



Pontifica Universidad Católica del Ecuador

Sede Esmeraldas

Facultad:

Ciencias Administrativas y Contables

Escuela:

Administración de Empresas

Especialidad:

Ingeniería Comercial Mención Productividad

Tema:

“Estudio de Factibilidad para la creación de una Empresa dedicada a la crianza y procesamiento de pollos de engorde semiorgánico, en el Recinto Cumba del Cantón Atacames para su comercialización en la Ciudad de Esmeraldas”

Previo a la obtención del título:

Ingeniero Comercial Mención Productividad

Autor:

Tania Yanela Falcones Estrada

Asesor:

Ing. Orlin Álava Chila Ms,C

ENERO 2012

Disertación Aprobada luego de dar cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas PUCESE, previo la obtención del Título de Ingeniería Comercial Mención Productividad



DIRECTOR DE DISERTACIÓN



LECTOR 1



LECTOR 2



DIRECTOR DE ESCUELA

Esmeraldas, enero 20012

AUTORÍA

FALCONES ESTRADA TANIA YANELA, portadora de la Cédula de Ciudadanía N° 080259356-6, declaro que la presente investigación de Tesis es el resultado de una ardua investigación absolutamente original, autentica, personal.

Firma

DEDICATORIA

La presente tesis la dedico con todo mi cariño, y mi amor.

A Dios por ser mi guiador, y darme el privilegio de la vida y de contar con una maravillosa familia.

Con todo mi amor principalmente a mis padres que siempre han estado apoyándome en los momentos más difíciles de la carrera, y darme el ejemplo para llevar una vida digna.

A mi hermosa familia por la paciencia, a mí querido esposo e hijo por ser mi motor para luchar.

A mis maestros quienes día a día me llenaron de conocimientos y sabiduría para surgir y perfeccionarme como profesional, a mis compañeros porque contribuyeron a la realización de la presente investigación.

Mis palabras no bastarían para agradecerles su apoyo, su comprensión y sus consejos en los momentos difíciles.

AGRADECIMIENTO

El contenido de la presente investigación, es producto de gran constancia, esfuerzo y sacrificio, conjuntamente con ayuda de muchas personas que con su paciencia han sabido compartir sus conocimientos.

Le agradezco a Dios, a mis padres Juan Falcones y Chanela Estrada por todo su apoyo incondicional, a mis hermanos, a mi esposo e hijo quienes han tenido que aguantarme y sacrificarse.

A los docentes por nutrirme de sus conocimientos en particular al Ing. Orlin Álava por todo su apoyo y paciencia.

INDICES

PORTADA	
Tribunal de Graduación	ii
Autoría	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Índices	vi
Índices de Tablas	xiii
Índices de Gráficos	xiv
Índices de Imágenes	xiv
Glosario	xiv
Bibliografía	xiv
Índices de Anexos	xiv
Resumen Ejecutivo	xiv
Abstract	xv
Introducción	

CAPITULO 1

1. MARCO CONTEXTUAL

LISTA	Pág.
1.1. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.2. JUSTIFICACIÓN	2
1.3. OBJETIVOS	3
1.3.1. GENERAL	3
1.3.2. ESPECÍFICOS	

CAPITULO II

2 ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1	El producto	4
2.1.1	Generalidades del Producto	4
2.1.2	Necesidades que cubre el Producto	4
2.1.3	Caracterización del producto	5
2.1.3.1	Tipo de producto	5
2.1.3.2	Productos Sustitutos	5
2.1.3.3	Ciclo de vida del producto	6
2.2	ANÁLISIS DE LA DEMANDA	6
2.2.1	Segmentación del Mercado	6
2.2.2	Conducta de Compra de los Clientes	6
2.2.3	Análisis de Fuentes Secundarias	7
2.2.4	Análisis de Fuentes Primarias	8
2.2.4.1.	Definición Objetivo	8
2.2.4.1.1.	Objetivo General	8
2.2.4.1.2.	Objetivo Especifico	8
2.2.5.	Necesidades de información	8
2.2.6.	Determinar fuentes de datos	9
2.2.7.	Diseño de la investigación	10
2.2.8.	Tamaño de la muestra	10
2.2.9.	Trabajo de campo	11
2.2.10.	Verificación de la información	11
2.2.11.	Tabulación	11
2.2.12.	Resultados y análisis	12

2.2.13.	Proyección de la Demanda	13
2.3.	Análisis de la Oferta	14
2.3.1.	Aspectos Cualitativos	14
2.3.1.1.	Competencia Directa e Indirecta	14
2.3.1.2.	Distribución geográfica de la competencia	15
2.3.1.3.	Aspectos Competitivos	15
2.3.1.4.	Productos que ofrece la oferta	16
2.3.1.5.	Características de sus clientes	17
2.3.1.6.	Infraestructura	17
2.3.1.7.	Fortalezas y Debilidades	18
2.3.1.8.	Canales de Comercialización de la Oferta	20
2.3.1.9.	Estrategias de Mercadeo	20
2.3.2.	Aspectos Cuantitativos de la Oferta	21
2.3.2.1.	Oferta Actual e Histórica	21
2.3.2.2.	Precios	22
2.3.2.3.	Capacidad Instalada y Capacidad Utilizada	22
2.3.3.	Proyección de la Oferta	23
2.4.	Análisis Comparativo entre Oferta y Demanda	25
2.4.1.	Cuadro comparativo	25
2.5.	Determinación de la Demanda del Proyecto	26
2.5.1.	Demanda del proyecto	26
2.5.2.	Tipos de Mercado	27
2.5.3.	Precios	27
2.5.4.	Ventajas competitivas	28
2.5.5.	Estrategias genéricas para competir	29
2.5.6.	Canales de Comercialización	29

CAPITULO III

3. ESTUDIO TECNICO E INGENIERIA DEL PROYECTO

3.1.	Estudio Técnico	30
3.1.1.	Determinación del Tamaño Óptimo	30
3.1.2.	Localización óptima del proyecto	30
3.1.2.1.	Microlocalización	31
3.1.2.2.	Macrolocalización	31
3.2.	Ingeniería del Proyecto	32
3.2.1.	Diseño del Producto	32
3.2.2.	Diseño de los Procesos de la Producción	33
3.2.2.1.	Diagramas y manuales de procedimientos	33
3.2.2.2.	El proceso general	33
3.2.2.3.	Manual general de procedimientos	34
3.2.2.4.	Diagrama de Flujo del Servicio o producto o de los productos	38
3.2.2.5.	Proceso del Servicio Producto	38
3.2.3.	Distribución de las instalaciones	57
3.2.4.	Organización funcional y organigrama general de la empresa	60
3.2.4.1.	Organización funcional	60
3.2.4.1.1.	Junta de Accionista	61
3.2.4.1.2.	Primer Nivel	61
3.2.4.1.3.	Misión del puesto	61
3.2.4.1.4.	Principales funciones	61
3.2.4.1.5.	Gerente General	62
3.2.4.1.6.	Segundo Nivel	62
3.2.4.1.7.	Misión del puesto	62
3.2.4.1.8.	Principales funciones	62
3.2.4.1.9.	Auxiliar Administrativo	63
3.2.4.1.10.	Segundo Nivel	63
3.2.4.1.11.	Misión del Puesto	63
3.2.4.1.12.	Principales funciones	63
3.2.4.1.13.	Contador	64
3.2.4.1.14.	Segundo Nivel	64

3.2.4.1.15. Misión del Puesto	64
3.2.4.1.16. Jefe de Producción	64
3.2.4.1.17. Tercer Nivel	64
3.2.4.1.18. Misión del Puesto	64
3.2.4.1.19. Principales Funciones	65
3.2.4.1.20. Operarios	65
3.2.4.1.21. Tercer Nivel	65
3.2.4.1.22. Misión del Puesto	65
3.2.4.1.23. Principales Funciones	67
3.2.4.1.24. Bodeguero	67
3.2.4.1.25. Tercer Nivel	67
3.2.4.1.26. Misión del Puesto	67
3.2.4.1.27. Principales Funciones	68
3.2.4.1.28. Guardia	68
3.2.4.1.29. Tercer Nivel	68
3.2.4.1.30. Principales Funciones	68
3.2.5. Razón, logotipo de la empresa y slogan	69
3.2.5.1. Razón Social	69
3.2.5.2. Logotipo del Producto	69
3.2.5.3. Diseño del Empaque	70
3.2.5.4. Eslogan del Producto	70
3.2.6. Planificación Estratégica	71
3.2.6.1. Misión	71
3.2.6.2. Visión	71
3.2.6.3. Objetivos General	71
3.2.6.4. Objetivos Especifico	71
3.2.7. Aspectos legales de la empresa	72
3.2.7.1. Constitución	72
3.2.7.1.1. Registro Sanitario	73
3.2.7.1.2. Requisitos	73
3.2.7.1.2.1. EL nombre	73
3.2.7.1.2.2. Solicitud de aprobación	74
3.2.7.1.2.3. Socios	75
3.2.7.1.2.4. Capital	75

I	76
3.2.7.1.2.5. Capital mínimo	
3.2.7.1.2.6. Participaciones	76
3.2.7.1.2.7. Objeto social	77
3.2.7.1.2.8. Cámara de Comercio	77
3.2.7.1.2.9. Permisos municipales	78
3.2.7.1.2.10. Servicio de Rentas internas	78
3.2.7.1.2.11. Permiso del cuerpo de bomberos	79
3.2.7.2. Aspectos relacionados con la empresa	79
3.2.7.2.1. Sistema tributario y legal	79
3.2.7.2.2. Obligaciones tributarias	79
3.2.7.2.3. Contratación laboral	80
3.2.7.2.4. Leyes que regulan la contratación laboral	80
3.2.7.2.5. Obligaciones patronales en caso de accidentes laborales	80
3.2.7.2.6. Políticas y Procedimientos	81
3.2.7.2.6.1. Reglamento Interno	81
3.2.7.2.6.2. Procedimientos	82
3.2.7.2.7. Préstamo Bancario	84

CAPITULO IV

4. ESTUDIO ECONOMICO

4.1.	Objetivo del Estudio Económico	85
4.2.	Determinación de los Costos Totales	86
4.2.1.	Costos del Producto	86
4.2.2.	Gastos Administrativos	87
4.2.3.	Gastos Financieros	88
4.2.4.	Costos de Personal	89
4.3.	Resumen de Inversión Total Inicial	90
4.4.	Estado de situación inicial	91
4.5.	Fuentes de financiamiento	92
4.5.1.	Requisitos para crédito	92
4.6.	Punto de equilibrio	93
4.7.	Estado de resultado proyectado	94
4.8.	Balance general proyectado	94

CAPITULO V

5.1.	Construcción del Flujo de fondos con Financiamiento	98
5.1.1.	Criterios de evaluación	98
5.1.1.1.	Flujo de Caja Proyectado	98
5.1.1.2.	Escenarios Optimistas y Pesimistas	99

CAPITULO VI

6.1.	Análisis del Impacto del Proyecto	101
6.2.	Impacto Socio-Cultural y Ambiental	102

CAPITULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1. CONCLUSIONES	106
7.1.1 Estudio de Mercado	106
7.1.2. Estudio Técnico	106
7.1.3. Estudio Financiero	107
7.2. Recomendaciones	107
7.2.1. Estudio Mercado	107
7.2.2. Estudio Técnico	107
7.2.3. Estudio Financiero	107

Glosario

Bibliografía

INDICES DE ANEXOS

ANEXO I

ANEXO II

ANEXO III

ANEXO IV

ANEXO V

ANEXO VI

ANEXO VII

RESUMEN EJECUTIVO

Actualmente el mercado de consumo de carne de pollo dentro de la ciudad es de aproximadamente de 403.200 libras según datos del año 2010 recogidos. Debido a la demanda actual existente y el aumento de la población a nivel local se pretende realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa especializada en la crianza, procesamiento y comercialización de pollos de engorde con alimentación semiorgánica que garantice su excelencia y diferenciación.

Es decir producir una carne de pollo no solo tipo balanceado sino con valor adicional que será una alimentación semiorgánica a base de plantas como la chillangua, orégano, bledo entre otras, con el propósito de generar una ventaja competitiva la empresa, diseñará estrategias de diferenciación que permita competir y posicionarse en el mercado, logrando suplir las necesidades insatisfechas de los clientes.

Para cumplir este fin se ha decidido comercializar el producto bajo estrictas normas de calidad con peso de 4, 5, 6,7 libras, los procesos basados en el concepto de aseguramiento de la calidad, cuyos principios básicos son Prever, Ejecutar, Registrar y Verificar.

En el presente proyecto la TIR es del **14,72%**, y la inversión inicial nos deja un VAN de **184.051,63**. El capital se recupera en 7 años.

Será de gran importancia y bienestar socioeconómico para la ciudad poner en marcha este proyecto ya que aportará al desarrollo de la misma, con lo cual los esmeraldeños contarán con una Empresa que se encargará de la crianza, procesamiento y comercialización de pollos con **Responsabilidad y Seguridad Alimentaria**.

EXECUTIVE SUMMARY

Currently the market for chicken meat consumption in City of Esmeraldas is approximately 403,200 pounds in 2010 according to data collected. Due to the existing current demand and increasing local population is to conduct a feasibility study for building a company that specializes in raising, processing and marketing of broilers fed semi-organic to ensure excellence and differentiation.

That is a chicken produce not only balanced but with such additional value shall semi-organic diet and herbal chillangua, oregano, pigweed among others, in order to generate a competitive advantage the company will design differentiation strategies and position themselves to compete in the market, making meeting the unmet needs of customers.

To accomplish this end it was decided to market the product under strict quality weight of 4, 5, 6.7 lbs, processes based on the concept of quality assurance, whose basic principles are Provide Run, Record and Verify. In this project, the IRR is 14.72%, and the initial investment leaves a NPV 184,051.63. The capital is recovered in 7 years.

It will be of great importance and economic welfare for the province to implement this project as contribute to the development of it, whereupon the Esmeraldas have a company that is responsible for raising, processing and marketing of chickens with Food Safety Responsibility.

CAPITULO I

1. CONTENIDO DEL MARCO CONTEXTUAL

1.1 PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

Actualmente el mercado de consumo de carne de pollo dentro de la provincia es de aproximadamente de 403.200 libras según datos del año 2010 recogidos en diversos lugares como: AKI, GRAN AKI, TIA, y VARIAS TERCENAS MUNICIPALES, no existe una empresa local que se dedique a la crianza, procesamiento y comercialización de este producto de manera tecnificada, bajo las normas de bioseguridad, medioambientales de higiene y calidad establecidas.

Debido a la demanda actual existente y el aumento de la población a nivel local se pretende realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa especializada en la crianza, procesamiento y comercialización de pollos de engorde con alimentación semiorgánica que garantice su excelencia, diferenciación entre los oferentes, estableciendo procesos claramente definidos y documentados que permitirán garantizar el producto en el consumidor final, sin descuidar las temperaturas adecuadas para la conservación de la carne, sin tener que depender de los distribuidores que vienen de provincias aledañas como Santo Domingo, Quito, Guayaquil y otras.

Es por esta razón que surgen las siguientes interrogantes:

- ✓ ¿Existe realmente en el mercado la demanda consumo de carne de pollo?
- ✓ ¿Se podrá financiar el proyecto de creación de la empresa de producción de pollos en la ciudad de Esmeraldas?
- ✓ ¿Se cuenta con los requerimientos, recursos necesarios para llevar adelante el proyecto?

1.2. JUSTIFICACIÓN

La demanda del consumo de carne de pollo aumenta considerablemente en la ciudad, existe un gran número de empresas que distribuyen este producto en toda la provincia, sin embargo nuestra la cuenta con los productos para emprender este tipo de producción, por tal razón se pretende realizar un estudio que permita crear una empresa que se dedique a la crianza, procesamiento y comercialización de pollos con un valor agregado bajo estándares de calidad.

Es decir producir una carne de pollo no solo tipo balanceado sino con valor adicional que será una alimentación semiorgánica a base de plantas como la chillangua, orégano, bledo entre otras.

Busca potenciar la producción tecnificada de este producto dentro de la provincia para no depender de los productores de afuera, actualmente la cultura de las personas ha cambiado en el sentido que se prioriza la necesidad de consumir productos más naturales que permitan llevar una vida más sana.

A través de este proyecto se dinamizará la economía de las personas que participen en la creación de esta empresa, con las fuentes de empleos que contribuyen al desarrollo socioeconómico de la misma.

Otro motivo para llevar a cabo la realización de este proyecto es que en la provincia de Esmeraldas existe una gran demanda de este producto, y un gran número de negocios, hoteles, etc. que podrían ser clientes potenciales.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. GENERAL

Determinar la factibilidad de crear una empresa dedicada a la crianza y procesamiento de pollos de engorde con alimentación semiorgánica, en el Recinto Cumba- Parroquia La Unión del Cantón Atacames, para ser comercializado en la ciudad de Esmeraldas.

1.3.2. ESPECÍFICOS

- Determinar mediante una investigación de mercado la oferta y demanda del consumo de pollos en la ciudad de Esmeraldas, que permita establecer una empresa de producción de los pollos semiorgánico.
- Realizar el estudio Técnico-Operativo que permita establecer los recursos tecnológicos, humanos, materiales y de infraestructura que serán necesarios para la realización del proyecto y obtener buenos resultados, no solo en un lote, sino en los promedios anuales de producción o ciclo de evaluación de la granja
- Determinar la inversión requerida para la implementación del proyecto, analizando la rentabilidad del mismo.

CAPITULO II

2. ANÁLISIS DE MERCADO

2.1. EL PRODUCTO

2.1.1. GENERALIDADES DEL PRODUCTO

De manera general la empresa que se dedicará a la crianza, procesamiento y comercialización de pollos de engorde con una alimentación semiorgánica con pesos de cuatro, cinco, seis y siete libras debidamente procesados, empacado y congelado a las temperaturas que permitan su adecuada conservación

Con una alimentación en su etapa final basada en vegetal y plantas naturales como chillangua, orégano, ajo disecado, cebolla colorada y bleo, se podrá modificar de acuerdo al gusto del cliente, de igual manera el profesional correspondiente plantea la reestructuración de su alimento con harina de pescado, torta de harina de soya, harina de alfalfa, harina de hueso y harina de sangra, que le permitirá al pollo brindar las proteínas necesarias destinado para el consumo.

2.1.2. NECESIDADES QUE CUBRE EL PRODUCTO

Este producto busca cubrir significativamente la demanda existente en el mercado de contar con una granja avícola local, que procese el pollo de engorde de manera técnica y permanente y a su vez garantice el expendio de pollos frescos y sanos; y disminuya la escasez de dicho producto por dependencias de empresas de otras provincias, adicionalmente se ofrecerá servicios de :

- Servicio de entrega a domicilio; este servicio permitirá la entrega directamente a las instalaciones de los posibles clientes

2.1.3. CARACTERIZACIÓN DE PRODUCTO

2.1.3.1. TIPO DE PRODUCTO

Este producto se elaborará bajo normas de calidad y sanitarias, utilizando un adecuado manejo de las aves y un oportuno apoyo técnico que permitan obtener los mejores resultados ofreciendo a la ciudadanía pollos enteros de 3, 4, 5,6 y 7 libras debidamente empacados que se comercializarán directamente dentro de la ciudad de Esmeraldas que garantice la inocuidad alimentaria, la sanidad y el bienestar animal, la seguridad de los trabajadores y el cuidado del medio ambiente con precios competitivos de mercado que permitirán a todos los consumidores acceder a su compra. Este producto es de consumo masivo destinado a un consumidor final.

2.1.3.2. PRODUCTO SUSTITUTO

a) GALLINA DE POSTURA

Como producto sustituto para llevar a cabo el proyecto, estarían la venta de gallinas de postura que venden en el mercado comerciantes informales que vienen de varias provincias principalmente de Manabí a un costo mínimo que las hace atractivo para los consumidores.

b) CRIANZA DE POLLOS (BROILERS) DE MANERA ARTESANAL

La cría de aves de manera tradicional en pequeñas fincas que se vende al detal en el mercado municipal, que forma parte del mercado que consume pollos dentro de la Provincia Esmeraldeño

c) CRIANZA DE POLLOS (BROILER) EN LOS HOGARES

La cría de los pollos por las amas de casa o algún miembro de la familia para consumo interno dentro del hogar.

2.1.3.3. CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

La cría de aves es una actividad tradicional en todo el mundo. Muchas de las aves domésticas y sus manejos que hoy conocemos son el resultado de muchos años de investigación y mejoramiento genético es por esta razón que determinamos que el producto se encuentra en un ciclo de **CRECIMIENTO** ya que su consumo crece a gran escala no solo dentro de la provincia sino a nivel de país e internacionalmente.

2.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

2.2.1. SEGMENTACION DEL MERCADO

Este producto va a estar dirigido a los diferentes establecimientos de expendio como SUPERMECADOS, TIENDAS DEL MERCADO MUNICIPAL, MERCADO HOTELERO Y TERCENAS FRIGORIFICAS, con aspiraciones a incursionar a un MERCADO NACIONAL e INTERNACIONAL, que consuman pollos debidamente procesados. De acuerdo al estudio de Mercado realizado se determinó que el mercado tiene suficiente demanda para que podamos incursionar como empresa y competir en precio, peso, calidad con las empresas de otras provincias.

2.2.2. CONDUCTA DE COMPRA DE LOS CLIENTES

De acuerdo al estudio realizado se determinó que el comportamiento de los clientes es variable. Las amas de casa prefieren pollos grandes, mientras que los que venden pollos asados prefieren pollos de menor peso es por esta razón que la empresa ofrecerá variedad en el peso del producto para satisfacer las necesidades del consumidor y lograr la aceptación del mismo proporcionando la mayor cantidad de información acerca del producto y de la empresa a los clientes potenciales. Además se brindará un producto de calidad y con un sabor diferente de tal manera que sobrepase las expectativas de los clientes,

contando con personal capaz y eficiente, instalaciones perfectamente adecuadas sistemas precisos de refrigeración que garanticen la buena conservación y frescura de los pollos.

2.2.3. ANÁLISIS DE FUENTES SECUNDARIAS

Para poder analizar la posible demanda que tendría la empresa dedicada a la crianza procesamiento y comercialización de pollos en el mercado esmeraldeño se utilizaron información de diversas instituciones o medios entre los cuales tenemos: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Servicio de Rentas Internas (SRI), Municipio de Esmeraldas e Internet.

- **INEC:** En esta institución se obtuvo información referente a la población del cantón Esmeraldas información acerca de indicadores estadísticos que son de gran utilidad para la investigación.
- **SRI:** En este organismo se pudo acceder a información para verificar si existen dentro del cantón Esmeraldas empresas dedicadas a este tipo de producción
- **Municipio del cantón Esmeraldas:** Aquí se accedió a información acerca de los pasos que se deben seguir para poder implementar este proyecto, en cuanto a lo que tiene que ver con patentes municipales e impuestos que se tengan que pagar para poner a funcionar el mismo.
- **Internet:** Este medio permitió acceder a información precisa de manera más rápida, por medio de las páginas de la cámara de comercio y la Superintendencia de Compañía.
- **Dirección de Turismo;** esta entidad nos permitió acceder a información precisa sobre los distintos hoteles de la provincia.

2.2.4. ANÁLISIS DE FUENTES PRIMARIAS

2.2.4.1. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

2.2.4.1.1. OBJETIVO GENERAL

- Cuantificar la demanda promedio anual de carne blanca (pollos) en el mercado de la ciudad de Esmeraldas.

2.2.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diseñar una encuesta, para recabar toda la información pertinente con respecto a los clientes potenciales del producto.
- Elaborar un cuestionario, para realizar una entrevista a los posibles competidores, sean estos directos o indirectos, para conocer cuáles son los factores que se deben tomar en cuenta al momento de efectuar el servicio.
- Tabular y graficar de acuerdo a la información resultante de las encuestas para facilitar la interpretación de los resultados.
- Analizar e interpretar los resultados obtenidos por la encuesta y la entrevista, para determinar la viabilidad del proyecto desde la perspectiva de mercado.

2.2.5. NECESIDADES DE INFORMACIÓN

El éxito o fracaso del proyecto depende del estudio de mercado, cuya información reflejará la factibilidad o no del proyecto, es por esta razón que

toda la información que proporcione los clientes deberá ser la más real y suficiente, para lo cual necesitaremos la información siguiente:

- Conocer el total de demanda de carne blanca (pollo) existente en el mercado de la ciudad de Esmeraldas.
- Investigar si existe en el mercado esmeraldeño, concretamente en el cantón Esmeraldas, una empresa de similares características, como la que se piensa implementar en este proyecto.
- Fijar el posible número de consumidores del producto dentro de la ciudad de Esmeraldas.
- Averiguar que otro tipo de presentación aparte del ya establecido los encuestados desearían que se brinde al momento de presentar el producto.

2.2.6. DETERMINAR FUENTES DE DATOS

Para efectos del presente estudio se utilizarán como fuentes de información: la encuesta y entrevista, que serán aplicadas al segmento del mercado que hemos definido respectivamente. Para lo cual se seleccionará una muestra representativa que permita tener una visión global del mercado.

Por otro lado para conocer lo que conlleva a implementar este tipo de empresa se deberá diseñar una entrevista, la cual será aplicada a los potenciales competidores, sean estos directos o indirectos.

2.2.7. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

- Elaborar el diseño de la entrevista a los clientes y la encuesta a los posibles competidores y productores locales, que permitan recaudar la información necesaria para este proyecto.
- Tomar una muestra considerable de la población a la cual se va a dirigir el servicio
- Realizar las encuestas al sector que consume el producto en el cantón Esmeraldas y la entrevista a los posibles competidores.
- Realizar visitas de campos a las granjas productoras de pollos, para verificar procesos de manejo de las aves
- Tabular y graficar la información resultante de la encuesta
- Analizar los resultados de las encuestas y de la entrevista realizada anteriormente, para determinar en qué puede aportar la misma a la realización de este proyecto.

2.2.8. TAMAÑO DE LA MUESTRA

Dentro del cantón Esmeraldas según el último Censo Población publicado en el INEC (2010), en el área urbana es de 125.034 habitantes que representa el 66,26%, y la rural 66.660hab que representan el 33,73%, una vez calculada la muestra se considera 381 encuestas como la población que se realizaron en todo el cantón Esmeraldas (Ver Anexo I).

2.2.9. TRABAJO DE CAMPO

Las encuestas y las entrevistas fueron realizadas por la investigadora, quien está capacitada para realizar la recopilación de los datos, y la vez supervisar, coordinar y organizar toda la información. Además puede contar con los recursos económicos, técnicos y los materiales necesarios para la realización de la investigación.

Para cumplir con este objetivo se encuestaron a 381 personas, trabajo que fue realizado por la investigadora del proyecto en un periodo aproximado de cinco semanas. Además se realizaron visitas con el encargado de ventas de Agripac Ing. Yojan Garzón a la granja La primavera ubicada a las afueras de la ciudad, en Guínchelez a una granja que produce 3000 pollos cada 6 semanas para constatar personalmente de los manejos de este productor.

2.2.10. VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN

La autora de la investigación puede certificar la autenticidad e integridad de la información obtenida de las encuestas y entrevistas, afirmando que el proyecto quedará fundado sobre bases sólidas que permitirán su correcto desarrollo.

2.2.11. TABULACION

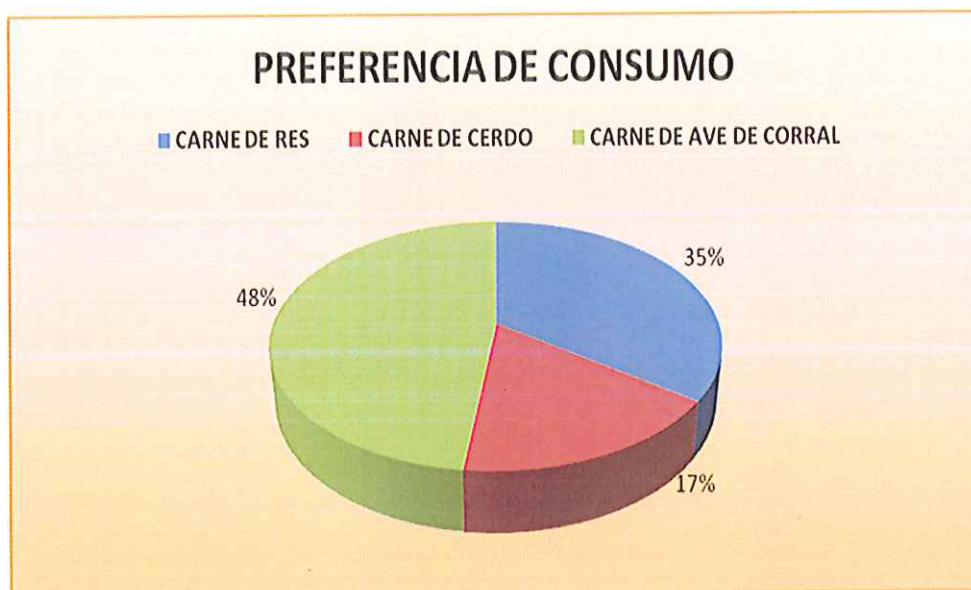
La tabulación de las encuestas fue realizada de forma manual ya que el número de las mismas no era tan amplio. La recopilación de datos se efectuó a través de encuestas realizadas a personas del cantón Esmeraldas, estos datos son presentados de forma descriptiva y por medio de tablas estadísticas, y se los puede apreciar a través de los gráficos pastel, con sus respectivos indicadores y análisis.

2.2.12. RESULTADOS Y ANÁLISIS

Tabulación y gráficos de las encuestas aplicada a la población económicamente activa de la zona urbana de la Ciudad Esmeraldas.

GRÁFICO N° 1

¿Qué carne consume con más frecuencia?



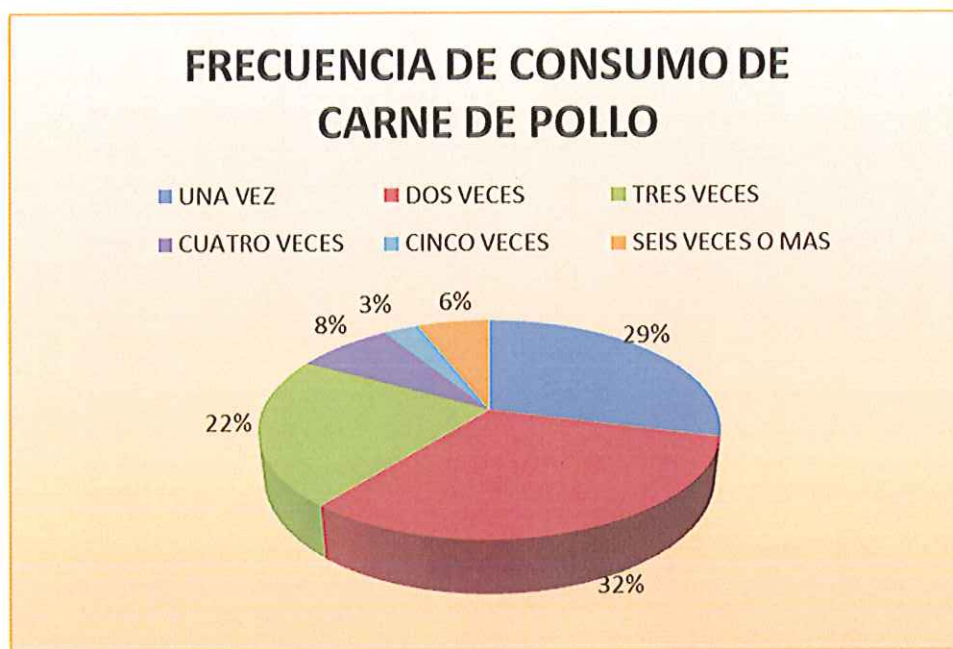
Fuente: Encuestas

Investigador: Autora del Proyecto

Análisis: De acuerdo a los resultados se pudo conocer que la mayoría de los clientes consumen en mayor cantidad carne de ave de corral con un 48% seguido de la carne de res con 35% y por último con un 17% la carne de cerdo.

GRAFICO N° 2

Frecuencia de consumo de carne de pollo semanal



Fuente: Estudio de Mercado

Investigador: Autora del Proyecto

Análisis: De acuerdo al resultado de las encuestas se determina que las personas consumen en mayor cantidad la carne de pollo semanalmente, es por esto que se determinó que la producción de la carne de pollo representaría el mejor margen de la utilidad de producción y la frecuencia de consumo entre 1-3 veces por semana (Ver Anexo II).

2.2.13. PROYECCION DE LA DEMANDA

Para conocer el consumo actual del producto en el cantón Esmeraldas fue necesario recurrir a las encuestas, lo que permitió obtener un estimado de la cantidad de carne de pollo que consumen las familias con el método de

regresión lineal, dividiendo el total de los habitantes por 6 personas que se estima conforman los clientes. Para poder obtener los valores históricos del consumo, se empleo el índice de crecimiento poblacional del cantón Esmeraldas suministrada por el INEC (1.35% anual).

TABLA N^a 1

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	
AÑOS	DEMANDA FUTURA
2012	511.152
2013	525.701
2014	540.251
2015	554.800
2016	569.350
2017	583.899
2018	598.449
2019	612.998
2020	627.548
2021	642.098

Elaborado por: Tania Yanela Falcones Estrada

Fuente: Cálculo de la fórmula de regresión lineal

2.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA

2.3.1. ASPECTOS CUALITATIVOS

2.3.1.1. COMPETENCIA DIRECTA E INDIRECTA

En la Provincia de Esmeraldas no hay ninguna empresa que se dedique a realizar los procesos de crianza, procesamiento y comercialización de pollos de

engorde semiorganicos. Por lo que se puede deducir que no existe una competencia directa dentro de la Provincia.

De esta forma se pudo determinar que existen hasta el momento plenamente identificados 5 competidores Supermercados EL AKI, TIA, LAS TERCENAS que pueden considerarse de gran importancia ya que cuentan con un gran mercado de clientes en el cantón Esmeraldas, además cabe recalcar que también se debe considerar como parte de la competencia a aquellas personas que crían aves de manera empírica y domésticas.

2.3.1.2. DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LA COMPETENCIA

a. SUPERMECADO EL AKI.

Está ubicado en las calles Pedro Vicente Maldonado entre Juan Montalvo y Rioverde y su segundo local en el Centro comercial Multi Plaza e inicio sus actividades aproximadamente hace 8 años y 2 años respectivamente.

b. SUPERMERCADO TIA

Está ubicado las calles Bolívar entre Diez de Agosto y Rocafuerte e inicio sus actividades hace 12 años aproximadamente.

c. LAS TERCENAS

Que en su gran mayoría se encuentran establecidas en el mercado ubicado en Homero López entre Sucre y Olmedo.

2.3.1.3. ASPECTOS COMPETITIVOS

a. SUREMERCAD AKI

Es una empresa que se dedica a la venta directa de productos al por menor de consumo masivo, entre ellos lo cárnicos y ofrece variedad y con diferentes cortes teniendo agencia en gran parte del Ecuador que a su vez sirve de punto de ventas de las grandes marcas de pollo existentes en el mercado ecuatoriano.

b. SUPERMERCADOS TIA

Esta empresa ofrece venta de productos alimenticios y domésticos al por menor y cuenta con frigoríficos exhibidores dentro de sus instalaciones dedicadas a la venta de todos tipos de carnes y, sirviendo de intermediarios de las grandes empresas cárnicas, poseen sucursales en todo el país.

c. MERCADO MUNICIPALES

Son locales determinados como microempresas que ofrecen la venta de productos cárnicos sean estas carnes rojas o blancas ya sea por libra o por mayor, sus procesamientos son netamente artesanales porque cumplen con todas las normas higiénicas. Se las establece como un gran competidor por la cultura de los consumidores.

2.3.1.4. PRODUCTOS QUE OFRECE LA OFERTA

TABLA Nª 2
PRODUCTOS DE LA COMPETENCIA

OFERENTES	PRODUCTOS QUE OFRECEN
Supermercados AKI	✓ Servicio de venta todo tipo de artículos y de productos de consumo masivo incluidos carnes de diferentes marcas al por menor y mayor

Supermercado TIA	✓ Servicio de venta todo tipo de artículos y de productos de consumo masivo incluidos carnes de diferentes marcas al por menor y mayor
Tercenas Populares	✓ Servicio de ventas directas de carnes del camal al consumidor por libras ósea al menudeo

Fuente: Cadena de Súper Mercados AKI, TIA, MERCADOS MUNICIPALES
Investigador: Autora del Proyecto

2.3.1.5. CARACTERÍSTICAS DE SUS CLIENTES

Las diferentes empresas oferentes no tienen clientes con características específicas puestos que ofrecen variedades de productos por lo que no tienen un segmento específico del mercado ya que los clientes que visitan sus locales son de diferentes estatus sociales.

2.3.1.6. INFRAESTRUCTURA

a. SUPERMERCAD AKI.

En la actualidad esta cadena posee dos sucursales, la empresa está ubicada en un sitio estratégico respectivamente, posee una instalación amplia y propia con una tecnológica de punta y con toda su estructura organizacional bien distribuida.

b. SUPERMERCADO TIA.

Esta empresa tiene un local amplio y propio y posee instalaciones con una tecnología moderna con un ambiente sano. Dentro de sus instalaciones funcionan los diferentes departamentos poseen bodegas y su propio sistema de seguridad.

c. TERCENAS MUNICIPALES.

Son locales muy reducidos establecidos en el mercado municipal no solo está el vendedor y un ayudante, y en su gran mayoría no cuenta con la infraestructura necesaria además tienen 1 ó 2 congeladores.

2.3.1.7.

FORTALEZAS Y DEBILIDADES

TABLA N°3

FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE LA COMPETENCIA

OFERENTES	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Supermercados AKI	✓ Ubicación estratégica ✓ Ofrecen productos de calidad y de marcas reconocidas ✓ Variedad de productos en un mismo lugar ✓ Posicionamiento en el mercado esmeraldeño ✓ Seguridad del cliente	✓ Falta de abastecimiento de sus productos ✓ Precios elevados de sus productos cárnicos ✓ No poseen canales adecuados de refrigeración ✓ No tienen entregas a domicilios

Supermercado TIA	✓ Reconocimiento por lo años de trayectoria en el mercado. ✓ Diversidad de productos y artículos ✓ Cuenta con un personal con experiencia. ✓ Variedad de productos ✓ Publicidad ✓ Seguridad	✓ No tiene entrega a domicilio ✓ Falta de organización en sus instalaciones internas ✓ Precios elevados en sus productos cárnicos ✓ No producen ninguno de sus productos ✓ No hacen entregas a domicilio ✓ Los canales de refrigeración no son los adecuados para los productos cárnicos
Tercenas Ubicadas en el Mercado Municipales	✓ Ubicación en una zona netamente comercial ✓ La cultura de los consumidores esmeraldeños ✓ No tienen mayores costos ✓ Precios relativamente bajo	✓ Limitaciones de los productos cárnicos ✓ No realiza publicidad. ✓ Falta de salubridad en sus productos ✓ No tienen una organización ✓ Mala atención al cliente ✓ Falta de tecnología

Fuente: Cadena de Súper Mercados AKI, TIA, MERCADOS MUNICIPALES

Investigador: Autora del Proyecto

2.3.1.8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DE LA OFERTA

Estas empresas tienen un canal directo de comercialización de sus productos, es decir que no tienen ningún tipo de intermediario para ofertar sus productos al consumidor final

2.3.1.9. ESTRATEGIAS DE MERCADO

Cabe mencionar que todas estas empresas si cuentan con sus estrategias de mercado, aunque comercialicen los mismos productos cada una de ellas posee una naturaleza diferente.

a. SUPERMERCAD AKI

Podemos nominar como estrategia de mercado de esta empresa la ubicación, la infraestructura, sus misceláneos de productos, atención al cliente, la publicidad que realiza y al reconocimiento de su marca.

b. SUPERMERCADO TIA

Se puede decir que el hecho de ser una empresa que tiene muchos años de trayectoria, tienen un posicionamiento en el mercado tiene estrategias de publicidad agresiva, localización estratégica, buenos proveedores.

c. TERCENAS LOCALIZADAS EN LOS MERCADOS MUNICIPALES.

Estas microempresas tienen estrategias de ubicación, trayectoria, precios, cultura lo que las convierte en un gran competidor por la gran acogida que tienen por parte de los clientes

2.3.2. ASPECTOS CUANTITATIVOS DE LA OFERTA

2.3.2.1. OFERTA ACTUAL E HISTÓRICA

En la ciudad de Esmeraldas existen cuatro competidores más relevantes que se dedican a la venta de este producto. Además cabe indicar que no existe en el mercado una empresa que se dedique a la crianza, procesamiento y comercialización de pollo de engorde en el mercado consumista, por lo que los oferentes mencionados anteriormente se toman como una competencia indirecta, ya que solo sirven como puntos de venta. La recopilación de esta información se logró gracias a las entrevistas realizadas a los oferentes antes nombrados.

Además cabe indicar que para realizar este trabajo se empleó la tasa de crecimiento poblacional de 1.35%

TABLA N^a 4

OFERTA HISTÓRICA

AÑOS	OFERTA HISTÓRICA
2002	352600
2003	357360
2004	362185
2005	367074
2006	372030
2007	377052
2008	382142
2009	387301
2010	392530
2011	397829

Fuente: Entrevistas a aplicadas a los competidores
Investigador: Autora del Proyecto

2.3.2.2. PRECIOS:

De manera general se deduce que de acuerdo a la investigación realizada por medios de las entrevistas a los productores, y a los locales que comercializan este producto si varían, entre 0,20 y 0,30 centavos por libra comercializándose en 1,40 en los supermercados y 1,35 que en el mercado municipal y tercenas.

3.2.2.3. CAPACIDAD INSTALADA Y CAPACIDAD UTILIZADA

TABLA N^º 5

CAPACIDAD INSTALADA E UTILIZADA

OFERENTE	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA
Señor Patricio Luna Calle Olmedo	El señor tiene 4 pequeño galpones en el patio de su casa en pequeños galpones de 3 metros de largo y 3 de ancho	De la capacidad instalada el señor cría 100 pollos por galpón utiliza al 100% su capacidad instalada

Finca del Sr. Galo Grueso en Guínchele de la parroquia San Mateo	La finca tiene 1000 metros de terreno tiene 4 galpones de 10 de ancho por 15 metros de largos por galpón donde cría 1500 pollos	De la capacidad instalada podemos decir que la utilizada es del 80% por que el terreno tiene la suficiente extensión y su capacidad no esta siendo utilizada al máximo
---	---	--

Fuente: Visitas realizadas a los competidores

Investigador: Autora del Proyecto

2.3.3. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para determinar la oferta futura se partió del comportamiento histórico y de la situación actual de la oferta, para lo cual se trabajo con la tasa de crecimiento de la oferta, la misma que se la calculó con la siguiente fórmula, derivada de la fórmula del monto.

Este valor (1.35%) representa la tasa a la cual la oferta se ha ido incrementando de año a año, por lo que se mantendrá la tendencia de crecimiento en el mismo porcentaje para la proyección.

Así que a partir de la tasa de crecimiento de la oferta calculada en (1.35%) procedemos a determinar la proyección de la oferta en los próximos 5 años, teniendo como base para el cálculo de cada año proyectado, el año anterior a este como se puede observar en la tabla nº 6

TABLA N° 6
PROYECCIÓN DE LA OFERTA

AÑOS	OFERTA HISTORICA	OFERTA POTENCIAL
2002	352600	
2003	357360	
2004	362185	
2005	367074	
2006	372030	
2007	377052	
2008	382142	
2009	387301	
2010	392530	
2011	397829	
2012		408643
2013		414159
2014		419751
2015		425417
2016		431160
2017		436981
2018		442880
2019		448859
2020		454919
2021		461060

Investigador: Autora del Proyecto

2.4. ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE OFERTA Y DEMANDA

2.4.1. CUADRO COMPARATIVO

TABLA N^a 7

OFERTA VERSUS DEMANDA EN LIBRAS DE POLLO

AÑOS	OFERTA VS DEMANDA		DEMANDA INSATISFECHA
	OFERTA	DEMANADA	
2012	408643,20	1.659.071,91	1.250.428,71
2013	414159,88	1.702.720,47	1.288.560,58
2014	419751,04	1.746.369,02	1.326.617,98
2015	425417,68	1.790.017,58	1.364.599,90
2016	431160,82	1.833.666,14	1.402.505,32
2017	436981,49	1.877.314,69	1.440.333,20
2018	442880,74	1.920.963,25	1.478.082,51
2019	448859,63	1.964.611,81	1.515.752,18
2020	454919,24	2.008.260,36	1.553.341,13
2021	461060,65	2.051.908,92	1.590.848,27

Investigador: Autora del Proyecto

Luego de realizar el análisis comparativo entre la Oferta y la Demanda, tenemos que recalcar que los resultados obtenidos en la columna Oferta – Demanda, proyectan un resultado negativo, indicando que la demanda es mayor que la oferta, y por tanto es claro que dentro de los próximos cinco años existirá una presencia de Demanda Insatisfecha en el mercado con una tendencia creciente; lo que nos motiva a seguir adelante con la realización y desarrollo del proyecto.

2.5 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA

2.5.1 DEMANDA DEL PROYECTO

TABLA N° 8
CAPACIDAD DEL PROYECTO

AÑOS	OFERTA	DEMANADA	DEMANDA INSATISFECHA	% DE APORTACION	anual	mensual	semanal
2012	408643,20	1.659.071,91	- 1.250.428,71	0,21	-262590,03	-21882,50	-5470,63
2013	414159,88	1.702.720,47	- 1.288.560,58	0,21	-270597,72	-22549,81	-5637,45
2014	419751,04	1.746.369,02	- 1.326.617,98	0,21	-278589,78	-23215,81	-5803,95
2015	425417,68	1.790.017,58	- 1.364.599,90	0,21	-286565,98	-23880,50	-5970,12
2016	431160,82	1.833.666,14	- 1.402.505,32	0,21	-294526,12	-24543,84	-6135,96
2017	436981,49	1.877.314,69	- 1.440.333,20	0,21	-302469,97	-25205,83	-6301,46
2018	442880,74	1.920.963,25	- 1.478.082,51	0,21	-310397,33	-25866,44	-6466,61
2019	448859,63	1.964.611,81	- 1.515.752,18	0,21	-318307,96	-26525,66	-6631,42
2020	454919,24	2.008.260,36	- 1.553.341,13	0,21	-326201,64	-27183,47	-6795,87
2021	461060,65	2.051.908,92	- 1.590.848,27	0,21	-334078,14	-27839,84	-6959,96

Investigador: Autora del Proyecto

La empresa partiendo de la demanda insatisfecha se establece que la empresa va a cubrir un 21% de la demanda, ya que en la localidad no existe una empresa que realice la comercialización del producto higiénicamente empacado y presentado.

2.5.2. TIPOS DE MERCADO

Este proyecto se desarrollará en un mercado de competencia libre, en el cual los productos ofertados son de iguales características. Por lo que, el proyecto en cuestión, plantea desarrollar ventajas comparativas, logrando establecer estrategias de diferenciación del producto en cuanto a la calidad, sabor, nutrición y presentación a los consumidores. El precio tentativo por libre será de \$ 1,35 centavo de dólar enmarcado en el precio de nuestros competidores.

2.5.3 PRECIOS

Los precios de la libra de pollo varían debido a muchos factores, por esta razón se determinaron de acuerdo a la cantidad de variantes que influyen en el precio, la meta y objetivos financieros de la empresa, no olvidando el margen de utilidad establecido y el costo que incurren en la producción de los pollos.

Como la empresa está incurriendo en un mercado con una competencia abrumadora es necesario establecer precios competitivos que permitan al producto ser atractivo por su valor, es por esta razón que se comercializará los pollos enteros de 4, 5, 6 y 7 libras a un precio tentativo por libra de \$ 1,35 al consumidor final y \$1,20 centavo de dólar a los intermediarios lo que permitirá competir con los precios de nuestros competidores.

TABLA N°9

PRECIOS DEL PRODUCTO POR LIBRA

PRODUCTO	PRECIOS	PRECIOS
Pollo de 4° libras	\$1,35	\$ 5,40
Pollos de 5 libras	\$1,35	\$ 6,75
Pollos de 6 libras	\$1,35	\$ 8,10
Pollos de 7 libras	\$1,35	\$9,45

Investigador: Autora del Proyecto

2.5.4 VENTAJAS COMPETITIVAS

El proyecto propone varias características que le permitirán ofrecer un producto diferente y con un valor agregado que lo hará atractivo para el cliente, estas son:

- **El sabor, calidad y nutrición:** Se plantea uno nuevo concepto de alimentación del pollo, semiorganica que permitirá ofrecer un producto más sano, debidamente empacado, y bien presentado.
- **Distribución:** La ubicación de la empresa, facilitará la distribución del producto y permitirá llegar a nuestros clientes de manera rápida y oportuna.
- **Peso y Precios:** En la provincia se producen los productos que permitirán la alimentación de las aves, lo que facilitará al proyecto emprender con un precio y peso justo
- **Evaluación de satisfacción del cliente:** Se contara con personal capacitado que preste una atención personalizada, esté atento a satisfacer las necesidades de los clientes.

2.5.5 ESTRATEGIAS GENÉRICAS PARA COMPETIR

Con el propósito de generar una ventaja competitiva la empresa diseñará estrategias de diferenciación que permita competir y posicionarse en el mercado, logrando suplir las necesidades insatisfechas de los clientes.

- **Estrategia de Calidad del Producto:** La empresa se enfocará en brindar un producto de calidad basando parte de la alimentación del pollo con productos naturales para de esta forma contrarrestar el consumo excesivo de balanceado.
- **Estrategia de Publicidad:** Se utilizarán la radio, televisión y la visita de partes de nuestro vendedor a posibles clientes para dar a conocer la calidad de nuestro producto, además se utilizarán enganches publicitarios y promociones harán promociones como que inciten a la compra.
- **Estrategia de Costo:** Con la utilización de parte del terreno en el sembrío de las plantas naturales y el maíz que formarán parte de la alimentación del pollo permitirá a la empresa ofrecer precios competitivos.

2.5.6 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

La empresa utilizará un canal directo de comercialización al consumidor final, por medio de visitas de los vendedores así como también publicidades de radio, televisión y promoción del mismo, para que de este modo los consumidores potenciales puedan conocer de la existencia del producto netamente esmeraldeño y con las normas sanitarias establecidas.

CAPITULO III

3. ESTUDIO TÉCNICO E INGIENERÍA DEL PROYECTO

3.1. ESTUDIO TÉCNICO

3.1.1 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO

Para poder determinar el tamaño óptimo se tomó en cuenta la demanda del proyecto, ya que de esto dependerá la cantidad de recursos tanto materiales, humanos, financieros y tecnológicos que se deberán utilizar para poder implementar este proyecto. En consecuencia se decidió que el tamaño del mismo será del 2% de la demanda insatisfecha total en el primer año de vida del proyecto, la misma que aumentará un punto porcentual cada dos años, este es un porcentaje el cual en realidad se puede llegar a cubrir, tomando en consideración el tamaño del cantón y del tiempo que se ha estimado para brindar el servicio.

3.1.2 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

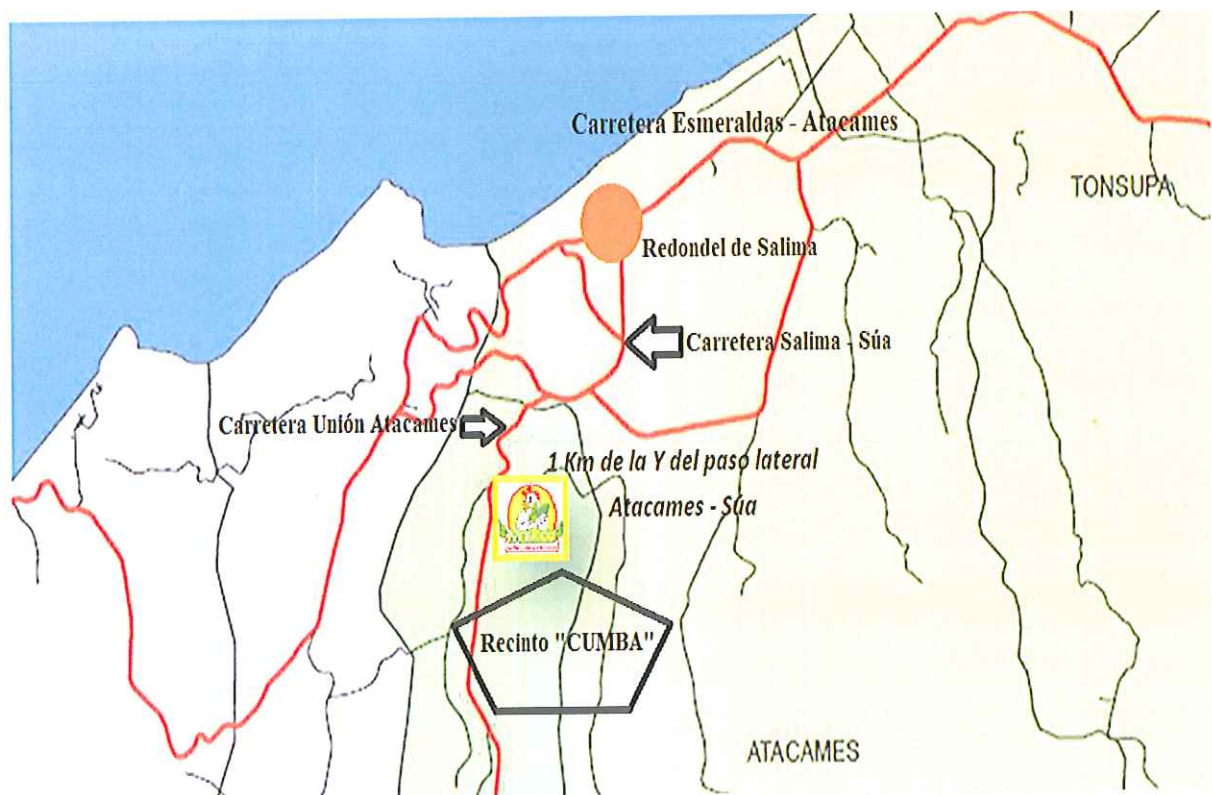
Se procedió hacer la micro y macro localización con la finalidad de lograr determinar con exactitud la ubicación más estratégica, de acuerdo a las disposiciones sanitarias Las granjas de pollos de engorde, o de gallinas de alta postura, o de otras especies de aves, que se instalen deberán hacerlo respetando una distancia mínima de 1.000m. con otras explotaciones similares que se encuentren instaladas con anterioridad acorde a las necesidades MEDIOAMBIENTALES que permiten una

buena productividad y Bioseguridad Bio=Vida; Seguridad = Protección. Son todas aquellas medidas sanitarias, profilácticas, de aislamiento y de manejo que, utilizadas en forma permanente, previenen y evitan la entrada y salida de agentes infectocontagiosos de una granja avícola.

3.1.2.1. MICROLOCALIZACIÓN

Se determinando que la EMPRESA estará ubicada geográficamente en la Provincia Esmeraldas Cantón Atacames Parroquia la Unión recinto las brisas 1km carreteras la brisa Cumba.

3.1.2.2. MACROLOCALIZACIÓN

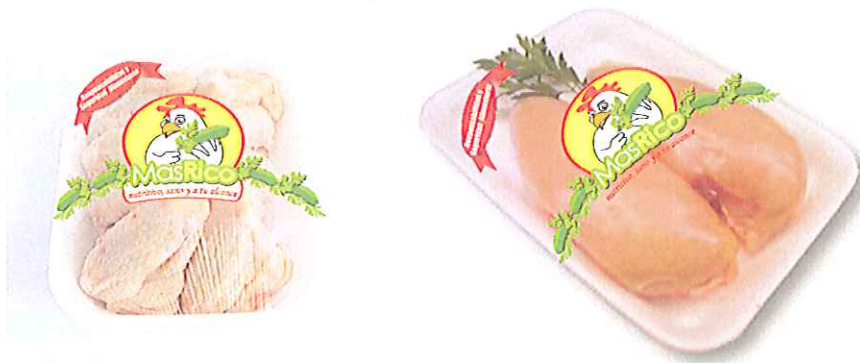


3.2. INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.2.1 DISEÑO DEL PRODUCTO

Este proyecto empresarial está dirigido a satisfacer la necesidad de consumo de carne blanca (pollos broiler) dentro del cantón y provincia de Esmeraldas, por lo que para cumplir este fin se ha decidido comercializar el producto bajo estrictas normas de calidad con peso de 4, 5, 6,7 libras, los procesos basados en el concepto de aseguramiento de la calidad, cuyos principios básicos son Prever, Ejecutar, Registrar y Verificar: garantizando un excelente producto criado y procesado en la provincia que se ajuste a las necesidades y al presupuesto de los clientes potenciales. Los productos que se ofertarán son los siguientes:

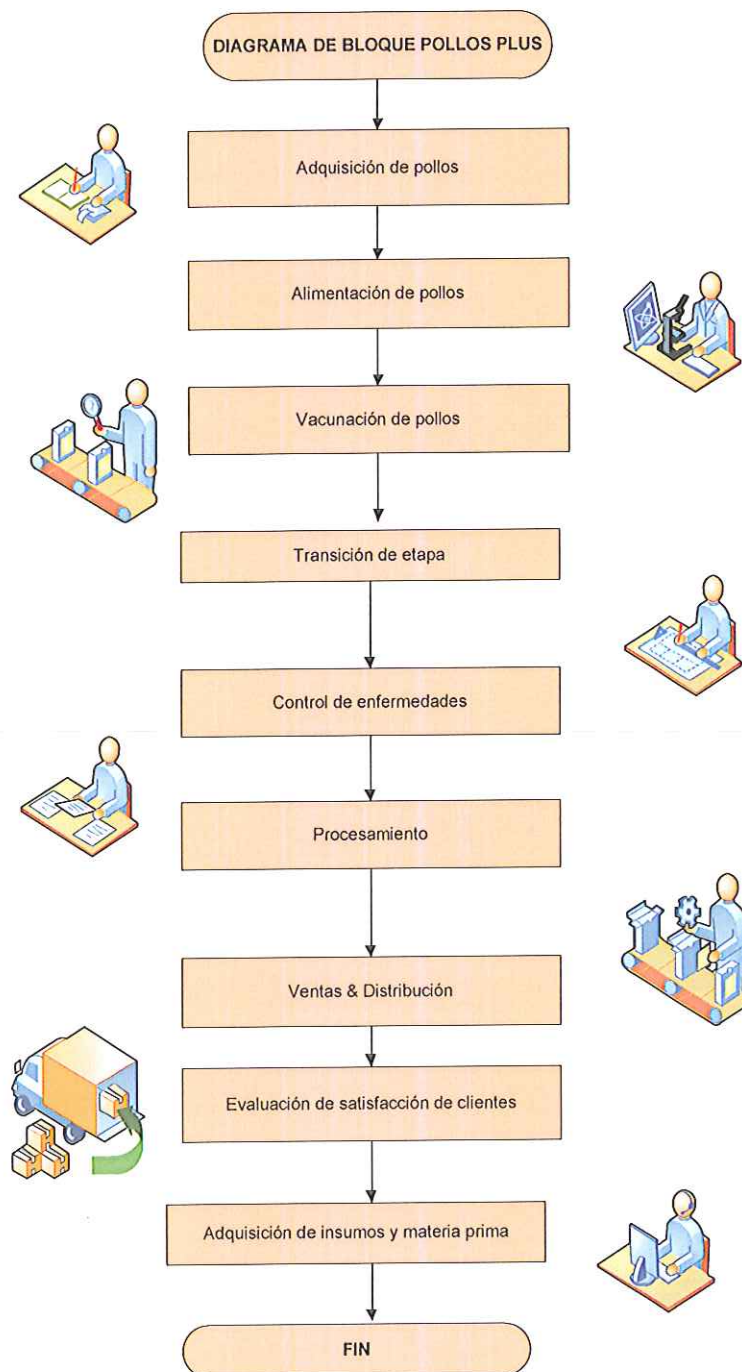
- **POLLO DE 4 LIBRAS**
- **POLLO DE 5 LIBRAS**
- **POLLO DE 6 LIBRAS**
- **POLLO DE 7 LIBRAS**



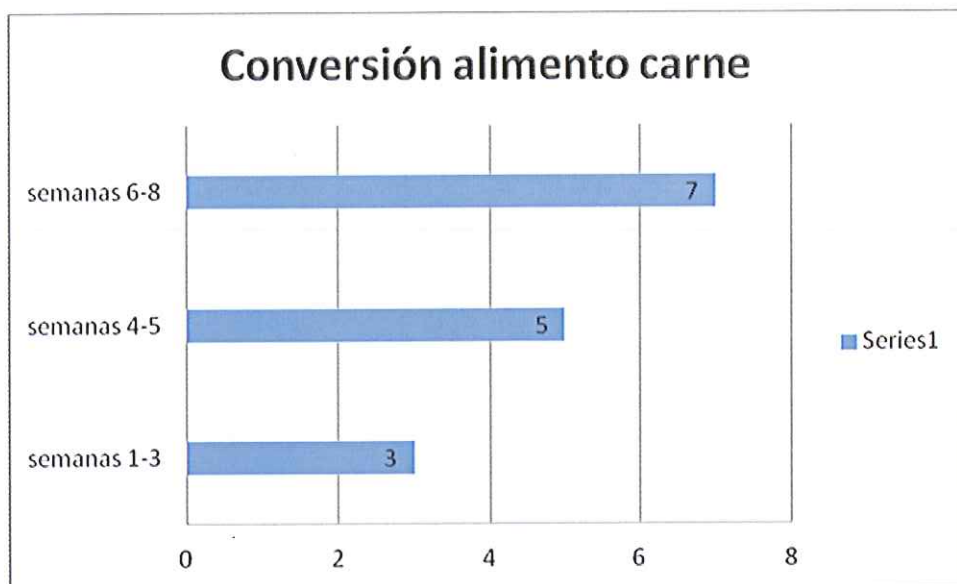
3.2.2. DISEÑO DE LOS PROCESOS DE LA PRDUCCIÓN.

3.2.2.1. DIAGRAMAS Y MANUALES DE PROCEDIMIENTOS

a. EL PROCESO GENERAL



b. MANUAL GENERAL DE PROCEDIMIENTOS



Investigador: Autor del Proyecto

El cuadro representa la conversión alimento-carne de ave, en el desarrollo de las 8 semanas que el pollo está lista para ser faenado, entre la primera y tercera semana el pollo tendrá un promedio de 3 libras, de la cuarta y quinta un promedio de 5 libras, entre la sexta y octava un promedio de 7 libras.

1. Adquisición de los pollos.-

Una vez comprados los 1000 pollos bebes de clase A (pollos machos) se procede al pesaje, previo al control del ambiente interno del galpón, cuya desinfección será 5 días antes del ingreso de los pollos, que se la realizará con creso y se espolvoreará cal, el alimento balanceado podrá ser colocado 24 horas antes, la cama de aserrín deberá estar al 4 a 5 % de humedad que permitirá un ambiente confortable.

2. Alimentación de los Pollos

El balanceado de crecimiento contiene el 24% de proteína cruda, 5% de grasa y 6% de fibra, de acuerdo a los parámetros zootécnico y veterinario.

A continuación ilustro un cuadro de las necesidades de proteínas, grasas y fibra según la edad del pollo.

Primera Semana	24,0%	P.C	Días	Grasa cruda 5%
Segunda semana	23.0%	P.C	Inicial	Fibra cruda 4%
Tercera semana	22.0%	P.C	21 días	Fibra cruda 6%
Cuarta Semana	21.0%	P.C	Crecimiento 22 días	Fibra cruda 5%
Quinta Semana	20.0%	P.C	35 días	Fibra cruda 5%
Sexta Semana	19.0%	P.C	36 días	Grasa cruda 7%
Séptima Semana	18.5%	P.C	Acabado	
Octava Semana	18.0%	P.C	56 días	Fibra cruda 4%

3. Pesaje Selección y vacunación

El pesaje se lo realizará cada 7 días de manera aleatoria para determinar la conversión alimento- carne, Las selección consiste en separar de la parvada pollos sanos y enfermos que permitirá una correcta vacunación.

4. Transición de etapa

Culminación de la etapa de crecimiento, a los 28 días de nacidos, inicio de la etapa de acabo el cambio de práctica de manejos en el galpón suministro de alimento de balanceado de engorde, el balanceado de engorde contiene un mínimo de 18% de proteína cruda y un máximo de 20,6% de grasa y 5% de fibra de acuerdo a los parámetro zootécnico y veterinario. El pesaje se lo realizara cada 7 días para determinar la conversión alimento- carne.

5. Control de Enfermedades

Esta etapa garantiza el éxito de la producción, se realiza el control de las siguientes enfermedades: parasitarias, carenciales, infecciosas y metabólicas para tomar medidas preventivas y correctivas a tiempo. Se da por terminada la etapa de crianza.

6. Ingreso al pabellón de procesamiento.

Inicia con el pesaje y de inmediato a la sala de sangrado desplumado ingreso a la máquina de desplumado de capacidad de 180 pollos por hora, el eviscerado, extracción de las viseras lavada pesada y clasificada. Los pollos debidamente sangrados desplumados y eviscerados son lavados, se procede al pesaje y a la clasificación de 4, 5,6 y 7 libras se utilizan fundas de polietilenos para contenidos de peso de 4, 5,6 y 7 respectivamente se procede a refrigerar a temperatura de 2 grados centígrados. Almacenamiento.-Ingresos a bodegas frigoríficas.

7. Venta y Distribución

El departamento de venta se encargará de la venta y distribución del producto de acuerdo a las órdenes de producción.

8. Evaluación de satisfacción del cliente

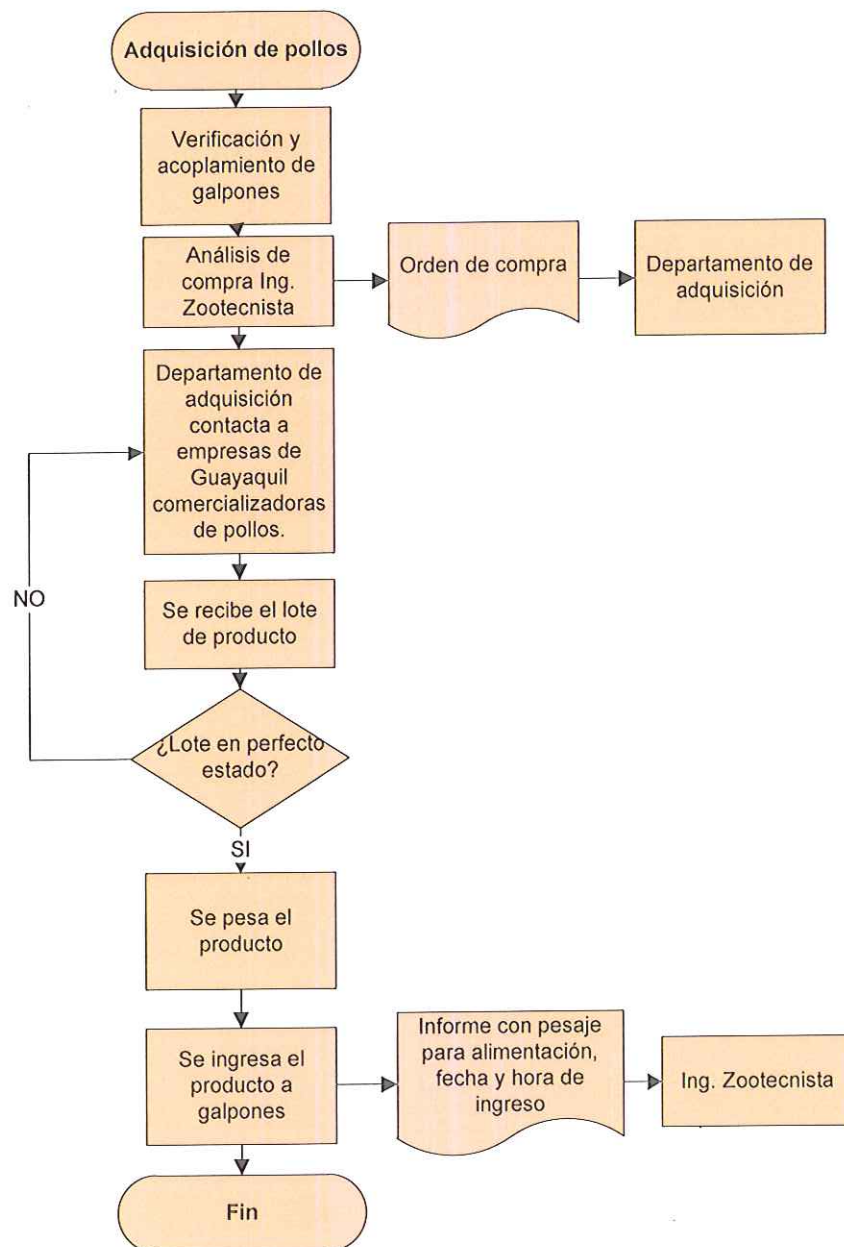
El vendedor deberá realizar un seguimiento para conocer si el producto está cubriendo las necesidades de los clientes.

9. Adquisición de insumos de materia prima

El departamento de adquisición y producción determinará los requerimientos entregará a la asistente para que proceda a la compra.

3.2.2.1. DIAGRAMA DE FLUJO DEL PRODUCTO

a. DIAGRAMA DE FLUJO DE LA ADQUISICIÓN DE LOS POLLO



b. MANUAL DE PROCEDIMIENTO EN LA ADQUISICION DE LOS POLLOS

1. Verificación y Acoplamiento de Galpones

El personal debidamente protegido con sus uniformes, guantes y botas desinfectadas para cumplir las normas de bioseguridad, deberá realizar una exanimación del galpón para verificar que estén desinfectados, tenga la temperatura ambiente de 20 grados y que los bebederos y comederos estén limpios.

2. Análisis de Compra

La realiza el Ingeniero Zootecnista previa verificación de la orden de compra emitida por el departamento de adquisición, para verificar si los pollos cumplen con los requerimientos que la empresa necesita.

3. Se recibe el lote del producto

Prevía revisión si está aprobado el producto ingresa si no se contacta con los proveedores para su devolución.

4. Se pesa el producto

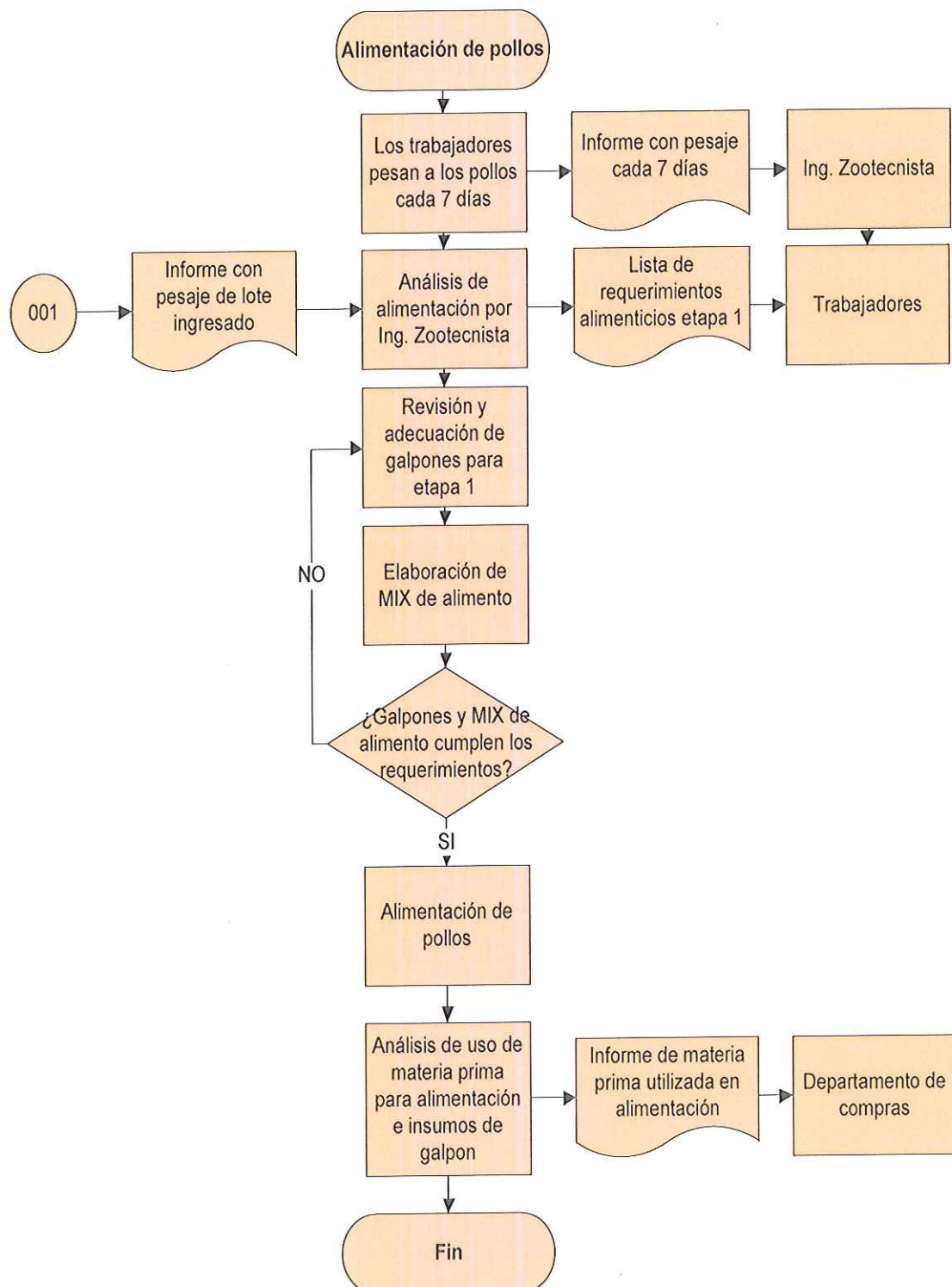
Si procede al pesaje de los pollos para saber con el peso de ingreso, se elabora un informe que luego será utilizado para nuevos procesos.

5. Ingreso de los pollos a los galpones

Los pollos son trasladados por el operario de manera cuidadosa a los galpones, se elabora un informe con fecha y hora que ingresan los pollos, par su alimentación este informe será entregado al ingeniero zootecnista.

c.

DIAGRAMA DE FLUJO DE LA ALIMENTACIÓN DE LOS POLLOS



d. MANUAL DE PROCEDIMIENTO EN LA ALIMENTACIÓN DE LOS POLLOS

1. Pesado de los pollos

Los trabajadores, pesarán los pollos cada 7 días para controlar su conversión alimento- carne, y verificar que los pollos se estén desarrollando de la mejor manera, realizaran un informe del peso o novedades que se presentarán para tomar las medidas necesarias en la inspección que ellos realizan que será entregado al jefe de producción que llevara un registro que será revisado por ingeniero zootecnista.

2. Análisis de Alimentación

El ingeniero realizara una revisión del informe del pesado inicial para el suministro de alimento, y entregará la lista de requerimientos de materia prima al bodeguero, se elabora el alimento.

3. Revisión y Adecuamiento de Galpones

El espacio físico donde se desarrollan los pollos es fundamental para su buen desarrollo es por esta razón que los trabajadores deberán verificar diariamente el estado de la cama de los galpones y reponerla si fuese necesario, así como limpiar los comederos y bebederos, revisar la temperatura ambiente dentro de los galpones y desinfectar con querolina, para garantizar la higiene e inocuidad de los pollos.

4. Elaboración del Suministro de alimento

El ingeniero con los elementos requeridos y proporcionados por el empleado procederá a la elaboración del producto balanceado que va hacer suministrado en la semana.

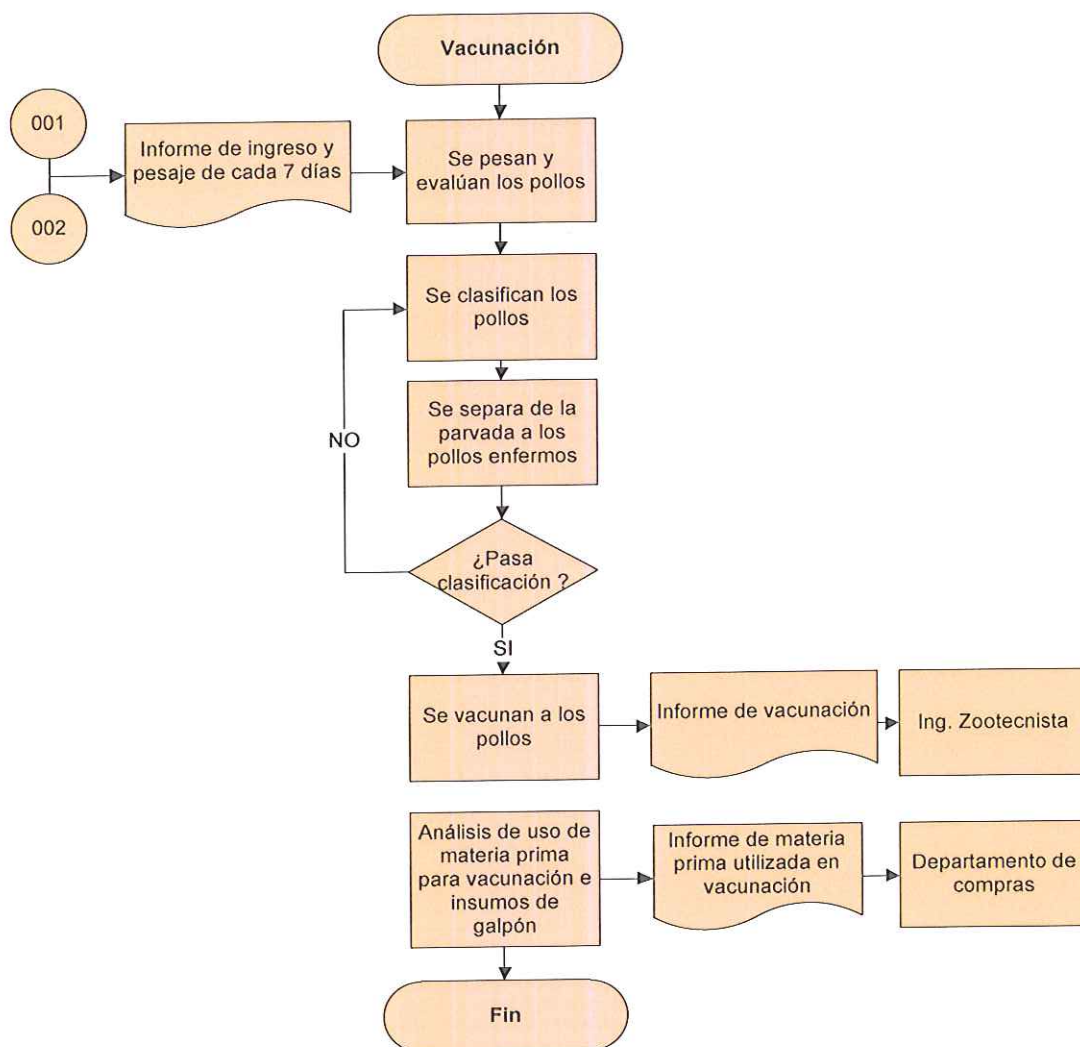
5. Alimentación de los pollos

Con el balanceado proporcionado por el profesional responsables, en las cantidades recomendadas se procede a la reposición en los comederos, es de responsabilidad del empleado de revisar 3 veces al día la reposición continua del alimento, que no podrá faltarles.

6. Análisis de Uso de Materia Prima

Una vez terminada la reposición el ingeniero le entregará al bodeguero la lista de los materiales utilizados, quien deberá reportar al departamento de compras para que se realice la reposición de los insumos utilizados, y se lleve un inventario de bodega.

e. DIAGRAMA DE FLUJO DE LA VACUNACIÓN DE LOS POLLOS



f. MANUAL DE PROCEDIMIENTO EN LA VACUNACIÓN DE LOS POLLOS

1. Se pesan y evalúan los pollos.

Al séptimo día los pollos se pesan y evalúan en relación al informe inicial, se documenta la información.

2. Se clasifican los pollos

Para determinar si los pollos cumplen con las características necesarias el ingeniero realiza un examen minucioso de los pollos para detectar alguna anomalía que impidiese continuar con el proceso de vacunación.

3. Se separan de la parvada los pollos enfermos

Los pollos que no cumplan con las características se los determinará como enfermos deberán ser reubicados en galpón especial para su tratamiento, Los pollos sanos continúan.

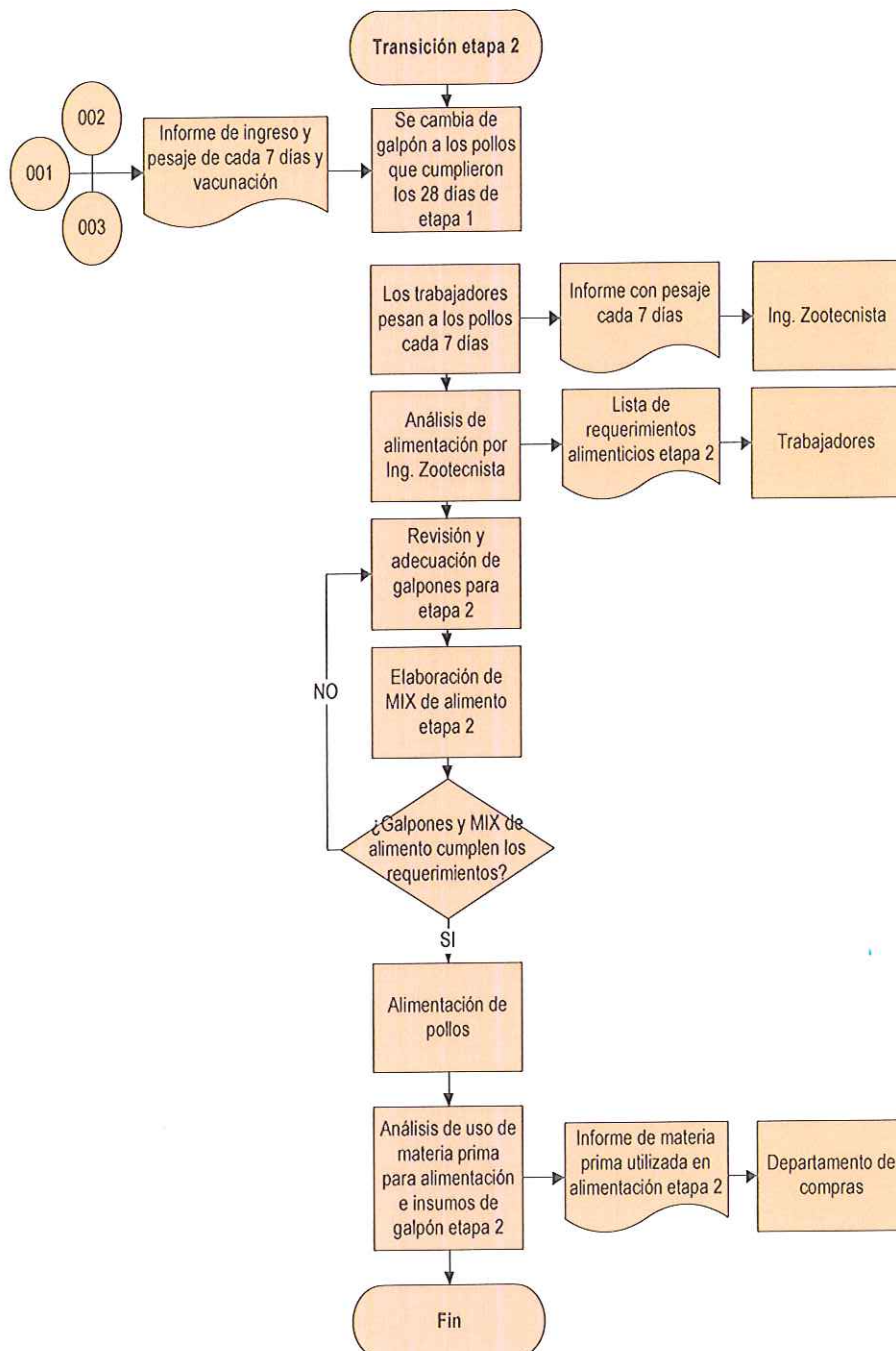
4. Vacunación

Se vacunan a los pollos que pasaron la clasificación, se elabora el informe con la fecha, hora de vacunación, nombre de la medicina aplicada, dosis aplicada, y será entregado al ingeniero.

5. Análisis de uso de materia prima de materiales de vacunación,

Se registra e informa de la medicina utilizada se elabora informe, se entrega el departamento de compras para que realice la reposición, los desechos se colocan en recipientes asignados para este tipo de desechos.

g. DIAGRAMA DE FLUJO DE LA TRANSICION DE LA ETAPA 2 DE LOS POLLOS



h. MANUAL DE PROCEDIMIENTO EN LA TRANSICIÓN DE LOS POLLOS

1. Inicio de la etapa desarrollo de los pollos

Esta etapa inicia en la cuarta semana de vida de pollo donde el pollo tendrá un peso aproximado de 4 libras se revisan los informes para verificar que se hayan cumplido los procesos correspondientes a la primera etapa, dando inicio a su etapa de crecimiento.

2. Pesado de los pollos.

Los empleados deberán de manera aleatoria pesar los pollos cada 7 días para comprobar que la conversión alimento-carne se esté cumpliendo, realizar un informe que será utilizado posteriormente.

3. Revisión y adecuación de los galpones.

Los galpones deberán ser revisados, desinfectados los comederos y bebederos reubicados, el colchón o cama deberá ser sustituido si fuese necesario en base a las recomendaciones del profesional.

4. Elaboración del Alimento

El profesional deberá realizar la nueva composición de los alimentos donde ya se incluirá las plantas naturales que formaran parte fundamental en el sabor de la carne de pollo, la alimentación deberá cumplir con los componentes necesarios que tengan los nutrientes que garanticen las proteínas para el consumo humano y se procede.

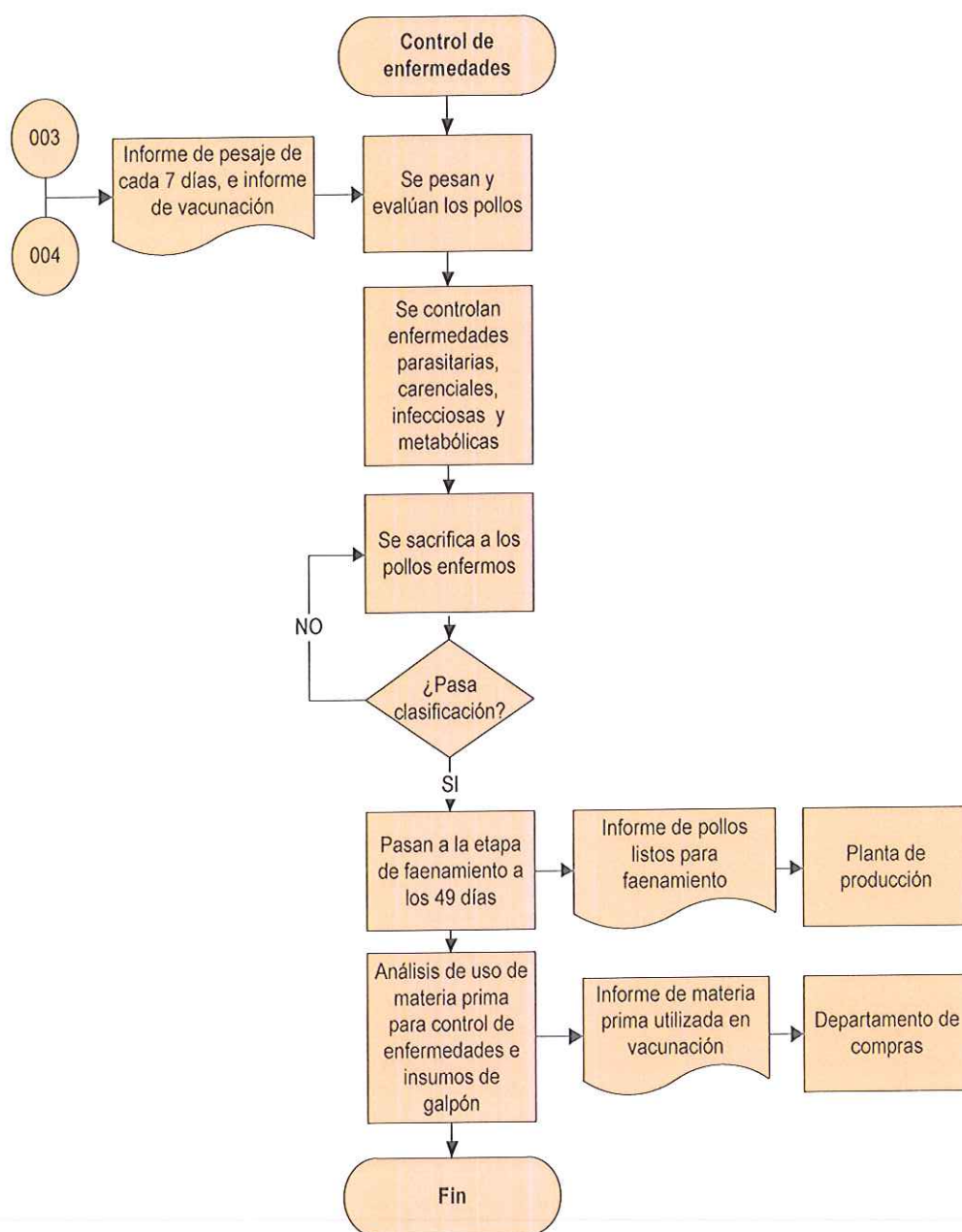
5. Alimentación de pollos.

Listo el alimento del pollo se procede al llenado de los comederos dentro de los galpones.

6. Análisis del uso de Materia Prima

Una vez terminada la reposición el ingeniero le entregará al bodeguero la lista de los materiales utilizados, quien deberá reportar al departamento de compras para que se realice la reposición de los insumos utilizados, y se lleve un inventario de bodega.

i. DIAGRAMA DE FLUJO DE CONTROL DE ENFERMEDADES



j. MANUAL DE PROCEDIMIENTO DEL CONTROL DE ENFERMEDADES

1. Se pesan y evalúan los pollos.

Se revisan los informes de las revisiones anteriores, se toman pollos como muestras para verificar si la parvada se está desarrollando de la mejor manera, se determina el peso se verifica su conversión alimento-carne.

2. Se controlan enfermedades

Luego de la revisión de debe mantener un monitoreo constante que permita prevenir enfermedades contagiosas, parasitarias metabólicas y mas que vayan a perjudicar la producción.

3. Se sacrifican a los pollos enfermos.

Una vez realizada la evaluación se separan los pollos enfermos y se los sacrifica para prevenir la contaminación a las demás aves.

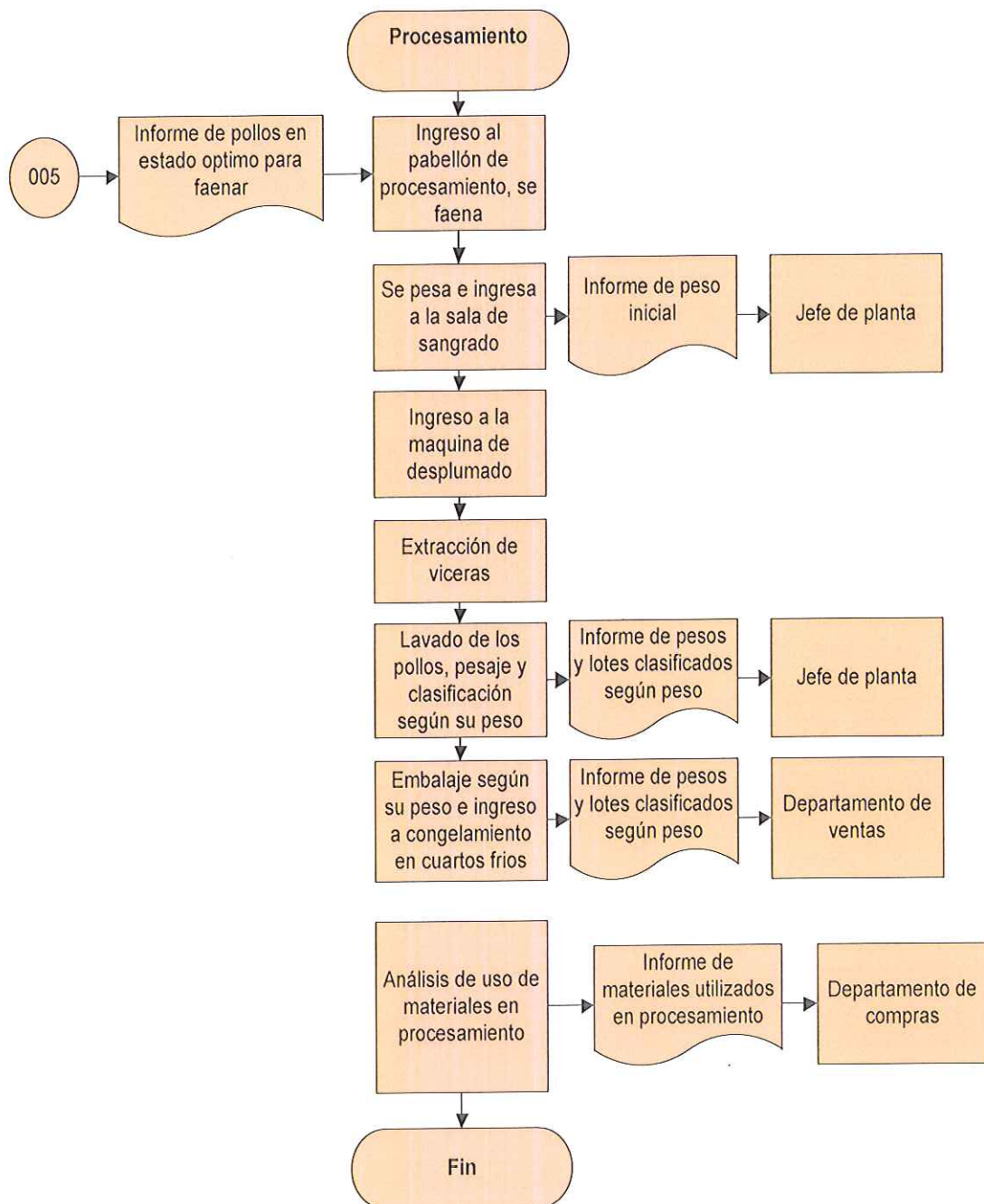
4. Pasan a la etapa de faenado.

Los pollos sanos que cumplan con las características se los determinan como listos para el faenado, se elabora el informe, del peso edad, alimentación etc., al jefe de producción quien informa al jefe de ventas.

5. Análisis de uso de materia prima de materiales para control de enfermedades.

Se registra e informa de la medicina utilizada se elabora informe, se entrega a el departamento de compras para que realice la reposición, los desechos se colocan en recipientes asignados para este tipo de desechos.

k. DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESAMIENTO DE LOS POLLOS



I. MANUAL DEL PROCESAMIENTO DE LOS POLLOS.

1. Ingreso al pabellón de procesamiento.

Una vez terminada el proceso de crianza, las aves son transportadas al pabellón de procesamiento junto con el informe del jefe de producción indicando el peso en pie de las aves, el tiempo., que certifique que los pollos están actos para su procesamiento.

2. Se pesan e ingresan a la sala de sangrado.

Las aves una vez pesadas ingresan para ser sacrificados y desangrados, se emite el informe del peso al jefe de producción.

3. Ingreso a la máquina de desplumado.

Lós trabajadores una vez desangrado el pollos procederán a meterlos en la máquina peladora par su desplumado, siempre los empleados deberán estar pendientes.

4. Extracción de vísceras.

Una vez pelado el pollo se verifica que el pelado sea óptimo, los trabajadores deberán estar listos para el eviscerado de los pollos.

5. Lavado de los pollos, pesado y clasificación.

Se procede al lavado de las aves, el trabajador deberá estar atento para garantizar que los pollos estén listos para ser pesados y clasificados según el peso, el jefe de producción elabora un informe del producto terminado.

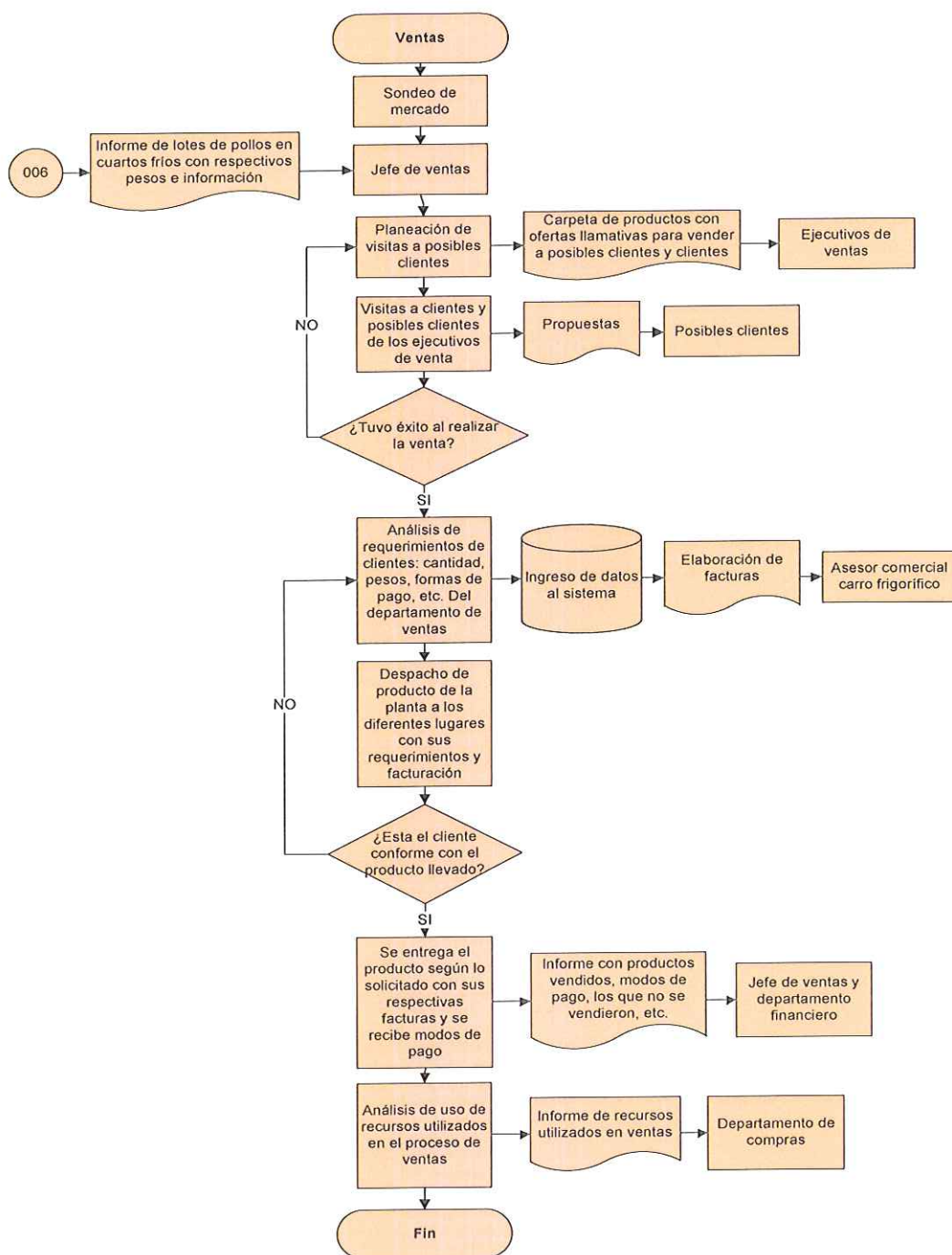
6. Embalaje según su peso e ingreso a los frigoríficos.

Una vez que los pollos estén en las gavetas se ingresan a la maquina que empaca el producto quien pesa y etiqueta, listos para ser transportados al frigorífico, se elabora el informe para el departamento de ventas.

7. Análisis del uso de materiales en procesamiento

Una vez terminada la etapa de procesamiento se entrega entregara la lista de los materiales utilizados, al departamento de compras quien analiza, establece costos para que se realice la reposición de los materiales utilizados.

m. DIAGRAMA DE FLUJO DE VENTA DE LOS POLLOS



n. MANUAL DE PROCEDIMIENTO DE VENTA DE LOS POLLOS.

1. Sondeo del mercado.

Los vendedores deberán realizar un estudio del mercado para ofrecer el producto, visitar a todos los clientes personalmente, anotar sus pedidos, informar al jefe de ventas diariamente de la demanda.

2. Jefe de ventas.

El vendedor informa al jefe de ventas quien a su vez verifica la información del jefe de producción para saber si contamos con los pollos que requieran nuestros clientes en los pesos y condiciones que lo requiera.

3. Planeación de visitas a posibles clientes.

El jefe de ventas deberá realizar una planificación y estrategias de marketing se discuten y se toman las más acertadas que se utilizaran en las visitas a los clientes por parte de los vendedores.

4. Visitas a posibles clientes

Una vez realizada la planificación y estrategias los vendedores proceden a la visita a cada establecimiento para ofrecer el producto.

5. Análisis de requerimientos de clientes

Si tuvo éxito la visita el vendedor, establece con el cliente el peso, cantidad de polos así mismo la forma de pago, esta información se la pasa al jefe de ventas que ingresa al sistema verifica la información en el sistema, habla con el jefe de producción, se elabora la factura se comunica al chofer del carro frigorífico de la ruta para la entrega de los productos.

6. Despacho del producto en la planta.

Una elaborada la factura se la pasa al encargado de la bodega que procederá conjuntamente con el chofer a embarcar los pollos en el camión para su repartición.

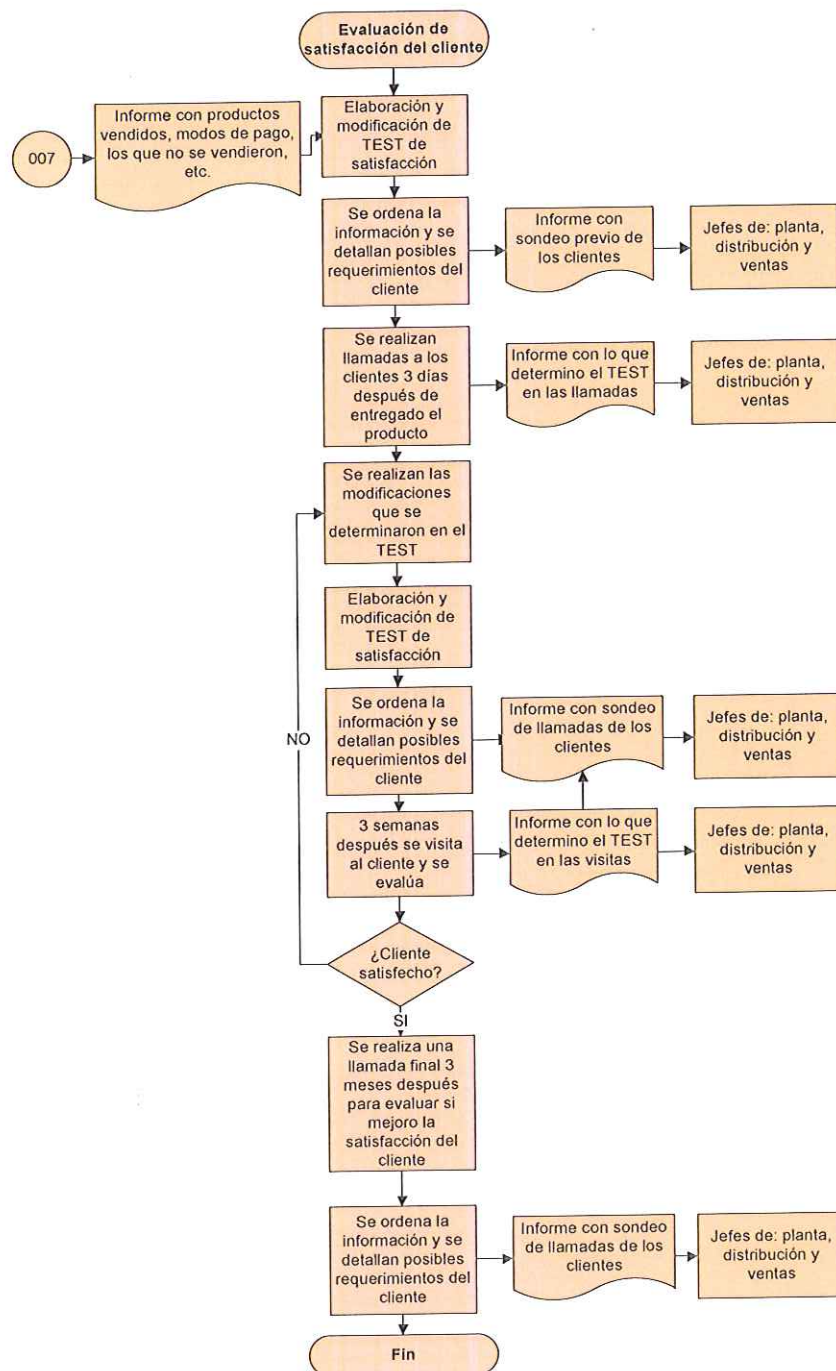
7. Se entrega el producto según lo solicitado

Se procede a la transportación del producto al cliente si esta no está conforme devuelve el producto a la empresa, y si cumple con pedido lo acepta, entrega el dinero de acuerdo a la factura al repartidor, quien regresa a la empresa y se entregara en el departamento financiero.

8. Análisis de recursos utilizados en el proceso de ventas.

Se entrega un informe de los productos vendidos y materiales utilizados al jefe de producción, y al departamento de compras.

o. DIAGRAMA DE FLUJO EVALUACION DE SATISFACCION DEL CLIENTE



p. MANUAL DE PROCEDIMIENTO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.

1. Elaboración y modificación de TEST

Se revisa informe de productos vendidos, modos de pago se analiza y se procede a elaborar preguntas para conocer la satisfacción de nuestros productos, la aceptación por parte de nuestros clientes.

2. Se ordena la información

Se valora la información de los clientes se determinan posibles requerimientos de los clientes, se pasa la información al jefe de producción.

3. Se realizan llamadas a los clientes

Se realiza un seguimiento a los clientes para conocer sobre la conformidad de nuestros productos, la atención que reciben por parte de los vendedores, si los productos están siendo entregados en los tiempos establecidos, esta información se la transmite al jefe de producción al de venta, gerente por escrito.

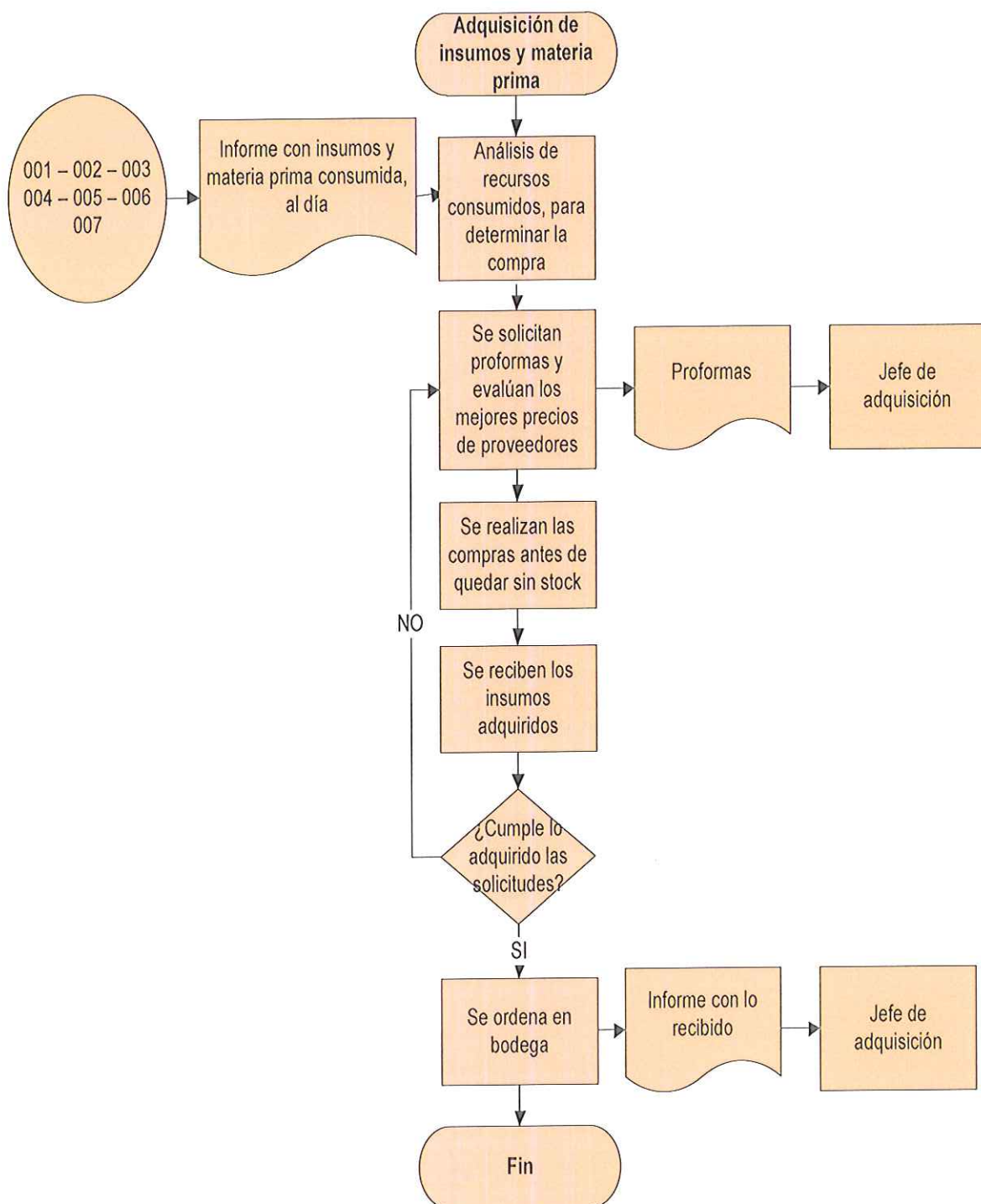
4. Se realiza una llamada a los 3 meses

Se hace el seguimiento al cliente para saber si mejoro satisfacción de cliente con respecto a nuestro producto.

5. Se ordena la información.

La información se ordena y se las hace llegar a los departamentos correspondientes para su valoración y se tomen las medidas correspondientes.

q. **DIAGRAMA DE FLUJO DE ADQUISICIÓN DE INSUMOS Y MATERIA PRIMA**



r. MANUAL DE PROCEDIMIENTO DE ADQUISICIÓN DE MATERIA PRIMA

1. Determinar la compra

Se analiza los recursos ya consumidos, se verifican los informes de materia prima utilizados, y procede a determinar los materiales para contactar con los proveedores, para el abastecimiento.

2. Se evalúan los mejores precios

Una vez establecidos los requerimientos, se procede a contactarse con nuestros proveedores para comprarle al que nos ofrezca el mejor precio y nos garantice su calidad, puntualidad, a la entrega de los productos.

3. Se realizan las compras

Se realizan las compras antes de quedarse sin stock en las bodegas.

4. Se reciben los insumos

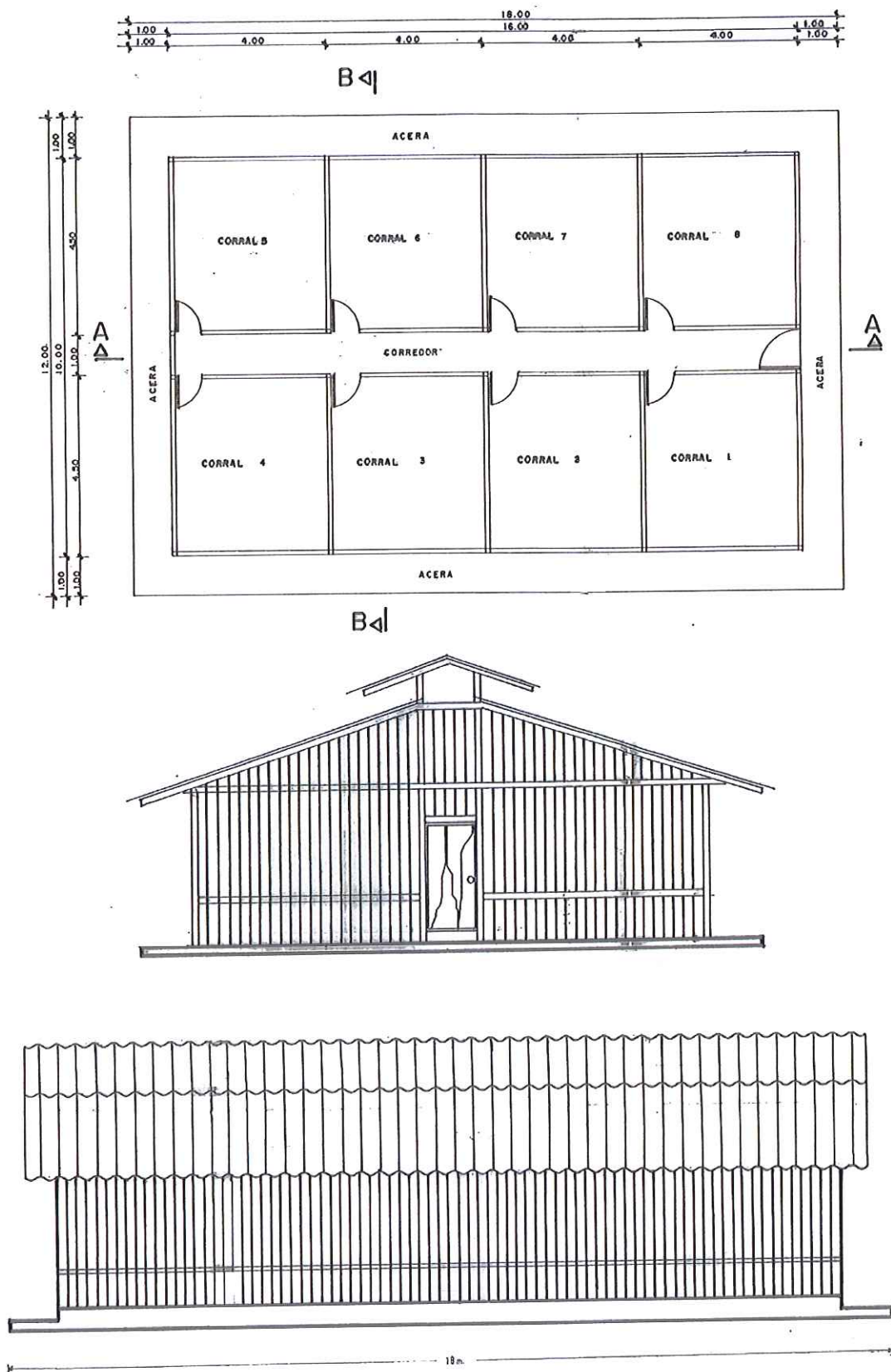
Se reciben los insumos comprados y se verifica que todo llegue según lo solicitado, si cumple se procede al ingreso de los materiales.

5. Se ordena lo recibido

Una vez aceptados los insumos se procede a ser ingresados a la bodega por el bodeguero, ordenado, se elabora el informe de recibido conforme y entregado al jefe de adquisiciones.

3.2.3.

DISTRIBUCION DE LAS INSTALACIONES



3.2.3.1. REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO

A continuación se detalla alguno de los materiales que se utilizarán para llevar a delante el proyecto:

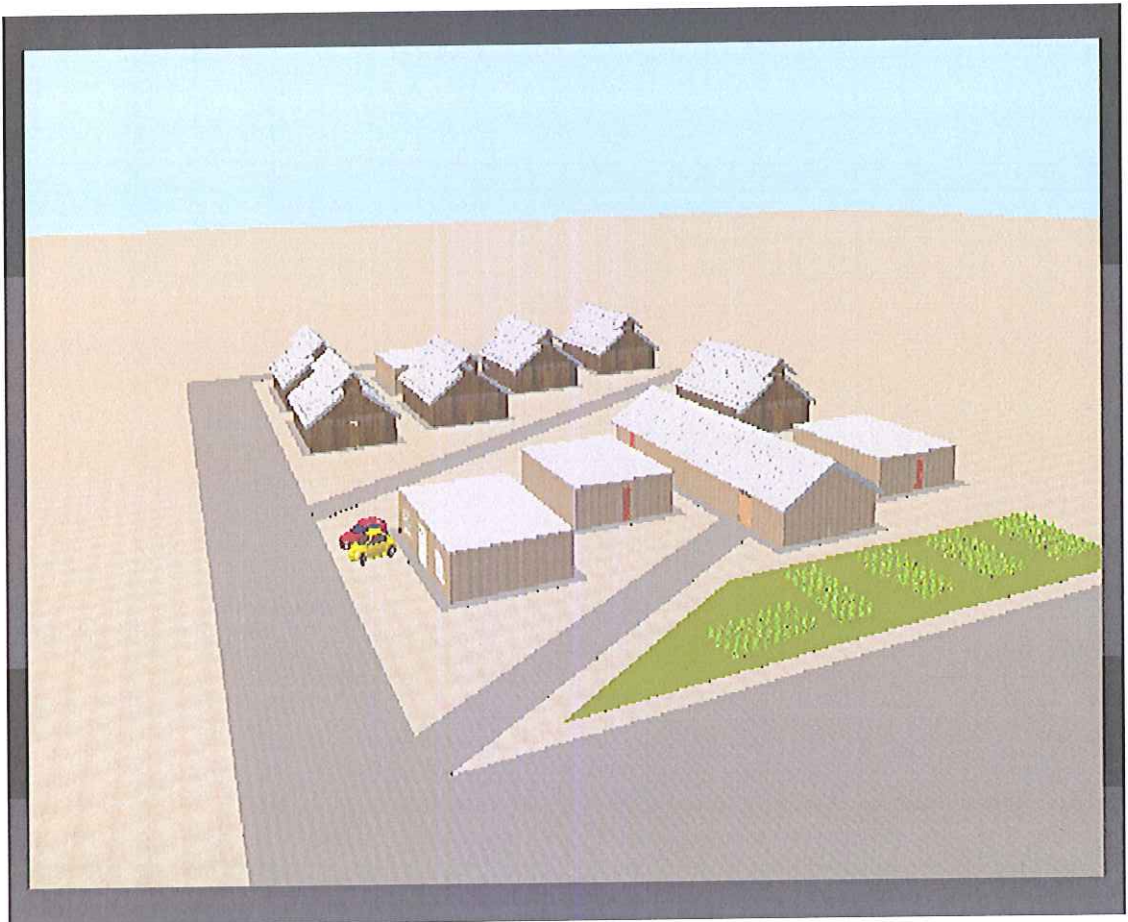
Descripción	Unidad de medida	Cantidad
Terreno de 16 m2	m2	1
Infraestructura		
Plancha de zinc 6 pies	unidad	11
Caña guadua rolliza	unidad	5
Caña guadua picada	unidad	5
Alambre de amarre	rollo	1
Clavo de 1, 1/2" ,2" , 2, 1/2 y3"	libras	5
Cuerda de amarre de 3*3	unidad	8
Mano de Obra Directa	unidad	2
Herramientas		
Rastrillo	unidad	1
pala	unidad	1
Tanque	unidad	1
Balde plástico	unidad	1
Comederos	unidad	20
Bebedores	unidad	40

(Ver Anexo III)

	Semanas del Año																																																			
PRODUCCION	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52
1																																																				
2																																																				
3																																																				
4																																																				
5																																																				
6																																																				
7																																																				

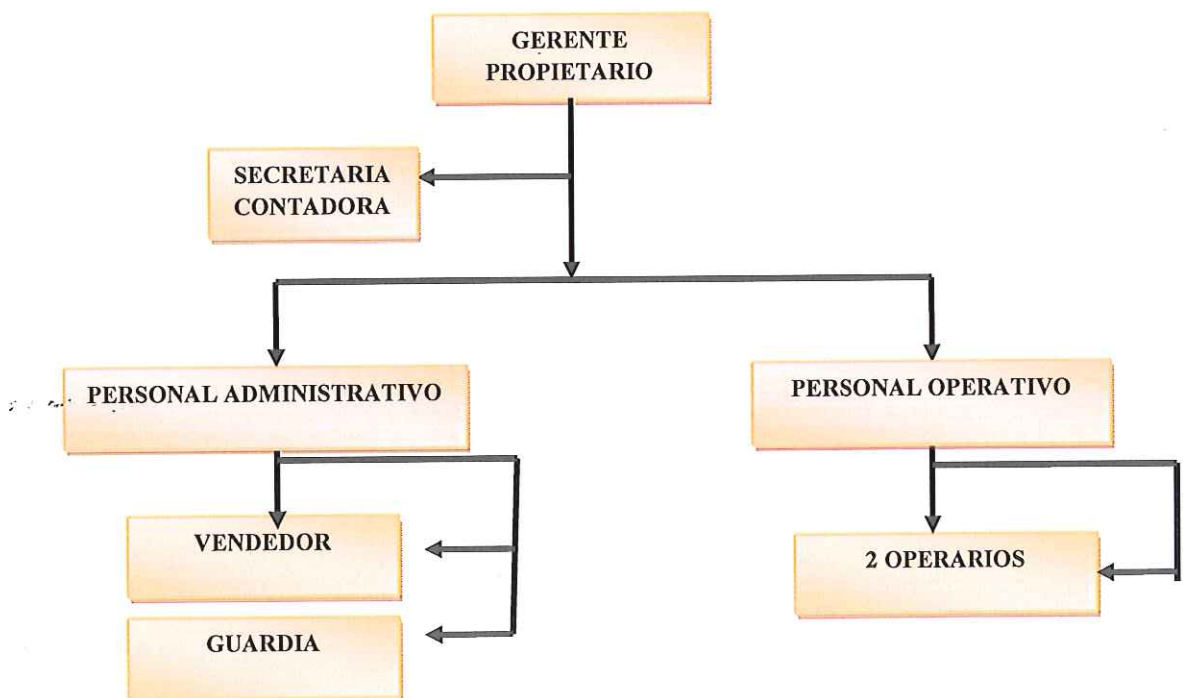
El cuadro representa la rotación de la producción de los pollos durante las 52 semanas del año conjuntamente con la rotación de del uso de los galpones.

VISTA AÉREA DE LA PLANTA



3.2.5. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL Y ORGANIGRAMA GENERAL DE LA EMPRESA

3.2.5.1. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL



Se contratarán un total de 6 personas que formarán parte de la planta de trabajadores de la empresa

3.2.5.1.1. PUESTO: JUNTA GENERAL DE SOCIOS

3.2.5.1.2. NIVEL: PRIMERO NIVEL

3.2.5.1.3. MISIÓN DEL PUESTO:

Es el máximo órgano que reúne a los accionistas de la Compañía para deliberar sobre los problemas que afectan a la empresa. Los accionistas constituidos en la Junta General, establecen los asuntos propios de su competencia.

3.2.5.1.4. PRINCIPALES FUNCIONES:

La Junta General de Accionistas decidirá sobre los asuntos competencia de la misma de acuerdo con la Ley y estatutos sociales, correspondiéndole la adopción de los siguientes acuerdos:

- Remover a los miembros del directorio y designar a sus reemplazantes.
- Modificar el estatuto.
- Aumentar o reducir el capital social.
- Emitir obligaciones.
- Disponer investigaciones y auditorías especiales.
- Acordar la exclusión de socios, por las causales establecidas en la Ley.
- Resolver cualquier asunto que no sea de la competencia privativa del presidente o del gerente general.
- Fijar la remuneración del presidente, del gerente general y de los empleados.
- Conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarios e informes que presenten el gerente de la empresa.
- Resolver sobre la forma de reparto de utilidades.
- Acordar la venta o gravamen de los bienes inmuebles de la compañía.

- Acordar los reglamentos de la compañía.
- Aprobar el presupuesto de la compañía.

3.2.5.1.5. **PUESTO:** GERENTE GENERAL

3.2.5.1.6. **NIVEL:** PRIMERO NIVEL

3.2.5.1.7. **MISIÓN DEL PUESTO**

Representar administrativa, judicialmente y extrajudicialmente a la empresa, planear, dirigir, organizar, controlar y coordinar las actividades de manejos, administración y proyección de la empresa de acuerdo a las consideraciones y determinaciones de la Junta Directivas.

3.2.5.1.8. **PRINCIPALES FUNCIONES:**

- Ejecutar y celebrar todo acto comprendido dentro del acto social.
- Cumplir y/o hacer cumplir las decisiones de la Junta Directiva.
- Manejar los asuntos y operaciones de la sociedad, tanto los externos como los concernientes a su actividad interna, y en particular, las operaciones técnica, financiera y contable, la correspondencia y la vigilancia de sus bienes, todo dentro de las orientaciones e instrucciones emanadas de la Junta Directiva.
- Responder por la contratación y asegurarse de que en la empresa se cumpla el reglamento de contratación establecidos por la Junta Directiva.
- Contratar las personas que deban desempeñar los empleos creados por la Junta Directiva de acuerdo con las necesidades de la compañía y, resolver sobre sus renunciaciones y dirigir las relaciones laborales.
- Delegar funciones en asuntos específicos.

- Preparar y ejecutar el presupuesto aprobado por la Junta Directiva de la sociedad, cuando es del caso.
- Decidir sobre los reglamentos comerciales, financieros, técnicos y administrativos de la sociedad.
- Velar porque se lleven correctamente la contabilidad y los libros de la sociedad, autorizar y suscribir los estados financieros e informes periódicos y someterlos a consideración de la Junta.
- Presentar a consideración de la Junta Directiva, informes sobre la marcha de la sociedad y sobre su situación comercial, técnica, administrativa y financiera.

3.2.5.1.9. **PUESTO:** AUXILIAR ADMINISTRATIVO

3.2.5.1.10. **NIVEL:** SEGUNDO NIVEL

3.2.5.1.11. MISIÓN DEL PUESTO

Fijar políticas planear, organizar coordinar y controlar lo relacionado con el área comercial, proceso de facturación, lectura, recuperación de cartera y atención al cliente, Desarrollar actividades relacionadas con la liquidación salarial, atención de los funcionarios de la empresa, Directivos y particulares, es responsable de la atención al cliente de las diferentes peticiones quejas y reclamos que presenten los clientes de la Empresa.

3.2.5.1.12. PRINCIPALES FUNCIONES:

- Proponer e instrumentar las políticas, normas, sistemas y procedimientos de registro y control de los recursos financieros, humanos y materiales,

- Verificar que la contratación de adquisiciones, arrendamientos de bienes muebles, la prestación de servicios de cualquier naturaleza,
- Asegura que su superior disponga de todos los medios materiales y ambientales necesarios para el desarrollo eficaz de su trabajo.
- Mecanografía/procesa documentación confidencial y archiva la misma con absoluta reserva.
- Organiza el archivo según criterio propio.
- Se responsabilizará de la agenda de trabajo de la Gerente.
- Supervisa el trabajo de uno o varios empleados bajo su dependencia.

3.2.5.1.13. **PUESTO:** CONTADOR

3.2.5.1.14. **NIVEL:** SEGUNDO NIVEL

3.2.5.1.15. **MISIÓN DEL PUESTO:**

El servicio del Contador será contrato externo, pero deberá organizar, dirigir y controlar todo lo referente a los ingresos por las actividades productivas de la empresa, el pago de los impuestos etc., asistir a las reuniones cuando los Directivos así lo ameriten.

3.2.5.1.16. **PUESTO:** JEFE DE PRODUCCIÓN

3.2.5.1.17. **NIVEL:** TERCER NIVEL

3.2.5.1.18. **MISIÓN DEL PUESTO:**

Es el encargado de organizar, dirigir, coordinar y controlar los procesos productivos con eficiencia y eficacia que se reflejen en la calidad del producto.

3.2.5.1.19. PRINCIPALES FUNCIONES:

- Responder por el buen desarrollo de los procesos, la utilización de las maquinarias y las instalaciones de la empresa.
- Hacer revisión general del personal a su cargo para que se cumplan los procesos de manejo de las aves dentro de las áreas productivas de las empresas.
- Planificación de la producción en base a la demanda que existe por parte del departamento de venta.
- Responsable de la calidad del producto.
- Informar sobre fallas en el manejo de las aves al profesional correspondiente.
- Vigilar que se cumplan la reposición de los comederos y bebederos dentro de los galpones, así como la temperatura ambiente.
- Registrar diariamente mediante informes sobre el desarrollo de las aves en los galpones.
- Velar por el buen uso y mantenimiento de las herramientas, en el proceso de producción.

3.2.5.1.20. PUESTO: OPERARIOS

3.2.5.1.21. NIVEL: TERCER NIVEL

3.2.5.1.22. MISIÓN DEL PUESTO:

Realizar las actividades necesarias asignadas que permitan desarrollar y ejecutar con eficiencia y eficacia los procesos de producción, bajo los estándares de calidad que la empresa ha establecido.

3.2.5.1.23. PRINCIPALES FUNCIONES:

- Responder por la operación de reposición de alimentos, vigilar las temperaturas dentro de los galpones.
- Manteniendo de los herramientas y equipos asignadas para su labor diaria que a el se le asignen
- Aplicar las normas de Bioseguridad establecidas en la planta para evitar problemas de contaminación de las aves como: utilización de las indumentarias necesarias para el ingreso a los galpones, no hacer demasiado ruido que inquieten a las aves.
- Informar de cualquier novedad que se presente.
- Realizar el proceso de faenado con los estándares de calidad establecidos.
- Vigilar y controlar las parcelas de las plantas dentro de las instalaciones.
- Manejar las máquinas de manera adecuada.
- Elaborar con la debida anticipación, las solicitudes de compras de materiales.

3.2.5.1.24. PUESTO: VENDEDOR

3.2.5.1.25. NIVEL: TERCER NIVEL

3.2.5.1.26. MISIÓN DEL PUESTO:

Vender y brindar un buen servicio al cliente, realizando estrategias para satisfacer a los clientes, captar nuevos clientes, lograr determinados volúmenes de ventas. Mejorar y mantener la participación en el mercado, trabajar bajo resultados económicos.

3.2.5.1.27. PRINCIPALES FUNCIONES:

- Visitar a los clientes a sus locales de negocios para ofrecer el producto

- Realizar seguimiento de Satisfacción del cliente bajo el método 333(visita después de tres días para preguntar al cliente sobre la calidad del producto, después de 3 semanas llamar al cliente para saber si su percepción del producto ha cambiado, y después de 3 meses para recordarle que la empresa está contenta de tenerle como cliente).
- Contribuir a la soluciones de problemas que se susciten con los clientes
- Realizar verificación personal de los productos facturados ya que su responsabilidad entregar al cliente un producto en buen estado
- Vender el producto de acuerdo a los objetivos planteados por la empresa.
- Establecer un vínculo entre los clientes y la empresa.
- Informar sobre cualquier duda que tengan los clientes.

3.2.5.1.28. PUESTO: BODEGUERO

3.2.5.1.29. NIVEL: TERCER NIVEL

3.2.5.1.30. MISIÓN DEL PUESTO:

Mantener un control de inventarios de materiales que se utilizan en la producción, y el control de necesidades de materiales.

3.2.5.1.31. PRINCIPALES FUNCIONES:

- Vigilar los materiales que se utilizan en los procesos de la granja
- Solicitar la reposición de materiales con anticipación.
- Salvaguardar los materiales y bienes que se encuentren en la bodega

- Llevar un inventario de todo lo ingrese a la bodega.
- Llevar un libro donde se registren todas las órdenes enumeradas de salida de material de la bodega.
- Solo podrá entregar material con una autorización documentada que deberá ser sellada una vez entregado el material.
- Informar a la persona que corresponda sobre cualquier novedad que se suscite.

3.2.5.1.32. **PUESTO:** GUARDIA

3.2.5.1.33. **NIVEL:** TERCER NIVEL

3.2.5.1.34. **MISIÓN DEL PUESTO:**

Cuidar que ningún vehículo o individuo ajeno a la empresa ingrese sin identificarse y además cuidar que ningún artículo que le pertenezca a la organización sea objeto de hurto.

3.2.5.1.35. **PRINCIPALES FUNCIONES:**

- Llevar un registro de las personas que ingresan y salen de la organización;
- Cuidar que los bienes de propiedad de la organización sea objeto de robo.
- Impedir la entrada a la organización a personas que se consideren sospechosas.
- No permitir que ninguna persona ingrese sin la indumentaria que corresponda.
- Realizar la fumigación a todas las personas que ingresen.

3.2.6. RAZÓN LOGOTIPO DE LA EMPRESA Y SLOGAN

3.2.6.1. RAZON SOCIAL

La empresa legalmente constituida se llamará “Empresa Avícola
POLLOS PLUS Cía. LIMITADA”

3.2.6.2. LOGOTIPO DEL PRODUCTO



3.2.6.3. DISEÑO DEL EMPAQUE



3.2.6.4. ESLOGAN DEL PRODUCTO

nutritivo, sano y a tu alcance

3.2.7. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

3.2.7.1. MISIÓN

La Empresa Avícola Pollos Plus es una empresa dedicada a criar, producir y procesar alimentos avícolas cumpliendo exigentes estándares, utilizando los mejores

insumos con métodos de manejo higiénicamente estrictos, bajo la supervisión del personal competente, rigiéndose a un sistema de mejora continua, aportando a mejorar el valor nutricional en la alimentación cubriendo las necesidades más exigentes de nuestros consumidores y brindando al público una excelente atención y buen servicio; con un Talento Humano de calidad que refleje los valores de la empresa.

3.2.7.2. VISIÓN

Ser el referente a nivel nacional en granjas avícolas logrando una mayor participación en el mercado local y nacional con una marca reconocida por su calidad, tecnología e innovación, teniendo un equipo humano que trabaje orientado a eficacia y productividad, con procesos amigos para con el medio ambiente, a un costo cómodo enfocado a clientes de cualquier nivel económico.

3.2.7.3. OBJETIVO GENERAL:

Nuestro objetivo como empresa es posicionar la imagen en la mente del consumidor a través de la cría de pollos con alimentación sana y nutritiva; brindando al cliente un producto de calidad.

3.2.7.4. OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Satisfacer las necesidades de alimentación de las personas, acorde a los nuevos hábitos alimentarios y en todas las oportunidades de consumo masivo, en los hogares o fuera de él.
- Producir y comercializar de forma mayorista: pollos de engorde.
- Utilizar material publicitario para dar a conocer el producto en el mercado
- Contratar los profesionales capacitados en el área para establecer procesos adecuados en la crianza del ave.
- Crear una imagen corporativa para lograr posicionar la empresa

3.2.8. ASPECTOS LEGALES DE LA EMPRESA

3.2.8.1. CONSTITUCION

La ejecución del proyecto en mención, se realizará por medio de la creación de una empresa, en este caso, se conforma con la aportación de un número limitado de socios quienes responden en proporción al capital aportado, por ser una **Compañía Limitada**.

De acuerdo a la Superintendencia de Compañías para constituir una empresa, es necesario elegir un nombre y esperar a que el mismo sea aprobado por la institución; después de estar aprobado esto, se elaboran los estatutos de la empresa que también deben ser aprobados por la Superintendencia.

Cabe indicar que para la ejecución de este proyecto debemos acercarnos a la Cámara de Comercio para afiliarnos, al Municipio de la Ciudad para obtener el permiso de funcionamiento y al Servicio de Rentas Internas para obtener el correspondiente

RUC, además se debe obtener el permiso del cuerpo de bomberos, así como el permiso de sanidad por tratarse de una empresa que produce un producto de consumo humano al Ministerio de Salud Pública.

Luego cumplir con todos estos requisitos la “Empresa Avícola Pollos Plus Cía. Limitada” podrá funcionar legalmente.

3.2.8.1.1. REGISTRO SANITARIO

De acuerdo con el art. 137 (Ministerio de Salud Pública), “Están sujeto a registro sanitario todos los alimentos procesados” “fabricados en el terreno nacional o extranjeros para su importación y exportación, comercialización, dispensación y expendio”

Se establece como requisito el siguiente:

Solicitud de análisis del alimento: esto constituye, composición química, concentración de componentes, conservantes, envases, tapas, sellados, lotes y tiempos de conservación.

Esta solicitud se dirige al Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical Dr. Leopoldo Izquieta Pérez.

En este mismo instituto quien emitirá un informe favorable o no de la aprobación del registro sanitario, el registro de otorgarse tendrá una duración de cinco años, tras los cuales se renovará, sin embargo durante este tiempo se podrá revocar el registro si se detectare un mal uso del mismo según lo establecido en la ley.

3.2.8.1.2. REQUISITOS COMPAÑÍA LIMITADA

3.2.8.1.2.1. NOMBRE:

En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Quito, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Machala, Portoviejo y Loja (Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N°. SC. SG. 2008.008 (R.O. 496 de 29 de diciembre de 2008)).

Las denominaciones sociales se rigen por los principios de "propiedad" y de "inconfundibilidad" o "peculiaridad". (Art. 16 LC).

El "principio de propiedad" consiste en que el nombre de cada compañía es de su dominio de o propiedad y no puede ser adoptado por ninguna otra.

El "principio de inconfundibilidad o peculiaridad" consiste en que el nombre de cada compañía debe ser claramente distinguido del de cualquier otra sociedad sujeta al control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías

De conformidad con lo prescrito en el Art. 293 de la Ley de Propiedad Intelectual, el titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que constatare que la Superintendencia de Compañías hubiere aprobado uno o más nombres de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrá solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual –IEPI-, a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido

3.2.8.1.2.2. SOLICITUD DE APROBACIÓN

La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).

3.2.8.1.2.3. SOCIOS

Según la ley Reformatoria de Compañías limitadas, la sociedad puede estar conformada por mínimo dos socios y un máximo de 15 socios.

NUMEROS MINIMOS Y MAXIMOS DE SOCIOS.- La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo, según el primer inciso del Artículo 92 de la Ley de Compañías, reformado por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada, publicada en el Registro Oficial No. 196 de 26 de enero del 2006, o con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse (Art. 95 de la Ley de Compañías).

3.2.8.1.2.4. CAPITAL

3.2.8.1.2.5. CAPITAL MÍNIMO

La compañía de responsabilidad limitada se constituye con un capital mínimo de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. Si la aportación fuere en especie, en la escritura

respectiva se hará constar el bien en que consista, su valor, la transferencia de dominio a favor de la compañía y las participaciones que correspondan a los socios a cambio de las especies aportadas. Estas serán valuadas por los socios o por peritos por ellos designados, y los avalúos incorporados al contrato. Los socios responderán solidariamente frente a la compañía y con respecto a terceros por el valor asignado a las especies aportadas. (Artículos 102 y 104 de la Ley de Compañías). Si como especie inmueble se aportare a la constitución de una compañía un piso, departamento o local sujeto al régimen de propiedad horizontal será necesario que se inserte en la escritura respectiva copia auténtica tanto de la correspondiente declaración municipal de propiedad horizontal cuanto del reglamento de copropiedad del inmueble al que perteneciese el departamento o local sometido a ese régimen. Tal dispone el Art. 19 de la Ley de Propiedad Horizontal (Codificación 2005-013. R. O. 119 del 6 de octubre de 2005). Asimismo, para que pueda realizarse la transferencia de dominio, vía aporte, de un piso, departamento o local, será requisito indispensable que el respectivo propietario pruebe estar al día en el pago de las expensas o cuotas de administración, conservación y reparación, así como el seguro. Al efecto, el notario autorizante exigirá como documento habilitante la certificación otorgada por el administrador, sin la cual no podrá celebrarse ninguna escritura. Así prescribe la Disposición General Primera del Reglamento a la Ley de Propiedad Horizontal, Decreto 1229, publicado en el R. O. 270 de 6 de septiembre de 1999, Reformado, Decreto 1759, publicado en el R. O. 396 de 23 de agosto de 2001 El aporte de intangibles, se fundamenta en los artículos 1y 10 de la Ley de Compañías en concordancias con los artículos 1 y 2 de la Ley de Propiedad Intelectual y en el Artículo Primero, inciso tercero de la Decisión 291 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena y Artículos 12 y 14 de la Ley de Promoción y Garantía de las Inversiones.

En esta clase de compañías no es procedente establecer el capital autorizado. Y, conforme a lo dispuesto en el artículo 105 de la Ley de la materia, esta compañía tampoco puede constituirse mediante suscripción pública.

3.2.8.1.2.6. PARTICIPACIONES

Comprenden los aportes del capital, son iguales, acumulativas e indivisibles. La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que consta, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le corresponde.

3.2.8.1.2.7. EL OBJETO SOCIAL

La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción, hecha de operaciones de banco, segura, capitalización de ahorro. Artículo 94 de la Ley de Compañías.

Cabe indicar que además para implementar este proyecto debemos acercarnos a la Cámara de Comercio para afiliarnos, al Municipio de la Ciudad para obtener el permiso de funcionamiento al Servicio de Rentas Internas para obtener el correspondiente RUC, y al cuerpo de bomberos para obtener el correspondiente permiso del cuerpo de bomberos. Para poder realizar todo lo anteriormente dicho se deben cumplir con los siguientes requisitos:

3.2.8.1.2.8. CÁMARA DE COMERCIO

Los requisitos para afiliar a una empresa con personería jurídica en la ciudad de Esmeraldas son los siguientes:

Copia de resolución de la Superintendencia de Compañías.

- Llenado de Solicitud de afiliación.
- Copia de la Escritura de la Compañía.

- Copia de nombramiento del representante legal.
- Copia de cedula de identidad.
- Dos fotos tamaños carnet.
- Copia del Ruc.

3.2.8.1.2.9. MUNICIPIO DE ESMERALDAS

Se debe asistir a esta institución con la finalidad que otorgue el permiso de funcionamiento, para lo cual se debe presentar:

- Solicitud de permiso de funcionamiento.
- Copia del RUC.
- Copia de cédula del representante legal.
- Papel de votación del representante legal.

3.2.8.1.2.10. SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Para que la empresa pueda obtener el RUC, y sabiendo que la misma es considerada como una sociedad y se encontrará bajo el control de la Superintendencia de Compañías, se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Formulario RUC 01 A y RUC 01 B, suscritos por el representante legal.
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal, inscrito en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la hoja de datos generales emitido por la Superintendencia de Compañías.

- Original y copia a color de cédula de identidad, ciudadanía o pasaporte del representante legal.
- Original del certificado de votación.
- Original y copia de la planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial, puede corresponder al del año actual, o del inmediatamente anterior; u,
- Original y copia del contrato de arrendamiento.

3.2.8.1.2.11. PERMISO DEL CUERPO DE BOMBEROS

Se deberán presentar los siguientes documentos:

- Copias de la cédula de ciudadanía del representante legal.
- Copia del papel de votación del representante legal.
- Copias del RUC.
- Previa inspección del local.

3.2.8.2. ASPECTOS RELACIONADOS CON LA EMPRESA

3.2.8.2.1. SISTEMA TRIBUTARIO Y LEGAL

3.2.8.2.2. OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

Para que una empresa pueda prestar servicios de este tipo dentro del país, deberá registrarse en el Servicio de Rentas Internas y obtener un Registro Único del Contribuyente (RUC); así mismo tendrá el compromiso de cumplir con las siguientes obligaciones tributarias tal como lo determina la Ley de Control Tributario:

Anexo de Compras y Retenciones en la Fuente por otros Conceptos.

- Anexo de Relación de Dependencia.
- Declaración del Impuesto a la Renta.
- Declaración de Retenciones en la Fuente.
- Declaración Mensual de IVA.

Además se debe conocer que según la Ley Orgánica de Régimen Municipal se debe cancelar las respectivas patentes municipales, la cual se establecerá en función del capital en giro, la localización, y el tamaño del negocio; cabe indicar que según la Ley de Control Tributario y Financiero toda organización está obligada a pagar un impuesto anual sobre el 1.5 por mil de los activos totales de la empresa en el Municipio de su ciudad respectiva.

Posteriormente, se deberá pagar el recargo del 12% del IVA, por la compra de materiales, utensilios e insumos que se requieran para desempeñar sus funciones, ya que éstos no son productos de primera necesidad.

3.2.8.2.3. CONTRATACIÓN LABORAL

3.2.8.2.4 LEYES QUE REGULAN LA CONTRATACION DEL PERSONAL

Las leyes que regulan la contratación del personal, y todas las obligaciones que conlleva para con el empleador la contratación del mismo están estipuladas dentro del código de trabajo ecuatoriano.

3.2.8.2.5. OBLIGACIONES PATRONALES EN CASO DE ACCIDENTES LABORALES

De acuerdo al código de trabajo, en su **Título IV DE LOS RIESGOS DEL TRABAJO, Capítulo I Determinación de los Riesgos y de la Responsabilidad del Empleador; y Capítulo II de los Accidentes**, todo empleado tiene derecho a indemnización por accidentes y enfermedades causadas por su labor.

La Empresa Pollos Plus debido a que es una empresa productiva y siendo el capital humano el factor esencial para el desarrollo de sus servicios, plantea afiliar a su personal al IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social), y basarse en la normativa que rige el Código de Trabajo.

3.2.8.2.6. POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS

3.2.8.2.6.1. REGLAMENTO INTERNO

La empresa contará con normas y procedimientos que rijan el comportamiento de los empleados, que conlleven a un adecuado clima organizacional:

1. Todos los empleados deberán presentarse diariamente a sus labores, de acuerdo al horario de trabajo establecido.
2. La agencia funcionará de lunes a sábados, en horarios de 09ham a 06hpm, con su respectiva hora de descanso, este horario se debe cumplir según lo establecido en el contrato de concesión.
3. Todos los empleados registrar su entrada, permitiéndoseles 10 minutos de retraso, si por alguna causa no pueden llegar deberán avisar y la razón deberá ser justificada.
4. Deberán encargarse de mantener limpio y en buen estado todas sus herramientas y utensilios para sus respectivas actividades.

5. El teléfono es para cuestiones de trabajo, por lo que se debe utilizar lo menos posible en asuntos personales.
6. Cada vez que algún empleado deba salir del local, es necesario que notifique a la secretaria o gerente de la empresa.
7. La última persona que salga de las instalaciones es responsable de cerrar y dejar apagadas las luces.
8. Se deberá cuidar el comportamiento (vocabulario, vestimenta, etc.) dentro de la agencia.
9. Se realizarán reuniones constantemente para informar, coordinar y desarrollar los planes y las tareas que pueden surgir en los diferentes eventos a ejecutar.
10. Debe existir un ambiente cordial de trabajo, por lo que en caso de haber algún mal entendido, se debe aclarar inmediatamente, ya sea entre los involucrados o con la intervención de un superior.
11. Todo aquello que no está en este reglamento y que pudiera generar dudas o conflictos, deberá ser tratado directamente con la gerente.

3.2.8.2.6.2. PROCEDIMIENTOS

La empresa contará con ciertos procedimientos que rigen la relación con las distintas áreas de la empresa:

- **Pagos Menores:**

La agencia de eventos, contará con una cantidad de dinero para financiar los gastos que se deriven de alguna emergencia, la cual deberá ser justificada y autorizada por la gerente, cada vez que los gastos han cubierto el 80% de dicha cantidad deberá hacerse una solicitud de cheque para reembolsarla; dicha solicitud deberá llevar adjuntas las notas o facturas que cubren los gastos debidamente llenadas con el nombre dirección y registro de la empresa, así como la firma de la gerente y el IVA

desglosado; las notas deberán ser pagadas sobre hojas y no deberán estar alteradas.

- **Solicitud de Orden de Compra:**

Cuando se requiera de materiales, equipos o accesorios, deberá solicitar la compra a través de una solicitud, en la cual deberá indicarse la fecha, el nombre del solicitante y él, o los artículos requeridos, además de la(s) firma(s) de autorización.

- **Solicitud de Cheque:**

Cada que se requiera hacer un pago ya sea por concepto de honorarios u algún otro gasto que no sea de emergencia, deberá solicitarse un cheque mediante una solicitud, en el cual se debe indicar la fecha, el nombre del beneficiario (a quien se le va a pagar), la cantidad y el concepto, además de la(s) firma(s) de autorización.

- **Contratación de Personal:**

Un adecuado capital humano es imprescindible para el buen funcionamiento del negocio, por lo tanto es necesario dictar un procedimiento para que las contrataciones se hagan de una manera apropiada.

1. Una vez que se tiene conocimiento de que una persona dejará de laborar en el negocio, el administrador deberá reclutar candidatos de acuerdo al puesto a cubrir, y los requisitos indispensables que deberá cumplir.
2. El administrador debe reclutar candidatos, haciéndoles llenar una solicitud para conocer si pueden postular al puesto.
3. De acuerdo a lo anterior, el administrador procederá a entrevistarlos y en relación al cumplimiento de los requisitos previamente establecidos, aplicando su criterio deberá elegir a uno. En caso de que ninguno cubra satisfactoriamente el puesto se procederá hacer otro reclutamiento.
4. Una vez elegida la persona se entrevistará con el administrador para que conozca un poco más respecto a la cultura y objetivos organizacionales, posteriormente se procederá al arreglo de los documentos y firma del contrato temporal.

5. Al inicio de sus labores se le dará una pequeña inducción que consiste en presentarle al personal y las herramientas con las que va a trabajar a partir de ese momento.
6. Después de tres meses de estar laborando se evalúa y en caso de calificar se le hace contrato definitivo.

3.2.7.2.7. PRÉSTAMO BANCARIO

Para obtener los recursos financieros necesarios para la puesta en marcha del proyecto se realizará un préstamo bancario en BNF, puesto que esta institución tienen intereses más bajos para realizar préstamos para proyectos de producción como el que se está realizando.

CAPITULO 4

4. ESTUDIO ECONOMICO

4.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO ECONOMICO

- Conocer cuál será el monto de los recursos económicos necesarios para llevar a cabo el proyecto.
- Determinar los costos totales para la producción de los pollos en cuanto a las funciones administrativas y de operación.
- Estimar las ventas proyectadas en el estudio de mercado.
- Crear un cronograma de inversiones como herramienta clave del proceso de planeación, control y evaluación financiera.
- Determinar los márgenes de seguridad del proyecto en cada año de vida útil, con base en las ventas proyectadas y el correspondiente punto de equilibrio.

4.2. DETERMINACION DE COSTOS TOTALES

4.2.1. COSTOS DEL PRODUCTO

Tabla 10

MATERIALES	MENSUALES	ANUALES
Materia prima	14998,50	179981,97
Subtotal	14998,50	179981,97
Mano de Obra Directa	895,09	10741,12
Subtotal	895,09	10741,12
Costo generales de producción	1554,10	18649,24
Energía eléctrica	137,10	1645,24
Costo de depreciación de Activo fijo	1078,67	12944,00
Materiales de embalaje y etiquetado	338,33	4060
Subtotal	17447,69	209372,33

Elaborado: Autora de Proyecto

El cuadro detalla los costo en la elaboración del producto ver (ANEXO IIII y IV)

4.2.2. GASTOS ADMINISTRATIVOS

TABLA N^a 10

RESUMEN DE GASTOS MENSUALES		
DESCRIPCION	VALOR	TOTAL ANUAL
Sueldos	1200,00	14.400,00
Honorarios profesionales	300,00	3.600,00
Decimo tercer Sueldo	100,00	1.200,00
Decimo Cuarto Sueldo	66,00	792,00
Promoción	150,00	1.800,00
Publicidad	200,00	2.400,00
Planilla de luz	182,80	2.193,66
Planilla de teléfono	41,22	494,64
Planilla de Agua	34,80	417,60
Combustible y Lubricantes	88,00	1.056,00
Mantenimiento y repuestos	40,00	480,00
Suministros de limpieza	57,78	693,40
Suministros de oficina	19,24	230,89
Depreciación de Activos Fijos	83,22	998,65
GASTOS DE PERMISOS Y JURIDICOS	43,33	520,00
Otros gastos	60,00	720,00
TOTAL GASTOS MENSUALES	2666,40	31.996,84

Elaborado por: Tania Falcones

Ver Anexos (III–IV–V)

4.2.3. GASTOS FINANCIEROS

TABLA 11

METODO		CUOTA FIJA		12
CAPITAL	110.430,98	PAGO CADA	1	MESES
TASA DE INTERES ANUAL		9,35%	PERIODOS	60
PLAZO		5	AÑOS	
PAGOS ANUALES		12		
INTERES	0,78%	PAGO PERIODICO		2.311,17

Elaborado por: **Tania Falcones**
(Ver Anexo VI)

4.2.4.1. COSTOS DE PERSONAL

TABLA 12

ROL PROYECTADO										
REMUNERACION MINIMA UNIFICADA	264,00	PORCENTAJE DE LIQUIDACION			25%	VACACIONES		IESS PATRONAL 12,15%	TOTAL SUELDO MENSUAL	TOTAL ANUAL
N°	FUNCION	REMUNERAC UNIFICADA TABLA SECT.	TOTAL	10° TERCERO	10° CUARTO	FONDO DE RESERVA				
ADMINISTRACION Y VENTAS										
1	ADMINISTRADOR	500,00	500,00	41,67	22,00	41,67	20,83	60,75	686,92	8.243,00
1	CONTADORA	300,00	300,00	25,00	22,00	25,00	12,50	36,45	420,95	5.051,40
1	VENDEDORAS	400,00	400,00	33,33	22,00	33,33	16,67	48,60	553,93	6.647,20
1	GUARDIAN	320,00	320,00	26,67	22,00	26,67	13,33	38,88	447,55	5.370,56
TOTALES		1.200,00	1.200,00	100,00	66,00	100,00	50,00	145,80	1.661,80	19.941,60
OPERATIVOS										
2	TRABAJADORES de PLANTEL	320,00	640,00	53,33	44,00	53,33	26,67	77,76	895,09	10.741,12
TOTALES		320,00	640,00	53,33	44,00	53,33	26,67	77,76	895,09	10.741,12
6	TOTAL	1520,00	1840,00	153,33	110,00	153,33	76,67	223,56	2556,89	30682,72
SUELDO MENSUAL		1.840,00								
APORTE IESS PATRONAL		223,56								
GASTO MENSUAL DE SUELDOS		2.063,56								

Elaborado por: Tania Falcones

4.3. INVERSIÓN TOTAL INICIAL

Tabla 13

RESUMEN DE INVERSION INICIAL			
DESCRIPCION			TOTAL
Equipos Informáticos			1.195,00
Muebles y Enseres			915,00
Equipos de Oficina			372,00
Vehículos			36.000,00
Edificio e Instalaciones			36.000,00
Maquinaria y Equipo			47.824,00
Herramientas para Galpones			309,00
Materiales de Protección			4.060,00
Gastos de Permisos y Jurídicos			520,00
CAPITAL DE TRABAJO	3	18.952,21	56.856,63
TOTAL INVERSION INICIAL			184.051,63

Elaborado por: Tania Falcones

CAPITAL DE TRABAJO		
Concepto	Mensual	Capital de Trabajo
Costo de Producción	16369,03	49107,08
Gastos Operativos	2583,18	7749,55
Total de Capital de Trabajo	18952,21	56856,63

Elaborado por: Tania Falcones

4.4. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA			
ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
CAJA CHICA		PRESTAMO BANCARIO C/P	18.174,49
BANCOS	40.933,84	TOTAL PASIVOS CORRIENTES	18.174,49
INVENTARIOS	15.922,79	PASIVOS NO CORRIENTE	
SUMINISTROS DE OFICINA	230,89	PRESTAMOS BANCARIOS L/P	92.256,48
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	693,40	TOTAL PASIVOS NO CORRIENTE	92.256,48
Materia prima	14998,50	TOTAL PASIVOS	110.430,98
		PATRIMONIO	
		CAPITAL	73.620,65
		TOTAL PATRIMONIO	73.620,65
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	56.856,63	TOTAL PASIVO+ PATRIMONIO	
ACTIVO NO CORRIENTE			
EQUIPOS INFORMATICOS	1.195,00		
MUEBLES Y ENSERES	915,00		
EQUIPOS DE OFICINA	372,00		
VEHICULOS	36.000,00		
EDIFICIO e INSTALACIONES	36.000,00		
MAQUINARIA Y EQUIPO	47.824,00		
HERRAMIENTAS PARA GALPONES	309,00		
MATERIALES DE PROTECCION	4.060,00		
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	126.675,00		
OTROS ACTIVOS			
GASTO DE CONSTITUCIÓN	520,00		
TOTAL OTROS ACTIVOS	520,00		
TOTAL ACTIVO	184.051,63		184.051,63

4.5. FUENTES DE FINANCIAMIENTOS

La inversión inicial se financiará con el 40% de Capital Propio y un 60% de préstamo al BNF

Se solicita un crédito con un valor de 110.430,98 al 9,35% de Tasa Efectiva a 5 años plazos

4.5.1. REQUISITOS PARA CREDITOS

Se decidió realizar un crédito en el Banco Nacional de Fomento el cual tiene una tasa de interés activas para créditos productivos del 11% y la tasa de interés pasiva del 0,50%

REQUISITOS PARA PERSONAS JURIDICAS

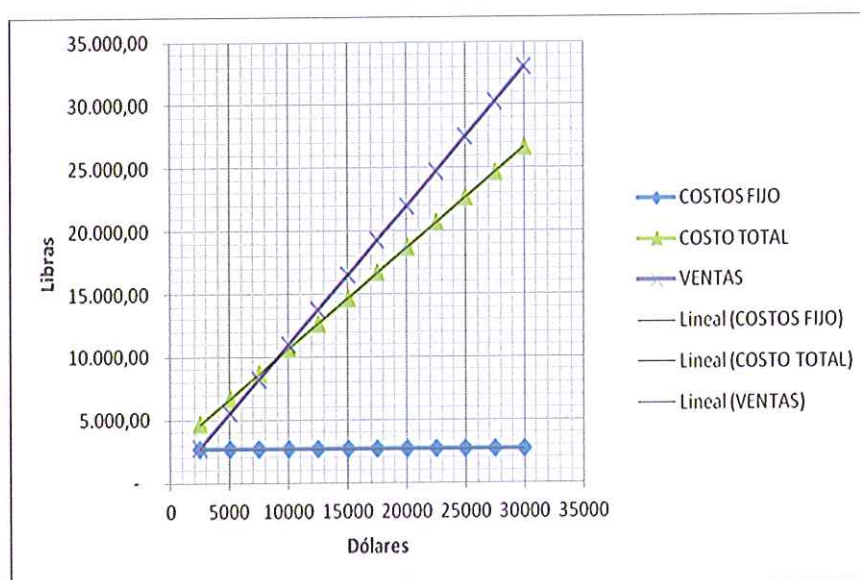
- Solicitud de crédito y declaración de situación financiera firmada por el Representante Legal.
- Fotocopia de la Cedula de Identidad del Presidente y del Representante Legal.
- Balance General y Estado de Pérdidas y Ganancias actualizado presentado en la Superintendencia de Compañías de los tres últimos años, incluye corte de año en curso, firmados por el Representante Legal y el Contador.
- Certificado de nóminas del accionista otorgado por la Superintendencia de compañías
- Declaración del Impuesto a la Renta presentado al SRI de los tres últimos años (según el caso)
- Fotocopia del Registro Único del Contribuyente (RUC)
- Escritura de Constitución de la Empresa
- Informe de Auditores Externos con corte al último año, de ser el caso
- Escritura de aumento de capital, si lo tiene
- Nombramiento de Presidente y Gerente General(Representante Legal)
- Acta de autorización del Directorio de la empresa para endeudamiento con el BNF, de ser pertinente.

- Certificado de cumplimiento de obligaciones patronales concedido por el IESS.
- Referencias Comerciales, bancarias y de proveedores
- Facturas proformas de inversiones a realizar con el préstamo.
- Copia del comprobante de pago de servicios básicos: luz, agua o teléfono o un documento que permita la verificación del domicilio de la compañía
- Permiso de Funcionamiento o Medio Ambiente.
- Mantener activa una cuenta corriente o de ahorros en el BNF

4.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

Punto de Equilibrio en Unidades (Libras) y en Dólares

Grafico n^a4



El punto de equilibrio detalla la cantidad que tiene que producir la empresa, para mantenerse sin ganar ni perder. (Ver Anexo VII)

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

	MENSUAL	ANUAL
VENTAS	24.200,00	290.400,00
COSTOS FIJOS TOTALES	2.666,40	28.833,90
COSTOS VARIABLES TOTALES	17.570,85	210.850,19
PUNTO DE EQUILIBRIO	9.733,82	105.259,38

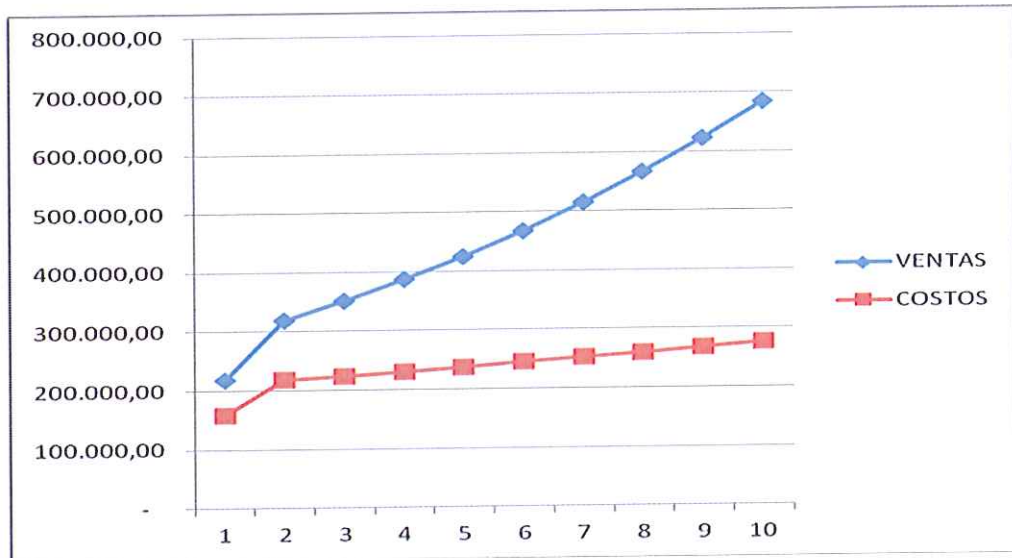
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO

TABLA N°14

FLUJO NETO PROYECTADO														
INDICE DE CRECIMIENTO	INDICE DE CRECIMIENTO DEL GASTO				3%				0,0135			VIDA UTIL DEL PROYECTO		
	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5	ANO 6	ANO 7	ANO 8	ANO 9	ANO 10	TOTAL		
Venta de Pollos Broiler	26.400,00	316.800,00	321.076,80	325.411,34	329.804,39	334.256,75	338.769,22	343.342,60	347.977,72	352.675,42	357.436,54	3.367.550,78		
TOTAL INGRESOS		316.800,00	321.076,80	325.411,34	329.804,39	334.256,75	338.769,22	343.342,60	347.977,72	352.675,42	357.436,54	3.367.550,78		
EGRESOS														
COSTOS DE PRODUCCION													-	
Crianza de Pollos Broiler	17.447,69	209.372,33	212.198,86	215.063,54	217.966,90	220.909,45	223.891,73	226.914,27	229.977,61	233.082,31	236.228,92	2.225.605,91		
TOTAL DE COSTOS DE PRODUCCION		209.372,33	212.198,86	215.063,54	217.966,90	220.909,45	223.891,73	226.914,27	229.977,61	233.082,31	236.228,92	2.225.605,91		
UTILIDAD BRUTA		107.427,67	108.877,94	110.347,80	111.837,49	113.347,30	114.877,49	116.428,33	118.000,11	119.593,12	121.207,62	1.141.944,87		
GASTOS OPERACIONALES													-	
Sueldos	1.200,00	14.400,00	14.401,10	14.402,20	14.403,30	14.404,40	14.405,50	14.406,60	14.407,70	14.408,80	14.409,90	144.049,50		
Honorarios profesionales	300,00	3.600,00	3.601,10	3.602,20	3.603,30	3.604,40	3.605,50	3.606,60	3.607,70	3.608,80	3.609,90	36.049,50		
Decimo tercer Sueldo	100,00	1.200,00	1.201,10	1.202,20	1.203,30	1.204,40	1.205,50	1.206,60	1.207,70	1.208,80	1.209,90	12.049,50		
Decimo Cuarto Sueldo	66,00	792,00	793,10	794,20	795,30	796,40	797,50	798,60	799,70	800,80	801,90	7.969,50		
Promoción	150,00	1.800,00	1.801,03	1.802,06	1.803,09	1.804,12	1.805,15	1.806,18	1.807,21	1.808,24	1.809,27	18.046,35		
Publicidad	200,00	2.400,00	2.401,03	2.402,06	2.403,09	2.404,12	2.405,15	2.406,18	2.407,21	2.408,24	2.409,27	24.046,35		
Fondo de Reserva		-	1.201,10	1.321,21	1.453,33	1.598,66	1.758,53	1.934,38	2.127,82	2.340,60	2.574,66	16.310,31		
Planilla de luz	182,80	2.193,66	2.259,46	2.327,25	2.397,07	2.468,98	2.543,05	2.619,34	2.697,92	2.778,86	2.862,22	25.147,80		
Planilla de teléfono	41,22	494,64	509,48	524,76	540,51	556,72	573,42	590,63	608,34	626,60	645,39	5.670,49		
Planilla de Agua	34,80	417,60	430,13	443,03	456,32	470,01	484,11	498,64	513,60	529,00	544,87	4.787,32		
Combustible y Lubrificantes	88,00	1.056,00	1.087,68	1.120,31	1.153,92	1.188,54	1.224,19	1.260,92	1.298,75	1.337,71	1.377,84	12.105,86		
Mantenimieto y repuestos	40,00	480,00	494,40	509,23	524,51	540,24	556,45	573,15	590,34	608,05	626,29	5.502,66		
Suministros de limpieza	57,78	693,40	714,20	735,63	757,70	780,43	803,84	827,96	852,79	878,38	904,73	7.949,05		
Suministros de oficina	19,24	230,89	237,82	244,95	252,30	259,87	267,66	275,69	283,97	292,48	301,26	2.646,90		

GRAFICO N°4

Comportamiento de los Ingresos y Gastos Proyectados



El grafico representa el comportamiento de la curva de los ingresos y del gasto para los 10 años de vida del proyecto. La curva de los ingresos es creciente en la proyección y los gastos es decreciente.

CAPITULO 5

5.1. CONSTRUCCION DEL FLUJO DE FONDOS CON FINANCIAMIENTO

5.1.1.CRITERIOS DE EVALUACIÓN

5.1.1.1. FLUJO DE CAJA PROYECTADO

INDICADORES DE EVALUACION DEL PROYECTO							
INVERSION INICIAL			-184.051,63	TASA MENOR	TASA DE INCERTIDUMBRE		TASA MAYOR
TASA PASIVA REFERENCIAL			3,48%				
TASA ACTIVA REFERENCIAL			10,25%	0,0754	0,1000		0,1754
VIDA UTIL PROYECTO		10	AÑOS	7,542%	10,00%		17,54%
VIDA UTIL PROYECTO	FLUJO NETO	FLUJO PRESENTE NETO ACUMULADO	FACTOR TASA DE RENTABILIDAD	FLUJO PRESENTE NETO 7,59%	FLUJO PRESENTE NETO ACUMULADO		FLUJO PRESENTE NETO 17,59
0	-184.051,63						
1	25.377,01	25.377,01	0,93	23.597,31	-158.674,61	0,85	21.589,74
2	25.124,53	50.501,55	0,86	21.724,10	-133.550,08	0,72	18.184,94
3	25.182,38	75.683,92	0,80	20.247,08	-108.367,70	0,62	15.506,63
4	25.174,47	100.858,39	0,75	18.821,22	-83.193,24	0,52	13.188,28
5	25.093,54	125.951,93	0,70	17.445,01	-58.099,70	0,45	11.183,98
6	53.097,47	179.049,40	0,65	34.324,58	-5.002,23	0,38	20.133,32
7	53.846,22	232.895,62	0,60	32.367,45	48.843,99	0,32	17.370,16
8	54.593,18	287.488,80	0,56	30.515,01	103.437,17	0,27	14.982,83
9	55.337,27	342.826,07	0,52	28.761,71	158.774,44	0,23	12.920,52
10	56.077,32	398.903,39	0,48	27.102,30	214.851,76	0,20	11.139,26
	398.903,39						
INDICADORES DE EVALUACION DEL PROYECTO							
TOTAL FLUJO PRESENTE NETO				254.905,77	156.199,66		
INVERSION INICIAL				184.051,63	184.051,63		
VAN				70.854,14	-27.851,97		
PRC				7,22			
TIR				14,72%			
R.C.B.				2,17			

La tasa interna de retorno de un proyecto de inversión, es aquella tasa de descuento que logra igualar el valor actual de la corriente de beneficios netos, con el valor actual de la corriente neta de costos, dicho de otra forma, es aquella tasa de descuento que logra que el VAN del proyecto sea cero.

En el presente proyecto la TIR es del **14,72%**, el valor actual neto es uno de los métodos básicos que toma en cuenta la importancia de los flujos de efectivo en función del tiempo. Consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor, también actualizado de las inversiones y otros egresos de efectivo. La tasa que se utiliza para descontar los flujos es el rendimiento mínimo aceptable de la empresa, por debajo del cual los proyectos de inversión no deben efectuarse, La inversión inicial nos deja un VAN de **184.051,63**. El capital se recupera en 7 años.

5.1.1.2. ESCENARIOS

A continuación se presentan los posibles escenarios a los cuales podrían enfrentarse el proyecto

CONCEPTOS	OPTIMISTA	MEDIO	PESIMISTA
TOTAL FLUJO PRESENTE NETO	254905,77	207714,60	160523,43
INVERSION INICIAL	184051,63	178817,32	173583,01
VAN	70854,14	28897,28	-13059,58
PRC	7,22	8,61	10,81
TIR	14,72%	11,05%	5,6%
R.C.B.	2,17	1,84	1,49

Se ha considerado como escenario optimista el análisis realizado en la investigación del proyecto. En el escenario medio o más probable se ha reducido la producción y comercialización en un 90%, manteniendo los gastos operativos al mismo nivel y a pesar de esto el proyecto sigue siendo considerado factible. Para el escenario

pesimista se ha considerado la producción y comercialización en un 80% de lo previsto, manteniendo los gastos operativos el mismo nivel y a pesar de los cambios producidos el proyecto sigue siendo factible, tal como se indica en la tabla anterior.

CAPITULO 6

6. IMPACTOS DEL PROYECTO

6.1. ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL PROYECTO

En el cuadro detallado a continuación se dará a conocer algunos de los aspectos positivos o beneficios que el proyecto va a generar en los diferentes ámbitos, los mismos que para una mejor interpretación se los analiza sobre la base de matrices de impactos que tiene la siguiente estructura y metodología.

Para lograr una adecuada interpretación se estableció rango o niveles de impacto que van con valores numéricos desde menos 3 hasta más 3, de acuerdo a la siguiente tabla.

NIVEL DE IMPACTO	INTERPRETACIÓN
-3	Alto Negativo
-2	Mediano Negativo
-1	Bajo Negativo
0	No hay Impacto
1	Bajo Impacto
2	Medio Positivo
3	Alto Positivo

Se ha elaborado una matriz donde se ubica horizontalmente el rango de impactos establecidos en el cuadro anterior y verticalmente se colocaran una serie de indicadores que determinen el nivel de impacto asignando un valor para cada indicador, para luego realizar la sumatoria total que será dividida para el número de indicadores que nos permitirá encontrar el nivel de impacto.

6.2. SITUACIÓN ECONÓMICA, SOCIAL Y AMBIENTAL

6.2.1 SITUACIÓN ECONÓMICA

NIVEL DE IMPACTOS							
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
Dinamización del Aparato Económico							X
Fuentes de empleos							X
Generación de Utilidades							X
TOTAL							9

SITUACION ECONÓMICA = $\frac{E}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$

SITUACIÓN ECONÓMICA = $\frac{9}{3} = 3$

ANÁLISIS:

El impacto socioeconómico es alto positivo, lo que significa que es un proyecto que permitirá disminuir el índice de desempleo debido a que se generarán fuentes de empleo y en pocos años una creciente demanda de personal capacitado .

6.2.2. SITUACIÓN SOCIAL

NIVEL DE IMPACTOS

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
Acogida por parte de la comunidad.							X
Actividades de aprendizaje continuo.							X
Mejor calidad de vida							X
TOTAL							9

$$\text{SITUACIÓN SOCIAL} = \frac{E}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{SITUACIÓN SOCIAL} = \frac{9}{3} = 3$$

ANÁLISIS:

El impacto social del proyecto es alto positivo, lo cual va a permitir que las personas o clientes se sientan satisfechos y con esa confianza, que a la vez nosotros necesitamos para poder incursionar en la producción, cumpliendo con sus expectativas y necesidades.

6.2.3 SITUACIÓN AMBIENTAL

NIVEL DE IMPACTOS

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
Creación de Ruido					X		X
Emanación de gases tóxicos							X
Producción de desechos tóxicos					X		
TOTAL					2		9

$$\text{SITUACIÓN SOCIAL} = \frac{E}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{SITUACIÓN SOCIAL} = \frac{7}{3} = 2,33$$

ANÁLISIS:

El análisis impacto ambiental que causará la implementación de la Empresa será medio positivo, por lo que se tomarán las medidas correctivas necesarias para no contaminar el medio ambiente

CAPITULO 7

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

De acuerdo al estudio realizado en este proyecto investigativo, me permito realizar las siguientes conclusiones:

7.1.1 Estudio de Mercado

- Será de gran importancia y bienestar socioeconómico para la provincia poner en marcha este proyecto ya que aportará al desarrollo de la misma, con lo cual los esmeraldeños contarán con una Empresa que se encargará de la crianza, procesamiento y comercialización de pollos con **Responsabilidad y Seguridad Alimentaria**.
- De acuerdo al Estudio de Mercado realizado se puede demostrar la gran demanda de este producto de consumo masivo y esencial para el buen desarrollo de las personas, ya que actualmente en la ciudad no existe una empresa local que realice esta producción.

7.1.2 Estudio Técnico

- En el Estudio Técnico se establecen los requerimientos necesarios para la implementación de la Empresa Avícola, en las áreas Operativa, Productiva y Legal.

7.1.3 Estudio Financiero

- De acuerdo al Estudio Financiero del proyecto crianza, procesamiento y comercialización de pollos se evidencia que es factible la implementación de este tipo de Empresa productiva en la ciudad de Esmeraldas.

7.2. RECOMENDACIONES

Según las conclusiones realizadas se puede recomendar lo siguiente:

7.2.1 Estudio de Mercado

- Que el proyecto crianza, procesamiento y comercialización de pollos debe ser implementado ya que Esmeraldas contaría con una Empresa local que beneficiaría a la comunidad directa e indirectamente.
- Desarrollar las estrategias establecidas en el Estudio de Mercado, en cuanto al manejo de promociones y publicidad para lograr la aceptación de nuestro producto en la ciudadanía, llegando así a demostrar la necesidad de implementar este tipo de empresa en Esmeraldas.

7.2.2. Estudio Técnico

- Implementar cada uno de los requerimientos necesarios que se establecen en el Estudio Técnico para la creación de la Empresa Avícola y por ende de las áreas Operativa, Productiva y Legal.

7.2.3 Estudio Financiero

- Que el proyecto sea ejecutado ya que la inversión será recuperada en cinco años y de ahí en adelante genera utilidades y de esa manera se podrá mejorar la empresa administrativamente y operativamente.
- Que al momento de implementar el proyecto la incubadora sea un aliado

estratégico es los movimientos administrativos y operativos de la Empresa ya que así se tendrá más alcance en el mercado local y luego en el mercado nacional.

BIBLIOGRAFIA

- Instituto Nacional de Estadística y Censo (2001) Último censo de población y vivienda.
- MENDEZ, Álvarez, Carlos Eduardo, Metodología Diseño y desarrollo del proceso de investigación, Tercera edición, 2001.
- Nassir y Reinaldo Sapag Chaín. "El estudio de proyectos" en preparación y evaluación de proyectos. Capítulo I, págs. 1-9. Tercera edición, 1995. McGraw-Hill, Colombia.
- Rafael Decelis Contreras. "Presentación" en Evaluación de proyectos. Págs. VII- VIII. Primera Edición, 1994. Costa-Amic Editores, S.A., México.
- Constitución Política de la República del Ecuador.
- Derecho Notarial – Bernardo Pérez Fernández del Castillo. Sexta Edición – Editorial Porrúa, S.A. – México. 1993.
- Códigos y Leyes del Ecuador y sus respectivos Reglamentos.
- Práctica Notarial – Dr. Camilo Borrero Espinosa. Tomo II. Primera Edición, Loja – Ecuador. Octubre 2002.
- Código del trabajo 2009 (Reforma de Ley s/n R.O.-S 528 del 13 de Febrero del 2009).
- Proyecto de Factibilidad "Creación de una Empresa Tercerizadora de Servicios de Limpieza". Alexandra Palma – Nancy Kon. Biblioteca PUCE-Manabí. 2004.
- Evaluación Social de Proyectos. Ernesto R. Fontaine
- Gestión de Proyectos. Pablo Llego – Gustavo Rivarola.
- Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Jorge Rosillo
- **Fundamentos de Investigación Científica – Lic. Angel Marino Armijos Torres Msc. (2008)**
- Baca G, (2003) Evaluación de proyectos México: Editorial McGraw-Hill/Interamericana Editores S.A de C.V. 4ta edición.

- Baptista P, Fernández C, Hernández R, (2004) Metodología de la investigación México: Editorial McGraw-Hill/Interamericana México: Editorial McGraw-Hill/Interamericana Editores S.A de C.V.3ra edición.
- Davis K, WhertherW, (2008) Administración de recursos humanos El capital humano de las empresas México: Editorial McGraw-Hill/Interamericana Editores S.A de C.V.6ta edición
- Freeman R, Gilbert D, Stoner J,(1996) Administración Mexico: Editorial Prentice-Hall Inc. 6ta edición.
- Giles G, (1981) Marketing España Editorial Ediciones-distribuciones S.A.
- Heinz W, Harold K, (1996) Administración una perspectiva global México: Editorial McGraw-Hill/ Interamericana de México, S.A. de C.V.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2001) Último Censo de población y Vivienda Documento Base. Esmeraldas, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

GLOSARIO

COSTOS FIJOS

Costos que no variaron con el nivel de producción, pero que se producen con el paso del tiempo.

COSTOS VARIABLES

Costos iniciales contraídos al comenzar la producción por elementos incorporados al producto. Por ejemplo, materias primas, salarios. Por lo general se llaman costos variables porque varían con la producción.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

El estudio de factibilidad trata de determinar la rentabilidad de diferentes alternativas de diseño de un sistema de información.

ESTADO DE FLUJO DE CAJA (CASH FLOW)

Trata de establecer las entradas y salidas de efectivo que ha tenido o puede tener en el futuro una empresa.

INDICADOR DE LIQUIDEZ

Mide la capacidad que tiene la empresa para cancelar sus obligaciones de corto plazo.

INDICES FINANCIEROS

Herramientas utilizadas para la interpretación de los estados de resultados de las empresas, con el fin de convertir esa información en elementos útiles para sus usuarios.

MERCADO LIBRE

Es una empresa de comercio electrónico, donde se compran y se venden productos de cualquier tipo a nivel nacional o internacional.

PERIODO DE RECUPERACION (PR)

Es el número de períodos que tomará con base a los flujos de efectivo netos futuros esperados, la recuperación de la inversión inicial. Sobre decirlo, a menor tiempo de recuperación, mejor. El tiempo en sí es un riesgo, por eso rápidas recuperaciones son vitales.

TASA DE INTERÉS EFECTIVA

Expresión anual del interés nominal dependiendo de la periodicidad con que éste último se pague. Implica reinversión o capitalización de intereses.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Método de evaluación de la inversión, el cual establece la tasa de descuento que sería necesario aplicar para balancear los costos presentes y futuros con las utilidades, empleando técnicas de flujo de caja rebajado.

TASA DE DESCUENTO

Al fijar una tasa de descuento, valuada según el riesgo y el costo de oportunidad, o sea el efecto del dinero a través del tiempo se tienen ya los flujos de efectivo a los que se les ha eliminado la inflación y el efecto del valor del dinero a través del tiempo. Resumiendo, la tasa de descuento es el costo del dinero. Nota. Si la inflación anual es mínima se puede proyectar directamente a pesos constantes

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El Valor Actual Neto se obtiene descontando el flujo de ingresos netos del proyecto, usando para ello la tasa de descuento que represente el costo de oportunidad de los recursos económicos que requiere el proyecto.

ANEXOS

ANEXO I

TAMAÑO DE LA MUESTRA

La población de los 15 hasta los 70 años

La población en Esmeraldas 63660 habitantes
en la zona rural que es el 33073%
La urbana 125034 habitante. Que
representan
el 66,26% de la población

Fórmula empleada:

$$N = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

Donde:

n Tamaño de la muestra

Z Nivel de confiabilidad

$$95\% \quad 0.95/2 = 0.4750 \quad Z = 1.96$$

P Probabilidad de ocurrencia 0.50

Q Probabilidad de no ocurrencia $1 - 0.5 = 0.50$

N Población

e Error de muestreo 0.05 (5%)

$$(1.96)^2 (0.5) (0.5) (39.892)$$

$$N = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (39.892)}{(1.96)^2 (0.5) (0.5) + ((39.892) (0.05))^2}$$

$N = 380.5 \neq 381$ Numero de encuestas a realizar

P = GAUSS, Carl friedrich "Teoría de la Campana de Gauss"

Z = BACA, Urbina Gabriel "Evaluación de Proyectos" Nivel de Confianza deseada se acepta que sea de 95% en la mayoría de las investigaciones.

E = BACA, Urbina Gabriel "Evaluación de Proyectos" Nivel de Confianza deseada se acepta que sea de 95% en la mayoría de las investigaciones

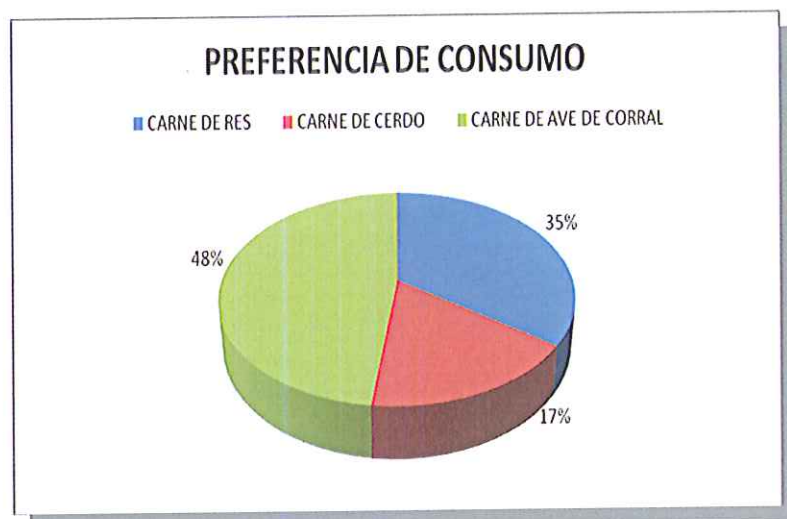
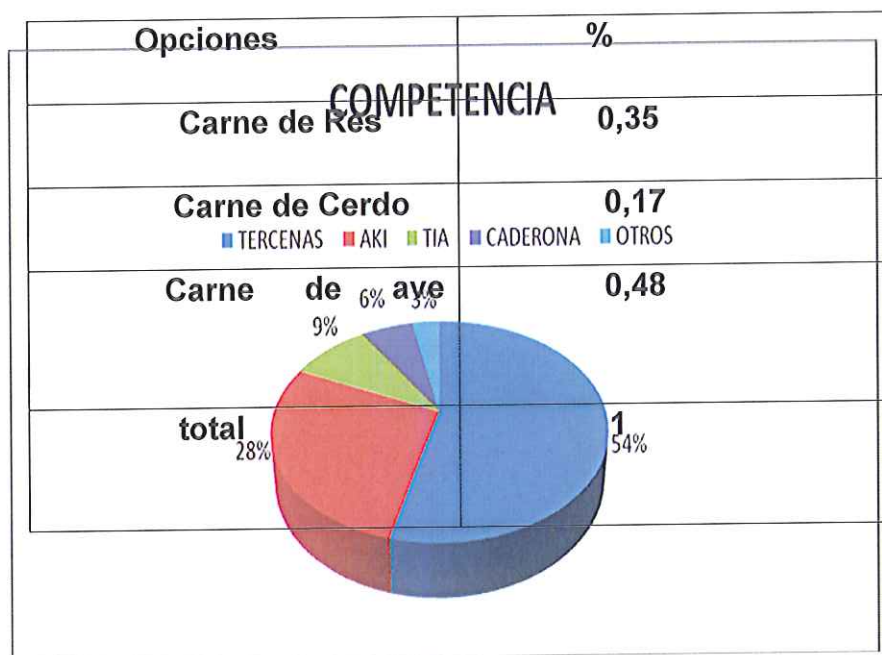
ANEXO II

i. RESULTADOS Y ANÁLISIS

Tabulación y gráficos de las encuestas aplicada a la población económicamente activa de la zona urbana de la Ciudad Esmeraldas

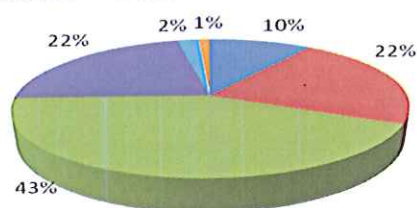
1.) Donde se compra actualmente sus carnes.

Opciones	%
Tercenas	0,54
Aki	0,28
Tía	0,09
Caderona	0,06
Otros	0,03
Total	1



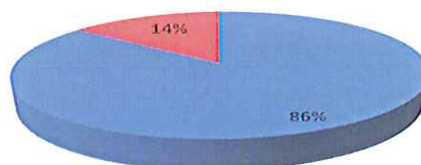
FRECUENCIA DE COSUMO DE CARNE DE AVE DE CORRAL

UNA VEZ DOS VECES TRES VECES
CUATRO VECES CINCO VECES SEIS VECES O MAS



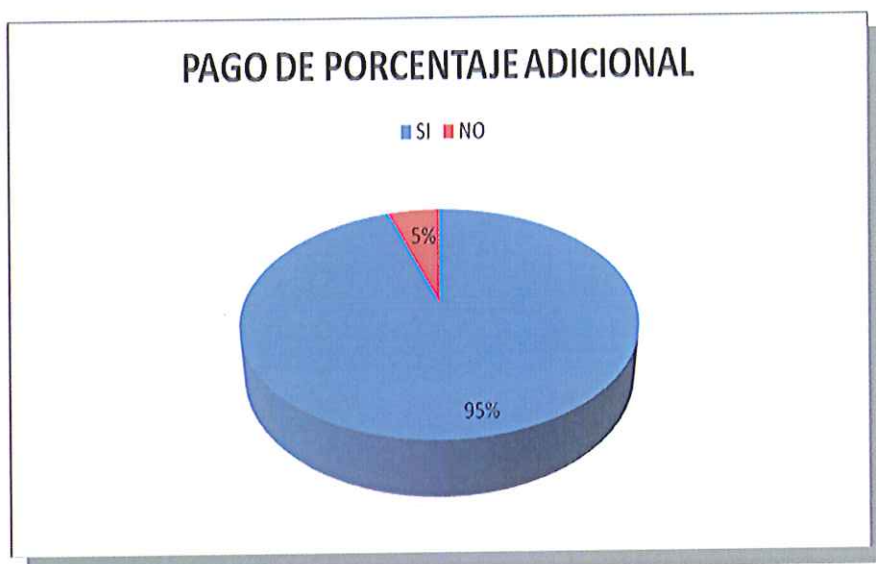
DISPOSICION PARA LA COMPRA

SI NO



Opciones	%
Si	0,95
No	0,05
Total	1
2.) ¿Estaría dispuesto a pagar un pequeño porcentaje adicional por los tipos de carnes antes mencionados debidamente empaquetado y procesados?	
Opciones	%

Si	0,95
No	0,05
Total	1



3.) De qué manera le gustaría pagar por los productos que se ofrecerán?	
Opciones	%
Efectivo	0,91
Tarjeta	0,09
Total	1



1. RESULTADOS Y ANALISIS

Tabla 1:

Según los resultados arrojados se puede determinar que el lugar en donde compran la mayoría de los clientes de la ciudad de Esmeraldas es en terceras, AKI y TIA identificando de esta manera a los competidores que tienen una mayor cuota de mercado en la ciudad.

Tabla 2:

De acuerdo a los resultados se pudo conocer que la mayoría de los clientes consumen en mayor cantidad carne de ave de corral y carne de res pudiendo decir que se tendrá que adquirir una mayor cantidad de los productos antes mencionados, aunque sin dejar de lado la carne de cerdo

Tabla 3:

De acuerdo al resultado de las empresas se determina que las personas consumen en mayor cantidad la carne de pollo, es por esto que se determino que la producción de la carne de pollo representaría el mejor margen de la utilidad de producción.

Tabla 4:

De los productos antes mencionados aunque sin dejar de lado la carne de cerdo estarían dispuestos a adquirir las carnes anteriormente mencionadas

debidamente empacadas, lo que es un indicador positivo para llevar a cabo este proyecto.

Tabla 5:

Según los resultados obtenidos se determino que los clientes les gustaría poder adquirir productos mariscos.

Tabla 6:

Según los resultados obtenidos la gran mayoría de los clientes potenciales estarían dispuestos a pagar un valor adicional para adquirir una carne higiénicamente empacada lo que da la pauta para poder cobrar un porcentaje adicional por las carnes que se piensan comercializar ya que esto cuenta con una gran aceptación.

Tabla 7:

De acuerdo a los resultados obtenidos la mayoría de los clientes potenciales prefieren adquirir las diferentes carnes pagando en efectivo lo que adquieren lo que permitirá tener liquidez para la correcta operación del futuro negocio.

ANEXO III

3.2.1.3 Requerimientos para la prestación del servicio o para la producción (equipo, maquinaria, herramientas, Materiales, muebles)

EQUIPOS INFORMATICOS				
Cantidad	Unidad de medida	Descripción	P.U.	Total
1	Unid.	Computadores	975,00	975,00
1	Unid.	Impresora-copiadora	220,00	220,00
		Total Equipos informáticos		1.195,00

MUEBLES Y ENSERES				
Cantidad	Unidad de medida	Descripción	P.U.	Total
1	Unid.	Escritorios pequeños	220,00	220,00
1	Unid.	Sillones	125,00	125,00
4	Unid.	Sillas de espera	15,00	60,00
1	Unid.	Vitrina archivador	300,00	300,00
1	Unid.	Archivador de gaveta de 4 cajones	210,00	210,00
		Total muebles de oficina		915,00

EQUIPOS DE OFICINA				
Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	P.U.	TOTAL
1	Unid.	Sumadora	185,00	185,00
1	Unid.	Teléfono fax	187,00	187,00
		Total equipos de oficina		372,00

VEHICULOS				
Cantidad	unidad de medida	Descripción	P.U.	TOTAL
1	unidad	Camioncito	36.000,00	36.000,00
		Total vehículos		36.000,00

EDIFICIO(construcción de galpones)				
Cantidad	Unidad de medida	Descripción	P.U.	TOTAL
800	m2	Terreno de 10*10 de 8 galpones	0,10 ctv.	800,00
28000	m2	Sembrío y edificio	0,10 ctv.	28.000,00
		Total edificio		36.000,00

Maquinaria y Equipo				
Cantidad	Unidad de medida	Descripción	P.U.	TOTAL
1	unidad	transformador	3.520,00	3.520,00
2	Unidad	peladora de gallinas	7.500,00	15.000,00
2	Unidad	sistema de bebederos por golpe	1.900,00	3.800,00
15	Unidad	comederos de alzada	45,00	675,00
1	Unidad	bomba de agua	580,00	580,00
1	Unidad	purificadora de agua	3.800,00	3.800,00
1	Unidad	planta de luz	5.800,00	5.800,00
2	Unidad	mesas de acero inoxidable par matarifiado de 3 x 1.20	550,00	1.100,00
500	Unidad	ganchos colgantes	12,00	6.000,00
40	Unidad	gavetas para congelamiento	18,00	720,00
2	Unidad	juego de cuchillos	55,00	110,00
2	Unidad	congeladores industriales	2.250,00	4.500,00
6	Unidad	tinas plásticas grandes	24,00	144,00
1	Unidad	tanque de agua plástico para elevarlo	350,00	350,00
1	Unidad	maquina selladora	240,00	240,00
1	Unidad	etiquetadora	45,00	45,00
6	unidad	colgador triangular para ganchos	240,00	1.440,00
		Total maquinaria		47.824,00

HERRAMIENTAS PARA GALPONES				
Cantidad	Unidad de medida	Descripción	P.U.	TOTAL
30	metros	manguera	1,50	45,00
3	unidad	carretilla	45,00	135,00
3	unidad	pala	16,00	48,00
3	unidad	machete	15,00	45,00
3	unidad	rastrillo	12,00	36,00
		Total herramientas		309,00

MATERIALES DE PROTECCION				
Cantidad	Unidad de medida	Descripción	P.U.	TOTAL
100	millares	fundas plásticas embretados	12,50	1.250,00
5	rollos	precios	25,00	125,00
5	rollos	etiquetas	25,00	125,00
10	unidad	rollos plásticos par protección de cubetas	6,00	60,00
		Total herramientas		1.560,00

SUMINISTROS DE OFICINA				
cantidad	unidad de medida	Descripción	P.U	TOTAL
		NO FUNGIBLES		-
2	unidad	grapadora	4,50	9,00
1	unidad	perforadora	8,50	8,50
1	unidad	sacapunta de escritorio	10,50	10,50
3	unidad	porta clip	1,10	3,30
3	unidad	tijera	2,20	6,60
2	unidad	regla plástica	0,22	0,44
1		varios	15,00	15,00
		TOTAL NO FUNGIBLES		53,34
		FUNGIBLES		
2	resmas	hojas a 4	3,80	7,60
6	unidad	esferográficos	0,35	2,10
2	unidad	goma	1,80	3,60
5	caja	grapap	1,75	8,75
6	unidad	carpeta archivador ideal	1,90	11,40
25	unidad	carpetas manila	0,25	6,25
3	unidad	liquid paper	0,70	2,10
		varios		
		TOTAL FUNGIBLES		41,80
		TOTAL SUMINISTROS DE OFICINA		95,14

SUMINISTROS DE LIMPIEZA				
cantidad	unidad de medida	Descripción	P.U	TOTAL
		no fungibles		
6	unidad	escobas	2,00	12,00
3	unidad	trapeador	3,00	18,00
4	unidad	tachos de basura	8,00	24,00
				-
		TOTAL NO FUNGIBLES		54,00
		FUNGIBLES		
5	paquete	fundas de basura grandes 10 *1	1,20	6,00
8	pares	botas	25,00	200,00
6	unidad	overoles	30,00	180,00
2	unidad	casco protectores	22,00	44,00
4	quintal	cal	6,00	24,00
5	galón	creso	9,00	45,00
5	galón	cloro	4,50	22,50
4	kilos	detergentes	3,25	13,00
5	galón	desinfectante	8,50	42,50
		TOTAL FUNGIBLES		577,00
		TOTAL DE SUMINISTROS DE LIMPIEZA		631,00
cantidad		Gastos de Permisos y Jurídicos		

		Honorarios de abogado	120,00	
		Permiso Sanitario	240,00	
		Permiso Ministerio de Agricultura y ganadería	25,00	
		Permiso Medio Ambiente	25,00	
		Afiliación a La Cámara de comercio	50,00	
		Permisos municipales	60,00	
		Total permisos y gastos jurídicos	520,00	

ANEXO IV

CRIA DE 1000 POLLOS BROILER

PRODUCTO	SEMANAS	CONSUMO DIARIO LIBRAS	CONSUMO O SEMANAL EN LIBRAS	CONSUMO TOTAL	PRECIO POR LIBRA	COSTO TOTAL		
POLLOS DE 4 SEMANAS								
BALANCEADO	4	200	1400	5.600	0,23	1.260,00		
POLLOS DE 4 HASTA 8 SEMANAS								
BALANCEADO	4	100	700	2.800	0,23	630,00		
MAIZ	4	100	700	2.800	0,04	113,77		
ESPECIES	4	50	350	1.400	0,07	100,28		
CALABAZA	4	125	875	3.500	0,23	791,17		
OTROS INSUMOS								
POLLITOS	UNIDAD	1050	0,75			787,50		
VITAMINAS	FRASCOS	50	8,5			425,00		
VACUNAS	SOBRES	30	9,5			285,00		
COSTO TOTAL POR PROCESO						4.392,71	Costo Proceso	
PESO POR POLLO PROMEDIO 5 Libs.						5.500,00		
SE COLOCAN 1050 POLLITOS POR EL INDICE DE MORTANDAD DEL 5%						COSTO POR LIBRA	0,80	0,80

INGRESOS Y COSTOS DEL PROYECTO POR CAMADA

PRODUCTO	CANTIDAD SEMANAL	PRECIO COSTO UNITARIO	PRECIO DE VENTA UNITARIO	COSTO TOTAL	VALOR TOTAL	DIFERENCIA	COSTO TOTAL	VALOR TOTAL	DIFERENCIA
POLLOS BROILER	5.500	0,80	1,20	4.392,71	6.600,00	2.207,29	26.400,00	17.570,85	8.829,15
				4.392,71	6.600,00	2.207,29	26.400,00	17.570,85	8.829,15

CUADRO RESUMEN DE CONSUMO DE ENERGIA ELECTRICA MENSUAL EN KV/H

CUADRO RESUMEN DE CONSUMO DE ENERGIA ELECTRICIDAD								
	COSTO KV/H	0,22						
N°	DESCRIPCION	POTENCIA (PROMEDIO) VATIOS	TIEMPO PROMEDIO DE USO AL DIA		TIEMPO DE USO AL MES EN HORA	CONSUMO MENSUAL KV/H	COSTO MENSUAL POR UNIDAD	TOTAL MENSUAL
			h	d				
1	BOMBA DE AGUA	425	3	30	90	38,25	8,42	8,42
1	DESPLUMADORA	380	3	4	12	4,56	1,00	1,00
10	FOCOS FLUORECENTE (8 de 15W c/u)	120	6	30	180	21,6	4,75	47,52
2	CONGELADORES INDUSTRIALES	684	15	24	360	246,24	54,17	108,35
1	EQUIPO DE COMPUTO	300	4	22	88	26,4	5,81	5,81
1	PURIFICADOR	242	10	22	220	53,24	11,71	11,71
	TOTAL MENSUAL					390,29	85,86	182,80

CUADRO RESUMEN DE CONSUMO DE AGUA POTABLE MENSUAL EN M³

	COSTO POR M³	0,58		
N°	DESCRIPCION	CONSUMO EN M ³	CONSUMO TOTAL	COSTO TOTAL
20	CONSUMO	3	60	34,80
	TOTAL MENSUAL			34,80

CUADRO RESUMEN DE CONSUMO TELEFONICO

	COSTO POR M³	0,05		
N°	DESCRIPCION	MINUTOS CONSUMIDOS	CONSUMO TOTAL	COSTO TOTAL
20	CONSUMO	45	900	41,22

ANEXO V

NOMBE DEL ACTIVO	VIDA UTIL EN AÑOS	COSTO DEL ACTIVO	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL	VALOR RESIDUAL
VEHICULOS	10	36.000,00	270	3.240,00	3.600,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	5	47.824,00	717,36	8.608,32	4.782,40
GALPONES	20	24.348,40	91,31	1.095,68	2.434,84
SUBTOTAL			1078,67	12944,00	10817,24
EQUIPOS INFORMATICOS	3	1195	29,875	358,5	119,5
MUEBLES Y ENSERES	10	915	6,8625	82,35	91,5
EQUIPOS DE OFICINA	10	372	2,79	33,48	37,2
EDIFICIO E INSTALACIONES	20	11.651,60	43,69	524,32	1.165,16
SUBTOTAL			83,221	998,652	1413,36
TOTAL					12230,60

ANEXO VI

TABLA DE AMORTIZACION GRADUAL

METODO		CUOTA FIJA			12
CAPITAL	110.430,98	PAGO CADA	1	MESES	
TASA DE INTERES ANUAL		9,35%	PERIODOS	60	
PLAZO		5	AÑOS		
PAGOS ANUALES		12			
INTERES	0,78%	PAGO PERIODICO			2.311,17
PERIODO	PAGO PERIODICO	INTERESS PAGADOS	CAPITAL PAGADO	SALDO INSOLUTO	
0				110.430,98	
1	2.311,17	860,44	1.450,73	108.980,25	
2	2.311,17	849,14	1.462,03	107.518,22	
3	2.311,17	837,75	1.473,42	106.044,79	
4	2.311,17	826,27	1.484,90	104.559,89	
5	2.311,17	814,70	1.496,47	103.063,42	
6	2.311,17	803,04	1.508,13	101.555,28	

7	2.311,17	791,28	1.519,88	100.035,40
8	2.311,17	779,44	1.531,73	98.503,67
9	2.311,17	767,51	1.543,66	96.960,01
10	2.311,17	755,48	1.555,69	95.404,32
11	2.311,17	743,36	1.567,81	93.836,51
12	2.311,17	731,14	1.580,03	92.256,48
TOTAL	27.734,03	9.559,54	18.174,49	
13	2.311,17	718,83	1.592,34	90.664,15
14	2.311,17	706,42	1.604,74	89.059,40
15	2.311,17	693,92	1.617,25	87.442,15
16	2.311,17	681,32	1.629,85	85.812,30
17	2.311,17	668,62	1.642,55	84.169,76
18	2.311,17	655,82	1.655,35	82.514,41
19	2.311,17	642,92	1.668,24	80.846,16
20	2.311,17	629,93	1.681,24	79.164,92
21	2.311,17	616,83	1.694,34	77.470,58
22	2.311,17	603,62	1.707,54	75.763,03
23	2.311,17	590,32	1.720,85	74.042,18
24	2.311,17	576,91	1.734,26	72.307,93
TOTAL	27.734,03	7.785,48	19.948,56	
25	2.311,17	563,40	1.747,77	70.560,16
26	2.311,17	549,78	1.761,39	68.798,77
27	2.311,17	536,06	1.775,11	67.023,66
28	2.311,17	522,23	1.788,94	65.234,71
29	2.311,17	508,29	1.802,88	63.431,83
30	2.311,17	494,24	1.816,93	61.614,90
31	2.311,17	480,08	1.831,09	59.783,81
32	2.311,17	465,82	1.845,35	57.938,46
33	2.311,17	451,44	1.859,73	56.078,73
34	2.311,17	436,95	1.874,22	54.204,51
35	2.311,17	422,34	1.888,83	52.315,68
36	2.311,17	407,63	1.903,54	50.412,14
TOTAL	27.734,03	5.838,24	21.895,79	
37	2.311,17	392,79	1.918,37	48.493,76
38	2.311,17	377,85	1.933,32	46.560,44
39	2.311,17	362,78	1.948,39	44.612,05
40	2.311,17	347,60	1.963,57	42.648,49
41	2.311,17	332,30	1.978,87	40.669,62
42	2.311,17	316,88	1.994,29	38.675,33
43	2.311,17	301,35	2.009,82	36.665,51
44	2.311,17	285,69	2.025,48	34.640,03
45	2.311,17	269,90	2.041,27	32.598,76
46	2.311,17	254,00	2.057,17	30.541,59
47	2.311,17	237,97	2.073,20	28.468,39
48	2.311,17	221,82	2.089,35	26.379,04
TOTAL	27.734,03	3.700,93	24.033,10	
49	2.311,17	205,54	2.105,63	24.273,40
50	2.311,17	189,13	2.122,04	22.151,37
51	2.311,17	172,60	2.138,57	20.012,79

52	2.311,17	155,93	2.155,24	17.857,56
53	2.311,17	139,14	2.172,03	15.685,53
54	2.311,17	122,22	2.188,95	13.496,57
55	2.311,17	105,16	2.206,01	11.290,56
56	2.311,17	87,97	2.223,20	9.067,37
57	2.311,17	70,65	2.240,52	6.826,85
58	2.311,17	53,19	2.257,98	4.568,87
59	2.311,17	35,60	2.275,57	2.293,30
60	2.311,17	17,87	2.293,30	-0,00
TOTAL	27.734,03	1.355,00	26.379,04	

ANEXO VII

CUADRO DE RESUMEN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES						
DESCRIPCION	MENSUALES		TOTAL MENSUAL	ANUALES		TOTAL ANUAL
	FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES	
Sueldos	1.200,00		1.200,00	14.400,00		14.400,00
Honorarios profesionales	300,00		300,00	3.600,00		3.600,00
Decimo tercer Sueldo	100,00		100,00	1.200,00		1.200,00
Decimo Cuarto Sueldo	66,00		66,00	792,00		792,00
Promoción	150,00		150,00	1.800,00		1.800,00
Publicidad	200,00		200,00	2.400,00		2.400,00
Planilla de luz	182,80		182,80	2.193,66		2.193,66
Planilla de teléfono	41,22		41,22	494,64		494,64
Planilla de Agua	34,80		34,80	417,60		417,60
Combustible y Lubricantes	88,00		88,00	1.056,00		1.056,00
Mantenimiento y repuestos	40,00		40,00	480,00		480,00
Suministros de limpieza	57,78					
Suministros de oficina	19,24					
Depreciación de Activos Fijos	83,22					
GASTOS DE PERMISOS Y JURIDICOS	43,33					
Otros gastos	60,00					
Materia Prima		17.570,85	17.570,85		210.850,19	210.850,19
TOTAL	2.666,40	17.570,85	20.237,25	28.833,90	210.850,19	239.684,09

		VARIABLE	TOTAL	
2500	5126,49	1.996,69	7.123,18	2750
5000	5126,49	3.993,37	9.119,86	5500
7500	5126,49	5.990,06	11.116,55	8250
10000	5126,49	7.986,75	13.113,24	11000
12500	5126,49	9.983,44	15.109,93	13750
15000	5126,49	11.980,12	17.106,61	16500
17500	5126,49	13.976,81	19.103,30	19250
20000	5126,49	15.973,50	21.099,99	22000
22500	5126,49	17.970,19	23.096,68	24750
25000	5126,49	19.966,87	25.093,36	27500
27500	5127,49	21.963,56	27.091,05	30250
30000	5128,49	23.960,25	29.088,74	33000



6. ¿A mas que se ofrezcan productos cárnicos le gustaría que se ofrezcan mariscos?

SI	
NO	

7. ¿Ud. Estaría dispuesto a pagar un porcentaje adicional por un pollo debidamente empacado y procesado aquí en la Ciudad de Esmeraldas?

SI	
NO	

8. ¿Consume carne de pollo?

SI	
NO	



ENTREVISTA A PRODUCTORES

1. ¿Cuáles son sus principales clientes?
2. ¿Los pollos que vende son producidos por Ud.
3. ¿Cómo comercializa Ud. sus pollos por libras o enteros?
4. ¿Cuál es el precio que Ud. cobra por la libra de pollo que usted vende?
5. ¿Cuántas libras de pollo usted vende al mes?
6. ¿Cuáles son los principales costos en los que Ud. incurre para criar sus animales?