables  |               | Fijo         | Variable   |               | Fijo         | Variable   |               | Fijo         | Variable   |               |
| <b>TOTAL</b>   | <b>0</b>      | <b>0</b>     | <b>0</b>   | <b>0</b>      |
| <b>TOTALES</b> | <b>0</b>      | <b>2.993</b> | <b>144</b> | <b>37.096</b> | <b>3.026</b> | <b>147</b> | <b>37.513</b> | <b>3.059</b> | <b>150</b> | <b>37.939</b> | <b>3.093</b> | <b>154</b> | <b>38.376</b> | <b>3.128</b> | <b>157</b> | <b>38.822</b> |

*Nota.* Elaboración propia

## 5.4 Plan de Financiamiento

### 5.4.1 Forma de financiamiento

**Tabla 61**

*Plan de Financiamiento*

| Descripción                 | Total (USD)       | Parcial (%)   | Total (%)     |
|-----------------------------|-------------------|---------------|---------------|
| <b>Recursos Propios</b>     | <b>163.724,40</b> | <b>100,00</b> | <b>100,00</b> |
| Efectivo                    | 96.208,40         | 58,76         | 58,76         |
| Bienes                      | 67.516,00         | 41,24         | 41,24         |
| <b>Recursos de terceros</b> | <b>0,00</b>       | <b>0,00</b>   | <b>0,00</b>   |
| Préstamo bancario           | 0,00              | 0,00          | 0,00          |
| <b>TOTAL</b>                | <b>163.724,40</b> |               | <b>100,00</b> |

*Nota.* Elaboración propia

## 5.5 Cálculo de Ingresos

**Tabla 62**

*Determinación del Precio de Venta Unitario*

| Producto          | Materia Prima | Mano de Obra | Costos Indirectos | Costo Total (mensual) | Unidades (lote) | Margen de utilidad |                  | Precio de Venta Unitario |
|-------------------|---------------|--------------|-------------------|-----------------------|-----------------|--------------------|------------------|--------------------------|
|                   |               |              |                   |                       |                 | %                  | \$               |                          |
| Pollos de engorde | 61.156,80     | 2.385,36     | 779,48            | 64.321,65             | 20.000          | 30,00%             | 19.296,49        | 4,18                     |
| <b>TOTALES</b>    |               |              |                   | <b>64.321,65</b>      |                 |                    | <b>19.296,49</b> | <b>4,18</b>              |

*Nota.* Elaboración propia

**Tabla 63***Cálculo del Ingreso Anual*

| <b>Productos</b>  | <b>Precio de venta unitario</b> | <b>Unidades producidas<br/>(anuales)</b> | <b>Ingresos<br/>del primer año</b> |
|-------------------|---------------------------------|--|------------------------------------|
| POLLOS DE ENGORDE | 4,18                            | 160.000                                  | 668.945                            |
| <b>TOTALES</b>    |                                 | <b>160.000</b>                           | <b>668.945</b>                     |

*Nota.* Elaboración propia**5.5.1 Proyección de Ingresos****Tabla 64***Proyección de Ingresos*

| Productos              | Can     | Precio<br>Unit. | Total<br>año 1 | Can     | Precio<br>Unit. | Total<br>año 2 | Can     | Precio<br>Unit. | Total<br>año 3 | Can     | Precio<br>Unit. | Total<br>año 4 | Can     | Precio<br>Unit. | Total<br>año 5 |
|------------------------|---------|-----------------|----------------|---------|-----------------|----------------|---------|-----------------|----------------|---------|-----------------|----------------|---------|-----------------|----------------|
| POLLOS DE ENGORDE      | 160.000 | 4,18            | 668.945        | 163.712 | 4,28            | 684.465        | 167.510 | 4,38            | 700.344        | 171.396 | 4,48            | 716.592        | 175.373 | 4,58            | 733.217        |
|                        |         |                 |                | 320.000 |                 |                |         |                 |                |         |                 |                |         |                 |                |
| <b>TOTAL, INGRESOS</b> |         |                 | <b>668.945</b> |         |                 | <b>684.465</b> |         |                 | <b>700.344</b> |         |                 | <b>716.592</b> |         |                 | <b>733.217</b> |

*Nota.* Elaboración propia

## 5.6 Punto de equilibrio

**Tabla 65**

*Punto de equilibrio*

| Descripción              | Costo fijo        | Costo Variable  | Costo Total       |
|--------------------------|-------------------|-----------------|-------------------|
| Detalle de costos        | 508.337,31        | 4.121,87        | 512.459           |
| Gastos de Administración | 14.406,48         | 16.787,88       | 85,20             |
| Gastos de Ventas         | 19.131,12         | 1.092,00        | 20.223            |
| Gastos Financieros       | 0,00              | 0,00            | 0                 |
| <b>SUMAN</b>             | <b>544.256,31</b> | <b>5.299,07</b> | <b>549.555,37</b> |

*Nota.* Elaboración propia

### **Cálculo del punto de equilibrio.**

Número unidades 160.000,00

Precio unitario de venta 4,18

Ingresos totales 668.945,13

Punto de Equilibrio \$ = Costo fijo / (1 - (Costo variable/Ingresos de venta))

P.E. \$ = 544.256,31 / 0,992078473

**P.E. \$ = 548.602,07 USD en ventas al año**

45.716,84 USD en ventas mensuales

Punto de Equilibrio U = Costos Fijos / (Precio de venta unitario - Costo variable unitario)

P.E. u = 544.256,31 / 4,14779

**P.E. u = 131.216 unidades vendidas al año**

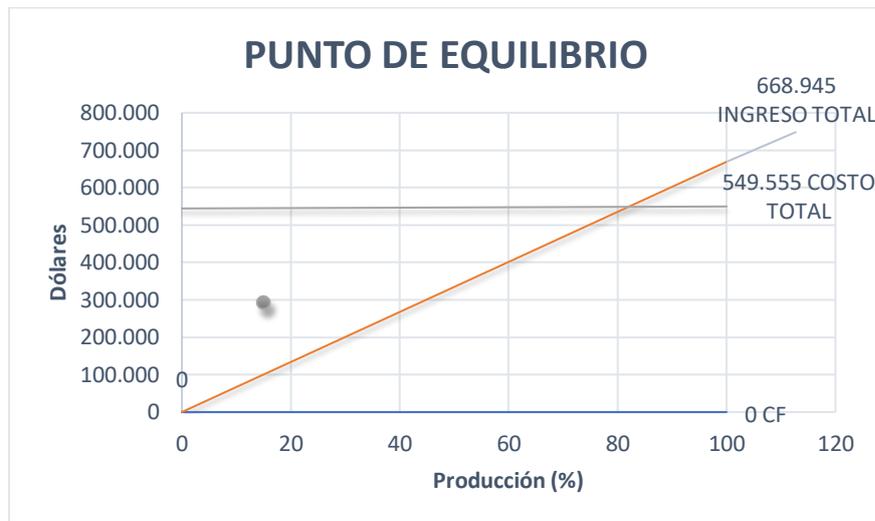
Punto de Equilibrio % = Punto de Equilibrio \$ \* 100 / Ingresos Totales

% P.E. =  $548.602,07 * 100 / 668.945,13$

**% P.E. = 82,01%**

### Gráfico 5

*Punto de equilibrio*



*Nota.* Elaboración propia

### **Punto de equilibrio.**

PE en dólares = 548.602,07

PE unidades = 131.216

PE % = 82,01%

## 5.7 Estado de Resultados proyectado

**Tabla 66**

*Estado de Resultados proyectado*

| Descripción                               | Año 1          | Año 2          | Año 3          | Año 4          | Año 5          |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Ingresos por ventas                       | 668.945        | 735.840        | 809.424        | 890.366        | 979.403        |
| (-) Costo de Ventas                       | 512.459        | 524.348        | 536.513        | 548.960        | 561.696        |
| <b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>           | <b>156.486</b> | <b>211.491</b> | <b>272.910</b> | <b>341.406</b> | <b>417.706</b> |
| (-) Gastos de venta                       | 0              | 0              | 0              | 594            | 7.131          |
| <b>UTILIDAD NETA EN VENTAS</b>            | <b>156.486</b> | <b>211.491</b> | <b>272.910</b> | <b>340.811</b> | <b>410.575</b> |
| (-) Gastos Administrativos                | 16.873         | 16.873         | 16.873         | 16.873         | 16.873         |
| <b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>               | <b>139.613</b> | <b>194.618</b> | <b>256.037</b> | <b>323.938</b> | <b>393.702</b> |
| (-) Gastos Financieros                    | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              |
| (+) Otros Ingresos                        | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              |
| (-) Otros Egresos                         | 0              | 0              | 0              | 0              | 0              |
| <b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES</b>  | <b>139.613</b> | <b>194.618</b> | <b>256.037</b> | <b>323.938</b> | <b>393.702</b> |
| (-) <b>15% Participación trabajadores</b> | <b>20.942</b>  | <b>29.193</b>  | <b>38.406</b>  | <b>48.591</b>  | <b>59.055</b>  |
| <b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>        | <b>118.671</b> | <b>165.426</b> | <b>217.632</b> | <b>275.348</b> | <b>334.647</b> |
| (-) Impuesto a la renta                   | 100            | 110            | 121            | 133            | 146            |
| <b>UTILIDAD O PÉRDIDA DEL EJERCICIO</b>   | <b>118.571</b> | <b>165.316</b> | <b>217.511</b> | <b>275.215</b> | <b>334.501</b> |

*Nota.* Elaboración propia

## 5.8 Flujo de Caja

**Tabla 67**

*Flujo de caja*

| DESCRIPCION             | AÑO 0          | AÑO 1          | AÑO 2          | AÑO 3          | AÑO 4          | AÑO 5          |
|-------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| <b>INGRESOS</b>         |                |                |                |                |                |                |
| <b>A. OPERACIONALES</b> | <b>163.724</b> | <b>668.945</b> | <b>684.465</b> | <b>700.344</b> | <b>716.592</b> | <b>733.217</b> |
| Recursos propios        | 163.724        |                |                |                |                |                |
| Recursos de terceros    | 0              |                |                |                |                |                |
| Ingresos por ventas     |                | 668.945        | 684.465        | 700.344        | 716.592        | 733.217        |
| <b>EGRESOS</b>          |                |                |                |                |                |                |
| <b>B. OPERACIONALES</b> | <b>0</b>       | <b>645.004</b> | <b>526.873</b> | <b>554.080</b> | <b>566.935</b> | <b>580.190</b> |
| Galpón                  |                | 20.312         |                |                |                |                |
| Instalaciones           |                | 2.900          |                |                |                |                |
| Muebles y Enseres       |                | 660            |                |                |                |                |

|   |                |               |                |                |                |                |
|---|----------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Herramientas                              | 0              |               |                |                |                |                |
| Maquinaria y Equipo                       | 2.070          |               |                |                |                |                |
| Vehículos                                 | 0              |               |                |                |                |                |
| Equipo de computación                     | 0              |               |                |                |                |                |
| Equipo de oficina                         | 0              |               |                |                |                |                |
| Inventarios                               | 61.187         |               |                |                |                |                |
| Costos de Constitución                    | 523            |               |                |                |                |                |
| Capital de trabajo (3 meses)              | 7.796          |               |                |                |                |                |
| Materia prima directa                     | 489.254        | 500.605       | 512.219        | 524.103        | 536.262        |                |
| Mano de obra directa                      | 19.083         | 4.881         | 19.979         | 20.442         | 20.916         |                |
| Costos indirectos de fabricación          | 4.122          | 4.122         | 4.217          | 4.315          | 4.518          |                |
| Gastos Administrativos                    | 16.873         | 17.265        | 17.665         | 18.075         | 18.494         |                |
| Gastos de Ventas                          | 20.223         |               |                |                |                |                |
| <b>FLUJO OPERACIONAL</b>                  |                |               |                |                |                |                |
| <b>C. (A - B)</b>                         | <b>163.724</b> | <b>23.941</b> | <b>157.592</b> | <b>146.264</b> | <b>149.657</b> | <b>153.027</b> |
| <b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>          | <b>0</b>       | <b>0</b>      | <b>0</b>       | <b>0</b>       | <b>0</b>       | <b>0</b>       |
| Créditos a contratarse a corto plazo      |                |               |                |                |                |                |
| Créditos a contratarse a largo plazo      |                |               |                |                |                |                |
| Aportes de capital                        |                |               |                |                |                |                |
| Aportes para futura capitalización        |                |               |                |                |                |                |
| Recuperación de inversiones temporales    |                |               |                |                |                |                |
| Recuperación de otros activos             |                |               |                |                |                |                |
| Otros ingresos                            |                |               |                |                |                |                |
| <b>EGRESOS NO OPERACIONALES</b>           | <b>0</b>       | <b>21.042</b> | <b>29.303</b>  | <b>38.527</b>  | <b>48.724</b>  | <b>59.202</b>  |
| Pago de créditos a largo plazo            | 0              | 0             | 0              | 0              | 0              | 0              |
| Pago de interés en créditos a largo plazo | 0              | 0             | 0              | 0              | 0              | 0              |
| Pago de participación de utilidades       | 20.942         | 29.193        | 38.406         | 48.591         | 59.055         |                |
| Pago de impuestos                         | 100            | 110           | 121            | 133            | 146            |                |
| Otros egresos                             |                |               |                |                |                |                |

|                                    |                |                |                |                |                |                |
|------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| <b>FLUJO NO OPERACIONAL</b>        |                |                |                |                |                |                |
| <b>F (D - E)</b>                   | 0              | -21.042        | -29.303        | -38.527        | -48.724        | -59.202        |
| <b>FLUJO NETO GENERADO (C - F)</b> |                |                |                |                |                |                |
| <b>G</b>                           | 163.724        | 44.983         | 186.894        | 184.791        | 198.381        | 212.229        |
| <b>SALDO INICIAL DE CAJA</b>       |                |                |                |                |                |                |
| <b>H</b>                           | <b>0</b>       | <b>163.724</b> | <b>208.708</b> | <b>395.602</b> | <b>580.393</b> | <b>778.774</b> |
| <b>SALDO FINAL DE CAJA (G + H)</b> |                |                |                |                |                |                |
| <b>I</b>                           | <b>163.724</b> | <b>208.708</b> | <b>395.602</b> | <b>580.393</b> | <b>778.774</b> | <b>991.002</b> |

*Nota.* Elaboración propia

## 5.9 Evaluación financiera

### Tabla 68

#### *Evaluación financiera*

|                                       |                | AÑO 1          | AÑO 2          | AÑO 3            | AÑO 4            | AÑO 5            |
|---------------------------------------|----------------|----------------|----------------|------------------|------------------|------------------|
| F. FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)       | 163.724        | 23.941         | 157.592        | 146.264          | 149.657          | 153.027          |
| <b>G. FLUJO NETO GENERADO (C - F)</b> | <b>163.724</b> | <b>44.983</b>  | <b>186.894</b> | <b>184.791</b>   | <b>198.381</b>   | <b>212.229</b>   |
| H. SALDO INICIAL DE CAJA              | 0              | 163.724        | 208.708        | 395.602          | 580.393          | 778.774          |
| I. SALDO FINAL DE CAJA (G + H)        | 163.724        | 208.708        | 395.602        | 580.393          | 778.774          | 991.002          |
| <b>FLUJO ACUMULADO</b>                | <b>163.724</b> | <b>208.708</b> | <b>604.310</b> | <b>1.184.703</b> | <b>1.963.476</b> | <b>2.954.479</b> |
| MESES DEL AÑO                         | 12             |                |                |                  |                  |                  |

*Nota.* Elaboración propia

### 5.9.1 Indicadores

#### 5.9.1.1 Valor Actual Neto (VAN)

Constituye la medida de evaluación que se basa en los resultados obtenidos en el Flujo de Caja del plan y permite calcular si el proyecto a lo largo de su vida útil arroja un valor actualizado que certifique en términos monetarios, los beneficios reales del proyecto.

**Tabla 69***Cálculo de TMAR*

| DESCRIPCION                   | VALOR             | % PARTICIPACION | TASA DE RENTABILIDAD | PROMEDIO PONDERADO |
|-------------------------------|-------------------|-----------------|----------------------|--------------------|
| Capital Propio                | 163.724,40        | 100,00          | 19,00                | 19,00              |
| Capital financiado            | 0,00              | 0,00            | 15,00                | 0,00               |
| <b>TOTAL, DE LA INVERSIÓN</b> | <b>163.724,40</b> | <b>100,00</b>   |                      | <b>19,00</b>       |

*Nota.* Elaboración propia**5.9.1.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)**

Se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto, sea exactamente igual a la inversión realizada.

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+TIR)} + \frac{F_2}{(1+TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+TIR)^n} = 0$$

$$TIR = 71,47\%$$

**5.9.1.3 Beneficio Costo**

Es un cociente que permite comparar los ingresos de un proyecto, con relación a la inversión. Se asume como regla de decisión, la aceptación del proyecto si la relación es mayor a 1:

$$B/C = \frac{VAI}{VAC}$$

Donde,

VAI: Valor actual de los ingresos totales netos o beneficios netos

VAC: Valor actual de la inversión inicial

$$B / C = 2,85$$

**Interpretación.**

Por cada unidad de inversión que se hace en el proyecto, se espera obtener 2.85 unidades de ingresos netos a lo largo del tiempo, se podría considerar que el proyecto es económicamente viable.

#### 5.9.1.4 Período de Recuperación

Es una medida de evaluación simple, que indica el tiempo en el que la inversión del proyecto se va a recuperar a través de las utilidades que arroje el mismo.

Se sugiere la aplicación del siguiente indicador:

$$Payback = \frac{I_o}{F}$$

El resultado de esta relación se interpretará como el número de períodos en que se recupera la inversión.

Dónde:

$I_o$  es la inversión inicial del proyecto

F es el valor de los flujos de caja.

#### Tabla 70

*Cálculo de Periodo de recuperación.*

|      |         |     |             |       |                |      |
|------|---------|-----|-------------|-------|----------------|------|
| PR = | 0,66499 | año | 7,979855825 | meses | 239,3956747056 | días |
|      | 1       | AÑO | 7           | MESES | 239            | DIAS |

*Nota.* Elaboración propia

#### Interpretación.

El periodo de recuperación se calcula como 0.66499 años, lo que equivale a aproximadamente 7.98 meses o 239.40 días.

## REFERENCIAS

### Libros

- Cervantes, R. &. (2017). Sensores para la avicultura moderna. 1-8. .
- Harrington, J. (2007). *Mejora de procesos de negocio: la estrategia innovadora para la calidad total, la productividad y la competitividad*. . McGraw-Hill Professional.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collad, C., & Pilar Baptista, L. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill.
- Krugman, P. O. (2015). *Economía Internacional: Teoría y Política, las economías de escala juegan un papel vital en la determinación de la estructura de la industria y el comercio internacional*.
- Mutusamy, & Hemalatha. (2013). Impacto de las inundaciones en la industria avícola y sus estrategias de prevención y control. *Revista de Ciencia y Tecnología Veterinaria*, 137.
- Porter, M. (1982). *Estrategia competitiva: Técnicas para analizar industrias y competidores*.
- Sarsour, A. H.-B. (2017). The impact of high temperature on the performance of broiler chickens. *International Journal of Poultry Science*, 16(5), 170-175.

### Páginas Web

- 2393, D. e. (s.f.). *Trabajo.gob.ec*. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2012/10/DECRETO-EJECUTIVO-2393.-REGLAMENTO-DE-SEGURIDAD-Y-SALUD-DE-LOS-TRABAJADORES.pdf?x42051>
- Agencia Nacional de Regulación, C. y. (s.f.). *Trámites Sanitarios*. Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/sitio/tramites-sanitarios/>
- Agrocalidad. (13 de 06 de 2011). *Agrocalidad*. Obtenido de Agrocalidad: <https://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2020/05/a2.pdf>
- Ambiente, M. d. (s.f.). *Trámites Ambientales*. Obtenido de <https://www.ambiente.gob.ec/tramites-ambientales/>
- COMERCIO, E. (2022). *EL COMERCIO*. Obtenido de EL COMERCIO: <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/ecuador-consumo-carne-pollo-aumento-2022.html>
- Criadeaves. (2019). *Broiler*. Obtenido de Origen, Características y más de la Gallina de Carne: <https://criadeaves.com/gallinas-ponedoras/broiler/>
- Ecuador, M. d. (s.f.). *Normativa Laboral*. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/normativa-laboral/>
- FAO. (12 de 06 de 2023). *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura*. Obtenido de Producción y productos avícolas: <https://www.fao.org/poultry-production-products/production/poultry-species/chickens/es/>
- Ganadería, M. d. (s.f.). *Registro de Establecimiento Avícola*. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/registro-de-establecimiento-avicola/>
- Guarantor, B. (19 de 06 de 2023). *Avicultura de pollos de engorde: Guía para iniciar negocios de cría de pollos de carne*. Obtenido de

<https://businessguarantor.com/es/avicultura-de-pollos-de-engorde-guia-para-iniciar-negocios-de-cria-de-pollos-de-carne/>  
Intellectual, I. E. (s.f.). *IEPI*. Obtenido de  
<https://www.derechosintelectuales.gob.ec/>  
Internas, S. d. (s.f.). *Obligaciones Tributarias*. Obtenido de  
<https://www.sri.gob.ec/obligaciones-tributarias>  
Internas, S. d. (s.f.). *Obtención del RUC*. Obtenido de  
<https://www.sri.gob.ec/obtencion-del-ruc>  
Niza, C. I. (s.f.). *Organizacion mundial de la propiedad intelectual*. Obtenido de  
<https://www.wipo.int/classifications/nice/es/>  
OIT. (2011). *Organización Internacional del Trabajo.Seguridad y Salud en el Trabajo en la Agricultura*. Obtenido de  
[https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed\\_protect/@protrav/@safe\\_work/documents/normativeinstrument/wcms\\_161137.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_protect/@protrav/@safe_work/documents/normativeinstrument/wcms_161137.pdf)  
Superintendencia de Compañías, V. y. (s.f.). *Registro Mercantil*. Obtenido de  
<https://www.supercias.gob.ec/portalscvs/index.htm>  
Superintendencia de Compañías, V. y. (s.f.). *Registro Único de Socios y Accionistas*. Obtenido de  
<https://www.supercias.gob.ec/portalscvs/index.htm>  
trabajo, O. O. (2011). *Organización Internacional del Trabajo.Seguridad y Salud en el Trabajo en la Agricultura*. Obtenido de  
[https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed\\_protect/@protrav/@safe\\_work/documents/normativeinstrument/wcms\\_161137.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_protect/@protrav/@safe_work/documents/normativeinstrument/wcms_161137.pdf)