



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE UNA PLANTA PROCESADORA DE POLLOS AHUMADOS EN LA CIUDAD DE MIRA PROVINCIA DEL CARCHI”.**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA.**

**AUTORA:** REMACHE, Gabriela

**DIRECTOR:** MSC. CLERQUE, Margarita

**IBARRA-ECUADOR**

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio tiene como finalidad determinar la factibilidad para la instalación de una planta procesadora de pollos ahumados en la ciudad de Mira provincia del Carchi. Para esto fue necesario analizar los siguientes capítulos: Diagnóstico situacional, marco teórico, estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero, organización de la empresa, y finalmente los impactos, entre los hallazgos más sobresalientes de la investigación se tiene: Efectuado el diagnóstico situacional en la ciudad de Mira específicamente a las familias de la cabecera cantonal acerca de la comercialización de pollos y sus derivados se determinó que en el sector el consumo de pollo es habitual, debido a que forma parte de la canasta básica de los alimentos, hay que recalcar que en el lugar no existe comercialización de pollos ahumados. Con el estudio de mercado se identificó el comportamiento de la demanda, lo que permitió conocer que existe una alta predisposición por adquirir el producto propuesto por el proyecto, en lo referente a la oferta a nivel local no existe. Del estudio técnico se definió el lugar óptimo para la instalación de la procesadora siendo en el centro de la ciudad de Mira junto al parque, se ha escogido este lugar porque los factores analizados favorecen su gestión, como también se definió el proceso productivo basado en un trabajo operacional eficiente.

Con la finalidad de determinar la factibilidad monetaria del estudio se efectuó el capítulo financiero donde sus indicadores como el VAN, TIR, PRI y C/B arrojan efectos positivos lo que justifica el desembolso de inversión inicial del proyecto. Bajo los resultados obtenidos anteriormente se diseñó la organización de la empresa donde el principal aspecto a tomar en cuenta fue el talento humano sin dejar atrás el direccionamiento estratégico. Finalmente se evaluó los posibles impactos que puede generar el proyecto al ejecutarlo, siendo sus efectos favorables.

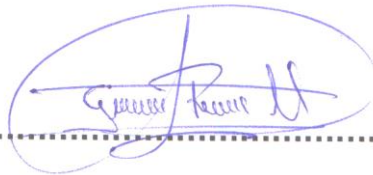
## EXECUTIVE SUMMARY

The present study aims to determine the feasibility of installing a smoked chicken processing plant in the city of Myra Carchi province. This required analyzing the following chapters: Diagnosis situational, theoretical framework, market research, technical study, financial, business organization, and ultimately impacts among most significant finding of the research is: Done situational diagnosis Look at the city specifically to families of the cantonal about marketing of chickens and its derivatives was determined that the consumer sector is usual chicken, because it forms part of the basic food basket, there be emphasized that there is no place in the marketing of smoked chicken. With market research identified the demand behavior, allowing to know that there is a high predisposition for purchasing the product provided by the project, in terms of the offer does not exist locally. Technical study defined the optimal location for installation the processor being in the city center near the de Mira, has chosen this place because the analyzed factors favor its management, as well as the production process was defined based on operational work efficient. In order to determine the feasibility study was conducted monetary financial chapter where indicators such as NPV, IRR, PRI and C / B yield positive effects which justifies the initial investment outlay project.

Under previous results was designed to organize the company donates the main aspect to take into account was human talent without leaving behind the strategic direction. Finally we evaluated the potential impacts that can build the project to run, and its favorable effects

## **AUTORÍA**

Yo, **Luz Gabriela Remache Maldonado**, portadora de la cédula de ciudadanía **No. 1002878492**, declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no han sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información



**Gabriela Remache**

**1002878492**

## CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada **Luz Gabriela Remache Maldonado**, con cédula de identidad **No. 1002878492** para optar por el Título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**. cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE UNA PLANTA PROCESADORA DE POLLOS AHUMADOS EN LA CIUDAD DE MIRA PROVINCIA DEL CARCHI”**, considero el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

En la ciudad de Ibarra a los 04 días del mes de febrero de 2013.

Firma

Firma



**Msc. MARGARITA CLERQUE**  
**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO**  
**A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, **Luz Gabriela Remache Maldonado**, con cédula de identidad **No. 1002878492**, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE UNA PLANTA PROCESADORA DE POLLOS AHUMADOS EN LA CIUDAD DE MIRA PROVINCIA DEL CARCHI”**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



**Gabriela Remache**

**1002878492**

Ibarra a los 04 días del mes de febrero de 2013



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	<b>1002878492</b>		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	<b>Luz Gabriela Remache Maldonado</b>		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Ciudad de Mira Calle Ricardo Rúaes		
<b>EMAIL:</b>	Luzgaby05@hotmail.com		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	280652	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0990410906
DATOS DE LA OBRA			
<b>TÍTULO:</b>	<b>“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE UNA PLANTA PROCESADORA DE POLLOS AHUMADOS EN LA CIUDAD DE MIRA PROVINCIA DEL CARCHI”.</b>		
<b>AUTORA :</b>	<b>Gabriela Remache</b>		
<b>FECHA: AAAAMMDD</b>	2013-02-04		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
<b>PROGRAMA:</b>	<input type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>		
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.		
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	<b>Magister: CLERQUE, Margarita</b>		

**2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD**

Yo, **Luz Gabriela Remache Maldonado**, con cédula de identidad No. **1002878492**, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado

descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

### 3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los ..... días del mes de ..... de 20.....

**EL AUTOR:**

(Firma).....

(Firma).....

Nombre: .....

C.C.: .....

**ACEPTACIÓN:**

Nombre: Lic. Ximena Vallejos

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

---



## DEDICATORIA

“Dedico este proyecto y toda mi carrera universitaria a Dios por ser quien ha estado a mi lado en todo momento dándome las fuerzas necesarias para continuar luchando día tras día y seguir adelante rompiendo todas las barreras que se me presenten.

Le agradezco a mis padres ya que gracias a ellos soy quien soy hoy en día, fueron los que me dieron ese cariño y calor humano necesario, son los que han velado por mi salud, mis estudios, mi educación alimentación entre otros, son a ellos a quien les debo todo, horas de consejos , de regaños, de reprimendas de tristezas y de alegrías de las cuales estoy muy seguro que las han hecho con todo el amor del mundo para formarme como un ser integral y de las cuales me siento extremadamente orgulloso.

También les dedico a mis hermanos, amigos más cercanos, a esos amigos que siempre me han acompañado y con los cuales he contado desde que los conocí amigos por siempre.

La autora.

## **AGRADECIMIENTO**

Esta tesis, si bien ha requerido de esfuerzo y mucha dedicación por parte de la autora y su director de tesis, no hubiese sido posible su finalización sin la cooperación desinteresada de todas y cada una de las personas que a continuación citaré y muchas de las cuales han sido un soporte muy fuerte en momentos de angustia y desesperación.

Primero y antes que nada, dar gracias a Dios, por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo este periodo.

Agradecer hoy y siempre a mi familia porque a pesar de no estar presentes físicamente, sé que procuran mi bienestar, y está claro que si no fuese por el esfuerzo realizado por ellos, mis estudios no hubiesen sido posibles. A mis padres Antonio y María, por el ánimo, apoyo y alegría que me brindan y me dan la fortaleza necesaria para seguir adelante. De igual manera mi más sincero agradecimiento a mi Directora de tesis Magister Margarita Clerque por la colaboración, paciencia, apoyo, a quien debo el realizar la ingeniería en una Universidad tan prestigiosa como lo es la Universidad Técnica del Norte.

En general quisiera agradecer a todas y cada una de las personas que han vivido conmigo la realización de esta tesis, con sus altos y bajos y que no necesito nombrar porque tanto ellas como yo sabemos que desde los más profundo de mi corazón les agradezco el haberme brindado todo el apoyo, colaboración, ánimo y sobre todo cariño y amistad.

Gabriela Remache

## PRESENTACIÓN

En el trabajo desarrollado se pudo determinar la factibilidad del proyecto **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE UNA PLANTA PROCESADORA DE POLLOS AHUMADOS EN LA CIUDAD DE MIRA PROVINCIA DEL CARCHI”**. A continuación se presenta el análisis de cada uno de los capítulos que se han desarrollado:

**Capítulo I Diagnóstico:** Con el estudio realizado al diagnóstico situacional del sector se puede definir los factores que beneficiaran al proyecto.

**Capítulo II Marco Teórico:** En este capítulo se contextualizó las bases teóricas que sirven como guías de información en la investigación.

**Capítulo III Estudio de Mercado:** Con la información obtenida del estudio de mercado permite conocer la oferta y la demanda actual del producto y los precios que se aplican actualmente.

**Capítulo IV Estudio Técnico:** Con el desarrollo del estudio técnico se determina la localización óptima del proyecto, la distribución y diseño de la planta, que necesita la procesadora.

**Capítulo V Estudio Financiero:** El estudio económico financiero analiza las inversiones del proyecto para posteriormente aplicar evaluadores financieros y determinar la factibilidad del proyecto.

**Capítulo VI Organización de la Microempresa:** Se plantea el modelo administrativo con el que la procesadora contara, tomando como base la visión, misión, el orgánico estructural y funcional que tendrá que cumplir.

**Capítulo VII Impactos:** Se realiza el análisis de impactos que genera la creación de la procesadora como son: socioeconómico, comercial, empresarial, ambiental.

## ÍNDICE GENERAL

Portada	i
Resumen ejecutivo	ii
The summarize excutive	iii
Autoría	iv
Certificación	v
Cesión de derechos	vi
Autorización de uso y publicación	vii
Dedicatoria	ix
Agradecimiento	x
Presentación	xi
Índice general	xii
Índice de cuadros	xviii
Índice de gráficos	xx
Índice de ilustración	xxi
Introducción	22
Justificación	23
Objetivos de la investigación	24

### CAPÍTULO I

#### DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes	25
Objetivos del diagnóstico	27
Objetivo general	
Objetivos específicos	
Variables e indicadores	28
Identificación de variables	
Indicadores o subaspectos	
Matriz de la relación diagnóstica	30

Mecánica operativa	31
Identificación de la población	
Fuentes de información	32
Tabulacion encuesta dirigida a los residentes de mira	
Observación directa	43
Determinación de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos	44
Aliados	
Oponentes	
Oportunidades	45
Riesgos	
Identificación de la oportunidad de inversión	

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

Avicultura	47
Gastronomía	48
Origen del pollo	
Propiedades nutritivas	49
Producción avícola (pollo)	50
Procedimiento del pollo ahumado	
Control sanitario	51
Empresas	54
Objetivos de la empresa	
Características de las empresas	55
Recursos de la empresa	56
La microempresa	57
Recursos de la microempresa	59
La administración	60
Proceso administrativo	61
Misión	62
Planeación estratégica	63

Mix del marketing	64
Estudio técnico	65
Tamaño del proyecto	
Micro localización	
Contabilidad	66
Objetivos de la contabilidad	67
Características de la contabilidad	
Importancia de la contabilidad	68
Costos	69
Presupuesto	
Inversión	70
Estados financieros	71
Estado de pérdidas y ganancias	
Flujo de caja	
Balance general	72
Evaluadores financieros	
Valor presente neto(VPN)	
Tasa interna de retorno	73
Costo beneficio	74
Periodo de recuperación	75
Punto de equilibrio	

### **CAPÍTULO III**

#### **ESTUDIO DE MERCADO**

Presentación	76
Identificación del producto	77
Mercado meta	78
Segmentación de mercado	

Segmentación geográfica	79
Segmentación demográfica	
Segmentación conductual	
Análisis de la demanda	
Demanda actual	80
Proyección de la demanda	
Análisis de la oferta	82
Oferta actual	
Demanda potencial a satisfacer	83
Demanda a captar por el proyecto	
Análisis de precios	84
Precio del producto del proyecto	
Comercialización de pollos ahumados	86
Estrategias comerciales	
Canales de distribución	87
Publicidad	
Conclusiones del estudio de mercado	88

**CAPÍTULO IV**  
**ESTUDIO TÉCNICO**

Localización óptima del proyecto	89
Macrolocalización del proyecto	
Microlocalización	91
Tamaño del proyecto	92
Distribución física del proyecto	94
Flujograma de proceso	95
Inversiones	100
Inversión fija	
Inversión diferida	103
Inversión variable o capital de trabajo	
Requerimiento de talento humano	105

**CAPÍTULO V**  
**ESTUDIO FINANCIERO**

Estructura de la inversión	106
Ingresos	107
Proyección de ingresos	
Egresos	
Costos de producción	
Gastos administrativos	110
Gastos de ventas	113
Financiamiento	115
Gastos financieros	117
Depreciación	118
Amortización diferidos	
Estados financieros	119
Estado de situación inicial	
Estado de resultados	120
Estado de flujo de caja	121
Evaluación de la inversión	
Costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio.	122
Valor actual neto	
Tasa interna de retorno	123
Periodo de recuperación de la inversión	124
Costo beneficio	125
Punto de equilibrio	126
Resumen de la evaluación	127

**CAPÍTULO VI**  
**ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA**

Aspecto estratégico	128
Nombre de la empresa	
Misión	



Visión	129
Objetivos empresariales	
Políticas	
Principios	130
Valores	131
Aspecto organizativo	132
Organigrama estructural	
Identificación de puestos y funciones	133
Aspecto legal	138
Base legal para la constitución de la empresa	
Formación de la compañía	
Aspectos legales para la conformación de la compañía	
Requisitos para su funcionamiento	139
Obtención del ruc para personas jurídicas	
Requisitos para inscripción en el registro de actividades económicas sociedades (patente municipal)	
Requisitos para los permisos de salud pública	140

## **CAPÍTULO VII**

### **IMPACTOS**

Análisis de impactos	141
Impacto socio económico	142
Impacto empresarial	143
Impacto comercial	144
Impacto ambiental	145
Impacto general	146
Conclusiones	147
Recomendaciones	148
Glosario de términos	149
Bibliografía	157
Anexos	

## ÍNDICE DE CUADROS

No.	Pág.
1. Matriz de relación diagnóstica	30
2. Adquisición de la carne de pollo	33
3. Lugar de adquisición	34
4. Presentación del producto	35
5. Precio de la carne	36
6. Conocimiento del producto	37
7. Adquisición del producto	38
8. Cantidad de adquisición	39
9. Empaque del producto	40
10. Precio del producto	41
11. Medios de comunicación	42
12. Composición nutritiva de la carne de pollo	77
13. Demanda real actual	80
14. Demanda proyectada de carne de pollo Ahumada en libras	82
15. Balance demanda oferta	83
16. Demanda a captar en libras de carne de Pollo ahumado	84
17. Precio del pollo tradicional entero	84
18. Precio del producto del proyecto	84
19. Método por puntos ponderados	91
20. Distribución de instalaciones	94
21. Simbología	96
22. Flujograma de proceso	97
23. Resumen operativo	97
24. Flujograma de proceso	98
25. Resumen operativo	98
26. Flujograma de proceso entrega directa al cliente	99
27. Resumen operativo	99
28. Terreno	100

29. Infraestructura	100
30. Vehículo	101
31. Maquinaria y equipo	101
32. Herramientas de trabajo	101
33. Equipo de computación	102
34. Equipo de oficina	102
35. Muebles y enseres	102
36. Resumen de inversión fija	103
37. Inversión diferida	103
38. Inversión variable o capital de trabajo	104
39. Requerimiento de talento humano	105
40. Estructura de la inversión	106
41. Proyección de ingresos	107
42. Materia prima e insumos	108
43. Sueldo básico unificado mensual	108
44. Proyección del costo total de mano de obra	108
45. Aserrín	109
46. Servicios básicos	109
47. Empaques	109
48. Vestimenta de trabajo	109
49. Mantenimiento de equipo	110
50. Resumen de costos de producción	110
51. Sueldo básico unificado mensual	111
52. Proyección de sueldos administrativos	111
53. Servicios básicos	111
54. Servicios de comunicación	112
55. Útiles de oficina	112
56. Mantenimiento de computación	113
57. Resumen de gastos administrativos	113
58. Sueldo básico unificado mensual	114
59. Proyección del sueldo en ventas	114
60. Publicidad	114
61. Combustible y mantenimiento	115

62. Resumen de gastos de venta	115
63. Datos del préstamo	115
64. Amortización	116
65. Gastos financieros	117
66. Depreciación	118
67. Amortización diferidos	118
68. Estado de situación inicial	119
69. Estado de resultados	120
70. Estado de flujo de caja	121
71. Costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio	122
72. Valor actual neto	122
73. Tasa interna de retorno	123
74. Pri con valores corrientes	124
75. Pri con valores constantes	124
76. Pri con valores constantes	125
77. Costo beneficio	125
78. Resumen de la evaluación financiera	127
79. Socios que conforman la procesadora	
80. Matriz de valoración	141
81. Impacto socio-económico	142
82. Impacto empresarial	143
83. Impacto comercial	144
84. Impacto ambiental	145
85. Impacto general	146

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>No.</b>	<b>pág.</b>
1. Adquisición de la carne de pollo	33
2. Lugar de adquisición	34
3. Presentación del producto	35
4. Precio de la carne	36
5. Conocimiento del producto	37
6. Adquisición del producto	38
7. Cantidad de adquisición	39
8. Empaque del producto	40
9. Precio del producto	41
10. Medios de comunicación	42
11. Estructura de la inversión	106
12. Punto de equilibrio	126

## ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

<b>No.</b>	<b>Pág.</b>
1. Fotografía de Mira	25
2. Ubicación de la ciudad de Mira	90
3. Croquis de ubicación	92
4. Diseño de instalaciones	95

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las personas consumen la carne de pollo por los beneficios nutritivos y precios accesibles, por tal motivo su comercialización ha generado grandes réditos económicos para los productores del país.

La carne de pollo tiene varios beneficios nutritivos con relación a sus productos sustitutos.

Esto se da precisamente porque, comparada con la carne de bovino y ovino, posee menores contenidos de colesterol, calorías y grasa, a la vez es un producto que provee de un mayor contenido proteico, sólo las carnes de pavo y de avestruz superan estos beneficios, pero al registrar precios superiores a los de la carne de pollo convierten a esta en la mejor opción alimenticia que posee el consumidor Ecuatoriano.

Para la preparación del pollo, existen diversas alternativas, convirtiéndolo a este alimento en el preferido de la mayoría de los hogares. Una de ellas es saborear un pollo ahumado que presenta un gran atractivo para el consumo de quienes prefieren este producto en la dieta alimenticia de sus hogares.

El presente estudio tiene como finalidad, investigar en la Ciudad de Mira la posibilidad de implementar una planta procesadora y comercializadora de pollos ahumados, describiendo las características del lugar que coadyuven a la gestión del mismo.

Así como también a cuantificar y cualificar la demanda y oferta existente en el área de influencia del proyecto, para generar fuentes de trabajo local que permitirá mitigar en algo la falta de oportunidades de empleo.

## JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se ajusta a la realidad actual, puesto que con esta clase de proyectos inyectan a la creación de propios negocios, la realización de esta idea de negocio se la plantea aprovechando de que en el cantón Mira no existe microempresa Procesadora de pollos ahumados, lo que permitirá aplicar los conocimientos para penetrar un producto novedoso en el mercado, al cual se le diseñará un buen canal de distribución, para que el consumidor pueda adquirirlo con gran facilidad y comodidad.

La finalidad de la creación de esta Microempresa es la incrementación de plazas de trabajo, impulsando nuevas oportunidades de comercio y cubriendo las necesidades de los consumidores.

La carne de pollo es un alimento muy valioso en nuestra dieta si se considera su relación costo - beneficio, ya que se trata de una carne económica, muy versátil y con grandes propiedades nutritivas.

El desarrollo de este proyecto brindará la oportunidad de aplicar todos los conocimientos, y desarrollar la creatividad y capacidad de buscar soluciones a problemas reales que afectan al sector micro empresarial.

Para la elaboración de este estudio existen bases bibliográficas y documentos que pueden sustentar esta investigación.

Así como la ayuda de expertos en el tema que pueden ayudar con su contingente y opinión.

La presente investigación es factible desarrollarla ya que en primer lugar existe la predisposición y voluntad de la autora del proyecto de trabajo y además se contará con la información y asesoría de los docentes.

## **OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **GENERAL**

Realizar el estudio de factibilidad para la creación de una planta procesadora de pollos ahumados en la Ciudad de Mira, Provincia del Carchi.

### **ESPECÍFICOS**

- Realizar el diagnóstico situacional de la comercialización de la carne de pollo y sus derivados.
- Elaborar un marco teórico que sustente el estudio mediante la investigación bibliográfica y documental.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta, la demanda existente en el mercado y los precios del producto, mediante la investigación de campo.
- Efectuar el estudio técnico para determinar el tamaño, la localización, procesos productivos, tecnología, maquinaria y equipo, obras civiles, inversiones y talento humano, requeridos para la operación del proyecto.
- Realizar el estudio financiero que permita determinar la factibilidad del proyecto, a través de criterios técnicos.
- Diseñar una propuesta organizacional de la microempresa para la operación de la misma.
- Determinar los principales impactos que generará la nueva unidad productiva



## CAPÍTULO I

### 1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

#### 1.1. ANTECEDENTES

Mira Balcón de los Andes este calificativo que lleva Mira, se lo ha ganado gracias a su situación geográfica. El Todopoderoso ha dotado a Mira de un extenso Mirador desde donde se puede observar gran parte de Imbabura y sobre todo de un amplio sector del valle del Chota. Por esta razón el historiador carchense Eduardo Martínez calificó como: “La importante terraza carchense”; y confirmando esto el periodista chileno Fernando Villarroel la llamó: “Balcón de los Andes”. Esta es la razón de este hermoso epíteto.

Además, de lo dicho anteriormente podemos asegurar que esta bella ubicación de Mira favorece que casi todos sus habitantes hayan tenido y tengan un mentalidad abierta para demostrar mucha amabilidad hacia las personas, hacia los turistas. Mira tiene ese temperamento único entre los pueblos del Carchi, su gente es muy abierta en el trato con los demás.

#### ILUSTACIÓN No. 1 MIRA



Fuente: [www.mira.com.ec](http://www.mira.com.ec)  
Elaborado por: La Autora

Mira es uno de los cantones de la provincia del Carchi, provincia que está ubicada en la región norte del Ecuador.

El origen de la relación de los pollos con el ser humano se remonta al Neolítico, concretamente en el marco del cambio de sociedades cazadoras-recolectoras a agricultoras-ganaderas. Algunos estudios revelan que los primeros pollos domesticados pueden provenir de la India, hace más de 4.000 años.

No obstante, los primeros datos sobre la domesticación de pollos proceden de lugares tan alejados entre sí como China, Egipto y Creta, durante el 1400 a.C.

El pollo es un ave gallinácea de cría, el pollo se lo cría en la actualidad en una forma masiva, convirtiéndose en un alimento común en todos los hogares del país, el cual se lo emplea para la preparación de diversidad de platos, se ha convertido en una de las fuentes cárnicas más económicas en el mercado.

Respecto al contenido vitamínico, se destaca la presencia de ácido fólico, Vitamina B3, Entre los minerales, el nivel de hierro, zinc, fósforo y potasio.

El fin del proyecto es procesar materia prima cárnica de pollo, ahumarla, y distribuirla en frigoríficos y supermercados; para tener una opción más de consumo en los hogares, restaurantes.

Contribuyendo al desarrollo socio – económico de la zona de Mira, al igual que al bien estar personal puesto que tendré mis propios ingresos, y convertir en generadora de fuentes de trabajo.

La avicultura en nuestro país es una de las actividades dinámicas del sector agropecuario, este comportamiento obedece a la creciente demanda de los productos avícolas como es la carne de pollo y sus derivados.

La producción avícola en nuestra Región ha generado fuentes de trabajo y consecuentemente ingresos económicos, por lo que se podrá disponer de materia prima constantemente, procesarlo y tener desarrollo empresarial ya que es un producto de consumo masivo que se ha convertido en la dieta diaria de las familias Ecuatorianas.

La carne de pollo, a diferencia de las carnes rojas, presenta su composición baja en grasas, lo que convierten al pollo en un alimento de fácil digestión que puede ser utilizado en afecciones gástricas, así como en personas con niveles altos de ácido úrico en la sangre.

## **1.2.OBJETIVOS DEL DIAGNOSTICO**

### **1.2.1. OBJETIVO GENERAL**

Realizar un diagnóstico situación de la comercialización de pollo ahumado en la ciudad de Mira, provincia del Carchi, para identificar aliado, oponente, oportunidades y riesgos que tendrá el proyecto en su gestión.

### **1.2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.**

- Identificar el consumo de pollo ahumado en la ciudad de Mira.
- Investigar la producción de pollos ahumados en el área de influencia del proyecto.
- Conocer el precio del pollo que se comercializa en el lugar investigado.
- Establecer el proceso de comercialización del pollo en la ciudad.

## **1.3. VARIABLES E INDICADORES**

### **1.3.1. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES**

- Variable Consumo
- Variable Producción
- Variable Precio
- Variable Comercialización

### **1.3.2. INDICADORES O SUBASPECTOS**

#### **Variable Consumo**

- Consumo del producto
- Lugar de compra
- Presentación del producto
- Adquisición del producto
- Cantidad de consumo
- Frecuencia de consumo

#### **Variable Producción**

- Producción local
- Aceptación del producto
- Frecuencia de compra
- Presentación

#### **Variable Precio**

- Precio del mercado
- Precio de compra
- Asignación del precio

## **Variable Comercialización**

- Empaque
- Proveedor
- Medios de comunicación

### **1.4. MATRIZ DE LA RELACIÓN DIAGNÓSTICA**

**CUADRO No.1 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA**

<b>Objetivos</b>	<b>Variable</b>	<b>Aspecto o Indicador</b>	<b>Fuente de información</b>	<b>Técnicas</b>	<b>Informante</b>
Identificar el consumo de pollo ahumado en la ciudad de Mira.	Consumo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumo del producto</li> <li>• Lugar de compra</li> <li>• Presentación del producto</li> <li>• Adquisición del producto</li> <li>• Cantidad de consumo</li> <li>• Frecuencia de consumo</li> </ul>	Primaria Secundaria	Encuesta Observación directa Bibliográfica	Familias de la ciudad de Mira Establecimientos comerciales INEC
Investigar la producción de pollos ahumados en el área de influencia del proyecto.	Producción	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Producción local</li> <li>• Aceptación del producto</li> <li>• Frecuencia de compra</li> <li>• Presentación</li> </ul>	Primaria Secundaria	Encuesta Observación directa Bibliográfica	Familias de la ciudad de Mira Establecimientos comerciales INEC
Conocer el precio del pollo que se comercializa en el lugar investigado.	Precio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precio del mercado</li> <li>• Precio de compra</li> <li>• Asignación del precio</li> </ul>	Primaria Secundaria	Encuesta Observación directa Bibliográfica	Familias de la ciudad de Mira Establecimientos comerciales INEC
Establecer el proceso de comercialización del pollo en la ciudad.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empaque</li> <li>• Proveedor</li> <li>• Medios de comunicación</li> </ul>	Primaria Secundaria	Encuesta Observación directa	Familias de la ciudad de Mira Establecimientos comerciales INEC

**Elaborado por: La Autora**

## 1.5. MECÁNICA OPERATIVA

Para desarrollar el diagnóstico situacional se procedió de la siguiente manera.

### 1.5.1. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

La población a investigar en el diagnóstico son los habitantes de la Ciudad de Mira representado por familias. Según el censo del 2010 efectuado por el INEC, en la ciudad de Mira existe 5994 habitantes.

Al total de la población se ha dividido para 4, como número del componente familiar, dato extraído del INEC 2010, para obtener el número de familias las cuales serán investigadas.

$$\begin{aligned} \text{Número de Familias} &= \frac{\text{Población}}{\text{componente familiar}} \\ \text{Número de Familias} &= \frac{5994}{4} \\ \text{Número de Familias} &= 1499 \end{aligned}$$

### Determinación de la muestra

Tomando en cuenta que la población representada por las familias es grande, se obtuvo una muestra, aplicando la siguiente fórmula.

$$n = \frac{Z^2 d^2 N}{(e)^2 (N - 1) + Z^2 d^2}$$

Donde la simbología representa:

n = Tamaño de la muestra

N = Población

e = Error máximo admisible

Z = Nivel de confianza

$\delta$  = Varianza

**Datos:**

$$N = 1499$$

$$d^2 = 0,25$$

$$Z = 95\% \quad 1,96 \quad n = \frac{(1,96)^2 (0,25)(1499)}{(0,05)^2 (1499 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

$$e = 5\%$$

$$n = 306$$

El resultado del cálculo proporcionó un tamaño de la muestra equivalente a 306 familias que deben ser encuestadas.

### 1.5.2. FUENTES DE INFORMACIÓN

Las fuentes de información de carácter primario fueron:

- **Encuesta:** esta técnica se la aplicó a las familias de la ciudad de Mira, para conocer el nivel de aceptación del producto propuesto.
- **Observación directa:** consistió en visitar los lugares involucrados en el estudio.

Para recabar información secundaria se utilizó: Libros, folletos, revistas, etc.



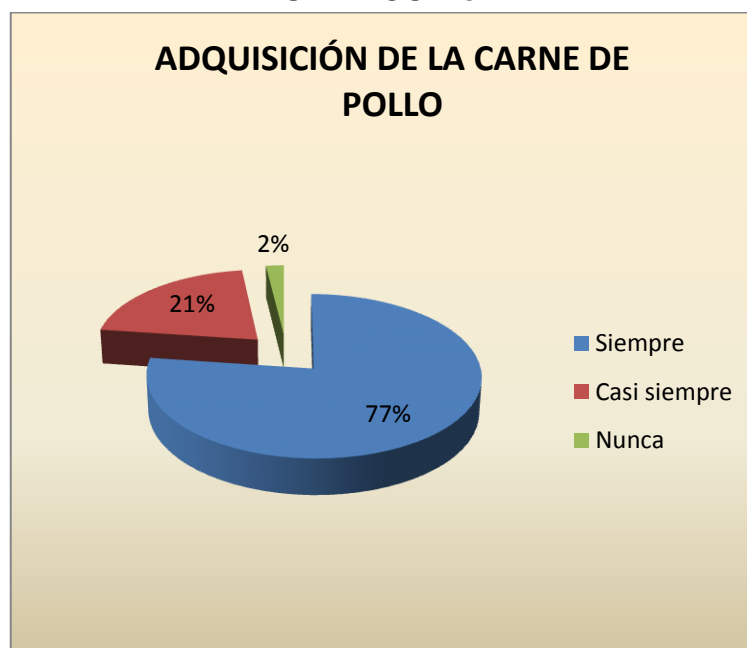
## 1.6. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A LAS FAMILIAS DE LA CIUDAD DE MIRA

### 1. ¿Adquiere usted carne de pollo para consumo familiar?

**CUADRO No.2  
ADQUISICIÓN DE LA CARNE DE POLLO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Siempre	236	77
Casi siempre	64	21
Nunca	6	2
<b>TOTAL</b>	<b>306</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.**



Fuente: Familias de la ciudad de Mira

Elaborado por: La autora

### **ANÁLISIS:**

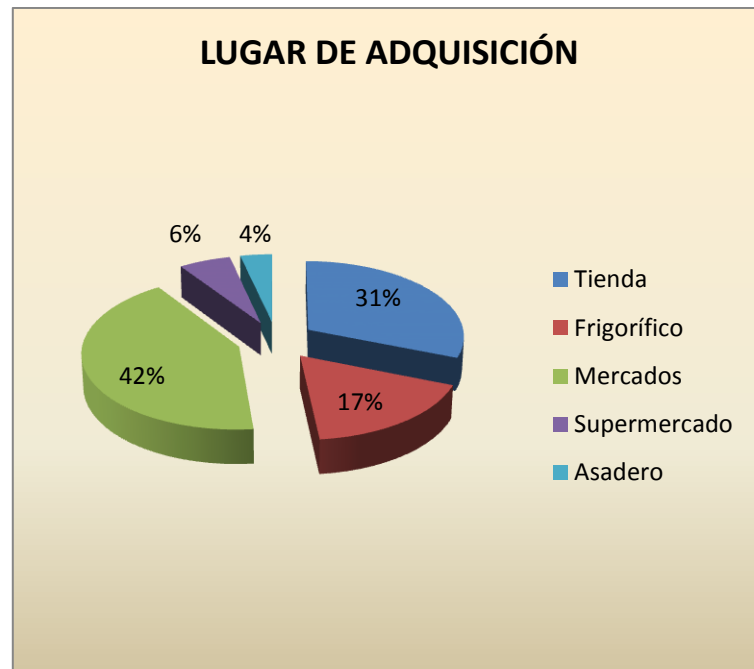
Se observa una gran aceptación del consumo de la carne de pollo por parte de las familias, porque consideran que es un producto que contiene un alto contenido nutricional por tal razón su forma de adquisición es siempre para la preparación de sus alimentos, son pocas las personas que no consumen constantemente este tipo de carne.

## 2. ¿Donde adquiere la carne de pollo?

**CUADRO No.3  
LUGAR DE ADQUISICIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Tienda	95	31
Frigorífico	53	17
Mercados	129	42
Supermercado	18	6
Asadero	11	4
<b>TOTAL</b>	<b>306</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.**



Fuente: Familias de la ciudad de Mira  
Elaborado por: La autora

### **ANÁLISIS:**

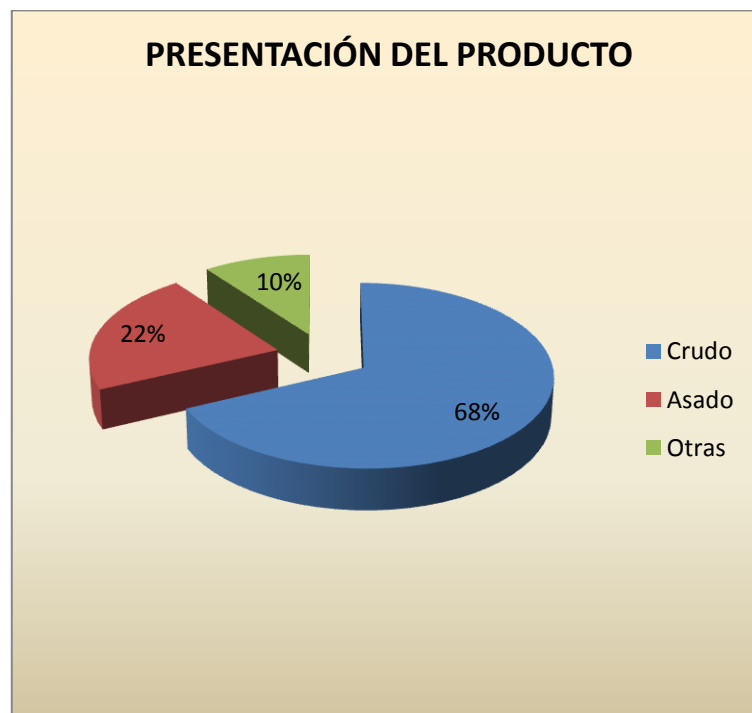
Los mercados son los principales centros donde las familias adquieren el producto debido a que, existe mayor variedad tanto en la carne como en su precio, seguido por las frigoríficos que tiene preferencia por la mejor preparación que le dan al producto, también lo realizan en las distintas tiendas del cantón

### 3. ¿Cuando compra pollo en qué presentación prefiere?

**CUADRO No.4  
PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Crudo	208	68
Asado	67	22
Otras	31	10
<b>TOTAL</b>	<b>306</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.**



Fuente: Familias de la ciudad de Mira  
Elaborado por: La autora

### **ANÁLISIS:**

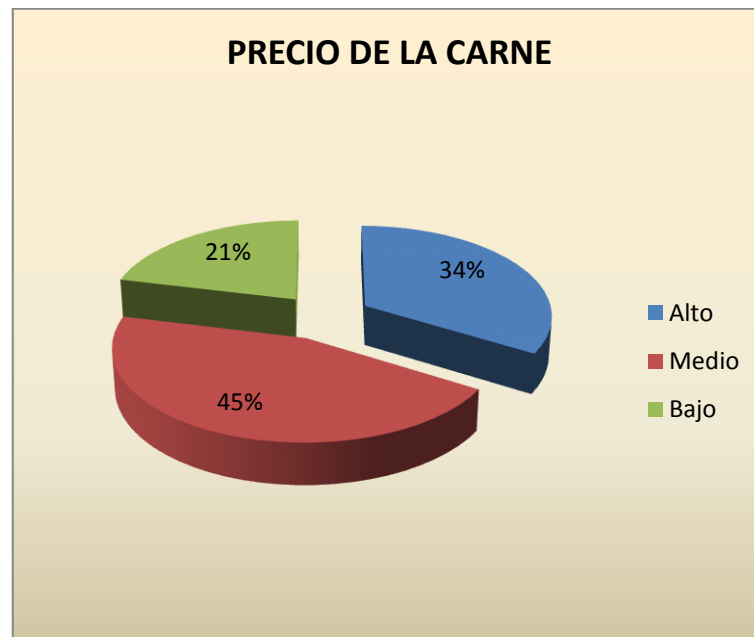
Para realizar la compra del pollo prefieren hacerlo en estado crudo para preparar a su gusto los distintos platillos que se puede realizar, también es adquirido de forma asada para degustarlo con sus familias en un momento adecuado ya que es un producto exquisito que tiene gran demanda en el mercado.

#### 4. ¿Como considera el precio de la carne de pollo?

**CUADRO No.5  
PRECIO DE LA CARNE**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Alto	103	34
Medio	138	45
Bajo	65	21
<b>TOTAL</b>	<b>306</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.**



**Fuente:** Familias de la ciudad de Mira  
**Elaborado por:** La autora

#### **ANÁLISIS:**

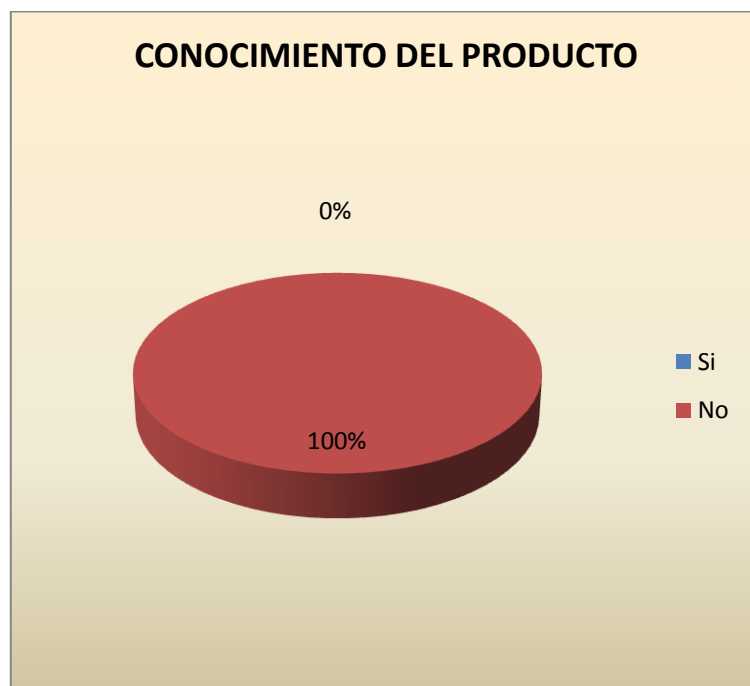
Actualmente el precio del pollo se encuentra en un costo medio donde es accesible para el consumo de todas las personas, como también manifiestan que el precio del producto es alto dependiendo la marca y la presentación que el cliente solicite, en ocasiones el precio tiende a bajar debido a la presencia de la sobre oferta del producto.

**5. ¿Conoce si en Mira se realiza producción y Comercialización de Pollo Ahumado?**

**CUADRO No.6  
CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	0	0
No	306	100
<b>TOTAL</b>	<b>306</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.**



**Fuente:** Familias de la ciudad de Mira  
**Elaborado por:** La autora

**ANÁLISIS:**

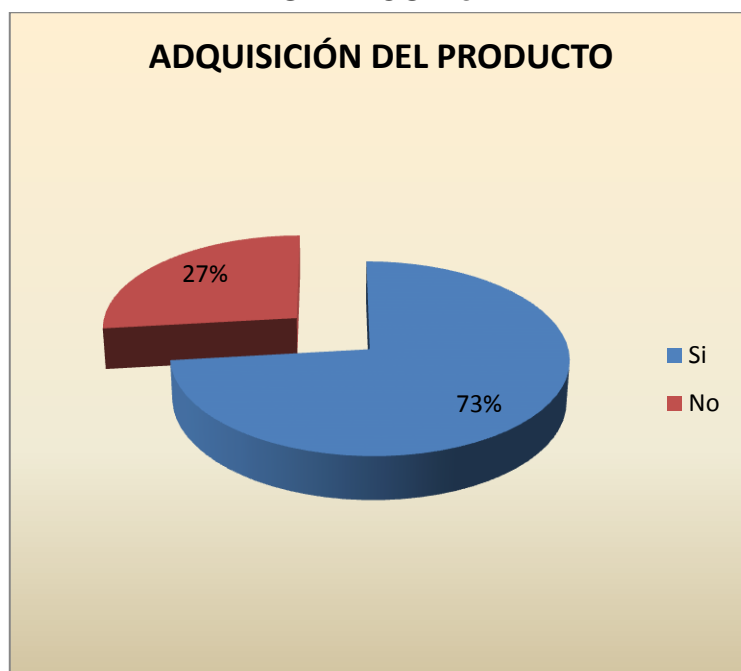
De acuerdo a la respuesta de las amas de casa se identificó que en el cantón Mira no existe la producción y comercialización de pollo humano, donde como conclusión se obtiene que les gustaría que se realice la oferta del producto para degustar de sus beneficios.

6. ¿Estaría de acuerdo en adquirir para el consumo familiar pollo ahumado?

**CUADRO No.7  
ADQUISICIÓN DEL PRODUCTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	224	73
No	82	27
<b>TOTAL</b>	<b>306</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.**



Fuente: Familias de la ciudad de Mira

Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

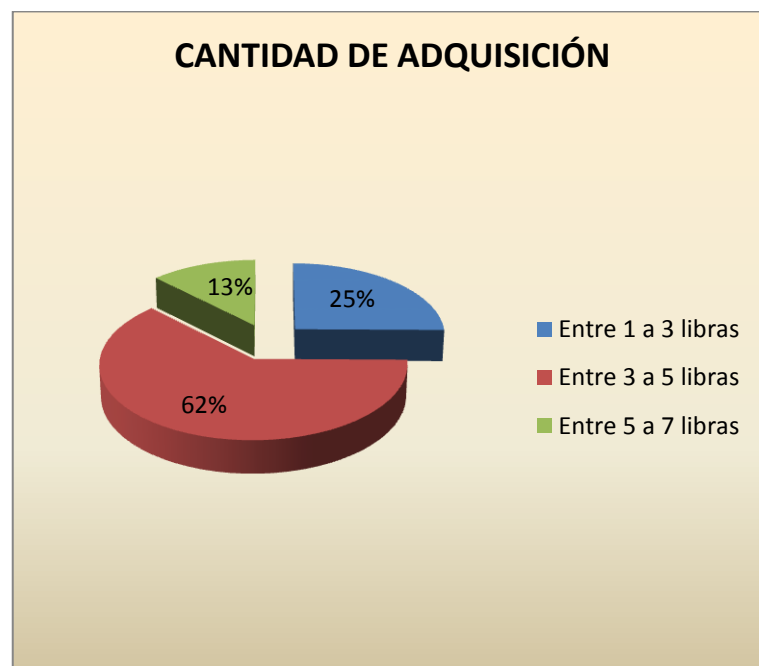
Existe una gran predisposición por parte de las amas de casa para adquirir el producto, porque consideran que les gustaría preparar algo diferente en la alimentación que ellas realizan para su familia, también se observa que un menor porcentaje no están de acuerdo en la adquisición de la carne de pollo ahumando porque piensan que el costo debe ser muy elevado debido a su procesamiento.

**7. ¿Que cantidad adquiriría de carne de pollo ahumado semanalmente?**

**CUADRO No.8  
CANTIDAD DE ADQUISICIÓN**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Entre 1 a 3 libras	77	25
Entre 3 a 5 libras	191	62
Entre 5 a 7 libras	38	12
<b>TOTAL</b>	<b>306</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.**



**Fuente:** Familias de la ciudad de Mira

**Elaborado por:** La autora

**ANÁLISIS:**

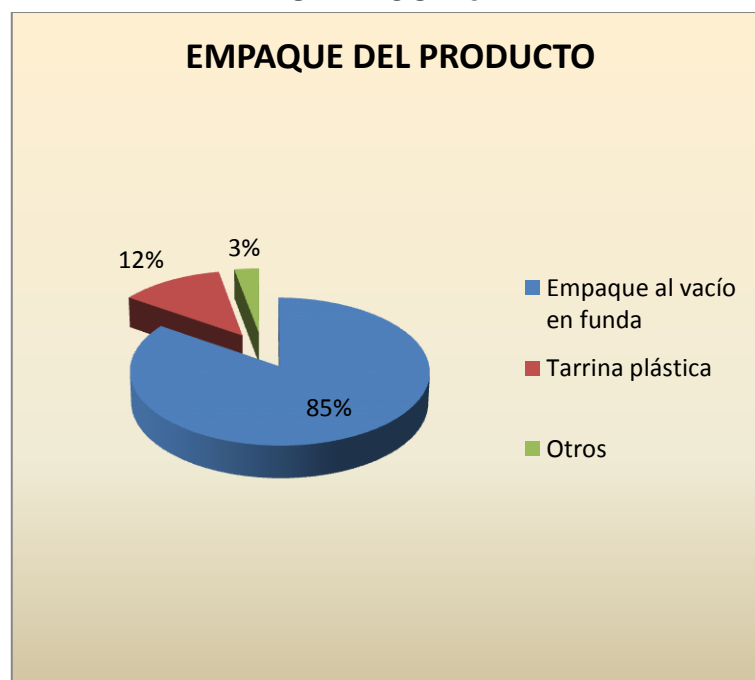
La cantidad que están dispuestas adquirir es de 3 a 5 libras por semana consideran que, es una cantidad adecuada que cumple con lo recomendado para una alimentación sana, como también existe el consumo de una menor cantidad de 1 a 3 libras esto depende de la costumbre de las personas que tengan en consumir la carne

## 8. ¿Que empaque debería tener el producto?

**CUADRO No.9  
EMPAQUE DEL PRODUCTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Empaque al vacío en funda	259	85
Tarrina plástica	38	12
Otros	9	3
<b>TOTAL</b>	<b>306</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.**



Fuente: Familias de la ciudad de Mira  
Elaborado por: La autora

### **ANÁLISIS:**

El empaque que consideran adecuado para el producto es al vacío en fundas porque contiene mayor seguridad y facilidad para que el consumidor pueda sacarlo, seguido por las tarrinas plásticas que es un empaque también empleado en su comercialización aunque existen otras preferencia por los consumidores

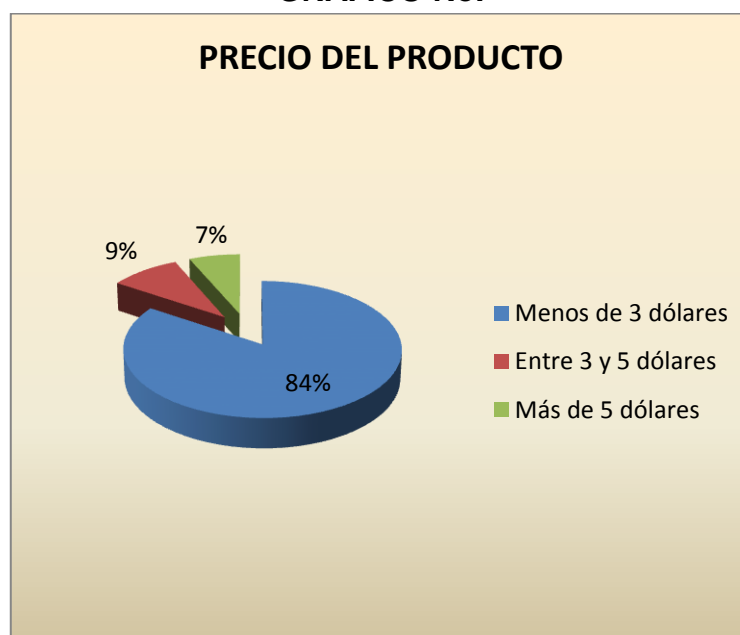


**9. ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por una libra de carne de pollo ahumado?**

**CUADRO No.10  
PRECIO DEL PRODUCTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos de 3 dólares	258	84
Entre 3 y 5 dólares	28	9
Más de 5 dólares	20	7
<b>TOTAL</b>	<b>306</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.**



**Fuente:** Familias de la ciudad de Mira

**Elaborado por:** La autora

**ANÁLISIS:**

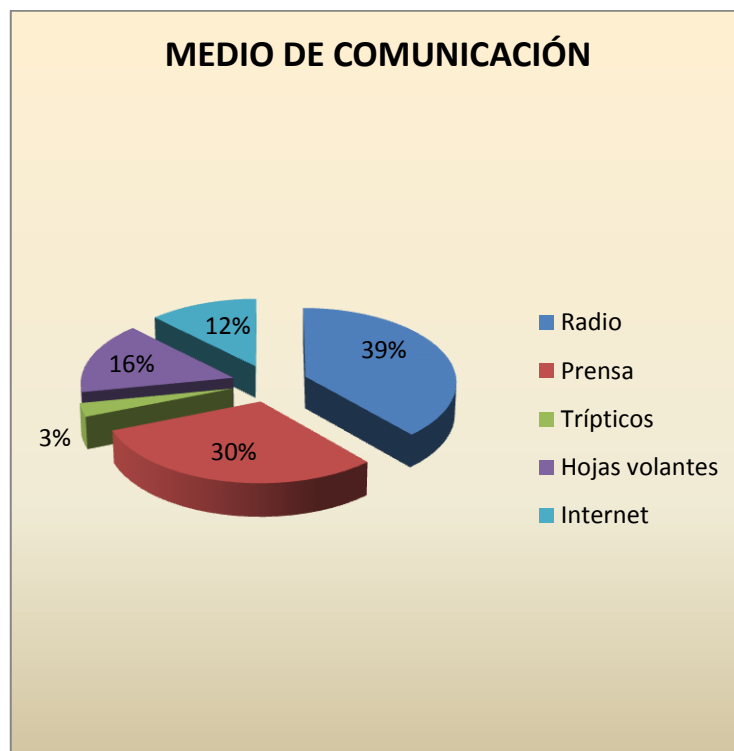
La cantidad más adecuada que están dispuestas a pagar es de menos 3 dólares por cada libra de carne de pollo ahumado, consideran que es un valor apropiado dependiendo la economía de cada una de ellas y al presupuesto que establecen para su alimentación, seguido por los valores de 3 a 5 dólares y más de 5 esto depende de la presentación del producto.

10. ¿Qué medio de comunicación es de su preferencia?

**CUADRO No.11  
MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Radio	118	39
Prensa	93	30
Trípticos	9	3
Hojas volantes	48	16
Internet	38	12
<b>TOTAL</b>	<b>306</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.**



Fuente: Familias de la ciudad de Mira  
Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

Existe mayor preferencia en el medio de comunicación radial, porque es una estrategia publicitaria que mejor sintonizan en los hogares, como también prefieren la prensa que se encarga de informar sobre los nuevos productos anunciando sus beneficios, otra de los medios son las hojas volantes que se acostumbra entregar al consumidor.

## **OBSERVACIÓN DIRECTA**

Se la efectuó esta observación a: Tiendas, Frigoríficos, Mercados, Supermercados y Asaderos.

**Aspecto Observado:** De acuerdo a la observación realizada a los distintos locales comerciales del cantón Mira se pudo identificar que en ninguno oferta la carne de pollo ahumando solamente venden la carne como comúnmente lo realizan la mayoría.

**Tipo de producto:** El producto que cada local vende en su mayoría es la carne de pollo que comúnmente se consigue en cualquier local comercial.

**Presentación:** Para la presentación de la carne de pollo todos los locales lo realizan por libras dependiendo la necesidad del consumidor como también lo vende entero en ciertas ocasiones lo mantienen refrigerado hasta ser comercializado.

**Proveedor:** Cuentan con varios proveedores del producto tales como: Mr pollo, pronaca, indaves, supermaxi, mac pollo, pollo supremo, sus proveedores visitan los fines de semana para proporcionar la carne, también vende el pollo al día que es entregado por proveedores que no tiene nombre conocido.

**Empaques:** Para la venta de la carne de pollo la realizan en empaques al vacío en funda que contiene la cantidad que el cliente necesita o es pesada en el momento dependiendo la necesidad.

**Precio:** Los precios de la carne son variables depende de la marca del proveedor para establecerlos, pero el precio mas tomado en cuenta en el mercado esta entre 1,30 hasta 1,50 por libra.

## **1.7. DETERMINACIÓN DE ALIADOS, Oponentes, Oportunidades y Riesgos.**

### **1.7.1. ALIADOS**

- La población del Cantón Mira consume la carne de pollo por su alto contenido nutricional.
- El actual crecimiento poblacional genera más consumo del producto generando estabilidad de la microempresa en el mercado.
- El cantón posee factores que favorecen la creación de la microempresa.
- No existe competencia alguna para el nuevo producto porque solo lo realizan de manera tradicional.
- Existe criadero de pollos en Ambuquí, sector aledaño al Cantón Mira.
- La existencia de micromercados, restaurantes y tiendas, dispuestas a consumir carne de pollo ahumado.

### **1.7.2. Oponentes**

- El desequilibrio entre la oferta y la demanda afecta los precios del producto para el mercado.
- El auge de la pobreza en el Cantón investigado no permite el consumo de un nuevo producto por presentar un costo superior al que normalmente lo compran.
- La mala presentación del producto genera desacuerdo en el consumo de la carne de pollo

- Normas de calidad en la elaboración del producto

### **1.7.3. OPORTUNIDADES**

- Convenios con supermercados, micromercados, restaurantes, frigoríficos, tiendas donde se pueda entregar el producto y estabilizar su producción.
- Mejoramiento en el aspecto socio-económico del canto Mira a través del crecimiento microempresarial.
- Se cuenta con instituciones financieras que otorguen capital para iniciar con las actividades.
- Existencia de medios de comunicación alternativos como la radio la prensa para promocionar el producto.

### **1.7.4. RIESGOS**

- El índice inflacionario es volátil lo que genera incertidumbre para el desarrollo económico.
- Créditos con altas tasas de interés y engorrosos trámites.
- Efectos negativos que ocasione la elaboración del producto provocando problemas legales contra la microempresa.
- La mala aplicación de las estrategias de venta en cuanto a la publicidad.

## **1.8. IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN**

Después de realizar el análisis de las variables diagnósticas y la determinación de los respectivos aliados, oponentes, oportunidades y riesgos se llega a la siguiente conclusión: Se determinó la preferencia de

las personas por el consumo de la carne de pollo ahumado, esto genera una ventaja para la nueva planta procesadora de pollos ahumados, en la ciudad de Mira provincia del Carchi.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

Este capítulo contiene el sustento bibliográfico de la investigación propuesta, términos y aspectos que ayudan a realizar correctamente el estudio.

#### 2.1. AVICULTURA

**MENDIZÁBAL AIZPURU José Antonio (2007) afirma: “La avicultura es una actividad pecuaria cuyos principales productos finales son el huevo y la carne para el abasto; actualmente esta actividad consiste en el aprovechamiento de razas genéticamente depuradas y especializadas de aves.” (Pág. 65).**

La Avicultura conocida en nuestro medio como la cría de las aves, se le considera un arte por los que la han logrado practicar la cría de aves domesticadas como gallinas, patos, canarios, avestruces, etc. Por domesticadas nos referimos a razas o variedades creadas por la interferencia de los seres humanos y que no ocurren en la naturaleza. Esto no tiene ninguna relación con la fidelidad de estos animales hacia nosotros o si están entrenados a hacer trucos malabáricos cuando se les ordena.

Por lo general esta rama de la avicultura satisface un mercado establecido, como la venta de huevos y carne. O una afición organizada, como las competencias de canarios, tanto en canto como en porte.

En la actualidad, la economía mundial ha entrado en un proceso de profundas transformaciones, las cuales se reflejan principalmente en dos fenómenos contradictorios y a la vez complementarios; es decir por un lado, las economías nacionales cada vez se encuentran más entrelazadas

unas a otras, a este nivel de desarrollo de las relaciones económicas internacionales se le ha denominado globalización, término que implica, además, la internacionalización de los procesos productivos y de los flujos financieros.

## **2.2. GASTRONOMIA**

**ÁLVAREZ, Marcelo (2008) manifiesta: “Digamos que en el lenguaje común suele usarse ‘gastronomía’ para todo un conjunto de procedimientos de preparación, condimentación, presentación de platos y, en general, recursos culinarios sofisticados cuyo desarrollo es protagonizado por una élite social. Se trata de una noción que contrasta con una definición antropológica amplia que considera sinónimos a ‘cocina’ y ‘gastronomía’.” (Pág. 144).**

Es decir la gastronomía es el estudio de la relación del hombre, entre su alimentación y su medio ambiente (entorno).

A menudo se piensa erróneamente que el término gastronomía únicamente tiene relación con el arte culinario y la cubertería en torno a una mesa. Sin embargo ésta es una pequeña parte del campo de estudio de dicha disciplina: no siempre se puede afirmar que un cocinero es un gastrónomo. La gastronomía estudia varios componentes culturales tomando como eje central la comida.

### **2.2.1. Origen del pollo**

La historia sitúa el origen del pollo como animal doméstico en el Valle del Indo, donde comenzó a domesticarse hace 4.500 años. Posteriormente, y gracias a los intercambios comerciales, se extendió a Persia, y más tarde pasó a Europa, gracias a los germanos y al imperio romano. En aquella época, la carne de pollo era considerada un alimento exótico. En la Edad Media, se atribuía al pollo origen acuático, y de esta manera, su consumo era permitido en época de cuarentena. Durante este tiempo, su presencia protagonizaba las mesas señoriales.



De hecho, durante el siglo X, la carne blanca como el pollo era considerada en Europa carne de señores, y en algunos lugares, era un tributo que la población debía rendir a los señores feudales.

Ya a partir del siglo XV, el intercambio cultural que se produjo entre los dos mundos debido a la colonización española en América, permitió que el pollo y las gallinas fueran llevados al nuevo continente, y que a partir de ese momento pasasen a formar parte de sus costumbres gastronómicas y de vida.

En la actualidad el pollo es la carne fresca más demandada y dada la versatilidad de su carne, permite la realización de múltiples recetas y presentaciones.

### **2.2.2. Propiedades nutritivas**

Las carnes de aves domésticas, tales como pollo, pavo o pato de granja, suelen ser buenas fuentes de proteínas, minerales y vitaminas del complejo B.

Dentro de las carnes de aves, la de pollo adquiere particular importancia comercial debido a su mayor consumo; no obstante, estos animales suelen proceder de la cría acelerada en granjas para reducir costos, donde reciben una alimentación basadas en piensos compuestos. Sin embargo, la piel de estos animales suele ser rica en grasa, aunque con un buen porcentaje de ácidos grasos insaturados. Esta circunstancia implica una merma de la calidad culinaria respecto de la ofrecida desde siempre por el denominado pollo rural o de campo, que ha sido criado en espacios libres y alimentados con granos de cereal.

Las propiedades nutritivas del pollo específicamente son muy ricas en vitaminas, minerales y proteínas y además su piel contiene grasa, con un buen porcentaje de ácidos grasos insaturados que nos permiten tener

mayor energía. También cabe recalcar que los productos derivados de este animal como los huevos también contienen propiedades nutritivas.

### **2.2.3. Producción avícola (pollo)**

El primer cuidado que debe tener el avicultor es asegurarse de que el pollito por criar es una línea genéticamente desarrollada para la producción de carne. Hay muchas líneas de pollos de este tipo ya reconocidas por su calidad, y deberá escogerse aquella que preste las mejores garantías. Presentar un aspecto vivaz, ojos brillantes, pulmón seco y suave al tacto, patas fuertes, gruesas y de aspecto lustroso.

### **2.2.4. Procedimiento del pollo ahumado**

Ahumar es uno de los tantos métodos de cocción existentes, y pertenece a la clasificación de métodos de cocción a seco.

Es una de las técnicas para la conservación de los alimentos más antigua que existe y fue descubierta por el hombre en su proceso evolutivo, cuando se vuelve sedentario y aprende a dominar el fuego. Con el fuego en su dominio, aprendió que los alimentos expuestos al humo no solo duraban más tiempo sin descomponerse, sino que además mejoraban su sabor. Ahumar es cocer alimentos lentamente en forma indirecta sobre el fuego.

- **Maneras de ahumar el pollo:** Se puede realizar ya sea entero o por partes. Además este proceso se puede realizar mediante un "ahumador", que es un aparato para cocinar al aire libre diseñado especialmente para ahumar. También se puede ahumar en una parrilla cubierta colocando una cacerola con agua debajo de la parrilla que contiene las carnes.
- **Materiales para el procesamiento:** Es necesario utilizar materiales como los siguientes: el pollo fresco, sal comestible,

condimentos, agua potable, cubeta, tabla de cortar, cuchillo, cepillo para limpiar y malla frutera.

### **2.2.5. Control sanitario**

Los pollos listos para cocinar para consumo humano deben proceder de aves sanas beneficiadas bajo inspección sanitaria y cumplir con los requisitos de control sanitario ante y post mortem para aves de beneficio, exigidos por la autoridad competente, o en su defecto, las normas del Codees Alimentarius de la FAO/OMS; los cortes y los menudos deben proceder de pollos listos para cocinar, beneficiados bajo las condiciones anteriores.

En el proceso de fabricación se deben tomar en cuenta las siguientes recomendaciones:

- **Uso de buenas prácticas de proceso:** para obtener un pollo listo para cocinar, con cortes y menudos, deben tenerse en cuenta estrictas condiciones higiénicas sanitarias utilizando las buenas prácticas de manufactura de productos alimenticios en establecimientos autorizados por la autoridad competente.
- **Personal de proceso:** el personal del establecimiento debe estar libre de cualquier enfermedad contagiosa o infecciosa y utilizar ropa protectora adecuada, incluyendo gorro y calzado, la cual debe estar limpia y en un buen estado; todo el equipo en contacto con la materia prima o con el producto durante el proceso de fabricación debe mantenerse limpio.
- **Agua y hielo de proceso:** el agua y el hielo que se utilicen en las operaciones de fabricación deben cumplir con las normas establecidas en el país.

- **Métodos de insensibilización:** la insensibilización se realizará por medio de electricidad o por cualquier otro método que no mate ni dañe al ave.
- **Método de desangre:** el desangrado será eficiente e inmediato al degüello. La sangre se evacuará por métodos higiénicos aprobados por la autoridad competente.
- **Método de desplume:** el desplume se realizará de forma tal que no ocasione daños al ave sacrificada se evitará la dispersión de las plumas, las cuales se recogerán y retirarán por sistemas continuos; de no contarse con estos sistemas, las plumas se dispondrán en recipientes impermeables de fácil limpieza que se mantendrán cubiertos y se retirarán al menos cada tres horas del área de producción y cada seis horas de la planta.
- **Prevención de contaminación:** en establecimientos que dispongan de tanques para el preenfriamiento y el enfriamiento, estos equipos no constituirán fuente de contaminación para el producto y garantizarán una temperatura adecuada. El agua y el hielo se removerán periódicamente.
- **Proceso de terminación del producto:** el eviscerado y el terminado garantizarán la correcta limpieza del ave; el método utilizado estará aprobado por la autoridad competente.
- **El rechazo:** el producto que sea declarado no apto para el consumo humano, será retirado del área de producción por sistemas que eviten la contaminación, utilizando para ello recipientes impermeables exclusivos para tal fin.
- **Manejo de despojos:** los despojos no se pondrán en contacto con el producto terminado; si por accidente esto sucediera, el producto

será rechazado y declarado no apto para el consumo humano para evitar el riesgo de contaminación. También, para evitar la contaminación cruzada, se mantendrá los productos separados de los posibles subproductos y desechos.

- **Delimitación de áreas del proceso:** cada operación del proceso se realizará en un área determinada y sólo en ésta para evitar el riesgo de contaminación. También, para evitar la contaminación cruzada, se mantendrán los productos separados de los posibles subproductos y desechos.
- **Área de mantenimiento sanitario:** se tendrá un área de limpieza y desinfección de utensilios, que contará con suficiente agua.
- **Almacenaje del producto final:** el área de expedición del producto se mantendrá libre de focos de contaminación. No se distribuirá pollo listo para cocinar, los cortes y los menudos que no hayan sido refrigerados o congelados, o que no posean el correspondiente certificado de inspección sanitaria.
- **Residuos de productos químicos y biológicos:** el pollo listo para cocinar, las cortes y los menudos no deberán tener residuos de sustancias colorantes naturales y artificiales, de sustancias utilizadas para eliminar color y de peróxido de hidrógeno.
- **Residuos de plaguicidas:** los límites máximos para residuos de plaguicidas serán los establecidos por la autoridad competente o en su defecto los establecidos por el Codees Alimentarius de la FAO/OMS.
- **Criterios microbiológicos:** los pollos listos para cocinar, sus cortes y menudos no deben contener microorganismos ni sustancias producidas por microorganismos que puedan representar un riesgo para la salud.”

## **2.3. EMPRESAS**

**CHILQUINGA, Manuel (2007) afirma: “Es una unidad económica que mediante la combinación de los factores de producción, ofrece bienes y/o servicios de excelente calidad a precios razonables para los consumidores, con el propósito de obtener un beneficio económico y/o social.” (Pág. 1).**

**Para PÁEZ Roberto N. (2008). Manifiesta: “Empresa en una entidad formada por capital y que se dedica a la actividad de producción, comercialización y prestación de servicios y bienes a la colectividad”. Pág. 3**

La empresa es la unidad económico-social, con fines de lucro, en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para realizar una producción socialmente útil, de acuerdo con las exigencias del bien común.

Los elementos necesarios para formar una empresa son: capital, trabajo y recursos materiales.

En general, se entiende por empresa al organismo social integrado por elementos humanos, técnicos y materiales cuyo objetivo natural y principal es la obtención de utilidades, o bien, la prestación de servicios a la comunidad, coordinados por un administrador que toma decisiones en forma oportuna para la consecución de los objetivos para los que fueron creadas.

Para cumplir con este objetivo la empresa combina naturaleza y capital.

### **2.3.1. Objetivos de la empresa**

- Atraer clientes con productos de buena calidad y a precios razonables
- Obtener niveles de calidad en la entrega de productos

- Satisfacer las necesidades del cliente con productos de acuerdo al requerimiento
- Conservar y aumentar el nivel de cuentas, con alternativas de pago para el cliente
- Mantener la seriedad en la distribución de productos
- Disminuir las pérdidas en productos predecibles
- Cumplir con las obligaciones laborales y pagos de ley

### 2.3.2. Características de las empresas

Cada empresa es un mundo diferente, pero todas tienen las mismas características dependiendo de su estructura, así tenemos:

- **Pequeña Empresa:** El administrador dedica solo parte de su tiempo en cuestiones administrativas, pues lo absorbe una gran cantidad de problemas técnicos de producción, finanzas, ventas, personal, etc.  
No se requiere grandes previsiones o planeaciones. Son más frecuentes para solucionar problemas, procedimientos de carácter informal, ya que la escasa complejidad de dichos problemas suple con ventaja la pobre tecnificación de los procedimientos y trámites administrativos.
- **Mediana Empresa:** Suele ser una empresa de ritmo en crecimiento, ya que presenta problemas de la pequeña y grande empresa y más bien carece de los beneficios que son sus características principales. Como consecuencia de su crecimiento se ven en la necesidad de ir realizando una mayor descentralización y consiguientemente delegar. La alta gerencia comienza a sentir la necesidad de obtener conocimientos técnicos-

administrativos.

- **Grande Empresa:** El administrador o los administradores, no solo se dedican la mayor parte de su tiempo a las funciones típicamente administrativas sino que requieren de un staff más o menos grande de personas que lo ayuden a administrar.

Se requiere un grupo muy grande de especialistas porque es imposible que los altos ejecutivos conozcan con profundidad toda la inmensa cantidad de técnicas e instrumentos concretos, detallados y cambiantes que cada día surgen sobre la producción, finanzas, ventas, etc.

### 2.3.3. Recursos de la empresa

La empresa para el desarrollo de sus actividades necesita de una serie de elementos diferentes para su total y buen funcionamiento como son los recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos.

- **Humano:** Los recursos humanos son conjuntos de habilidades y experiencias, conocimientos y competencias de personal que integra la empresa, es decir es el elemento principal y fundamental sin el recurso humano ninguna entidad no podría existir, ya que está conformado por los individuos que son los colaboradores internos que laboran y forjan el desarrollo de la empresa.
- **Materiales:** Son los bienes tangibles e insumos propiedad de la organización, con el que la empresa cuenta es decir la infraestructura, útiles de oficina, equipos de computación, maquinarias y similares que permiten la realización de actividades.
- **Tecnológicos:** Es la aplicación del conocimiento científico al desarrollo de actividades prácticas y sistemáticas tales como: la maquinaria, equipos, procesos, comprende también los sistemas



operativos como formulas o patentes, contables o de información, que sirven para optimizar el trabajo en base a la tecnología.

- **Financieros:** Son los elementos monetarios de que dispone la empresa para ejecutar sus decisiones, esto proviene de las aportaciones de los socios, las utilidades y las ventas, así como los préstamos, créditos y emisión de valores

## 2.4. LA MICROEMPRESA

**SÁNCHEZ GÓMEZ, (2012). Pág. 25 Afirma: “La microempresa es una organización económica donde se combinan los factores productivos para generar los bienes y servicios que una sociedad necesita para poder satisfacer sus necesidades, por lo que se convierte en el eje de la producción”. Pág.38**

Las microempresas son una de agrupaciones que con frecuencia encontramos en nuestro medio porque son pequeñas empresas emprendedoras que prestan servicios tanto comerciales, industriales y muchos más según el campo en el que se desarrollen, ya que son independientes establecida con una estructura muy natural.

**Una microempresa tiene una incidencia bastante acotada en el mercado en el cual se desempeña, no vende grandes volúmenes, ni necesita de una gran cantidad de capital para funcionar, pero en cambio sí predominará en ella la mano de obra.**

Es decir, una microempresa es una organización: con propietarios y administración independientes, que no domina el sector de la actividad en que no opera, con una estructura organizacional muy sencilla, que no ocupa más de 15 empleados.

### 2.4.1. Clasificación de la microempresa

Clasificación de la microempresa en Imbabura por actividades:

- **Alimenticio- Agroindustrial:** Este sector esta constituido por restaurantes, cafeterías, fondas, actividades que se dedican a la elaboración y preparación de desayunos, almuerzos, meriendas y platos típicos en general.
- **Artesanales:** Comprende las actividades permanentes de diversos grupos de artesanos que individualmente orientan su trabajo hacia la producción de artesanías manuales, tradicionales y folklóricas de cada sector de la provincia.
- **Producción y Comercialización de Cuero y de Calzado:** De este sector podemos decir que se conforma con los microempresarios del Cantón Cotacachi que en su mayoría elaboran y comercializan artículos de cuero como: maletas, zapatos, portafolios, chompas, carteras, bolsos.

Cabe señalar que en la actividad microempresarial de la artesanía del cuero existen inversiones altas en maquinaria, materias primas y productos terminados, por lo que su sistema de organización debería modernizarse.

- **Metalmecánica:** Este importante sector de la microempresa en la provincia de Imbabura está constituido por los talleres donde se transforma el hierro en producto terminados como: puertas, ventanas, pasamanos, escritorio, papeleras, sillas, etc.
- **Textiles y Confesiones:** Estas actividades predominan en los cantones de Otavalo y Atuntaqui, caracterizadas por la elaboración de ropa en productos de tela y lana para toda clase de personas tanto en el mercado nacional como internacional.

- **Gráficas e Impresiones:** Este sector está constituido por la actividad de realizar imprentas, tipografías, diseños y estampados, copadoras e inclusive actualmente centros de computación que brindan servicios a la colectividad en general e instituciones.
- **De la Construcción:** A este sector se le considera desde el punto de vista de producción y la comercialización de materiales necesarios para la construcción como por ejemplo la fabricación de ladrillos, bloques, adoquines, tubos de asbesto que son necesarios en la construcción.
- **Maderero Forestal:** Comprende las actividades que realizan los expendedores de manera para la fabricación de artículos artesanales, muebles y otros productos complementarios de la construcción.
- **Servicios técnicos y Profesionales:** se considera en este sector, a aquellas actividades que independientemente diferentes tipos de profesionales, especialmente en la especialmente en la prestación de servicios.

#### 2.4.2. Recursos de la microempresa

- **MATERIALES:** Los recursos materiales son los medios físicos y concretos que ayudan a conseguir algún objetivo. Son aquellos bienes tangibles que permiten ofrecer los productos o servicios en cuestión, entre ellos se encuentran las materias primas. Las instalaciones, la maquinaria y el terreno.
- **HUMANOS:** Los gerentes utilizan muchas palabras para describir la importancia que las personas tienen en sus organizaciones. La expresión “recursos humanos” implica que las personas poseen

capacidades que impulsan el desempeño organizacional y establecen la diferencia en el funcionamiento de una organización. Las organizaciones exitosas son particularmente aptas para reunir a distintos tipos de personas para que alcancen un objetivo común, lo cual es la esencia de la administración de los recursos humanos.

- **TECNOLÓGICOS:** Una barrera de entrada que se presenta a los microempresarios, al querer desarrollar un proceso productivo, es el costo y la consecución de la maquinaria con la cual desean empezar su negocio, este es un factor determinante al incursionar en el mercado y empezar a competir, a veces, con grupos económicos muy fuertes y de gran aceptación en el mercado. Entendemos la gestión tecnológica como el manejo de recursos tecnológicos y tecnologías, en un proceso dinámico y evolutivo, con miras a alcanzarlos objetivos de la organización.

## 2.5. LA ADMINISTRACIÓN

**GORDÓN, Welsoh Hilton (2008) menciona: “La administración de una empresa requiere el constante ejercicio de ciertas responsabilidades directivas. A tales responsabilidades a menudo se les denomina colectivamente como las funciones del proceso administrativo. Las cinco funciones de la administración constituyen el proceso administrativo, pues son ejercidas en forma coincidente y continua al administrarse una empresa. El proceso administrativo se vale de enlaces y de la retroalimentación”. (Pág. 4).**

El fenómeno administrativo se da donde quiera que existe un organismo social, es el proceso global de toma de decisiones orientado a conseguir los objetivos organizativos de forma eficaz y eficiente, mediante la planificación, organización, integración de personal, dirección y control.

La toma de decisiones es la principal fuente de una empresa para llevar a cabo unas buenas inversiones y excelentes resultados. Porque en él tiene siempre que existir coordinación sistemática de medios. La administración

seda por lo mismo en el estado, en el ejército, en la empresa, en las instituciones educativas, en una sociedad religiosa, etc.

### **2.5.1. Proceso administrativo**

**GORDÓN, Welsoh Hilton (2008) menciona: “La administración de una empresa requiere el constante ejercicio de ciertas responsabilidades directivas. A tales responsabilidades a menudo se les denomina colectivamente como las funciones del proceso administrativo. Las cinco funciones de la administración constituyen el proceso administrativo, pues son ejercidas en forma coincidente y continua al administrarse una empresa. El proceso administrativo se vale de enlaces y de la retroalimentación”. (Pág. 4).**

La administración de una empresa requiere el constante ejercicio de ciertas responsabilidades directivas. A tales responsabilidades a menudo se les denomina colectivamente como las funciones del proceso administrativo. Las cinco funciones de la administración constituyen el proceso administrativo, pues son ejercidas en forma coincidente y continua al administrarse una empresa. El proceso administrativo se vale de enlaces y de la retroalimentación.

La administración es una actividad compuesta de ciertas sub-actividades que constituyen el proceso administrativo único. Este proceso administrativo formado por 4 funciones fundamentales, planeación, organización, ejecución y control. Constituyen el proceso de la administración.

- **LA PLANEACIÓN:** Para determinar los objetivos en los cursos de acción que van a seguirse.
- **LA ORGANIZACIÓN:** Para distribuir el trabajo entre los miembros del grupo y para establecer y reconocer las relaciones necesarias.
- **LA EJECUCIÓN:** Por los miembros del grupo para que lleven a cabo las tareas prescritas con voluntad y entusiasmo.

- **EL CONTROL:** De las actividades para que se conformen con los planes.

### 2.5.2. Misión

Según WHEELEN, Thomas L. HUNDER, David J. (2007). dice: “La misión de una organización es el propósito o razón de ella, declara lo que la empresa proporciona a la sociedad, el propósito exclusivo y fundamental que distingue a una empresa de otras de su tipo e identifica el alcance de sus operaciones con respecto a los productos que ofrece y los mercados que sirve”. Pág. 12

FERNÁNDEZ V. Ricardo. (2007). Expresa: “la misión de una empresa se refiere a la forma en la que está constituida, a su esencia y a su relación con el contexto social”. Pág. 19.

La misión esta enfoca en los esfuerzos que realiza la empresa para conseguir los objetivos propuestos e indica de manera concreta donde radica el éxito.

### 2.5.3. Visión

Para D´ ALESSIO, Ipinza Fernando (2008). Afirma: “La visión de una organización es la definición deseada de su futuro responde a la pregunta ¿Qué queremos llegar a ser?, implica un enfoque de largo plazo”. Pág. 61.

FERNÁNDEZ V. Ricardo. (2007). Expresa: “la visión de la empresa nos indica cuál es la meta que ella persigue a largo plazo; incluye la forma en que se piensa a sí misma en la actualidad y en el futuro.” Pág. 21.

Una visión de transformación debe de contestar “sí” a las siguientes preguntas

- La dirección clarifica el propósito de la organización
- La dirección inspira entusiasmo al comité
- La dirección es claramente articulada y entendida

- La dirección es ambiciosa

#### **2.5.4. Planeación estratégica**

**Para HINDLE Tim (2008), manifiesta: “La planificación estratégica es la articulación de objetivos a largo plazo y la adjudicación de los recursos necesarios para lograr tales objetivos”. Pág. 207**

**Según AMARU, Antonio C. (2009), afirma: “Es el proceso de estructurar y esclarecer los caminos que debe tomar la organización y los objetivos a alcanzar”. Pág. 183**

La Planificación Estratégica se enmarca en un estilo de dirección y consiste en la instrumentalización técnica y racional de un proyecto político de organización universitaria, mediante la cual se toman decisiones en la dirección de los resultados esperados y que conforman lo que la organización quiere alcanzar para constituir su propia visión o imagen futura.

#### **2.6. MARKETING**

**KOTLER, Philp; ARMSTRONG, Gary (2009) expresan: "Una filosofía de dirección de marketing según la cual el logro de las metas de la organización depende de la determinación de las necesidades y deseos de los mercados meta y de la satisfacción de los deseos de forma más eficaz y eficiente que los competidores". (Pág. 5).**

En pocas palabras el término marketing es el proceso social y administrativo por el cual los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios. Sin embargo, hay otras definiciones; como la que afirma que el marketing es el arte o ciencia de satisfacer las necesidades de los clientes y obtener ganancias al mismo tiempo. En español, marketing suele traducirse como mercadotecnia o mercadeo.

### 2.6.1. Mix del marketing.

**STANTON, William; ETZEL, Michael; WALKER, Bruce (2007) mencionan: “Una mezcla de productos es el conjunto de todos los productos ofrecidos a la venta por una empresa. La estructura de una mezcla de productos tiene amplitud y profundidad”. (Pág. 248).**

Se denomina Mezcla de Mercadotecnia a las herramientas o variables de las que dispone el responsable de la mercadotecnia para cumplir con los objetivos de la compañía.

Para que una mezcla de mercadotecnia sea eficiente y eficaz, ésta debe tener coherencia tanto entre sus elementos, como con el segmento o segmentos de mercado que se quieren conquistar, el mercado objetivo de la compañía.

Es una técnica que si una empresa decide aumentar su participación de mercado, puede lograrlo, entre muchas acciones, recurriendo, por ejemplo a:

- Perfeccionar o mejorar sus productos o servicios con el fin de que satisfagan mejor las expectativas de los consumidores o usuarios y logren convencer a un número mayor de ellos para que los prefieran;
- Reducir su precio para atraer más consumidores o usuarios;
- Aumentar la distribución del producto mediante la incorporación de nuevos canales a su estructura de distribución;
- Aumentar sus inversiones en las actividades de comunicación (publicidad, promoción, relaciones públicas) para que lleguen a un punto mayor.



## **2.7. ESTUDIO TÉCNICO**

### **2.7.1. Tamaño del proyecto**

**GALÁRRAGA NURIA: 2008. Manifiesta “El tamaño de un proyecto se mide por su capacidad de producción de bienes o servicios, definida en términos técnicos en relación con la unidad de tiempo de funcionamiento normal de la empresa, que puede ser medida en días, semanas, meses o años”. Pág. 15**

El tamaño del proyecto llega a producirse de acuerdo a las posibilidades de producción que presenta, es decir la disponibilidad de los recursos necesarios para la ejecución de sus actividades.

### **2.7.2. Macro localización**

**Según FLORES U. Juan A. (2007). Afirma: “El estudio de la localización comprende la identificación de zonas geográficas, que van desde un concepto amplio, conocido como la macrolocalización, hasta identificar una zona urbana o rural, para finalmente determinar un sitio preciso o ubicación del proyecto”. Pag.49**

La macrolocalización permite la selección del lugar estratégico en donde se desarrollara el proyecto es decir se aplica técnicas donde se demuestra que el lugar a escogerse es el más adecuado.

### **2.7.3. Micro localización**

**Según FLORES U. Juan A. (2007). Afirma: “Es el proceso de elegir la zona y dentro de esta el sitio preciso en donde se debe estudiar varias alternativas posibles, que una vez evaluadas, permitan la escogencia de aquella que integralmente incluya la gran mayoría de factores, considerados como los más relevantes e importantes”. Pág. 50**

La microlocalización toma en cuenta ciertos factores para su selección sea la adecuada

- Tipo de edificaciones, área inicial y área para futuras expansiones
- Accesos al predio por las diferentes vías de comunicación, carreteras, ferrocarril y otros medios de transporte
- Disponibilidad de agua, energía eléctrica, gas y otros servicios de manera específica
- Volumen y características de aguas residuales
- Volumen producido de desperdicios, gases, humos y otros contaminantes
- Instalaciones y cimentaciones requeridas para equipo y maquinaria

## **2.8. CONTABILIDAD**

**Para BRAVO VALDIVIESO Mercedes, 2009. Afirma: “Es la ciencia el arte y la técnica que permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o periodo contable”. Pág.3**

**Para CHANABA VEGA Joaquín, 2009. Menciona: “La contabilidad es una ciencia , porque se basa en principios de contabilidad generalmente aceptados ”PCGA” y normas ecuatorianas de contabilidad (NEC), que nos permite ordenar, clasificar, resumir, registrar todos los movimientos financieros que tenga una empresa con la finalidad de interpretar los resultados obtenidos al final de un periodo fiscal, y tomar decisiones en beneficio de la empresa”. Pág. 69**

La contabilidad tiene la finalidad de registrar todas las transacciones comerciales que la empresa realiza además permite conocer la situación económica a través de los estados financieros que son elaborados, esto permite que la empresa se encuentre de forma controlada para no presentar problemas futuros

### **2.8.1. Objetivos de la contabilidad**

- Proporciona la situación financiera del negocio en el momento en que se solicite.
- Permite un conocimiento e interpretación adecuado a los usuarios de la información.
- Proyectar la ampliación de las actividades teniendo como base las realizadas en periodos contables.
- Registrar las operaciones realizadas por la empresa de una manera clara y precisa.
- Controlar eficientemente las actividades financieras

### **2.8.2. Características de la contabilidad**

- Obtener en cualquier momento información ordenada y sistemática sobre el movimiento económico y financiero del negocio.
- Establecer en términos monetarios, la información histórica o predictiva, la cuantía de los bienes, deudas y el patrimonio que dispone la empresa.
- Registrar en forma clara y precisa, todas las operaciones de ingresos y egresos.
- Determinar las utilidades o pérdidas obtenidas al finalizar el ciclo económico.
- Brindar información útil para la toma de decisiones y el control.

- Servir como comprobante fidedigno, ante terceras personas de todos aquellos actos de carácter jurídico en que la contabilidad puede tener fuerza probatoria conforme a Ley.
- Proporcionar oportunamente información en términos de unidades monetarias, referidas a la situación de las cuentas que hayan tenido movimiento hasta la fecha de emisión.
- Suministrar información requerida para las operaciones de planeación, evaluación y control, salvaguardar los activos de la institución y comunicarse con las partes interesadas y ajenas a la empresa.
- Brindar información útil para la toma de decisiones y el control.

### **2.8.3. Importancia de la contabilidad**

La contabilidad es importante porque radica en la necesidad de registrar, clasificar y analizar las transacciones comerciales y controlar las finanzas de un ente contable, aplicando la partida doble:

- Toda empresa tiene la necesidad de llevar un control de sus negociaciones mercantiles y financieras para corregir errores o desviaciones del capital.
- Además de planificar, controla e informa sobre la situación económica de una empresa y sirve de apoyo a los ejecutivos en la toma de decisiones.
- A través del resultado del proceso contable con la interpretación de los estados financieros dará a los inversionistas una información sobre la situación de la empresa, si existen pérdidas o ganancias

- Brindar información financiera en cualquier momento para uso interno y externo
- Establecer el momento de los activos, pasivos y patrimonios
- Llevar el control de los ingresos y egresos

#### **2.8.4. Costos**

**CHILQUINGA, Manuel (2007) manifiesta: “El propósito fundamental de la contabilidad de costos es proporcionar información financiera afín a una entidad económica, información que permite el diagnóstico y la toma de decisiones. El sistema contable que proporciona información para determinar los costos de un bien o servicio, el beneficio y el control de las operaciones.” (Pág. 4).**

La contabilidad de costos es un sistema de información para predeterminar, registrar, acumular, distribuir, controlar, analizar, interpretar e informar de los costos de producción, distribución, administración y financiamiento.

Se relaciona con la acumulación, análisis e interpretación de los costos de adquisición, producción, distribución, administración y financiamiento, para el uso interno de los directivos de la empresa para el desarrollo de las funciones de planeación, control y toma de decisiones

#### **2.8.5. presupuesto**

**BURBANO RUIZ Jorge E. (2008) afirma: “Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización”. (Pág. 42).**

Un presupuesto es la previsión de gastos e ingresos para un determinado lapso, por lo general un año.

Los presupuestos constituyen una de las principales herramientas de planeación y control, por lo tanto es importante conocer cuál es la implicación de los mismos en la dirección de una empresa y las ventajas o desventajas que se derivan del diseño e implementación de un plan presupuestario.

Permite a las empresas, los gobiernos, las organizaciones privadas y las familias establecer prioridades y evaluar la consecución de sus objetivos. Para alcanzar estos fines puede ser necesario incurrir en déficit (que los gastos superen a los ingresos) o, por el contrario, puede ser posible ahorrar, en cuyo caso el presupuesto presentará un superávit (los ingresos superan a los gastos).en cuyo caso el presupuesto presentará un superávit (los ingresos superan a los gastos).

En el ámbito del comercio es también un documento o informe que detalla el coste que tendrá un servicio en caso de realizarse. El que realiza el presupuesto se debe atener a él y no puede cambiarlo si el cliente acepta el servicio. El presupuesto se puede cobrar o no en caso de no ser aceptado.

### **2.8.6. Inversión**

**RODRIGO MARTÍNEZ Ernesto Cohen, (2008.) Expone: “En los proyectos se consideran fundamentalmente dos clases de inversiones: fija y variable. La inversión fija está constituida por los bienes de capital o activos productos, mientras que la variable corresponde al capital de trabajo o los recursos necesarios para arrancar el proyecto. Por otra parte también es inversión inicial: costos de investigación, gastos de constitución, franquicias, diagnósticos, estudios de mercado, entre otros que se integran a la inversión variable, se conoce también como inversión diferida, porque se amortizan en muchos casos durante el horizonte o vida útil del proyecto”. (Pág. 72).**

La inversión es el flujo del producto destinado al aumento del stock de capital, aumentando así la capacidad productiva de un país. Con esto se deduce que la inversión es necesariamente intertemporal, pues su objetivo es aumentar la capacidad de producción en el futuro.

## 2.9. ESTADOS FINANCIEROS

**<http://es.wikipedia.org>: 2011. "Los estados financieros, también denominados estados contables, informes financieros o cuentas anuales, son informes que utilizan las instituciones para reportar la situación económica y financiera y cambios que experimenta la misma en una fecha o periodo determinado.**

Los estados financieros se conforman por el producto final de la contabilidad y son elaborados de acuerdo a principios y normas:

- Estado de Pérdidas
- Ganancias, Balance General
- Estado de Flujo de Efectivo y otros.

### 2.9.1. Estado de pérdidas y ganancias

**Según, El Autor ZAPATA, S. Pedro. (2008), Expone que: "es un informe contable básico que presenta de manera clasificada y ordenada las cuentas de rentas, costos y gastos, con el fin de medir los resultados económicos durante un periodo determinado." Pág. 306.**

**Para GITMAN, Laurence J. (2007). Afirma:"El balance de Resultados proporciona un resumen financiero de los resultados operativos de la empresa durante un periodo específico."Pág. 41.**

El estado de resultados presenta el total de ingresos y egresos que la empresa ha realizado durante sus actividades además se puede efectuar las pérdidas o ganancia que ha obtenido durante su periodo de gestión, y permite tomar decisiones en caso de no presentar buenos resultados.

### 2.9.2. Flujo de caja

**Según ZAPATA, S. Pedro. (2008), en su libro Contabilidad General, manifiesta que: "es el informe contable principal que presenta de manera significativa, resumida y clasificada por**

**actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salida de recursos monetarios efectuados durante un periodo, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero , así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente y futura”. Pág. 423.**

**Para GALINDO, R. Carlos Julio (2008). Afirma: “El flujo de efectivo es un estado financiero donde se refleja los movimientos de efectivo en un periodo determinado.” Pág.**

**45**

El flujo de caja es el informe contable principal que presenta de manera significativa, resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salida de recursos monetarios efectuados durante un periodo, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero, así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente y futura.

### **2.9.3. Balance general**

**Para ZAPATA SANCHEZ Pedro, (2008). Manifiesta: “Es un estado financiero, que presenta un informe contable ordenada y sistemáticamente las cuentas de los activos, pasivos y patrimonios y determina la posición financiera de la empresa en un momento dado”. Pág. 69**

El estado de situación inicial, también llamado balance general, es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado.

## **2.10. EVALUADORES FINANCIEROS**

### **2.10.1. Valor presente neto(VPN)**

**Según SAPAG Nassir (2008) manifiesta: “El VAN plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor anual es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos expresados en moneda actual”. Pág. 321**



**NÚÑEZ, Z. Rafael (2007) en su obra Manual de Evaluación de Proyectos de Inversión, manifiesta: “la ubicación óptima del proyecto es aquella que contribuye más a que logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio de empresa privada), o a obtener el mínimo del costo unitario (criterio de empresa estatal o social)”. Pág. 68.**

Consiste en determinar la equivalencia en el tiempo 0 de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial.

La fórmula que nos permite es:

- Representa los flujos de caja en cada periodo t.
- Es el valor del desembolso inicial de la inversión.
- Es el número de períodos considerado.

$$VAN = I.I. + \frac{FE_1}{(1+r)^1} + \frac{FE_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{FE_n}{(1+r)^n}$$

### **2.10.2. Tasa interna de retorno**

**Según FONTAINE R. Ernesto, (2008). Manifiesta: “Es aquella tasa de interés que hace igual a cero el valor actual de un flujo de beneficios netos hace que el beneficio al año cero sea exactamente igual a cero”. Pág.100**

**Para, DÍAZ M. Ángel. (2008). Afirma: “es la tasa de descuento que iguala el valor de los desembolsos previstos (inversiones) con el valor de los flujos de tesorería esperados, ambos actualizados.” Pág. 174.**

Es decir, la Tasa Interna de Retorno (TIR) es una medida de la Rentabilidad de una inversión, mostrando cuál sería la tasa de Interés más alta a la que el proyecto no genera ni pérdidas ni Ganancias.

La fórmula que nos permite calcular es:

$$TIR = T_i + (T_s - T_i) \left[ \frac{VAN T_i}{(VAN T_s - VAN T_i)} \right]$$

### 2.10.3. Costo beneficio

**FLORES U. Juan A. (2007). Expresa: “Este criterio de análisis permite traer a valor presente la inversión inicial del plan de negocios, comparándola con los costos en que su ejecución se esperan incurrir, para determinar si los beneficios están por encima de los costos o viceversa.” Pág. 119**

El coste-beneficio es una lógica o razonamiento basado en el principio de obtener los mayores y mejores resultados al menor esfuerzo invertido, tanto por eficiencia técnica como por motivación humana.

B/C > a 1 SE ACEPTA

B/C < a 1 SE RECHAZA

B/C = a 1 ES INDIFERENTE

$$\text{Beneficio} / \text{Costo} = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

### 2.10.4. Periodo de recuperación

**Los autores SAPAG, CH. Nassir y SAPAG, CH. Reinaldo. (2008). Manifiestan: “Ayuda a determinar el número de**

**períodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de períodos aceptables por la empresa”. Pág. 329.**

**Según, FLORES U. Juan A. (2007). Expresa: “Que la recuperación se da cuando dentro de un año el resultado obtenido del Flujo de Fondos totalmente netos se recupera la inversión.” Pág. 119**

El periodo de recuperación por su facilidad de cálculo y aplicación es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

#### **2.10.5. Punto de equilibrio**

**NÚÑEZ, Z. Rafael (2007). Manifiesta: “el punto de equilibrio es una herramienta usada en el estudio económico para determinar el punto a partir del cual la empresa comienza a tener ganancias, considerando sus funciones de costo total y de ingreso total”. Pág. 85.**

Un requisito imprescindible para la determinación del punto de equilibrio de una empresa, en cualquiera de sus variantes, es tener bien diferenciados los costos fijos de los costos variables

## CAPÍTULO III

### 3. ESTUDIO DE MERCADO

#### PRESENTACIÓN

El capítulo del estudio de mercado permite establecer la cantidad de bienes y servicios que las empresas están dispuestas a producir para cubrir las necesidades del mercado, como también identificar la oferta o competencia que existe en el mismo.

Para el caso en estudio, se busca obtener información real sobre las necesidades que existe en el mercado, con relación al consumo de nuevas alternativas de alimentación, como es la del pollo ahumado, se llegará a determinar los gustos y preferencias que tienen los consumidores potenciales.

De acuerdo al estudio diagnóstico inicial realizado, se pudo determinar que existe una gran posibilidad de ingreso al mercado con el pollo ahumado que la empresa desea ofertar.

En base a los datos obtenidos se pudo apreciar que la población estaría dispuesta a consumir este producto con frecuencia, además a nivel local no existe competencia para el producto.

Para establecer la factibilidad de estudio se analizó los siguientes aspectos.

- Identificación del producto
- Mercado meta
- Demanda
- Oferta
- Precios
- Comercialización

### 3.2. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

El pollo ahumado se constituye en una nueva alternativa de la alimentación tradicional. El ahumado es una técnica culinaria que consiste en someter alimentos ahumados provenientes de fuegos realizados de maderas de poco nivel de resina. Este proceso, además de dar sabores ahumados sirve como conservador alargando la vida de los alimentos. Con la técnica del ahumado se logran dos objetivos: la deshidratación para la conservación y la adición de determinadas sustancias que se desprenden de las maderas de tipo oloroso y les dan un sabor especial a los productos así conservados.

**CUADRO No.12**  
**COMPOSICIÓN NUTRITIVA DE LA CARNE DE POLLO**

<b>PRODUCTO</b>	<b>CARNE DE POLLO (100g)</b>
Agua (%)	65
Energía (Kcal)	170
Proteínas (gr)	18
Calorías (grs)	88
Calcio (mg)	2
Hierro (mg)	5
Fósforo (mg)	200
Sodio (mg)	119
Potasio (mg)	192
Lípidos (g)	2.5
Vitamina B1	0.08
Vitamina B2	016

Fuente: Instituto Nacional Avícola (INA)

La carne de pollo es una buena fuente de proteínas, con aminoácidos esenciales de fácil digestión. Afirmaciones médicas afirman que "si ingerimos un filete pequeño de pechuga de pollo, estaremos aportando a nuestro organismo el 30% de sus necesidades medias de proteínas

diarias". En cuanto al contenido de grasas, el pollo se caracteriza por el bajo aporte de las mismas, y como consecuencia, el pequeño riesgo de padecer colesterol. Es, por ello, que se considere una carne magra. Por otro lado, los autores señalan que en este alimento predomina la "grasa buena", con efectos positivos en la salud cardiovascular.

De tal modo que existirán varias presentaciones del producto como se señala a continuación:

- Pollo entero
- Presas seleccionadas

Para la comercialización a través de minoristas se empaquetará al vacío por libras, para conservar en excelentes condiciones el producto.

### **3.3. MERCADO META**

La empresa de procesamiento y comercialización de pollos ahumados tendrá como mercado meta a las familias de la ciudad de Mira, aplicando ventas directas y distribución a empresas públicas y privadas de la ciudad. Lo que se pretende es que la empresa logre cubrir una parte de las necesidades de alimentación con una nueva alternativa como es el pollo ahumado. De acuerdo al estudio diagnóstico, se estima que el número promedio de compradores potenciales de este producto asciende a 73% de la población encuestada en el cantón Mira.

Cuando la empresa adquiera prestigio se abrirá mercado a nivel regional, aplicando estrategias comerciales.

### **3.4. SEGMENTACIÓN DE MERCADO**

La segmentación de mercado tiene como propósito identificar a los posibles consumidores que demandan carne de pollo ahumada; para lo

cual se ha efectuado un estudio sistemático encaminado a establecer los requerimientos de este mercado.

La propuesta de la empresa es constituirse como proveedor permanente de pollos ahumados.

Para la segmentación del mismo se ha considerado las siguientes variables:

#### **3.4.1. Segmentación Geográfica**

El lugar de comercialización del producto será la ciudad de Mira, que pertenece al cantón del mismo nombre.

#### **3.4.2. Segmentación Demográfica**

La carne de pollo es recomendable para toda la población y prácticamente se puede incluir en todo tipo de dietas, es ideal para deportistas, personas mayores y para niños; debido a su bajo contenido calórico y composición de grasa.

#### **Segmentación Conductual**

Por ser una carne nutritiva, la actitud de aceptación sobre el producto es alta, ya que brinda beneficios para la salud y la forma de presentación es llamativa para su consumo.

### **3.5. ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

El análisis de la demanda corresponde en cuantificar el consumo de pollo ahumado en el área de influencia del proyecto.

### 3.5.1. Demanda actual

La demanda actual, fue establecida tomando en cuenta el resultado de las encuestas realizadas a posibles compradores de Mira, representado por las familias de la ciudad, obteniéndose los siguientes resultados.

Del total de las familias de la ciudad de Mira, el 73% que corresponde a 1094 familias, están dispuestas a adquirir carne de pollo ahumado, de la siguiente manera: el 25% de las familias dispuestas a adquirir, que son 274, consumirán 2 libras en promedio cada semana, seguido del 63% de las familias dispuestas a adquirir, que son 689, consumirán 4 libras en promedio cada semana, finalmente el 12% de las familias dispuestas a adquirir, que son 131, consumirán 6 libras en promedio cada semana. Para obtener el consumo anual, se multiplicó las familias, por el consumo promedio y el número de semanas que tiene el año. Como muestra el cuadro.

**CUADRO No.13**  
**DEMANDA REAL ACTUAL**

No. DE FAMILIAS DE LA CIUDAD DE MIRA	DISPUESTOS A CONSUMIR 73%	DISPONIBILIDAD DE COMPRA EN %	DISPONIBILIDAD DE COMPRA EN No. DE FAMILIAS	CANTIDAD DE CONSUMO PROMEDIO EN LIBRAS	PERIODO DE COMPRA SEMANAL	DEMANDA ACTUAL DE POLLO AHUMANDO EN LIBRAS AL AÑO
1499	1094	25%	274	2	52	28451
		63%	689	4		143393
		12%	131	6		40969
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>	<b>1094</b>			<b>212814</b>

Fuente: Familias de la ciudad de Mira.

Elaborado por: La autora

### 3.5.2. Proyección de la demanda

Para la proyección de la cantidad de la demanda, se aplicó el método exponencial, utilizando la tasa de crecimiento promedio del consumo de carne de pollo que se sitúa en el 5% anual, según la CONAVE. Para proyección se aplicó la siguiente fórmula:



$$D_n = D_o (1+i)^n$$

Dónde:

$D_n$ = Demanda Futura

$D_o$ = Demanda determinada en las encuestas

$i$ = Tasa de Crecimiento

$n$ = Año Proyectado

$$D_n = D_o (1+i)^n$$

$$D_n = 212814(1 + 0,05)^1$$

$$D_n = 223454$$

$$D_n = D_o (1+i)^n$$

$$D_n = 212814(1 + 0,05)^2$$

$$D_n = 234627$$

$$D_n = D_o (1+i)^n$$

$$D_n = 212814(1 + 0,05)^3$$

$$D_n = 246358$$

$$D_n = D_o (1+i)^n$$

$$D_n = 212814(1 + 0,05)^4$$

$$D_n = 258676$$

$$D_n = D_o (1+i)^n$$

$$D_n = 212814(1 + 0,05)^5$$

$$D_n = 271610$$

**CUADRO No.14**  
**DEMANDA PROYECTADA DE CARNE**  
**DE POLLO AHUMADA EN LIBRAS**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA DE CARNE DE POLLO AHUMADA EN LIBRAS</b>
2013	223454
2014	234627
2015	246358
2016	258676
2017	271610

Elaborado por: La autora

### **3.6. ANÁLISIS DE LA OFERTA**

En esta parte se determinó la existencia de competencia para el producto propuesto por el proyecto.

#### **3.6.1. Oferta actual**

En lo que respecta al estudio de la oferta, se ha determinado a través de la información recopilada de la observación directa, y encuestas, que no existen competidores directos que produzcan pollos ahumados en el sector, por lo que constituye una gran ventaja de ingreso al mercado con un nuevo producto.

A nivel del mercado interno, la producción y comercialización de pollos se encuentra presente en tiendas, frigoríficos, mercados, asaderos en los cuales elaboran pollos preparados para su consumo.

En lo que respecta a pollos ahumados que se constituye en una nueva alternativa derivada del producto original que es el pollo común, no existe oferta alguna.

Mediante el diagnóstico, se determinó que en Mira no existen empresas que elaboren pollos ahumados para el consumo, por lo que a continuación se exponen los competidores indirectos en relación a este producto los mismos que producen y comercializan el pollo tradicional como se cita a continuación:

Mr. Pollo (Pronaca)

Pollo Favorito

Pollo Akí y Supermaxi (Corporación La Favorita)

### 3.7. DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER

Para establecer demanda potencial a satisfacer, se comparó la demanda con la oferta.

**CUADRO No.15  
BALANCE DEMANDA - OFERTA**

AÑO	DEMANDA PROYECTADA DE CARNE DE POLLO AHUMADA EN LIBRAS	OFERTA PROYECTADA DE CARNE DE POLLO AHUMADA EN LIBRAS	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER DE CARNE DE POLLO AHUMADO EN LIBRAS
2013	223454	0	223454
2014	234627	0	234627
2015	246358	0	246358
2016	258676	0	258676
2017	271610	0	271610

Elaborado por: La autora

Como se puede observar en el cuadro anterior, existe un mercado atractivo para el producto propuesto por el proyecto.

### 3.8. DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO

Para determinar la demanda a captar por el proyecto se tomó en cuenta la capacidad operativa del proyecto, como también la existencia de suficiente mercado, de ahí que para el primer año de funcionamiento la empresa estará en posibilidad de captar un 25% de la demanda potencial a satisfacer del año 2013, con un crecimiento anual del 5%, tomando en cuenta la tendencia de consumo de la carne pollo.

**CUADRO No.16**  
**DEMANDA A CAPTAR EN LIBRAS**  
**DE CARNE DE POLLO AHUMADO**

AÑO	DEMANDA A CAPTAR EN LIBRAS DE CARNE DE POLLO AHUMADO
1	55864
2	58657
3	61590
4	64670
5	67903

**Elaborado por: La autora**

Como se puede observar en el cuadro anterior la planta entregará al mercado 55864 libras de pollo ahumado al año.

### **3.9. ANÁLISIS DE PRECIOS**

El análisis de precios se efectuó a productos que son competencia indirecta, mediante observación. Según la investigación, se pudo detectar los precios que actualmente ofertan los productores de pollo tradicional más representativos, estableciéndose la siguiente tabla, siendo:

**CUADRO No.17**  
**PRECIO DE POLLO TRADICIONAL (ENTERO)**

EMPRESA	PESO (PROMEDIO)	PRECIO UNITARIO \$
Pollo Favorito	2.97 kg	\$4.60
Mr. Pollo (Pronaca)	2.10 kg	\$5.82
Akí Pollo (Corp. La Favorita)	1.74 kg	\$4.28

**Fuente: Investigación Directa**  
**Elaboración: La autora**

#### **3.9.1. Precio del producto del proyecto**

El precio de los pollos ahumados se estableció mediante el análisis de costos y gastos más un margen de utilidad.

➤ **DETERMINACIÓN DEL PRECIO**

$$\text{Costo fijo unitario} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CFu = \frac{35.499,10}{55864}$$

$$CFu = 0,64$$

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{\text{Costos variables}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CVu = \frac{83448,43}{55864}$$

$$CVu = 1,49$$

$$\text{PRECIO} = CFu + CVu + 15\%CTu$$

$$\text{PRECIO} = 0,64 + 1,49 + 15\%CTu$$

$$\text{PRECIO} = 0,64 + 1,49 + 15\%(8,77)$$

$$\text{PRECIO} = 0,64 + 1,49 + 0,32$$

$$\text{PRECIO} = 2,45 \text{ por libra}$$

El precio por libra de pollo ahumado será de 2,45 dólares

**3.9.2. Proyección del precio del producto**

Para la proyección se utilizó la inflación del año 2012 que se ubica en 4,16%.

**CUADRO No.18  
PROYECCIÓN DEL PRECIO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Precio unitario por libra	2,45	2,55	2,66	2,77	2,88

Elaborado por: La autora

### **3.10. Comercialización de pollos ahumados**

Para el proceso de comercialización se deberá tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Estimar cuantos entes comercializadores requerirán pollos ahumados en los próximos cinco años y cuántos de ellos comprarán.
- Prever con exactitud cuándo dichos compradores desearán adquirir pollos ahumados
- Determinar en dónde y cómo poner los pollos ahumados a su alcance. Es decir establecer un medio de distribución adecuado
- Calcular qué precio estarán dispuestos a pagar por los pollos ahumados y si la empresa obtendrá ganancias vendiendo a ese precio.
- Decidir qué clase de promoción deberá utilizarse para que los probables clientes conozcan los productos de la firma.
- Estimar cuántas empresas competidoras estarán elaborando pollos ahumados, qué cantidad producirán y a qué precio.

Las actividades anteriores no forman parte de la producción, por el contrario integran un proceso llamado comercialización, que provee la orientación necesaria para la producción y ayuda a lograr que se elabore el producto adecuado y que llegue a los consumidores en óptimas condiciones.

### **3.11. ESTRATEGIAS COMERCIALES**

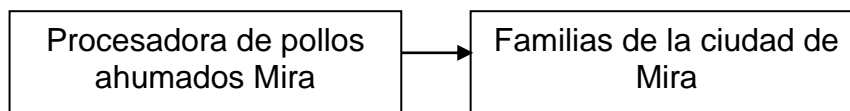
Entre las principales estrategias a aplicar para la comercialización de pollos ahumados, se puede emplear los siguientes:

### 3.11.1. Canales de distribución

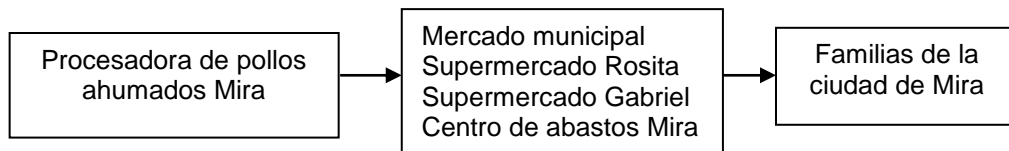
Los colaboradores de la empresa se encargarán de la distribución a los compradores mayoristas, minoristas y clientes finales, misma que se realizará la distribución a las empresas públicas y privadas del cantón Mira, con la previa información de características exclusivas del producto.

A medida que la demanda aumente se considerará adecuada la contratación de más personal calificado, a fin de que labore en el proceso de producción y comercialización de pollos ahumados. Se contará con un local apropiado para la comercialización del producto mencionado. Como también se utilizará los siguientes canales de distribución:

#### Canal directo: Microempresa Productora → Consumidor final



#### Canal indirecto: Microempresa → Mayoristas → Consumidor final



#### Canal indirecto: Microempresa → Mayorista → Minorista → Consumidor final



### **3.11.2. Publicidad**

El principal objetivo de la publicidad consiste en dar a conocer el producto y convencer a los consumidores para que lo compren incluso antes de haberlo visto o palpado. De allí la necesidad de analizar un mecanismo correcto y no muy costoso en donde se pueda dar a conocer esta nueva microempresa metalmecánica y sobre todo su ubicación exacta para que el cliente no se confunda de lugar.

La microempresa a establecerse, utilizará las siguientes herramientas para la publicidad de sus productos:

- Hojas volantes
- Menciones de radio
- Prensa
- Internet

Como estrategia publicitaria se puede adoptar programas radiales en medios de comunicación más sintonizados o de mayor alcance en todo el norte del país, en donde se pueda difundir esta empresa.

Se implantará una campaña publicitaria para dar a conocer de la nueva empresa y su producto, abarcando no solo medios impresos, sino también fabulosos anuncios en áreas estratégicas donde se quiere dar a conocer el producto.

La Imagen Corporativa que adopte empresa deberá ser innovadora e impactante, con un logotipo y slogan que la identifique dentro de la zona y exponga la línea de productos y la calidad de los mismos.

### **3.12. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO**

Una vez efectuado el estudio de las variables demanda, oferta, precio y comercialización, se concluye lo siguiente:



- De acuerdo al análisis de la demanda de pollos ahumados en la ciudad de Mira, se establece que existen consumidores que optan por nuevas alternativas para el consumo del pollo, por tal razón el proyecto debe satisfacer con el producto a corto y mediano plazo.
- La oferta del mercado de pollos ahumados es nula, por lo que existe una gran oportunidad de introducirse en el mercado como una nueva alternativa de alimentación derivada del pollo común presente en los hogares del sector como base de su dieta nutricional.
- El precio del producto se lo ha determinado en base al análisis de costos y gastos más un margen de utilidad, el mismo este acorde al nivel socioeconómico de la ciudad. Las estrategias diseñadas para la comercialización del pollo ahumado están encaminadas a incentivar al consumo del producto y hacia la fidelización de clientes.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO**

El estudio técnico tiene como finalidad responder a las siguientes preguntas:

- ¿En dónde estará ubicado el proyecto?
- ¿Qué tamaño tendrá el proyecto?
- ¿Cuál será el diseño del proyecto?
- ¿Cómo será el proceso de producción?
- ¿Qué inversiones se necesitará?

Para responder a las interrogantes es importante analizar los siguientes aspectos:

- Localización óptima del proyecto
- Tamaño del proyecto
- Distribución de instalaciones
- Proceso de producción
- Inversiones

El análisis de éstos factores o aspectos se los efectuará para aprovechar de forma eficiente los recursos disponibles, en la operatividad o gestión del proyecto.

#### **4.1. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO**

Dentro de la localización óptima se analizó la macrolocalización y microlocalización del proyecto.

##### **4.1.1. Macrolocalización del proyecto**

La macrolocalización del proyecto será:

**País:** Ecuador  
**Provincia:** Carchi  
**Cantón:** Mira  
**Ciudad:** Mira

## ILUSTRACIÓN No. 2 UBICACIÓN DE LA CIUDAD DE MIRA



**Fuente:** [www.municipiodemira.gov.ec](http://www.municipiodemira.gov.ec)

El cantón Mira es catalogado como el “balcón de los andes” por su privilegiada ubicación, cuenta con 12.180 habitantes, la ciudad con 5.994 habitantes y un clima que promedia los 18° C.

Para la ubicación se ha tomado en cuenta principalmente las preferencias nutricionales de los pobladores del mencionado sector, identificadas en el estudio de mercado y la necesidad de contar con una nueva alternativa al momento de elegir el tipo de alimentación.

#### 4.1.2. Microlocalización

Para determinar la microlocalización se aplicó el método por puntos ponderados.

Para aplicar el método de localización por puntos ponderados primero se identifica los factores más significativos para evaluar los sitios alternativos, luego se asigna un peso entre 0 y 100% a cada factor, el peso refleja la importancia que tiene en el proyecto.

Se ha considerado siete factores relevantes para fijar la localización:

- Cercanía al mercado del consumo
- Infraestructura y espacio físico
- Servicios básicos
- Materia prima e insumos
- Seguridad
- Aspecto legal
- Disponibilidad de mano de obra

A continuación se procede al análisis en el siguiente cuadro donde se encuentran, los aspectos o factores a juzgar, con sus respectivas valoraciones.

**CUADRO No.19**  
**MÉTODO POR PUNTOS PONDERADOS**

FACTORES	PESO	Sur de la ciudad		Centro de la ciudad		Norte de la ciudad	
		Punt.	Pond.	Punt.	Pond.	Punt.	Pond.
Cercanía al mercado del consumo	0,25	8	2,0	10	2,50	8	2,00
Infraestructura y espacio físico	0,20	8	1,6	9	1,80	9	1,80
Servicios básicos	0,15	9	1,4	9	1,35	9	1,35
Materia prima e insumos	0,15	8	1,2	9	1,35	8	1,20
Seguridad	0,10	8	0,8	9	0,90	8	0,80
Aspecto legal	0,10	8	0,8	8	0,80	8	0,80
Disponibilidad de mano de obra	0,05	8	0,4	8	0,40	8	0,40
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>8,2</b>		<b>9,10</b>		<b>8,35</b>

Elaborado por: La autora

Con el método aplicado por puntos en donde se valora de acuerdo a los requerimientos de la empresa se determina que el lugar más adecuado es el centro de la ciudad debido a que se cuenta con todos los factores disponibles para tener un buen desarrollo del proyecto.

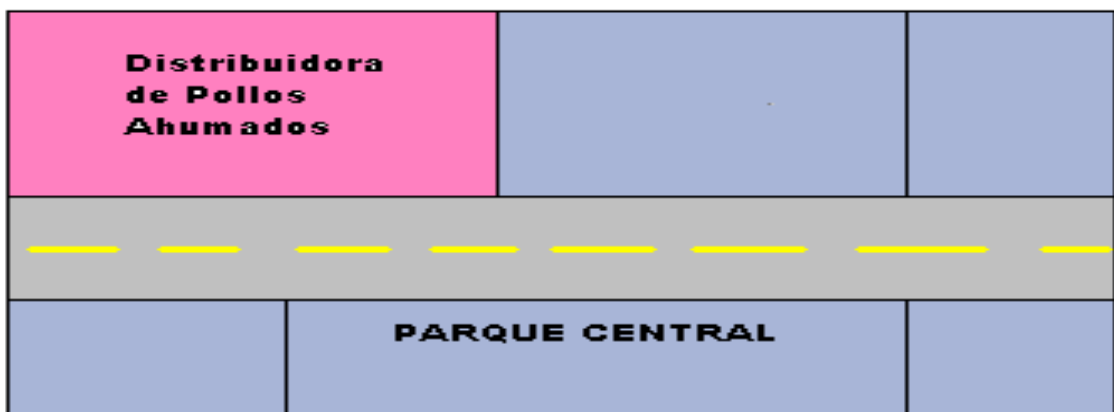
De ahí que, la microlocalización del proyecto será:

**Ciudad:** Mira,

**Calle:** Avda. León Rúailes y calle Bolívar.

Al estar situada en el sector céntrico de la ciudad, junto al parque central, cuenta con vías de primero, segundo y tercer orden por lo que tiene acceso directo a servicios básicos y servicios de apoyo.

### **ILUSTRACIÓN No. 3 CROQUIS DE UBICACIÓN**



**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** Investigación directa

## **4.2. TAMAÑO DEL PROYECTO**

### **Factores condicionantes al tamaño del proyecto**

Para el tamaño de proyecto se analizó los factores que intervienen, a continuación se menciona cada uno de ellos con su respectivo análisis:

- ✓ La demanda
- ✓ Disponibilidad de la materia prima.
- ✓ Financiamiento.
- ✓ Talento humano

- **La demanda**

La demanda es un factor importante de análisis que intervienen en el tamaño del proyecto, porque depende de ella para que el proyecto tenga éxito en el mercado, según la investigación de campo existe un nivel alto de aceptación de los consumidores potenciales en la ciudad de Mira, por tanto se justifica la implementación de la planta, además a futuro se destinará el producto para distribuirlo a supermercados de ciudades cercanas como Ibarra, para ponerlo a disposición de personas que busquen una alternativa frente a las que el mercado actual ofrece en lo referente a alimentación.

El producto que se pondrá a disposición del consumidor será de elevada calidad y garantizará una alimentación rápida y con un excelente sabor que cumpla con las expectativas del consumidor.

- **Disponibilidad de materia prima e insumos**

El lugar donde se gestionará el proyecto cuenta con la facilidad para obtener la materia prima e insumos necesarios para el procesamiento, debido a que existen mercados donde se puede adquirir los insumos, con respecto a la materia prima principal, el proveedor fijo será avícola Grupo Oro, ubicada en el sector de Ambuquí, el cual ofrece pollos ya sea en pie o faenados, para reducir costos se adquirirá pollos faenados.

- **Financiamiento**

Para la gestión y desarrollo del proyecto es fundamental la disponibilidad del recurso financiero, tanto propio como financiado, para este último se puede acceder a un crédito en las instituciones del sistema financiero las condiciones de financiamiento se detallará en el capítulo del estudio financiero. Pero hay que recalcar que en la ciudad de Mira existen instituciones que pueden otorgar créditos para este tipo de negocio.

- **Talento humano**

El talento humano idóneo para cubrir las operaciones dentro de la organización será fundamental, por lo tanto la empresa contará con personal para el área administrativa, de procesamiento y ventas.

El personal deberá cumplir con el perfil definido para cada puesto de trabajo, en cuanto a este aspecto no existe ningún limitante, ya que a nivel local si existe personal que puede contratar la empresa.

#### **4.3. DISTRIBUCIÓN FÍSICA DEL PROYECTO**

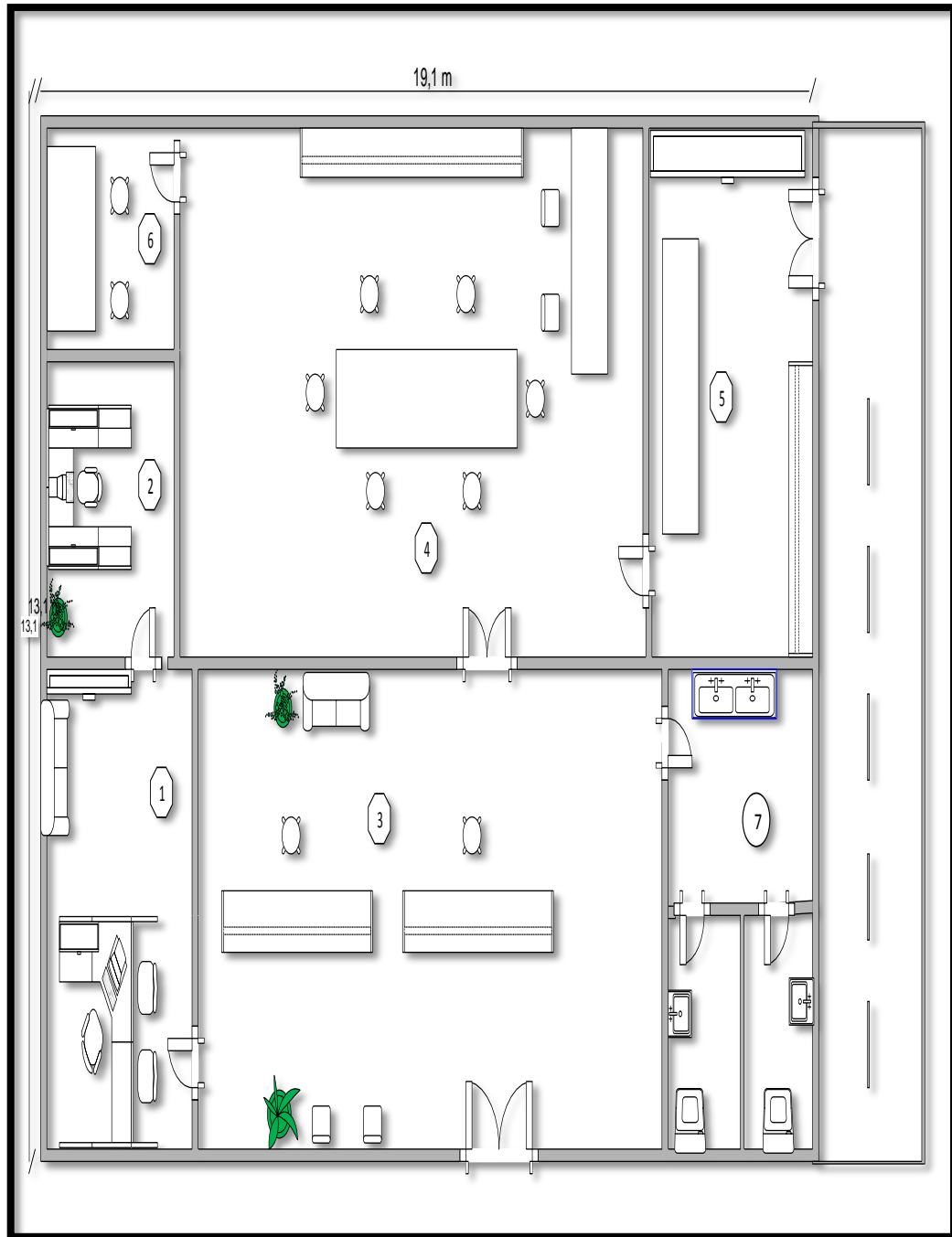
La distribución de la planta se la realizará en un área de 194 m<sup>2</sup>, para las siguientes dependencias.

**CUADRO No.20  
DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES**

<b>No.</b>	<b>DEPENDENCIAS</b>	<b>m<sup>2</sup></b>
1	Gerencia	16
2	Contabilidad	12
3	Ventas	45
4	Procesamiento	75
5	Bodega	20
6	Vestidores	12
7	Baños	14
<b>TOTAL</b>		<b>194</b>

**ILUSTRACIÓN No.4**

## DISEÑO DE INSTALACIONES



Elaborado por: La autora

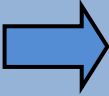


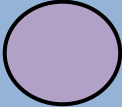



### 4.4. FLUJOGRAMA DE PROCESO

El proceso para la puesta en marcha del presente proyecto se muestra a continuación mediante los siguientes flujogramas.



## SIMBOLOGÍA

CUADRO No. 21  
SIMBOLOGÍA

SÍMBOLO	SIGNIFICADO
	Transporte
	Proceso
	Verificación
	Operación simple
	Operación combinada
	Almacenamiento
	Demora

Fuente: Directa

**CUADRO No.22  
FLUJOGRAMA DEL PROCESO**

PLANILLA DE CONTROL DEL PROYECTO									
N	CONECTORES LÓGICOS						ACTIVIDAD	TIEMPO PREVISTO EN DÍAS	
	→	▭	▱	●	○	▽			⊔
1		▭			○	▽	⊔	Trabajos de Infraestructura	45
2	→	▭	▱	●	○	▽	⊔	Distribución física	7
3	→	▭	▱	●	○	▽	⊔	Instalación	5
4	→	▭	▱	●	○	▽	⊔	Compra de insumos	4
5	→	▭	▱	●	○	▽	⊔	Compra de vehículo de distribución	6
6	→	▭	▱	●	○	▽	⊔	Traslado de los insumos	1
7	→	▭	▱	●	○	▽	⊔	Traslado del vehículo de distribución	1
8	→	▭	▱	●	○	▽	⊔	Contratación de personal	10
9	→	▭	▱	●	○	▽	⊔	Inicio de actividades	-

**CUADRO No.23  
RESUMEN OPERATIVO**

RESUMEN OPERATIVO	
	1 Operación combinada
	5 Procesos
	1 Operación simple
	0 Demora
	2 Transporte
TOTAL	9

**CUADRO No. 24 FLUJOGRAMA DEL PROCESO**

PLANILLA DE CONTROL DEL PROYECTO									
N	CONECTORES LÓGICOS							ACTIVIDAD	TIEMPO PREVISTO EN MINUTOS
1	→	▭	▱	○	○	▽	⊖	Preparación de los condimentos	30
2	→	▭	▱	○	○	▽	⊖	Inyección de condimentos a los pollos	10
3	→	▭	▱	○	○	▽	⊖	Ahumado de pollos	480
4	→	▭	▱	○	○	▽	⊖	Empaque de pollos	60
5	→	▭	▱	○	○	▽	⊖	Refrigeración de pollos	5
6	→	▭	▱	○	○	▽	⊖	Traslado de pollos a supermercados	45
7	→	▭	▱	○	○	▽	⊖	Entrega de pollos en los supermercados	60
8	→	▭	▱	○	○	▽	⊖	Recepción del Pago	15

**CUADRO No.25  
RESUMEN OPERATIVO**

RESUMEN OPERATIVO	
	1 Operación combinada
	1 Procesos
	4 Operación simple
	0 Demora
	1 Transporte 1 Almacenamiento
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>

**CUADRO No. 26**  
**FLUJOGRAMA DEL PROCESO ENTREGA DIRECTA AL CLIENTE**

PLANILLA DE CONTROL DEL PROYECTO									
N	CONECTORES LÓGICOS							ACTIVIDAD	TIEMPO PREVISTO EN MINUTOS
1	→	▭	▱	●	○	▽	⌒	Preparación de los condimentos	5
2	→	▭	▱	●	○	▽	⌒	Inyección de condimentos a los pollos	10
3	→	▭	▱	●	○	▽	⌒	Ahumado de pollos	15
4	→	▭	▱	●	○	▽	⌒	Empaque de pollos	10
5	→	▭	▱	●	○	▽	⌒	Refrigeración de pollos	5
6	→	▭	▱	●	○	▽	⌒	Venta al Consumidor Final	2
7	→	▭	▱	●	○	▽	⌒	Recepción del Pago	5

**CUADRO No.27**  
**RESUMEN OPERATIVO**

	0 Operación combinada							
	1 Proceso							
	5 Operación simple							
	0 Demora							
	0 Transporte							
	1 Almacenamiento							
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>							

## 4.5. INVERSIONES

Las inversiones están representadas por los presupuestos tanto en fijos, diferidos y capital de trabajo, a continuación más detalles.

### 4.5.1. Inversión fija

Los activos fijos son los bienes que una empresa utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones.

- **Terreno**

El espacio físico que se necesita para la construcción es de 230 m<sup>2</sup>, este terreno es de propiedad de una de los inversionistas Gabriela Remache, en el cual se construirá la infraestructura por tener una ubicación estratégica.

**CUADRO No.28  
TERRENO**

DETALLE	CANTIDAD EN m <sup>2</sup>	VALOR POR m <sup>2</sup>	TOTAL
Terreno	230,00	12	2.760,00

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: La autora

- **Infraestructura**

La infraestructura tendrá todas las dependencias necesarias para el desarrollo de las actividades de la empresa.

**CUADRO No.29  
INFRAESTRUCTURA**

DETALLE	CANTIDAD EN m <sup>2</sup>	VALOR POR m <sup>2</sup>	TOTAL
Obra civil área administrativa y comercial	73	145	10.585,00
Obra civil área de procesamiento	121	110	13.310,00
Obra civil espacios complementarios	36	45	1.620,00
<b>TOTAL</b>			<b>25.515,00</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: La autora

- **Vehículo**

Se adquirirá un vehículo de segunda mano, para la distribución del producto y demás actividades de la empresa.

**CUADRO No.30  
VEHÍCULO**

DETALLE	CANTIDAD	TOTAL
Camioneta, cabina Simple año 2003	1	9500.00

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

- **Maquinaria y equipo**

**CUADRO No.31  
MAQUINARIA Y EQUIPO**

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Horno ahumador	1	3500.00	3500.00
Maquina cortadora	1	550.00	550.00
Máquina para empaque al vacío	1	1250.00	1250.00
Cámara de refrigeración	2	890.00	1780.00
Empacadora al vacío	1	950.00	950.00
Termómetro	2	25.00	50.00
Juego de inyecciones	2	30.00	60.00
Balanza	1	65.00	65.00
Reloj	1	75.00	75.00
<b>TOTAL</b>			<b>8.280,00</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

- **Herramientas de trabajo**

**CUADRO No.32  
HERRAMIENTAS DE TRABAJO**

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Ollas de acero	8	90.00	720.00
Juego de utensilios	3	15.00	45.00
Cuchillos	4	6.00	24.00
Tablas de corte	6	25.00	150.00
Cepillos	10	5.00	50.00
Recipientes de plástico	5	15.00	75.00
Carretilla	1	85.00	85.00
<b>TOTAL</b>			<b>1.149,00</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

- **Equipo de computación**

**CUADRO No.33  
EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Computador	2	780.00	1560.00
Impresora	1	120.00	120.00
<b>TOTAL</b>			<b>1.680,00</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

- **Equipo de oficina**

**CUADRO No.34  
EQUIPO DE OFICINA**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Teléfono	2	110.00	220.00
Sumadora	2	35.00	70,00
<b>TOTAL</b>			<b>290,00</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

- **Muebles y enseres**

**CUADRO No.35  
MUEBLES Y ENSERES**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Escritorios	3	190,00	570,00
Archivadores	3	60,00	180,00
Sillas	3	50,00	150,00
Sillas de Visita	8	25,00	200,00
Mesas de acero 2 mtrs. x 80 cm.	2	150,00	300,00
Vitrina externa	2	280,00	560,00
Basureros	3	12,00	36,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.996,00</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

- **Resumen de inversión fija**

**CUADRO No.36  
RESUMEN DE INVERSIÓN FIJA**

DESCRIPCIÓN	VALOR
Terreno	2.760,00
Infraestructura	25.515,00
Vehículo	9.500,00
Maquinaria y Equipo	8.280,00
Herramientas de Trabajo	1.149,00
Equipo de Cómputo	1.680,00
Equipo de Oficina	290,00
Muebles y Enseres	1.996,00
Imprevistos 1%	511,70
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>51.681,70</b>

Elaborado por: La autora

#### **4.5.2. Inversión diferida**

Son la inversiones pre operativas del proyecto para su normal funcionamiento.

**CUADRO No.37  
INVERSIÓN DIFERIDA**

DETALLE	TOTAL
Trámites de constitución	350,00
Estudio de factibilidad	1500,00
Diseños arquitectónico	700,00
Readecuación del terreno	600,00
Software contable	750,00
<b>TOTAL</b>	<b>3900,00</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

#### **4.5.3. Inversión variable o capital de trabajo**

El capital de trabajo está presupuestado para un mes, dinero corriente que servirá para cubrir las erogaciones del proyecto, hasta que adquiera independencia operativa.



**CUADRO No.38  
INVERSIÓN VARIABLE O CAPITAL DE TRABAJO**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR PARCIAL</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>		
Materia prima directa e insumos	5.082,17	
Mano de obra directa	1.268,66	
Aserrin	354,17	
Servicios Básicos	80,00	
Empaques	121,04	
Vestimenta	18,00	
Mantenimiento de equipo	30,00	
<b>SUBTOTAL</b>		<b>6.954,04</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
Sueldos	1.025,27	
Servicios básicos	28,00	
Servicios de comunicación	70,00	
Utiles de oficina	20,92	
Mantenimiento computación	20,00	
<b>SUBTOTAL</b>		<b>1.164,19</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>		
Sueldos	845,77	
Publicidad	67,50	
Combustible y mantenimiento	90,00	
<b>SUBTOTAL</b>		<b>1.003,27</b>
<b>TOTAL</b>		<b>9.121,50</b>
Imprevistos 2%		182,43
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>9.303,93</b>

Elaborado por: La autora

#### 4.5.4. Requerimiento de talento humano

El talento humano para las distintas dependencias es el siguiente

**CUADRO No.39**  
**REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>No.</b>
Gerente	1
Contadora	1
Chef	1
Vendedores	2
Operarios	2
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>

**Elaborado por:** La autora

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero tiene como finalidad, establecer la inversión, proyectar los ingresos, egresos, estructurar los estados financieros para finalmente evaluar y poder determinar si el proyecto es factible en los escenarios estudiados.

#### 5.1. ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

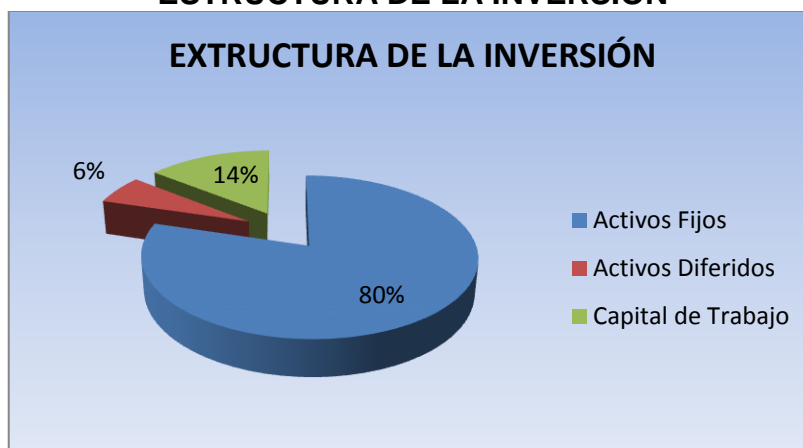
La inversión requerida para la gestión de la planta procesadora y comercializadora de pollos ahumados asciende a un monto de 62.378,33 dólares, los cuales serán destinados para los siguientes rubros.

**CUADRO No.40**  
**ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Activos Fijos	51.681,70	79,65%
Activos Diferidos	3.900,00	6,01%
Capital de Trabajo	9.303,93	14,34%
<b>TOTAL</b>	<b>64.885,63</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La autora

**GRÁFICO No.12**  
**ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN**



Fuente: Estudio técnico  
Elaborado por: la autora

## 5.2. INGRESOS

Los ingresos están representados por la venta de pollos ahumados durante los años pronosticados.

### 5.2.1. Proyección de ingresos

Para la proyección de ingresos se tomó en cuenta, el estudio de mercado donde se determinó que existen consumidores que desean adquirir el producto, el precio está fijado mediante un análisis exhaustivo en los costos y gastos más un margen de utilidad, estos que crecen de acuerdo a la inflación anual registrada en el año 2012 que se ubica en 4,16% según el INEC.

**CUADRO No.41  
PROYECCIÓN DE INGRESOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Carne de pollo ahumado en libras	55864	58657	61590	64670	67903
Precio unitario	2,45	2,55	2,66	2,77	2,88
<b>Ingresos totales</b>	<b>136866,80</b>	<b>149688,48</b>	<b>163711,30</b>	<b>179047,77</b>	<b>195820,97</b>

Elaborado por: La autora

## 5.3. EGRESOS

Los egresos son las erogaciones que se necesitan realizar para las actividades de producción, administración y comercialización.

### 5.3.1. Costos de producción

Los costos de producción están representados por los costos directos e indirectos que se necesita para obtener el producto final, la cantidad crece según el pronóstico de ventas, el costo unitario en base a la inflación del 4,16% registrada en el año 2012, excepto la mano de obra que crece según la tendencia del sueldo básico que es de 9,9% anual. Los costos mensuales se encuentran en anexos.

- **Materia prima e insumos**

**CUADRO No.42  
MATERIA PRIMA E INSUMOS**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Número de pollos faenados	13.966	14.664	15.398	16.167	16.976
Costo unitario de materia prima e insumos	4,37	4,55	4,74	4,93	5,14
<b>TOTAL</b>	<b>60.986,03</b>	<b>66.699,20</b>	<b>72.947,58</b>	<b>79.781,31</b>	<b>87.255,23</b>

Elaborado por: La autora

- **Mano de obra**

**CUADRO No.43  
SUELDO BÁSICO UNIFICADO MENSUAL**

<b>No.</b>	<b>PERSONAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
1	Chef	318,00	349,48	384,08	422,10	463,89
2	Operarios	363,00	698,97	768,16	844,21	927,79
	<b>MENSUAL</b>	954,00	1048,45	1152,24	1266,31	1391,68
	<b>ANUAL</b>	<b>11448,00</b>	<b>12581,35</b>	<b>13826,91</b>	<b>15195,77</b>	<b>16700,15</b>

Elaborado por: La autora

- **Proyección del costo total de mano de obra**

**CUADRO No.44  
PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE MANO DE OBRA**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Salario Básico Unificado	11.448,00	12.581,35	13.826,91	15.195,77	16.700,15
Aporte Patronal	1.390,93	1.528,63	1.679,97	1.846,29	2.029,07
Fondos de Reserva		1.048,45	1.152,24	1.266,31	1.391,68
Vacaciones	477,00	524,22	576,12	633,16	695,84
Décimo Tercero	954,00	1.048,45	1.152,24	1.266,31	1.391,68
Décimo Cuarto	954,00	1.048,45	1.152,24	1.266,31	1.391,68
<b>Total costo de mano de obra</b>	<b>15.223,93</b>	<b>17.779,55</b>	<b>19.539,72</b>	<b>21.474,15</b>	<b>23.600,10</b>

Elaborado por: La autora

- Costos indirectos de producción

- Aserrín

**CUADRO No.45  
ASERRÍN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Aserrín	4250	4426,80	4610,95	4802,77	5002,57
<b>TOTAL</b>	<b>4250,00</b>	<b>4426,80</b>	<b>4610,95</b>	<b>4802,77</b>	<b>5002,57</b>

Elaborado por: La autora

- Servicios básicos

**CUADRO No.46  
SERVICIO BÁSICOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua	600,00	624,96	650,96	678,04	706,24
Luz	360,00	374,98	390,58	406,82	423,75
<b>TOTAL</b>	<b>960,00</b>	<b>999,94</b>	<b>1.041,53</b>	<b>1.084,86</b>	<b>1.129,99</b>

Elaborado por: La autora

- Empaques

**CUADRO No.47  
EMPAQUES**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Envoltura	55.864	58.657	61.590	64.670	67.903
Valor Unitario	0,026	0,03	0,03	0,03	0,03
<b>TOTAL</b>	<b>1.452,46</b>	<b>1.588,53</b>	<b>1.737,34</b>	<b>1.900,10</b>	<b>2.078,10</b>

Elaborado por: La autora

- Vestimenta de trabajo

**CUADRO No.48  
VESTIMENTA DE TRABAJO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Trajes para el trabajo	216	224,99	234,35	244,09	254,25
<b>TOTAL</b>	<b>216,00</b>	<b>224,99</b>	<b>234,35</b>	<b>244,09</b>	<b>254,25</b>

Elaborado por: La autora

- **Mantenimiento de equipo**

**CUADRO No.49  
MANTENIMIENTO DE EQUIPO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento maquinaria y equipo	360,00	374,98	390,58	406,82	423,75
<b>TOTAL</b>	<b>360,00</b>	<b>374,98</b>	<b>390,58</b>	<b>406,82</b>	<b>423,75</b>

Elaborado por: La autora

- **Resumen de costos de producción**

**CUADRO No.50  
RESUMEN DE COSTO DE PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>COSTOS DIRECTOS</b>					
Materia prima e insumos	60.986,03	66.699,20	72.947,58	79.781,31	87.255,23
Mano de obra directa	15.223,93	17.779,55	19.539,72	21.474,15	23.600,10
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>					
Aserrín	4.250,00	4.426,80	4.610,95	4.802,77	5.002,57
Servicios básicos	960,00	999,94	1.041,53	1.084,86	1.129,99
Empaques	1.452,46	1.588,53	1.737,34	1.900,10	2.078,10
Vestimenta de trabajo	216,00	224,99	234,35	244,09	254,25
Mantenimiento de equipo	360,00	374,98	390,58	406,82	423,75
<b>TOTAL</b>	<b>83.448,43</b>	<b>92.093,98</b>	<b>100.502,06</b>	<b>109.694,11</b>	<b>119.743,97</b>

Elaborado por: La autora

### 5.3.2. Gastos administrativos

Los gastos administrativos comprende los sueldos, servicios básicos, de comunicación, suministros de oficina y mantenimiento equipo. Para su proyección se ha utilizado la tasa de inflación del 4,16% registrada en el año 2012, excepto los sueldos administrativos que crecen según la tendencia del sueldo básico que se ubica en el 9,9% anual.

- **Sueldos administrativos**

**CUADRO No.51  
SUELDO BÁSICO UNIFICADO MENSUAL**

<b>1</b>	Gerente	450,00	494,55	543,51	597,32	656,45
<b>1</b>	Contadora	330,00	362,67	398,57	438,03	481,40
	MENSUAL	780,00	857,22	942,08	1035,35	1137,85
	ANUAL	<b>9360,00</b>	<b>10286,64</b>	<b>11305,02</b>	<b>12424,21</b>	<b>13654,21</b>

Elaborado por: La autora

- **Proyección del sueldos administrativos**

**CUADRO No.52  
PROYECCIÓN DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS**

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	9.360,00	10.286,64	11.305,02	12.424,21	13.654,21
Aporte Patronal	1.137,24	1.249,83	1.373,56	1.509,54	1.658,99
Fondos de Reserva		857,22	942,08	1.035,35	1.137,85
Vacaciones	390,00	428,61	471,04	517,68	568,93
Décimo Tercero	780,00	857,22	942,08	1.035,35	1.137,85
Décimo Cuarto	636,00	698,96	768,16	844,21	927,79
Total sueldos administrativos	12.303,24	14.378,48	15.801,95	17.366,34	19.085,61

Elaborado por: La autora

- **Servicios básicos**

Dentro de los servicios básicos se tiene el pago que se realiza por el consumo de agua, luz.

**CUADRO No.53  
SERVICIOS BÁSICOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua	144,00	149,99	156,23	162,73	169,50
Luz	192,00	199,99	208,31	216,97	226,00
<b>TOTAL</b>	<b>336,00</b>	<b>349,98</b>	<b>364,54</b>	<b>379,70</b>	<b>395,50</b>

Elaborado por: La autora



- **Servicios de comunicación**

Estos pagos se los realiza por el consumo de telefono e internet que la procesadora necesita

**CUADRO No.54  
SERVICIOS DE COMUNICACIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Teléfono	480,00	499,97	520,77	542,43	565,00
Internet	360,00	374,98	390,58	406,82	423,75
<b>TOTAL</b>	<b>840,00</b>	<b>874,94</b>	<b>911,34</b>	<b>949,25</b>	<b>988,74</b>

Elaborado por: La autora

- **Útiles de oficina**

Los utiles de oficina son los gastos que se realizan por la compra de varios articulos que los trabajadores necesitan

**CUADRO No.55  
ÚTILES DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Perforadora	5,5	5,73	5,97	6,22	6,47
Grapadora	7	7,29	7,59	7,91	8,24
Papel resma	87,5	91,14	94,93	98,88	102,99
Carpetas	9	9,37	9,76	10,17	10,59
Esferográfico	4,5	4,69	4,88	5,09	5,30
Tinta impresora	39	40,62	42,31	44,07	45,91
Cuaderno	10,5	10,94	11,39	11,87	12,36
Lápiz	16,5	17,19	17,90	18,65	19,42
Borrador	4	4,17	4,34	4,52	4,71
Libretines (facturas)	67,5	70,31	73,23	76,28	79,45
<b>TOTAL</b>	<b>251,00</b>	<b>261,44</b>	<b>272,32</b>	<b>283,65</b>	<b>295,45</b>

Elaborado por: La autora

- **Mantenimiento computación**

Este valor es cancelado por el debido mantenimiento que se realiza al equipo de computación

**CUADRO No.56  
MANTENIMIENTO DE COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento de computación	240,00	249,98	260,38	271,22	282,50
<b>TOTAL</b>	<b>240,00</b>	<b>249,98</b>	<b>260,38</b>	<b>271,22</b>	<b>282,50</b>

Elaborado por: La autora

- **Resumen de gastos administrativos**

**CUADRO No.57  
RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos	12303,24	14378,48	15801,95	17366,34	19085,61
Servicios básicos	336,00	349,98	364,54	379,70	395,50
Servicios de comunicación	840,00	874,94	911,34	949,25	988,74
Suministros de oficina	251,00	261,44	272,32	283,65	295,45
Mantenimiento computación	240,00	249,98	260,38	271,22	282,50
<b>TOTAL</b>	<b>13970,24</b>	<b>16114,83</b>	<b>17610,53</b>	<b>19250,16</b>	<b>21047,79</b>

Elaborado por: La autora

### 5.3.3. Gastos de ventas

En los gastos de venta se incluye todos las erogaciones monetarias que se realizan por el marketing para la venta del producto al igual que los sueldos que se cancela a los agentes vendedores que se encargan de la comercialización del producto y el gasto mantenimiento y combustible del vehículo, estos crecen en base a la inflación excepto los sueldos que crecen según la tendencia del sueldo básico.

- **Sueldos en ventas**

**CUADRO No.58  
SUELDO BÁSICO UNIFICADO MENSUAL**

No.	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>2</b>	Vendedor	636,00	698,96	768,16	844,21	927,79
	MENSUAL	636,00	698,96	768,16	844,21	927,79
	ANUAL	<b>7632,00</b>	<b>8387,57</b>	<b>9217,94</b>	<b>10130,51</b>	<b>11133,43</b>

Elaborado por: La autora

- **Proyección del sueldos en ventas**

**CUADRO No.59  
PROYECCIÓN DEL SUELDOS EN VENTAS**

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	7.632,00	8.387,57	9.217,94	10.130,51	11.133,43
Aporte Patronal	927,29	1.019,09	1.119,98	1.230,86	1.352,71
Fondos de Reserva		698,96	768,16	844,21	927,79
Vacaciones	318,00	349,48	384,08	422,10	463,89
Décimo Tercero	636,00	698,96	768,16	844,21	927,79
Décimo Cuarto	636,00	698,96	768,16	844,21	927,79
Total sueldos administrativos	10.149,29	11.853,03	13.026,48	14.316,10	15.733,40

Elaborado por: La autora

- **Publicidad**

**CUADRO No.60  
PUBLICIDAD**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Prensa escrita	210,00	218,74	227,84	237,31	247,19
Radio	300,00	312,48	325,48	339,02	353,12
Hojas volantes	120,00	124,99	130,19	135,61	141,25
Página web	180,00	187,49	195,29	203,41	211,87
<b>TOTAL</b>	<b>810,00</b>	<b>843,70</b>	<b>878,79</b>	<b>915,35</b>	<b>953,43</b>

Elaborado por: La autora

- **Combustible y mantenimiento**

**CUADRO No.61  
COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Combustible y mantenimiento vehículo	1080,00	1124,93	1171,73	1220,47	1271,24
<b>TOTAL</b>	<b>1080,00</b>	<b>1124,93</b>	<b>1171,73</b>	<b>1220,47</b>	<b>1271,24</b>

Elaborado por: La autora

- **Resumen de gastos de ventas**

**CUADRO No.62  
RESUMEN DE GASTOS DE VENTA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Vendedores	10.149,29	11.853,03	13.026,48	14.316,10	15.733,40
Publicidad	810,00	843,70	878,79	915,35	953,43
Combustible y mantenimiento	1.080,00	1.124,93	1.171,73	1.220,47	1.271,24
<b>TOTAL</b>	<b>12.039,29</b>	<b>13.821,66</b>	<b>15.077,00</b>	<b>16.451,92</b>	<b>17.958,07</b>

Elaborado por: La autora

### 5.3.4. Financiamiento

Para llevar a cabo el siguiente proyecto se solicitará un préstamo de 40.000 dólares, el mismo que será financiado por la Corporación Financiera Nacional a una tasa de interés del 10,25%, a 5 años plazo, con periodo de pagos mensuales.

**CUADRO No.63  
DATOS DEL PRÉSTAMO**

DEUDA =	\$40.000,00
AÑOS =	5
INTERÉS =	10,25%
PERIODOS DE PAGO =	MENSUAL

Fuente: CFN

Elaborado por: La autora

**CUADRO No.64  
AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO**

meses	cuota	Intereses	amortización	amortizado	pendiente
0					40.000,00
1	854,81	341,67	513,14	513,14	39.486,86
2	854,81	337,28	517,53	1.030,67	38.969,33
3	854,81	332,86	521,95	1.552,62	38.447,38
4	854,81	328,40	526,41	2.079,02	37.920,98
5	854,81	323,91	530,90	2.609,93	37.390,07
6	854,81	319,37	535,44	3.145,36	36.854,64
7	854,81	314,80	540,01	3.685,37	36.314,63
8	854,81	310,19	544,62	4.230,00	35.770,00
9	854,81	305,54	549,28	4.779,27	35.220,73
10	854,81	300,84	553,97	5.333,24	34.666,76
11	854,81	296,11	558,70	5.891,94	34.108,06
12	854,81	291,34	563,47	6.455,41	33.544,59
13	854,81	286,53	568,28	7.023,69	32.976,31
14	854,81	281,67	573,14	7.596,83	32.403,17
15	854,81	276,78	578,03	8.174,86	31.825,14
16	854,81	271,84	582,97	8.757,83	31.242,17
17	854,81	266,86	587,95	9.345,79	30.654,21
18	854,81	261,84	592,97	9.938,76	30.061,24
19	854,81	256,77	598,04	10.536,79	29.463,21
20	854,81	251,66	603,15	11.139,94	28.860,06
21	854,81	246,51	608,30	11.748,24	28.251,76
22	854,81	241,32	613,49	12.361,73	27.638,27
23	854,81	236,08	618,73	12.980,47	27.019,53
24	854,81	230,79	624,02	13.604,48	26.395,52
25	854,81	225,46	629,35	14.233,83	25.766,17
26	854,81	220,09	634,72	14.868,56	25.131,44
27	854,81	214,66	640,15	15.508,70	24.491,30
28	854,81	209,20	645,61	16.154,32	23.845,68
29	854,81	203,68	651,13	16.805,45	23.194,55
30	854,81	198,12	656,69	17.462,14	22.537,86
31	854,81	192,51	662,30	18.124,44	21.875,56
32	854,81	186,85	667,96	18.792,39	21.207,61
33	854,81	181,15	673,66	19.466,06	20.533,94
34	854,81	175,39	679,42	20.145,47	19.854,53
35	854,81	169,59	685,22	20.830,69	19.169,31
36	854,81	163,74	691,07	21.521,76	18.478,24

37	854,81	157,83	696,98	22.218,74	17.781,26
38	854,81	151,88	702,93	22.921,67	17.078,33
39	854,81	145,88	708,93	23.630,60	16.369,40
40	854,81	139,82	714,99	24.345,59	15.654,41
41	854,81	133,71	721,10	25.066,69	14.933,31
42	854,81	127,56	727,26	25.793,94	14.206,06
43	854,81	121,34	733,47	26.527,41	13.472,59
44	854,81	115,08	739,73	27.267,14	12.732,86
45	854,81	108,76	746,05	28.013,19	11.986,81
46	854,81	102,39	752,42	28.765,61	11.234,39
47	854,81	95,96	758,85	29.524,47	10.475,53
48	854,81	89,48	765,33	30.289,80	9.710,20
49	854,81	82,94	771,87	31.061,67	8.938,33
50	854,81	76,35	778,46	31.840,13	8.159,87
51	854,81	69,70	785,11	32.625,24	7.374,76
52	854,81	62,99	791,82	33.417,06	6.582,94
53	854,81	56,23	798,58	34.215,64	5.784,36
54	854,81	49,41	805,40	35.021,04	4.978,96
55	854,81	42,53	812,28	35.833,32	4.166,68
56	854,81	35,59	819,22	36.652,54	3.347,46
57	854,81	28,59	826,22	37.478,76	2.521,24
58	854,81	21,54	833,27	38.312,04	1.687,96
59	854,81	14,42	840,39	39.152,43	847,57
60	854,81	7,24	847,57	40.000,00	0,00

Fuente: CFN

### 5.3.5. Gastos financieros

**CUADRO No. 65  
GASTOS FINANCIEROS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Interés	3802,32	3108,65	2340,45	1489,69	547,52

Elaborado por: La autora

### 5.3.6. Depreciación

El cálculo de la depreciación es el método que se usa para hacer constar la utilización del bien durante su vida útil.

**CUADRO No.66  
DEPRECIACIÓN**

<b>ACTIVO FIJO DEPRECIABLE</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>% POR LEY</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Muebles y Enseres	1.996,00	10%	199,60	199,60	199,60	199,60	199,60
Equipo de Cómputo	1.680,00	33%	560,00	560,00	560,00		
Renovación Equipo de Cómputo	1749,89	33%				583,30	583,30
Equipo de Oficina	290,00	10%	29,00	29,00	29,00	29,00	29,00
Maquinaria y Equipo	8.280,00	10%	828,00	828,00	828,00	828,00	828,00
Herramientas de Trabajo	1.149,00	10%	114,90	114,90	114,90	114,90	114,90
Vehículo	9.500,00	20%	1900,00	1900,00	1900,00	1900,00	1900,00
Infraestructura	25.515,00	5%	1275,75	1275,75	1275,75	1275,75	1275,75
<b>TOTAL</b>	<b>50.159,89</b>		<b>4907,25</b>	<b>4907,25</b>	<b>4907,25</b>	<b>4930,55</b>	<b>4930,55</b>

Elaborado por: La autora

### 5.3.7. Amortización diferidos

**CUADRO No.67  
AMORTIZACIÓN DIFERIDOS**

<b>DETALLA</b>	<b>VALOR INICIAL</b>	<b>AMORTIZACIÓN ANUAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Activo Diferidos	3.900,00	20%	780	780	780	780	780

Elaborado por: La autora

## 5.4. ESTADOS FINANCIEROS

Los estados financieros que se han estructura son: Estado de situación inicial, estado de resultados y el flujo de caja.

### 5.4.1. Estado de situación inicial

Este balance representa la posición financiera de la empresa al iniciar sus actividades reflejada en los activos y pasivos.

**CUADRO No.68**  
**PROCESADORA DE POLLOS AHUMADOS MIRA**  
**ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA**  
**DEL .....al.....**

ACTIVO			PASIVO		
<b>ACTIVOS CORRIENTE</b>		<b>9.303,93</b>	<b>PASIVOS LARGO PLAZO</b>		<b>40.000,00</b>
Caja - Bancos	9.303,93		Préstamo por pagar	40.000,00	
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>		<b>51.681,70</b>	<b>PATRIMONIO NETO</b>		<b>24.885,63</b>
Terreno	2.760,00		Inversión propia	24.885,63	
Infraestructura	25.515,00				
Maquinaria y equipo	8.280,00				
Herramientas	1.149,00				
Vehículo	9.500,00				
Equipo de computación	1.680,00				
Equipo de oficina	290,00				
Muebles y enseres	1.996,00				
Otros	511,70				
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>			<b>3.900,00</b>		
Gastos de constitución	3.900,00				
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>64.885,63</b>	<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>		<b>64.885,63</b>

Elaborado por: La autora



## 5.4.2. Estado de resultados

El estado de resultado refleja los ingresos y gastos que la procesadora va teniendo durante su desarrollo de sus actividades, este balance representa la situación económica de la empresa reflejada en la utilidad o pérdida del periodo operativo.

**CUADRO No.69**  
**PROCESADORA DE POLLOS AHUMADOS MIRA**  
**ESTADO DE RESULTADOS**  
**Del..... al.....**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos proyectados	136.866,80	149.688,48	163.711,30	179.047,77	195.820,97
Costos operativos	83.448,43	92.093,98	100.502,06	109.694,11	119.743,97
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>53.418,37</b>	<b>57.594,50</b>	<b>63.209,24</b>	<b>69.353,66</b>	<b>76.076,99</b>
Gastos administrativos	13.970,24	16.114,83	17.610,53	19.250,16	21.047,79
Gastos de ventas	12.039,29	13.821,66	15.077,00	16.451,92	17.958,07
Gastos por depreciación	4.907,25	4.907,25	4.907,25	4.930,55	4.930,55
Gastos financieros intereses	3.802,32	3.108,65	2.340,45	1.489,69	547,52
Gastos amortización diferidos	780,00	780,00	780,00	780,00	780,00
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>17.919,28</b>	<b>18.862,12</b>	<b>22.494,01</b>	<b>26.451,34</b>	<b>30.813,06</b>
(-15%) Participación trabajadores	2.687,89	2.829,32	3.374,10	3.967,70	4.621,96
<b>(=) Utilidad o pérdida antes de impuestos</b>	<b>15.231,39</b>	<b>16.032,80</b>	<b>19.119,91</b>	<b>22.483,64</b>	<b>26.191,10</b>
Impuesto a la renta 22%	3350,90	3527,22	4206,38	4946,40	5762,04
<b>UTILIDAD NETA PROYECTADA</b>	<b>11.880,48</b>	<b>12.505,59</b>	<b>14.913,53</b>	<b>17.537,24</b>	<b>20.429,06</b>

Elaborado por: La autor

### 5.4.3. Estado de flujo de caja

Este estado representa la dinámica del efectivo de la empresa, reflejada en las entradas y salidas de dinero.

**CUADRO No.70**  
**PROCESADORA DE POLLOS AHUMADOS MIRA**  
**ESTADO DE FLUJO DE CAJA**  
**Del.....al.....**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
<b>INGRESOS</b>						
Inversión inicial	-64.885,63					
Utilidad operacional		17.919,28	18.862,12	22.494,01	26.451,34	30.813,06
(+)Depreciación		4.907,25	4.907,25	4.907,25	4.930,55	4.930,55
(+)Amortización diferidos		780,00	780,00	780,00	780,00	780,00
(-)Reinversión					1.749,89	
(-)Participación Trabajadores		2.687,89	2.829,32	3.374,10	3.967,70	4.621,96
(-)Impuestos		3350,90	3527,22	4206,38	4946,40	5762,04
(+)Recuperación de inversión						28.960,92
<b>(=) FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO</b>	<b>-64.885,63</b>	<b>17.567,73</b>	<b>18.192,84</b>	<b>20.600,78</b>	<b>21.497,89</b>	<b>55.100,52</b>

Elaborado por: La autora

### 5.5. EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN

Para efectuar la evaluación se utilizó índices clásicos financieros que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo, tales como: Valor actual neto, tasa interna de retorno, periodo de recuperación de la inversión y costo beneficio.

### 5.5.1. Costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio.

El costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio se obtuvo para medir el valor medio del dinero y poder compararlo con el rendimiento del proyecto.

**CUADRO No.71**  
**COSTO DE OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital Propio	24.885,63	38,35	4,60	176,42
Capital Financiado	40.000,00	61,65	10,25	631,88
<b>TOTAL</b>	<b>64.885,63</b>	<b>100,00</b>	<b>14,85</b>	<b>808,31</b>

Elaborado por: La autora

$$C_k = 8,08\%$$

#### Tasa de rendimiento medio

##### Datos:

$$C_k(\text{costo de oportunidad}) = 8,08\%$$

$$I_f(\text{inflación}) = 4,16\%$$

$$TRM = ((1 + C_k)(1 + I_f) - 1)$$

$$TRM = 0,1258$$

$$TRM = 12,58\%$$

### 5.5.2. Valor actual neto

Para el análisis del VAN se utilizó los flujos de caja y el factor de descuento para obtener los valores descontados.

**CUADRO No.72**  
**VALOR ACTUAL NETO**

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	ENTRADAS DE EFECTIVO	FACTOR DE DESCUENTO 12,58%	ENTRADAS ACTUALES
0	-64.885,63			-64.885,63
1		17.567,73	0,888	15.604,76
2		18.192,84	0,789	14.354,34
3		20.600,78	0,701	14.438,03
4		21.497,89	0,623	13.383,25
5		55.100,52	0,553	30.469,33
<b>VAN</b>				<b>23.364,09</b>

Elaborado por: La autora

$$VAN = -II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} \dots + \frac{FNE}{(1+r)^n}$$

**VAN = 23.364,09**

De acuerdo a la evaluación realizada con el VAN, para el estudio propuesto alcanza 23.364,09 valor que es mayor a cero lo que garantiza que el proyecto es aceptado. El VAN es la rentabilidad del proyecto a tiempo real en términos monetarios.

### 5.5.3. Tasa interna de retorno

Es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN es igual a cero (0).

**CUADRO No.73  
TASA INTERNA DE RETORNO**

<b>AÑO</b>	<b>ENTRADAS EN EFECTIVO</b>	<b>FACTOR 12,58%</b>	<b>ENTRADAS ACTUALIZADAS</b>	<b>FACTOR 24%</b>	<b>ENTRADAS ACTUALIZADAS</b>
<b>0</b>	<b>-64.885,63</b>		<b>-64.885,63</b>		<b>-64.885,63</b>
<b>1</b>	<b>17.567,73</b>	0,888	15604,76	0,806	14.167,52
<b>2</b>	<b>18.192,84</b>	0,789	14354,34	0,650	11.831,97
<b>3</b>	<b>20.600,78</b>	0,701	14438,03	0,524	10.804,85
<b>4</b>	<b>21.497,89</b>	0,623	13383,25	0,423	9.093,04
<b>5</b>	<b>55.100,52</b>	0,553	30469,33	0,341	18.795,22
<b>VAN</b>			<b>23.364,09</b>		<b>-193,03</b>

Elaborado por: La autora

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VAN Ti}{VAN Ti - VAN Ts}$$

**TIR = 23,88%**

La tasa interna de retorno indica la rentabilidad del proyecto en términos porcentuales en este caso es de 23,88%, por tanto el proyecto se lo considera factible de realizarlo ya que es mayor a la tasa de rendimiento medio.

#### 5.5.4. Periodo de resuperación de la inversión

- **PRI con valores corrientes**

**CUADRO No.74  
PRI CON VALORES CORRIENTES**

AÑOS	CAPITAL	UTILIDAD	RECUP. CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN	
1	64.885,63	17.567,73	17.567,73	1	Año
2		18.192,84	18.192,84	2	Año
3		20.600,78	20.600,78	3	Año
4		21.497,89	8.524,28	4	Meses

Elaborado por: La autora

La inversión se recupera en 3 años y 5 meses

- **PRI con valores constantes**

**CUADRO No.75  
PRI CON VALORES CONSTANTES**

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR	FLUJO DEFLACTADO
1	17.568	0,888	15.604,8
2	18.193	0,789	14.354,3
3	20.601	0,701	14.438,0
4	21.498	0,623	13.383,3
5	55.101	0,553	30.469,3

Elaborado por: La autora

**CUADRO No. 76  
PRI CON VALORES CONSTANTES**

AÑOS	CAPITAL	FLUJO NETO DEFLACTADO	RECUP. CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN	
<b>1</b>	<b>64.885,63</b>	15.604,76	<b>15.604,76</b>	1	Año
<b>2</b>		14.354,34	<b>14.354,34</b>	2	Años
<b>3</b>		14.438,03	<b>14.438,03</b>	3	Años
4		13.383,25	<b>13.383,25</b>	4	Años
<b>5</b>		30.469,3	7.105,24	2	Mes

Elaborado por: La autora

La inversión se recupera en 4 años y 2 meses

#### 5.5.5. Costo beneficio

**CUADRO No.77  
COSTO BENEFICIO**

AÑO	FNE	FACTOR 12,58%	FNEA
1	17.567,73	0,888	15.604,76
2	18.192,84	0,789	14.354,34
3	20.600,78	0,701	14.438,03
4	21.497,89	0,623	13.383,25
5	55.100,52	0,553	30.469,33
			<b>88.249,71</b>

Elaborado por: La autora

$$C/B = \frac{\text{Flujos netos actualizados}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$C/B = \frac{88.249,71}{64.885,63} \quad C/B = 1,36$$

Este análisis indica que por cada dólar invertido en el proyecto se obtendrá 0,36 dólares adicionales.

### 5.5.6. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es una herramienta que sirve para evaluar la relación entre el volumen de ventas y la rentabilidad. Es análisis determinara el nivel operativo que se necesita para estar en equilibrio.

$$PEP = \frac{\text{Costos Fijos}}{PVu - CVu}$$

Costos Fijo = 35.499,10

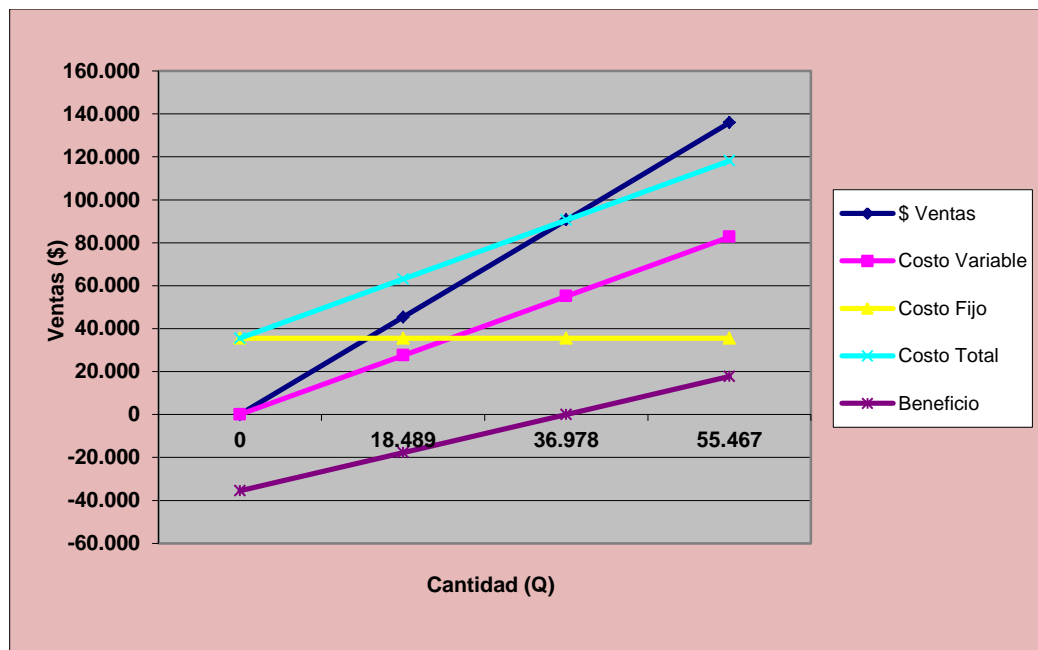
Precio de Venta = 2,45

Costo Variable unitario = 1,49

$$PEP = \frac{35.499,10}{2,45 - 1,49}$$

PEP = 36.978 libras de pollo ahumado

**GRÁFICO No.13**  
**PUNTO DE EQUILIBRIO**



Elaborado por: La autora

El punto de Equilibrio del proyecto indica que la empresa necesita vender 36.978 libras de pollo ahumado, para mantener un equilibrio operativo

### 5.5.7. Resumen de la evaluación

Finalmente, del capítulo financiero se puede concluir que el proyecto es factible en las condiciones estudiadas, para su implementación es necesario realizar ajustes de presupuesto, debido a que los escenarios son cambiantes.

**CUADRO No.78  
RESUMEN DE EVALUACIÓN FINANCIERA**

<b>RATIO EVALUADOR</b>	<b>CRITERIO DE EVALUACIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>RESULTADO</b>
TRM =		12,58%	
VAN =	$VAN > 0$	23.364,09	Aceptable
TIR % =	$TIR > TRM$	23,88%	Aceptable
PRI con valores corrientes		3,4	Años muy bueno
PRI con valores constantes		4,2	Años bueno
B/C =	$R B/C > 1$	1,36	Aceptable

Elaborado por: La autora



## **CAPÍTULO VI**

### **6. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA**

El propósito principal de este capítulo es diseñar el direccionamiento estratégico, establecer la estructura orgánica y determinar los aspectos legales para el funcionamiento, directrices que deberán cumplir el grupo empresarial que estará al frente de la planta procesadora de pollos ahumados para alcanzar el éxito,

#### **6.1. ASPECTO ESTRATÉGICO**

##### **6.1.1. Nombre de la empresa**

PROCESADORA DE POLLOS AHUMADOS MIRA

Este nombre escogido para la empresa hace referencia a la actividad a la cual se va a dedicar y al lugar donde está ubicada.

##### **6.1.2. Misión**

**SOMOS UNA EMPRESA DEDICADA AL  
PROCESAMIENTO DE POLLOS AHUMADOS,  
OFRECEMOS UN PRODUCTO DE CALIDAD E  
HIGIENICAMENTE PREPARADO, DESTINADO A  
SATISFACER LOS GUSTOS Y PREFERENCIAS DE  
CONSUMIDORES QUE BUSCAN ALTERNATIVAS EN  
SU ALIMENTACIÓN**

### **6.1.3. Visión**

PARA AÑO 2018 CONSOLIDARNOS COMO  
UNA EMPRESA LIDER EN OFRECER POLLOS  
AHUMADOS EN EL NORTE DEL PAIS,  
OFRECIENDO UN PRODUCTO DE CALIDAD  
QUE SATISFAGA LOS MÁS EXIGENTES  
PALADARES

### **6.1.4. Objetivos empresariales**

- Implementación de estrategias tanto para el proceso como para la comercialización del producto.
- Aportar con el mejoramiento económico en el sector donde se desarrollará el proyecto.
- Mejoramiento de las condiciones de trabajo para cada uno de los empleados que presten sus servicios en la procesadora.
- Proporcionar al mercado una imagen de crecimiento empresarial para garantizar al producto.

### **6.1.5. Políticas**

- Los empleados deben cumplir con los reglamentos establecidos en la procesadora.
- Dar cumplimiento al horario de entrada y salida del trabajo según se haya establecido.

- En la empresa no debe existir empleados que se familiaricen entre sí para evitar conflictos.
- Capacitar continuamente al personal para mejoramiento de resultados.
- Incentivar a los trabajadores a realizar sus actividades en equipo para alcance de los resultados.

#### 6.1.6. Principios

- **Servicio de calidad:** Se brindará un servicio de calidad a los consumidores a través de la preparación y capacitación del personal.
- **Compromiso con el cliente:** Cada uno de los empleados mantendrán un compromiso con los clientes para brindar la información del producto que requieran.
- **Transparencia en sus negociaciones:** Las negociaciones de pedidos y entregas se las realizará en el día previsto con el cliente.
- **Respaldo a empleados:** Se respaldará las opiniones de cada trabajador ya que el principal factor de la procesadora es el talento humano.
- **Trabajo en equipo:** La procesadora estimulará el trabajo en equipo entre trabajadores.

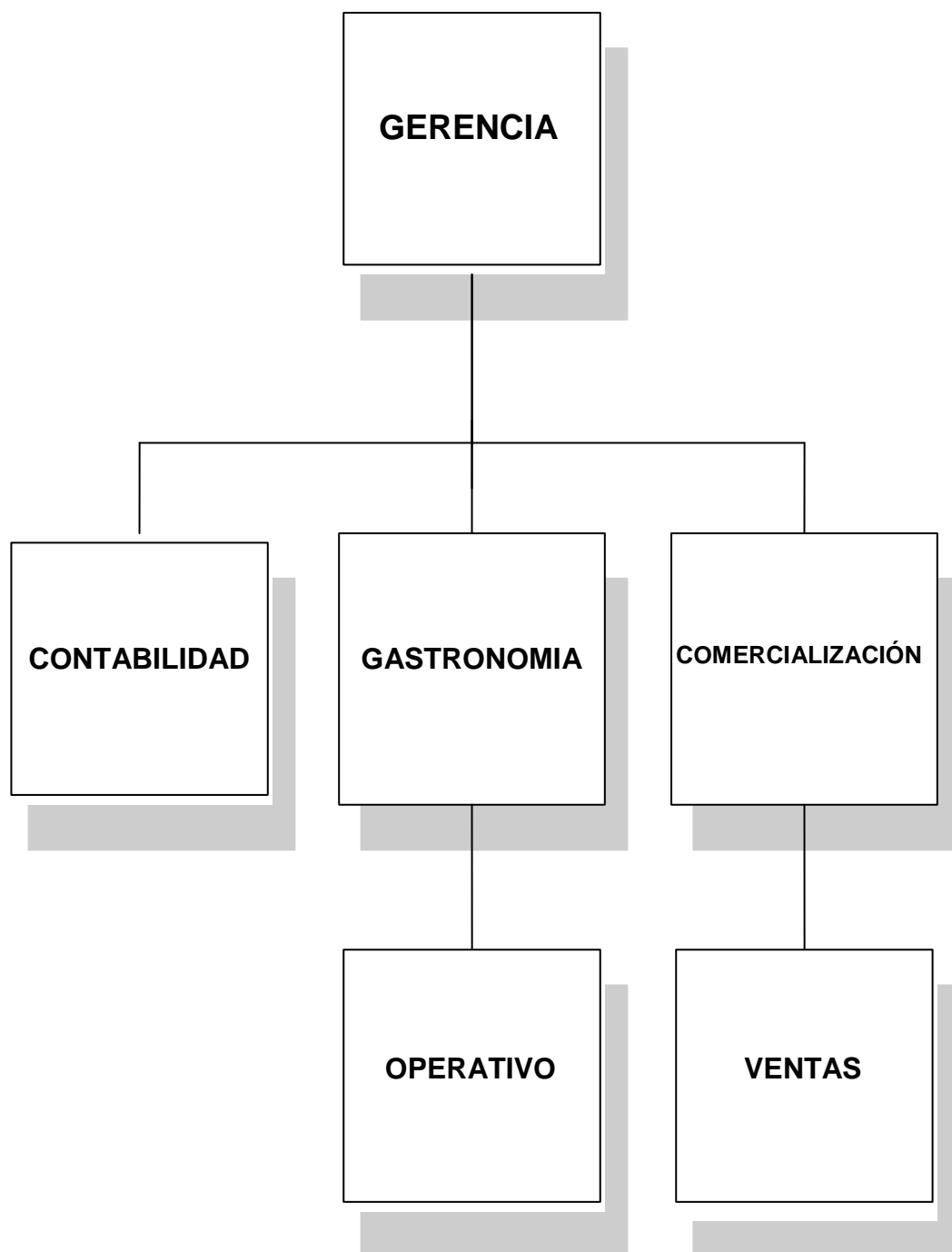
#### 6.1.7. Valores

- **Responsabilidad:** Desarrollar las actividades de acuerdo a lo establecido en la organización.

- **Compromiso:** Sentir el compromiso de representar positivamente a la procesadora en los casos que sean necesarios
- **Integridad y justicia:** Brindar un trato justo a todos los empleados y reconocer sus logros
- **Puntualidad:** Ser puntual dentro y fuera de la organización ya que refleja su personalidad
- **Respeto:** Actuar con respeto ante sus compañeros y clientes dentro y fuera de la organización
- **Honestidad:** Ser honesto en los trabajos que se le sean encomendados
- **Solidaridad:** Solidarizarse ante los problemas que se les presenten a los compañeros de trabajo

## 6.2. ASPECTO ORGANIZATIVO

### 6.2.1. Organigrama estructural



Elaborado por: La autora

## **6.2.2. Identificación de puestos y funciones**

Para llevar a cabo las actividades la procesadora requiere de siguiente personal:

### **CARGO: GERENTE**

El gerente es la persona que estará a cargo del direccionamiento de la procesadora.

#### **Perfil**

- Habilidad para comunicarse e interrelacionarse.
- Documentos personales en regla.
- Dispuesto a trabajar bajo presión, y por objetivos
- Tener capacidad de liderazgo y una excelente iniciativa

#### **Funciones**

- Organizar las actividades en cada una de las áreas, para llegar a obtener un mejor control y manejo de la empresa.
- Responder por la marcha administrativa, operativa y financiera de la empresa.
- Tomar las decisiones más adecuadas y correctas en el manejo de la empresa.
- Contratar, renovar y sancionar al personal que labora en la empresa.

- Velar por el cumplimiento de los objetivos establecidos en la empresa.
- Se encarga de la planificación, organización estructural y el alcance de las metas.
- Evalúa el desempeño y grado de compromiso que tiene cada puesto de trabajo.
- Aprobar el plan de marketing que se va aplicar para la empresa.
- Crear convenios con supermercados para conocer la posibilidad de realizar alianzas estratégicas.

### **Requisitos**

- **Instrucción formal:** Estudios superiores en Administración de Empresas y/o ramas afines.
- **Edad:** Entre 27 y 30 años
- **Experiencia:** 2 años en cargos similares

### **CARGO: CONTADOR**

El contador es el responsable de verificar la contabilidad que corresponde en la organización.

### **Perfil**

- Manejo de contabilidad
- Conocimiento leyes tributarias.
- Buenas relaciones humanas.

## **Funciones**

- Llevar los registros contables de la empresa con sus respectivas fechas.
- Elaborar el cronograma de pagos de cada uno de los trabajadores.
- Clasificar, guardar y resumir información numérica y financiera para recopilar asientos contables en los libros.
- Llenar y enviar formularios de compensación a trabajadores.
- El contador debe tener una estrecha relación con los departamentos.
- Presentar los informes financieros en el tiempo establecido según lo convenido.
- Asesorar en la parte contable a los directivos en la parte que lo requieran.
- Dar la información necesaria sobre la situación económica de la empresa.
- Registrar las actividades y movimientos financieros que la empresa realiza.

## **Requisitos**

- Instrucción Formal: Contabilidad Superior y Auditoría (CPA)
- Edad: Entre 24 a 28 años.
- Experiencia: Mínimo 2 años en cargos similares.



## **CARGO: CHEF**

El chef planifica y monitorea las actividades del área de producción.

### **Perfil**

- Trabajo a presión.
- Facilidad para comunicarse.
- Planificación y proactividad.

### **Funciones**

- Planificar el proceso para la elaboración del producto final.
- Monitorear en el area de producción que las tareas encomendadas se cumplan a cabalidad.
- Realizar los respectivos presupuestos de adquisición de la materia prima principal.
- Verificar la calidad de la materia prima e insumos para la elaboración del producto.
- Controlar la calidad del producto final, a través de una inspección directa.
- Llevar un registro de la cantidad de pollos ahumados que se despacha del area de producción.
- Informar a gerencia sobre el cumplimiento de metas de las organización en el area productiva.

## **Requisitos**

- **Instrucción Formal:** Gastronomía
- **Edad:** Entre 28 años en adelante
- **Experiencia:** Mínimo 2 año en cargos similares

## **CARGO: OPERARIOS**

Los operarios cumplen las funciones del procesamiento del pollo ahumado tomando en cuenta las técnicas aplicarse.

## **Perfil**

- Tener iniciativa en el trabajo.
- Ser eficiente en su lugar de trabajo.
- Buenos hábitos de limpieza e higiene.

## **Funciones**

- Realizar las actividades de orden laboral encomendadas por administración o gerencia.
- Recolección de de la materia prima de acuerdo a los procedimientos establecidos.
- Ejecutar los procedimientos de limpieza y desinfección tanto en la planta como en los utensilios y herramientas asignadas.

- Informar cualquier anomalía que se presenten en el funcionamiento de los equipos de trabajo.
- Realizar la preparación de los condimentos para el producto e inyectarlo a cada pollo.
- Mantener en correcto orden los insumos y el producto final
- Ahumar los pollos y posteriormente almacenarlos en el sistema de enfriamiento.

### **Requisitos**

- **Instrucción Formal:** Estudios en cocina
- **Edad:** Entre 25 años en adelante
- **Experiencia:** Mínimo 1 año en cargos similares

### **CARGO: VENDEDOR**

El vendedor se encargará en la venta directa del producto tanto en la empresa como fuera de ella.

### **Perfil**

- Habilidad para comunicarse e interrelacionarse.
- Manejo de utilitarios software y relacionados.
- Buena presencia.
- Tener capacidad de liderazgo y una excelente iniciativa.
- Conocimiento de técnicas de venta e investigaciones de mercado.

## Funciones

- Atender con cordialidad a los clientes que llegan a la empresa.
- Contribuir activamente a la solución de problemas con la comercialización del producto.
- Integrarse a las actividades de mercadotecnia de la empresa.
- Asesorar y proporcionar información a los clientes sobre la forma de venta del producto.
- Realizar la publicidad necesaria para dar a conocer el producto en los principales mercados.
- Analizar y comparar a la empresa con la posible competencia de otras ciudades.
- Llevar un registro y control de clientes fijos, plantear y llevar a cabo estrategias de venta, promoción y publicidad.
- Crear convenios con supermercados para conocer la posibilidad de realizar alianzas estratégicas.
- Conducir el vehículo y estar pendiente del mantenimiento.

## Requisitos

- **Instrucción Formal:** Estudios en ventas.
- Licencia de conducir
- **Edad:** 23 años en adelante.
- **Experiencia:** Experiencia profesional mínimo 2 años

## **6.3. ASPECTO LEGAL**

### **6.3.1. Base legal para la constitución dela empresa**

Será unipersonal de derecho privado de responsabilidad limitada, basada en la estructura jurídica creada por la ley 2005 – 27 que fue publicada en el registro oficial No. 19 del 26 de enero de 2006.

### **6.3.4. Requisitos para su funcionamiento**

Para que la planta procesadora de pollos ahumados pueda funcionar legalmente debe contar con ciertos permisos como son: patente municipal, permiso del cuerpo de bomberos, permisos de salud e higiene, para poder tramitar todos estos permisos es necesario tener como requisito principal el Registro Único del Contribuyente, por tal razón el primer paso es obtener el RUC y para esto será necesarios los siguientes requisitos:

### **6.3.5. Obtención del RUC para personas jurídicas**

A continuación se detallan los pasos para su obtención:

- Llenar el formulario respectivo 01A, 01B.
- Copia del estatuto de la persona jurídica con la certificación correspondiente; Ley de Creación o Acuerdo Ministerial de creación, según corresponda.
- Nombramiento del Representante Legal, inscrito en el Registro Mercantil cuando la Ley lo exija así.
- Copia de la Cédula y Papeleta de Votación del Representante Legal.
- Copia de un documento que certifique la dirección en donde se desarrolla la actividad económica. (Factura de Agua, luz o teléfono).

### **6.3.6. Requisitos para inscripción en el registro de actividades económicas sociedades (patente municipal)**

- Copia del RUC
- Copia del nombramiento del representante legal
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación, en la que se incluirá los datos personales del representante legal: Dirección domiciliaria, número telefónico convencional y celular.
- Certificación del contador del capital de operación con el que inicia la actividad económica.

### **6.3.7. Requisitos para el permiso de bomberos**

- Informe favorable de inspección, realizada por el señor inspector del Cuerpo de Bomberos
- Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal
- Copia del RUC
- Copia de la Patente Municipal

### **6.3.8. Requisitos para los permisos de salud pública**

- Ficha de inspección
- Permiso del Cuerpo de bomberos y Patente Municipal
- Copia del RUC
- Certificados de salud de todos los empleados (original y copia)
- Copia de la cédula y papeleta de votación del representante legal.

## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS

#### 7.1. ANÁLISIS DE IMPACTOS

Con la finalidad de efectuar un análisis cuantitativo y cualitativo se ha realizado una Matriz de Valoración, como se muestra a continuación:

**CUADRO No.80  
MATRIZ DE VALORACIÓN**

<b>POSITIVO</b>	<b>NIVEL</b>
1	Bajo
2	Medio
3	Alto
<b>NEGATIVO</b>	<b>NIVEL</b>
-1	Bajo
-2	Medio
-3	Alto

Fuente: Directa

Elaborado por: La autora

En la matriz se señala una valoración de -3 a 5, que se califica de acuerdo a los siguientes criterios:

El indicador se constituye por cada uno de los criterios que se adoptan con la finalidad de realizar el análisis de un determinado impacto.

Para conocer el grado de impacto se emplea la siguiente ecuación:

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

### 7.1.1. IMPACTO SOCIO ECONÓMICO

**CUADRO No.81  
IMPACTO SOCIO ECONÓMICO**

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Fuentes de trabajo						X		2
Calidad de vida							X	3
Fortalecimiento productivo						X		2
Disminución de problemas sociales						X		2
TOTAL						6	3	9

Elaborado por: La autora

$$NI(\text{SOCIO} - \text{ECONÓMICO}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{9}{4}$$

$$NI = 2,25$$

#### ANÁLISIS:

- **Fuentes de trabajo:** Con la creación de la planta procesadora se logra incrementar más oportunidades de trabajo para los habitantes esto permitirá mejorar la economía de cada familia
- **Calidad de vida:** El proyecto a realizarse en parte está encaminado a mejorar un aspecto importante como lo es el mejoramiento de la calidad de vida
- **Fortalecimiento productivo:** La procesadora logrará fortalecer la producción de nuevos productos en el sector y lograr mejoras económicas para sus habitantes
- **Disminución de problemas sociales:** Se dará un cambio radical en varios aspectos que actualmente han venido causando muchos problemas en el sector.



## 7.1.2. IMPACTO EMPRESARIAL

**CUADRO No.82**  
**IMPACTO EMPRESARIAL**

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Rentabilidad						X		2
Mejoramiento de los niveles competitivos					X			1
Incremento de niveles productivos						X		2
Iniciativa							X	3
TOTAL					1	4	3	8

Elaborado por: La autora

$$NI(\text{EMPRESARIAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{8}{4}$$

$$NI = 2$$

### ANÁLISIS:

- **Rentabilidad:** EL impacto empresarial genera un nivel medio positivo porque el proyecto al ser productivo esta encaminado a generar rentabilidad para sus socios los mismos estaran incentivados a seguir invirtiendo en este tipo de proyectos.
- **Mejoramiento de niveles competitivos:** El mejoramiento de los niveles competitivos es una estrategia que fortalece al sector, porque constantemente debe someterse a mejorar la calidad de sus productos.
- **Incremento productivo:** El proyecto a realizarse incrementara el nivel productivo en el sector ya que atraerá a comerciantes que se interesaran por los productos
- **Iniciativa:** El emprendimiento del proyecto genera un iniciativa para los moradores del sector demostrando que existen oportunidades de la creacion de propias empresas que garanticen un mejoria economica para el sector.

### 7.2.3. IMPACTO COMERCIAL

**CUADRO No.83  
IMPACTO COMERCIAL**

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Proveedores							X	3
Mercado							X	3
Capacitación continua						X		2
Promoción y publicidad						X		2
TOTAL						4	6	10

Elaborado por: La autora

$$NI(\text{COMERCIAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{10}{4}$$

$$NI = 2,5$$

#### ANÁLISIS:

- **Proveedores:** Con esta aplicación se atraerá a los proveedores de todo tipo de producto que ofrecerán a precios que garanticen el consumo del producto.
- **Mercado:** Este proyecto generará el incremento del mercado consumidor en el sector ya que es un producto de consumo humano.
- **Capacitación continua:** Para mejores resultados se brindará capacitación continua tanto al personal administrativo, operativo y de ventas.
- **Promoción y publicidad:** La promoción y publicidad que se aplicará en la planta procesadora garantizará la atracción de los consumidores que beneficiarán directamente a toda la zona.

## 7.2.4. IMPACTO AMBIENTAL

**CUADRO No.84**  
**IMPACTO AMBIENTAL**

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Gases tóxicos					X			1
Eliminación de residuos						X		2
Manejo de desechos					X			1
Reducción de contaminación					X			1
TOTAL					3	2		5

Elaborado por: La autora

$$NI(\text{AMBIENTAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{5}{4}$$

$$NI = 1,25$$

### ANÁLISIS:

- **Gases tóxicos:** Este proyecto impactará de manera positiva en un nivel muy bajo, ya que incrementará los gases tóxicos producidos por el horno pero se tomará medidas necesarias para evitar su contaminación.
- **Eliminación de residuos:** Para la eliminación de los residuos se aplicará procesamientos amigables con el ambiente para no afectarlo.
- **Manejo de desechos:** Se dará un manejo adecuado a los desechos que se obtengan por el procesamiento de los pollos ahumados, se mantendrá un control constante de las reacciones que se presenten.
- **Reducción de contaminación:** Con las medidas aplicadas se reducirá la contaminación y se evitará problemas a futuro

## 7.2.5. IMPACTO GENERAL

**CUADRO No.85  
IMPACTO GENERAL**

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
IMPACTO SOCIO ECONÓMICO						X		2
IMPACTO EMPRESARIAL						X		2
IMPACTO COMERCIAL							X	3
IMPACTO AMBIENTA					X			1
TOTAL					1	4	3	5

Fuente: Directa

Elaborado por: La autora

$$NI(\text{GENERAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{8}{4}$$

$$NI = 2$$

### ANÁLISIS:

El proyecto a realizarse presenta un impacto medio positivo en el ámbito socioeconómico, empresarial, comercial y ambiental, porque está encaminando al fortalecimiento del sector productivo de la Ciudad de Mira y por ende a sus habitantes.

## CONCLUSIONES

Después de haber efectuado el estudio de factibilidad para la instalación de una planta procesadora de pollos ahumados en la ciudad de Mira provincia del Carchi, se ha llegado a las siguientes conclusiones.

1. Con el diagnóstico se logró determinar que los habitantes del cantón Mira consumen la carne de pollo en un nivel alto, como también que no existen oferta de pollo ahumado en la ciudad.
2. Los resultados obtenidos en el estudio de mercado son favorables para la gestión del proyecto, porque existe una alta predisposición para el consumo del pollo ahumado en la ciudad de Mirar .
3. Los factores analizados para la localización del proyecto establecen que el Cantón Mira es un lugar estratégico porque posee varias alternativas para el desarrollo del proyecto, entre la mas importante se encuentran la disponibilidad de compra de los consumidores.
4. Del estudio financiero se determinó que el monto de inversión asciende a 64.885,63 dólares, aplicado los evaluadores se determinó que el proyecto factible de ejecutarlo.
5. Diseñada la organización de la empresa se puede mencionar que el talento humano es un factor que define el éxito del negocio, debiudo a que es el promotor de las actividades tanto administrativas como operativas.
6. Los impactos que presenta el proyecto son favorables, debido a que genera cambios positivos en difrentes campos como: el socioeconomico, empresarial, comercial, ambiental.

## RECOMENDACIONES

1. Para la instalación e implementación del presente proyecto se recomienda dar uso de manera adecuado los recursos que presenta el sector.
2. Se recomienda aplicar estrategias de mercadeo, con la finalidad de mantener el nivel de ventas del producto y lograr un escalamiento al mercado regional.
3. Buscar nuevas opciones de crecimiento tomando en cuenta los beneficios que el Canton Mira presenta para el desarrollo productivo de la nueva procesadora
4. Es importante dar un control permanente sobre los ingresos y egresos que la procesadora presenta para conocer el estado de la situación económica
5. Velar por el cumplimiento de las políticas y reglamentos que se establece para mejorar el desempeño de las funciones de la organización.
6. Verificar que se apliquen las medidas preventivas establecidas para evitar efectos secundarios sobre los impactos que se presenten en el proyecto

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

**Activo:** Está formado por todos los valores propiedad de la empresa o institución, cuya fuente de financiamiento originó aumentos en las cuentas pasivas. Conjunto de bienes y derechos reales y personales sobre los que se tiene propiedad.

**Activos circulantes:** Conjunto de cuentas dentro de los activos de una empresa que se anticipan su conversión en efectivo en un plazo menor a un año. Están constituidos generalmente por caja y bancos, cuentas por cobrar, inventarios, etc.

**Activos fijos:** Activos permanentes que típicamente son necesarios para llevar a cabo el giro habitual de una empresa. Están constituidos generalmente por maquinaria, equipo, edificios, terrenos, etc.

**Activos intangibles:** Activos de tipo inmaterial, tales como patentes.

**Amortización:** Pago parcial o total del principal de un préstamo.

**Balances financieros:** son informes que utilizan las instituciones para reportar la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o periodo determinado.

Esta información resulta útil para la Administración, gestores, reguladores y otros tipos de interesados como los accionistas, acreedores o propietarios.

**Balance de resultados:** Muestra la Utilidad de la empresa durante un período, es decir, las ganancias y/o pérdidas que la empresa tuvo o espera tener.

**Balance de situación inicial:** El Balance inicial refleja la situación patrimonial de la empresa en el momento preciso en que están a punto de iniciarse las operaciones de la empresa, es decir justo antes de comenzar a registrarse éstas

**Capital de Trabajo:** Diferencia del activo circulante respecto al pasivo circulante, cuyo margen positivo permite a las empresas cumplir con sus obligaciones a corto plazo.

**Capital Social:** Es el conjunto de aportaciones suscritas por los socios o accionistas de una empresa, las cuales forman su patrimonio, independientemente de que estén pagadas o no.

**Capitalización:** Inversión de recursos en una empresa por parte de sus propietarios.

**Costo de oportunidad:** El costo de oportunidad se entiende como aquel costo en que se incurre al tomar una decisión y no otra. Es aquel valor o utilidad que se sacrifica por elegir una alternativa A y desprestigiar una alternativa B. Tomar un camino significa que se renuncia al beneficio que ofrece el camino descartado.

**Costos de producción:** Es la valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien. Incluye el costo de los materiales, mano de obra y los gastos indirectos de fabricación cargados a los trabajos en su proceso.

Se define como el valor de los insumos que requieren las unidades económicas para realizar su producción de bienes y servicios.

**Costo directo:** Cualquier costo de producción que es directamente identificable en el producto final.

**Costo fijo:** Costo que no varía ante cambios en el nivel de producción.

**Costo marginal:** Adición al costo total como resultado de incrementar la producción en una unidad.



**Cuello de botella:** Cualquier factor que impide o reduce el flujo normal de un proceso, ya sea este productivo o económico.

**Demanda:** se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.

**Depreciación:** Reducción del valor contable o de mercado de un activo.

**Desembolso:** Representa una salida de fondos.

**Diagrama de bloque:** Es la representación gráfica del funcionamiento interno de un sistema, que se hace mediante bloques y sus relaciones, y que, además, definen la organización de todo el proceso interno, sus entradas y sus salidas.

**Diagnóstico:** Es el resultado de un proceso de investigación relacionado con la organización y el funcionamiento de las empresas, que permite determinar y evaluar las relaciones de causas-efectos de los problemas detectados y dar solución integral a los mismos.

**Dividendo:** Pago de una empresa a sus propietarios por concepto de distribución de utilidades generadas.

**Egresos:** Erogación o salida de recursos financieros, motivada por el compromiso de liquidación de algún bien o servicio recibido o por algún otro concepto. Desembolsos o salidas de dinero, aun cuando no constituyan gastos que afecten las pérdidas o ganancias.

**Estado de flujo de caja:** El estado de flujos de efectivo es el estado financiero básico que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación. Un Estado de Flujos de Efectivo es de tipo financiero y muestra entradas, salidas y cambioneto en

el efectivo de las diferentes actividades de una empresa durante un período contable, en una forma que concilie los saldos de efectivo inicial y final

**Estudio de factibilidad:** es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran.

**Estudio de mercado:** es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

**Estudio técnico:** es diseñar como se producirá aquello que venderás. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar como se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial.

**Estudio financiero:** es una técnica o herramienta que, mediante el empleo de métodos de estudio, permite entender y comprender el comportamiento del pasado financiero de una entidad y conocer su capacidad de financiamiento e inversión propia.

**Flujograma:** consiste en representar gráficamente hechos, situaciones, movimientos o relaciones de todo tipo, por medio de símbolos.

**Gastos: administrativos:** Son las erogaciones que corresponden a las oficinas generales, el departamento de contabilidad, la oficina de personal, el departamento de crédito y cobranza y demás actividades

distintas de la venta de mercancías. Es una subdivisión de los gastos de operación.

**Gastos de ventas:** Son las erogaciones que están directamente relacionadas con la operación de ventas.

**Gastos financieros:** Gastos incurridos por la empresa en la obtención de recursos financieros y que están representados por los intereses y comisiones tanto de préstamos como de créditos recibidos por la empresa.

**Impuesto:** Tributo que se exige en función de la capacidad económica de los obligados a su pago.

**Indicador:** Magnitud utilizada para medir o comparar los resultados efectivamente obtenidos, en la ejecución de un proyecto, programa o actividad.

**Índice de precios:** Medida que refleja el nivel de precios de una economía en un momento dado.

**Inflación:** Aumento sostenido y generalizado de los índices de precios.

**Ingresos:** el concepto ingreso puede hacer referencia a las cantidades que recibe una empresa por la venta de sus productos o servicio.

**Interés:** Es el precio pagado por el uso de un dinero prestado.

**Inversión diferida:** que es un desembolso de la etapa Pre-Operativa.

**Inversión fija:** es la asignación de recursos reales y financieros para obras físicas.

**Inversión variable (capital de trabajo):** El capital de trabajo es el recurso económico destinado al funcionamiento inicial y permanente del negocio, que cubre el desfase natural entre el flujo de ingresos y egresos. Entre los activos circulantes y los pasivos circulantes.

**Inversionista:** Persona física o jurídica que aporta sus recursos financieros con el fin de obtener algún beneficio futuro.

**Impactos:** El impacto se refiere a los efectos que la intervención planteada tiene sobre la comunidad en general.

**Jerarquía:** Forma de organización dentro de una institución de acuerdo a la importancia o autoridad de los cargos designados.

**Liquidación:** Conclusión de un negocio o proyecto mediante la venta de todos sus activos y la cancelación de todas sus deudas.

**Liquidez:** Estado de la posición de efectivo de una empresa y capacidad de cumplir con sus obligaciones de corto plazo.

**Mercado:** Conjunto de compradores y vendedores.

**Mercado meta:** Consiste en un conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes a los que la empresa u organización decide servir.

**Obligación:** Cualquier tipo de deuda.

**Pasivos:** Obligaciones que tiene una empresa ante terceros.

**Pasivos circulantes:** Conjunto de cuentas dentro de los pasivos de una empresa que deben cancelarse en un período menor a un año.

**Patrimonio:** Propiedad real de una empresa o individuo, definida como la suma de todos los activos, menos, la suma de todos los pasivos.

**Período de recuperación:** Período que se requiere para que los ingresos netos de una inversión sean iguales al costo de la inversión.

**Período fiscal:** Período contable de 12 meses respecto al cual se da la información económica de las actividades de la empresa para los efectos del pago del impuesto sobre la renta.

**Población económicamente activa:** Comprende al conjunto de personas posibilitadas de trabajar y que cumplen los requisitos de edad para ello.

**Presupuesto:** Estimación financiera anticipada, generalmente anual, de los egresos e ingresos, necesarios para cumplir con las metas de los programas establecidos.

**Producto:** El producto no es más que un objeto físico hace representación de una serie de satisfacciones o necesidades para el consumidor o comprador.

**Producto Interno Bruto:** Valor de los bienes y servicios producidos dentro de una economía durante un período específico.

**Publicidad:** La colocación de avisos y mensajes persuasivos, en tiempo o espacio, comprado en cualesquiera de los medios de comunicación por empresas lucrativas, organizaciones no lucrativas, agencias del estado y los individuos que intentan informar y/o persuadir a los miembros de un mercado meta en particular o a audiencias acerca de sus productos, servicios, organizaciones o ideas

**Sensibilidad del proyecto:** En todo proyecto se trabaja con algunos factores sobre los que se tiene poder de decisión (variables controlables), y otros sobre los que sólo se pueden realizar estimaciones (variables no controlables). De acuerdo a lo anterior podemos definir al análisis de sensibilidad como el proceso de medición de variables que afectan el desarrollo del proyecto de inversión.

**Solvencia:** Capacidad de pago de las obligaciones.

**Tasa interna de retorno (TIR):** Tasa de rendimiento sobre una inversión de activos.

**Utilidades:** Son la medida de un excedente entre los ingresos y los costos expresados en alguna unidad monetaria.

**Utilidades retenidas:** Porción de las utilidades no pagadas como dividendos.

**Valor actual neto (VAN):** Es el valor presente (a hoy) de los flujos de efectivo de un proyecto descontados a una tasa de interés dada.

**Variable:** una variable es un símbolo que permite identificar a un elemento no especificado dentro de un determinado grupo.

## BIBLIOGRAFÍA

AMARU, Antonio C. (2009) Fundamentos de Administración, Primera Edición, Pearson Educación, México.

BURBANO RUIZ Jorge E, (2008).Enfoque Moderno de Planeación y Control de Recursos, Segunda Edición, Editora: Martha Edna Suárez Ríos

COHEN Ernesto, (2008). Manual Formulación, Evaluación y Monitoreo de Proyectos, Desarrollo Social. CEP

CHILQUINGA, Manuel,(2007) Costos por Órdenes

DÍAZ, M. Ángel. (2008) David y Goliat Iniciación del Proyecto. Primera Edición, Grupo Editor Alfa omega. México

D' ALESSIO I. Fernando (2008) El Proceso Estratégico un Enfoque de Gerencia Primera Edición Pearson Educación México.

FERNÁNDEZ V. Ricardo. (2007) Manual para Elaborar un plan de Mercadotecnia Primera Edición, McGraw-Hill Interamericana. México.

FONTAINE R. Ernesto, (2008) Evaluación Social de Proyectos, Decimotercera Edición, Editorial PEARSON.

FLORES U. Juan, (2007) Proyectos de Inversión para las PYMES Creación de Empresas, Primera Edición, Editorial Ecoe Ediciones Ltda. Colombia.

GALINDO, R. Carlos J. (2008) Manual para la Creación de Empresas. Tercera Edición, Ecoe Ediciones. Colombia

GITMAN, Laurence J. (2007) Principios de Administración financiera. Decimo Primera Edición, Pearson Educación, México.

HINDLE Tim (2008) Management, Primera Edición, Editorial TheEconomist. Argentina.

KOTLER, Philip. (2008) Principios de Marketing. Doceava Edición, Prentice Hall, México.

José Antonio Mendizábal Aizpuru, (2007) Publi. Universidad Pública de Navarra

NÚÑEZ, Z. Rafael (2007) Manual de Evaluación de Proyectos de Inversión, Primera Edición, Editorial Trillas. México.

PÁEZ Roberto N. (2008) en su obra Desarrollo de la Mentalidad Empresarial

SAPAG, CH. Nassir, Año 2007, Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación, Primera edición, Editorial Pearson Educación de México S.A. de C.V., México.

SÁNCHEZ GÓMEZ, Roberto, (2012).Administración de empresas objetivos y decisiones, Segunda Edición, Editorial Piramide

STANTON, William J., ETZEL, Michael J., WALKER, Bruce J., Año 2007, Fundamentos de Marketing, Decimocuarta edición en español, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. DE C. V., México, D. F.

WHEELEN, Thomas L. HUNDER, David J. (2007) Administración Estratégica y Política de Negocios Décima Edición, Pearson Educación México.

ZAPATA, Sánchez Pedro, Año 2008, Contabilidad general, Sexta edición, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. de C. V., México, D. F.



## LINCOGRAFÍA

<http://wikipedia.org.com>

<http://www.geocities.com.>

<http://www.pronaca.com.>

[http://www.avicola/definicion\\_126413/](http://www.avicola/definicion_126413/)

<http://importanciaavicola.com>

<http://definicion.avicultura/>

# ANEXOS

## ANEXO A

### ENCUESTA DIRIGIDA A FAMILIAS DE LA CIUDAD DE MIRA



#### UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

#### FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

#### CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

##### 1. ¿Adquiere usted carne de pollo para consumo familiar?

- |              |     |
|--------------|-----|
| Siempre      | ( ) |
| Casi siempre | ( ) |
| Nunca        | ( ) |

##### 2. ¿Donde adquiere la carne de pollo?

- |              |     |
|--------------|-----|
| Tienda       | ( ) |
| Frigorífico  | ( ) |
| Mercados     | ( ) |
| Supermercado | ( ) |
| Asadero      | ( ) |

##### 3. ¿Cuando compra pollo en qué presentación prefiere?

- |       |     |
|-------|-----|
| Crudo | ( ) |
| Asado | ( ) |
| Otras | ( ) |

**4. ¿Como considera el precio de la carne de pollo?**

- Alto ( )  
Medio ( )  
Bajo ( )

**5. ¿Conoce si en Mira se realiza producción y Comercialización de Pollo Ahumado?**

- Si ( )  
No ( )

**6. ¿Estaría de acuerdo en adquirir para el consumo familiar pollo ahumado?**

- Si ( )  
No( )

**7. ¿Que cantidad adquiriría de carne de pollo ahumado semanalmente?**

- Entre 1 a 3 libras ( )  
Entre 3 a 5 libras ( )  
Entre 5 a 7 libras ( )

**8. ¿Que empaque debería tener el producto?**

- Empaque al vacío en funda ( )  
Tarrina plástica ( )  
Otros 3 ( )

**9. ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por una libra de carne de pollo?**

Menos de 3 dólares ( )

Entre 3 y 5 dólares ( )

Más de 5 dólares ( )

**10. ¿Qué medio de comunicación es de su preferencia?**

Radio ( )

Prensa ( )

Trípticos ( )

Hojas volantes ( )

Internet ( )

**ANEXO B**

**FORMATO DE OBSERVACIÓN DIRECTA A TIENDA, FRIGORÍFICO,  
MERCADOS, SUPERMERCADO y ASADERO.**



**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE**

**FACULTAD CIENCIAS ADMINITRATIVAS Y ECONOMICAS**

**ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**ANEXO F: FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA**

	LUGAR:..... SECTOR:..... FECHA:.....	TITULO:..... FUENTE:.....	FICHA Nº
	Tipo de producto:		
	Presentación.		
	Proveedor:		
	Empaques:		
	Precio:		
	INVESTIGADORA:.....		

## ANEXO C

### DETERMINACIÓN DEL PRECIO

#### ➤ DETERMINACIÓN DEL PRECIO

$$\text{Costo fijo unitario} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CFu = \frac{35.499,10}{55864}$$

$$CFu = 0,64$$

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{\text{Costos variables}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CVu = \frac{83448,43}{55864}$$

$$CVu = 1,49$$

$$\text{PRECIO} = CFu + CVu + 15\%CTu$$

$$\text{PRECIO} = 0,64 + 1,49 + 15\%CTu$$

$$\text{PRECIO} = 0,64 + 1,49 + 15\%(8,77)$$

$$\text{PRECIO} = 0,64 + 1,49 + 0,32$$

$$\text{PRECIO} = 2,45 \text{ por libra}$$

El precio por libra de pollo ahumado será de 2,45 dólares

**ANEXO D: DETERMINACIÓN DE LA TENDENCIA DE CRECIMIENTO DEL SUELDO BÁSICO.**

AÑO	SUEDO BÁSICO	$i = \frac{C_n}{C_0} - 1$
2008	218	
2010	240	0,09
2011	264	0,10
2012	292	0,10
2013	318	0,11
<b>TOTAL</b>		$\sum i = 0,397$

$$\frac{\sum i}{n} = \frac{0,397}{4} = 0,099 \quad i = 9,9\%$$



## ANEXO E: COSTOS Y GASTOS

### COSTOS

#### MATERIA PRIMA E INSUMOS

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Pollo faenado	UNIDAD	200	4.00	800,00
Comino	Libra	4	8.00	32,00
Ajo	Libra	4	8.00	32,00
Perejil	Atado	4	0,45	1,80
Culantro	Atado	4	0,50	2,00
Cebolla	Costal	1	3,40	3,40
Sal	Libra	1	0,70	0,70
Pimiento	Caja	1	1,45	1,45
<b>TOTAL</b>				<b>873,35</b>
<b>COSTO UNITARIO DE MATERIA PRIMA E INSUMOS PARA 200 POLLOS AHUMADOS</b>				<b>4,37</b>

#### ASERRIN

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Aserrin	TONELADAS	125	34.00	4250.00
<b>TOTAL</b>				<b>4250.00</b>

#### SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	50,00	600,00
Luz	30,00	360,00
<b>TOTAL</b>		<b>960,00</b>

#### VESTIMENTA DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Trajes para el trabajo	6	36.00	216.00
<b>TOTAL</b>			<b>216.00</b>

## MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento maquinaria y equipo	30,00	360,00
<b>TOTAL</b>		<b>360,00</b>

## GASTOS

### SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	12,00	144,00
Luz	16,00	192,00
<b>TOTAL</b>		<b>336,00</b>

### SERVICIOS DE COMUNICACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Teléfono	40,00	480,00
Internet	30,00	360,00
<b>TOTAL</b>		<b>840,00</b>

### SUMINISTROS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Perforadora	2	2,75	5,50
Grapadora	2	3,50	7,00
Papel resma	25	3,50	87,50
Carpetas	30	0,30	9,00
Esferográfico	15	0,30	4,50
Tinta impresora	3	13,00	39,00
Cuaderno	6	1,75	10,50
Lápiz	15	1,10	16,50
Borrador	10	0,40	4,00
Libretines (facturas)	15	4,50	67,50
<b>TOTAL</b>			<b>251,00</b>

## MANTENIMIENTO COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento computación	20,00	240,00
<b>TOTAL</b>		<b>240,00</b>

## PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Prensa escrita	70,00	210,00
Radio	100,00	300,00
Hojas volantes	30,00	120,00
Página web	15,00	180,00
<b>TOTAL</b>	<b>215,00</b>	<b>810,00</b>

## COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Combustible	60,00	720,00
Mantenimiento vehículo	30,00	360,00
<b>TOTAL</b>		<b>1080</b>