

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de emprendimiento previo a la obtención del Título de Licenciadas de Empresas

TEMA: “Estudio de factibilidad previo al desarrollo de una empresa productora de pollos y gallinas criollas”

AUTORAS:

Elisa Micaela Caseres Llumiguano

Juliza Lorena Chalan Manobanda

TUTORA: Ing. María Soledad Sevilla Galarza, MBA.

AMBATO – ECUADOR

Agosto 2023



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. María Soledad Sevilla Galarza, MBA.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutora del trabajo de titulación: **“Estudio de factibilidad previo al desarrollo de una empresa productora de pollos y gallinas criollas.”** presentado por las señoritas **Elisa Micaela Caseres Llumiguano y Juliza Lorena Chalan Manobanda**, para optar por el título de Licenciadas de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 25 de agosto del 2023



Ing. María Soledad Sevilla Galarza, MBA.

C.I. 1802928141

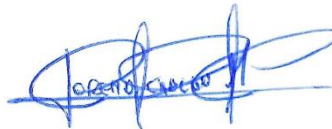
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotras, **Elisa Micaela Caseres Llumiguano** y **Juliza Lorena Chalan Manobanda**, declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciadas de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Elisa Micaela Caseres Llumiguano

C.I. 0504153123



Juliza Lorena Chalan Manobanda

C.I. 1850043637

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



Ing. Iván Fernando Silva Ordoñez, MBA.

C.I. 1802490548



Ing. Mayra Fernanda Sánchez Acosta, Mg.

C.I. 1803251204

Ambato, 25 de agosto del 2023

DERECHOS DE AUTOR

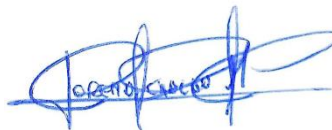
Autorizamos a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedemos los derechos en línea patrimoniales de nuestro proyecto con fines de difusión pública, además aprobamos la reproducción de este proyecto dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando nuestros derechos de autoras.



Elisa Micaela Caseres Llumiguano

C.I. 0504153123



Juliza Lorena Chalan Manobanda

C.I. 1850043637

DEDICATORIA

Este proyecto dedico a Dios y a mis padres por ser mi pilar fundamental, por el apoyo y el amor incondicional, por el sacrificio constante que hicieron para ver mi sueño cumplido, por enseñarme esa nobleza y esa humildad, gracias por caminar conmigo esta travesía.

A mis cuatro hermanos por brindarme ese amor único y por sus sabias palabras de apoyo, quienes forjaron mi carácter para continuar adelante con mi sueño y ser cada vez mejor. Sobre todo, a una persona que es muy especial para mí, que siempre estuvo conmigo en todo momento de manera incondicional.

Elisa Micaela Caseres Llumiguano

Dedico este proyecto a Dios, a mi Padre (†) que su espíritu vive en cada pensamiento, cada palabra y cada logro que he alcanzado.

A mi Madre por el apoyo, amor incondicional y por forjar en mí, esa determinación necesaria para superar cualquier obstáculo, su sacrificio y esfuerzo han sido fundamentales en mi camino hacia el éxito personal y profesional.

A mis hermanos que siempre me apoyaron emocional y moralmente, demostrándome que cuento con ellos en cualquier circunstancia.

Juliza Lorena Chalan Manobanda

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por ser nuestra fuente principal de sabiduría y fortaleza, por mantener esa fe y ganas de superar nuestros miedos.

Agradecemos a nuestros padres, quienes caminaron con nosotros desde el primer día, por ser los líderes de este logro. Con sus palabras de aliento y constante lucha, permitieron que esto sea posible. A cada uno de nuestros hermanos, por ser ejemplo y apoyo, indicándonos que sin sacrificio no hay logro y que esas noches de desvelo en algún momento de la vida nos darán resultados y frutos de éxito.

A nuestra tutora, Ing. Soledad Sevilla, por su calidez humana y profesionalismo, por motivarnos a no estancarnos en un problema. Al Ing. Fernando Silva, por su guía y asesoramiento en este proyecto presente, permitiéndonos contar con su enseñanza y ayudarnos a sacar lo mejor de nuestros conocimientos.

Agradecemos a cada uno de nuestros amigos, que de igual manera con un mensaje o una palabra de apoyo siempre nos recalcaron que somos muy capaces e inteligentes, que todo nos irá bien y que lograremos nuestros objetivos.

Agradezco a mi compañera de conocimientos, aprendizajes, enseñanzas; por esa amistad leal, por la confianza implantada para permitir ser partícipe de este noble proyecto. ¡Se logró!

Micaela Caseres y Lorena Chalan

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO	iv
DERECHOS DE AUTOR	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xvi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xviii
RESUMEN EJECUTIVO	xix
ABSTRACT.....	xx
CAPÍTULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1. Definición del problema de investigación.....	1
1.1.1. Análisis del árbol de problemas	3
1.2. Análisis del árbol de objetivos	5
1.3. Análisis de involucrados	5
1.4. Alternativas de solución	7
CAPÍTULO II	9
DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO	9
2.1. Nombre del emprendimiento.....	9
2.2. Localización geográfica	9
2.3. Justificación.....	10
2.4. Objetivo	11
2.4.1. Objetivo general.....	11
2.4.2. Objetivos específicos	11
2.5. Beneficiarios.....	11
2.6. Resultados a alcanzar	12
CAPÍTULO III.....	13
ESTUDIO DE MERCADO	13

3.1. Descripción de los usos y características del producto	13
3.2. Segmentación de mercado	13
3.3. Proyección del mercado meta.....	15
3.4. Población	15
3.5. Muestra	16
3.6. Metodología de la investigación.....	17
3.6.1. Enfoque de estudio.....	17
3.6.2. Tipo de investigación.....	18
3.6.3. Instrumento	19
3.7. Tabulación, análisis e interpretación	19
3.8. Estudio de demanda.....	43
3.8.1. Cálculo de la demanda	44
3.8.2. Demanda en hogares	44
3.8.3. Proyección de la demanda en hogares	45
3.8.4. Estudio de demanda de productos	46
3.8.5. Demanda proyectada en productos	47
3.9. Estudio de la oferta	48
3.9.1. Oferta en hogares	48
3.9.2. Estudio de la oferta en productos.....	49
3.9.3. Oferta proyectada en el producto	50
3.10. Mercado potencial	51
3.11. Demanda potencial insatisfecha	52
3.12. Análisis de precio	53
3.13. Comercialización.....	55
3.13.1. Canales de comercialización.....	55
3.13.2. Canales de distribución.....	57
3.14. Matriz FODA	59
3.15. Matriz de Perfil de Capacidad Interna.....	61
3.16. Matriz de Perfil de las Oportunidades y Amenazas	62
CAPÍTULO IV	65
ESTUDIO TÉCNICO	65
4.1. Tamaño óptimo del proyecto.....	65
4.1.1. Factores determinantes de tamaño	65

4.1.2. Tamaño óptimo	67
4.2. Localización	68
4.2.1. Localización óptima.....	68
4.2.2. Macro localización.....	70
4.2.3. Micro localización	71
4.3. Ingeniería de proyectos	72
4.3.1. Producto-Proceso	72
4.3.2. Balance de materiales	74
4.3.3. Diagrama de flujo	79
4.3.4. Distribución física “Lay-out”	82
CAPÍTULO V.....	85
ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	85
5.1. Aspectos generales	85
5.2. Diseño organizacional	85
5.2.1. Niveles jerárquicos	85
5.2.2. Misión	86
5.2.3. Visión.....	87
5.2.4. Valores	87
5.3. Estructura organizativa.....	87
5.4. Estructura funcional	88
5.5. Manual de funciones	89
CAPÍTULO VI.....	93
ESTUDIO FINANCIERO	93
6.1. Ingresos brutos	93
6.2. Activos fijos tangibles	93
6.3. Activos diferidos o intangibles.....	97
6.4. Activo circulante o de capital de trabajo	98
6.4.1. Activo Circulante	100
6.4.2 Pasivo Circulante	101
6.4.3. Capital de trabajo	102
6.5. Resumen de las inversiones.....	102
6.7. Plan de inversiones	104
6.8. Presupuesto de costos y gastos	105

6.8.1. Situación Financiera Inicial	112
6.8.2. Situación financiera Proyectada.....	113
6.8.3. Presupuesto de Ingresos.....	116
6.8.4. Estado de resultados proyectado.....	117
6.8.5. Flujo de caja.....	118
6.9. Punto de equilibrio	119
6.9.1. Punto de equilibrio en unidades monetarias	119
6.9.2. Punto de equilibrio en unidades de producción	120
6.9.3. Punto de equilibrio graficado.....	121
6.10. Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación proyectada ..	122
6.10.1. Cálculo Tmar 1 sin financiamiento.....	122
6.10.2. Cálculo Tmar 2 sin financiamiento.....	122
6.10.3. Cálculo Tmar 1 Global Mixto.....	123
6.10.4. Cálculo Tmar 2 Global Mixto.....	123
6.11. Valor Actual Neto (VAN)	123
6.11.1. Cálculo VAN 1	124
6.11.2. Cálculo del VAN 2	124
6.12. Indicadores financieros.....	125
6.12.1 Indicador de solvencia	125
6.12.2. Indicador de liquidez	125
6.12.3. Indicador de endeudamiento.....	126
6.12.4. Indicador de apalancamiento	127
6.13. Tasa beneficio-costo.....	127
6.14. Periodo de recuperación de la inversión.....	128
6.15. Tasa interna de retorno (TIR)	128
CONCLUSIONES	131
RECOMENDACIONES	133
BIBLIOGRAFÍA	134
ANEXOS	139

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Análisis de involucrados	5
Tabla 2 Usos y características del producto	13
Tabla 3 Segmentación de mercado	14
Tabla 4 Proyección del mercado meta	15
Tabla 5 Pregunta 1. ¿Consumen usted pollo o gallina criolla?	19
Tabla 6 Pregunta 2. ¿Si en la ciudad de Ambato se comercializaría pollos y gallinas criollas faenadas y empaquetada de una forma aséptica, lo consumiría?	21
Tabla 7 Pregunta 3. ¿En su hogar cuántos pollos o gallinas criollas faenadas consumirían al mes?	22
Tabla 8 Pregunta 4. ¿Usted en qué presentaciones preferiría comprar los pollos o gallinas criollas faenada y empaquetada de una forma aséptica?	23
Tabla 9 Pregunta 5.1. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un pollo o gallina criolla ENTERA faenada?.....	25
Tabla 10 Pregunta 5.2. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por MEDIO pollo o gallina criolla faenada?	26
Tabla 11 Pregunta 5.3. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por 1/4 CUARTO de pollo o gallina criolla faenada?	27
Tabla 12 Pregunta 5.4. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por 1/8 un octavo o PRESA de pollo o gallina criolla faenada?	29
Tabla 13 Pregunta 6. ¿Qué tipo de empaque considera usted importante al momento de adquirir pollos o gallinas criollas faenadas?.....	30
Tabla 14 Pregunta 7. ¿Usted conoce de otras empresas que se dediquen a la crianza de pollos o gallinas criollas con una marca registrada?	31
Tabla 15 Pregunta 8. ¿En su localidad conoce algún supermercado que comercialice pollos o gallinas criollas faenadas con marca registrada?.....	32
Tabla 16 Pregunta 9. ¿Usted por qué adquiriría pollo o gallina criolla faenada y empaquetada de una forma aséptica?.....	34
Tabla 17 Pregunta 10. ¿Dónde le gustaría adquirir los pollos o gallinas criollas faenadas y empaquetadas de forma aséptica?	35
Tabla 18 Pregunta 11. ¿Cuál cree usted que es el mejor medio para dar a conocer el valor nutricional y beneficios del consumo de Pollos o Gallinas Criollas faenadas?	37

Tabla 19 Pregunta 12. ¿Qué método de pago preferiría para la compra de pollos o gallinas criollas faenadas y empaquetadas de una forma aséptica?	39
Tabla 20 Pregunta 13. ¿Por la compra habitual de pollos o gallinas criollas faenadas que promoción le gustaría recibir?	40
Tabla 21 Pregunta 14. ¿Qué tan importante considera que los pollos o gallinas criollas sean certificadas con alimentación natural u orgánica?	42
Tabla 22 Demanda actual en hogares.....	44
Tabla 23 Proyección de la demanda (hogares)	45
Tabla 24 Demanda de productos.....	46
Tabla 25 Demanda proyectada en productos	47
Tabla 26 Oferta en personas.....	48
Tabla 27 Proyección de la oferta en hogares	48
Tabla 28 Oferta anual en productos	50
Tabla 29 Proyección de la oferta en productos	50
Tabla 30 DPI	52
Tabla 31 Precio proyectado en presentación pollo o gallina criolla faenada Entera .	53
Tabla 32 Precio proyectado de pollo o gallina criolla faenada en presentación Medio	54
Tabla 33 Precio proyectado del pollo o gallina criolla faenada en presentación ¼ cuarto.....	54
Tabla 34 Precio proyectado del pollo o gallina criolla faenada en presentación de 1/8 octavo o presas	55
Tabla 35 Análisis FODA.....	59
Tabla 36 Matriz FODA	60
Tabla 37 Matriz de evaluación de factores internos.....	61
Tabla 38 Matriz de evaluación de factores externos	64
Tabla 39 Demanda potencial insatisfecha Real	67
Tabla 40 Escala de impacto.....	68
Tabla 41 Capacidad de producción	75
Tabla 42 Materia Prima.....	75
Tabla 43 Insumos	75
Tabla 44 Materiales indirectos	76
Tabla 45 Maquinaria	76

Tabla 46 Equipos de Producción	76
Tabla 47 Equipos de Computo.....	77
Tabla 48 Equipos de Oficina.....	77
Tabla 49 Herramientas	77
Tabla 50 Menaje.....	78
Tabla 51 Suministros de limpieza.....	78
Tabla 52 Muebles y Enseres	79
Tabla 53 Servicios básicos	79
Tabla 54 Simbología ASME	80
Tabla 55 Manual de funciones del Gerente General.....	89
Tabla 56 Manual de funciones del Asesor Técnico	90
Tabla 57 Manual de Funciones de un Vendedor.....	91
Tabla 58 Manual de Funciones de un Operario	92
Tabla 59 Ingresos brutos	93
Tabla 60 Terreno	93
Tabla 61 Infraestructura	94
Tabla 62 Maquinaria	94
Tabla 63 Equipos.....	94
Tabla 64 Muebles y enseres	95
Tabla 65 Herramientas	95
Tabla 66 Menaje.....	96
Tabla 67 Activos fijos tangibles.....	96
Tabla 68 Activo diferido o intangibles.....	97
Tabla 69 Caja-Bancos	98
Tabla 70 Inventario Total.....	100
Tabla 71 Total Activo circulante.....	100
Tabla 72 Financiamiento.....	103
Tabla 73 Financiamiento de instituciones financieras	103
Tabla 74 Plan de inversiones.....	104
Tabla 75 Costos de Materia prima	105
Tabla 76 Costos de Insumos	106
Tabla 77 Costos de Materiales Indirectos	106
Tabla 78 Costos de Suministro de Limpieza	106

Tabla 79 Costos de Depreciación.....	107
Tabla 80 Costos de Amortización	108
Tabla 81 Costo de Mantenimiento de Maquinaria.....	108
Tabla 82 Costos de Mano de Obra Directa	109
Tabla 83 Costos de suministros de oficina.....	109
Tabla 84 Costos de Servicios Básicos.....	109
Tabla 85 Costos de Sueldos y Salarios	110
Tabla 86 Costo del Arriendo de la faenadora.....	110
Tabla 87 Intereses por préstamo	111
Tabla 88 Total de Costos de Venta	111
Tabla 89 Total de costos del proyecto.....	111
Tabla 90 Situación Financiera Inicial	113
Tabla 91 Situación financiera Proyectada.....	114
Tabla 92 Presupuestos de Ingresos	116
Tabla 93 Estado de resultados proyectado	117
Tabla 94 Flujo de caja proyectado	118
Tabla 95 Costos Fijos y Costos Variables	119
Tabla 96 TMAR 1 Global Mixto	123
Tabla 97 TMAR 2 Global Mixto	123
Tabla 98 Cuadro comparativo de sensibilidad	129

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Árbol de problemas.....	2
Figura 2	Árbol de objetivos	4
Figura 3	Localización geográfica.....	9
Figura 4	Pregunta 1. ¿Consume usted pollo o gallina criolla?.....	20
Figura 5	Pregunta 2. ¿Si en la ciudad de Ambato se comercializaría pollos y gallinas criollas faenadas y empaquetada de una forma aséptica, lo consumiría?	21
Figura 6	Pregunta 3. ¿En su hogar cuántos pollos o gallinas criollas faenadas consumirían al mes?.....	22
Figura 7	Pregunta 4. ¿Usted en qué presentaciones preferiría comprar los pollos o gallinas criollas faenada y empaquetada de una forma aséptica?	23
Figura 8	Pregunta 5.1. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un pollo o gallina criolla ENTERA faenada?.....	25
Figura 9	Pregunta 5.2. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por MEDIO pollo o gallina criolla faenada?	26
Figura 10	Pregunta 5.3. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por 1/4 CUARTO de pollo o gallina criolla faenada?	27
Figura 11	Pregunta 5.4. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por 1/8 un octavo o PRESA de pollo o gallina criolla faenada?	29
Figura 12	Pregunta 6. ¿Qué tipo de empaque considera usted importante al momento de adquirir pollos o gallinas criollas faenadas?.....	30
Figura 13	Pregunta 7. ¿Usted conoce de otras empresas que se dediquen a la crianza de pollos o gallinas criollas con una marca registrada?	31
Figura 14	Pregunta 8. ¿En su localidad conoce algún supermercado que comercialice pollos o gallinas criollas faenadas con marca registrada?.....	33
Figura 15	Pregunta 9. ¿Usted por qué adquiriría pollo o gallina criolla faenada y empaquetada de una forma aséptica?.....	34
Figura 16	Pregunta 10. ¿Dónde le gustaría adquirir los pollos o gallinas criollas faenadas y empaquetadas de forma aséptica?	35
Figura 17	Pregunta 11. ¿Cuál cree usted que es el mejor medio para dar a conocer el valor nutricional y beneficios del consumo de Pollos o Gallinas Criollas faenadas?	37

Figura 18 Pregunta 12. ¿Qué método de pago preferiría para la compra de pollos o gallinas criollas faenadas y empaquetadas de una forma aséptica?	39
Figura 19 Pregunta 13. ¿Por la compra habitual de pollos o gallinas criollas faenadas que promoción le gustaría recibir?	40
Figura 20 Pregunta 14. ¿Qué tan importante considera que los pollos o gallinas criollas sean certificadas con alimentación natural u orgánica?	42
Figura 21 Demanda en hogares	45
Figura 22 Proyección de la demanda en productos	47
Figura 23 Proyección de la oferta en hogares	49
Figura 24 Proyección de la oferta en productos	50
Figura 25 DPI	52
Figura 26 Canal directo	58
Figura 27 Canal indirecto corto	58
Figura 28 Matriz PCI	61
Figura 29 Matriz POAM	63
Figura 30 Demanda potencial insatisfecha Real	67
Figura 31 Localización óptima	69
Figura 32 Macro Localización	70
Figura 33 Micro Localización	71
Figura 34 Proceso de crianza de pollos y gallinas criollas	73
Figura 35 Proceso de faenamamiento de pollos y gallinas criollas	74
Figura 36 Diagrama de flujo para la crianza de pollos y gallinas criollas	81
Figura 37 Diagrama de faenamamiento de pollos y gallinas criollas	81
Figura 38 Simbología del “Lay-out”	82
Figura 39 Distribución del espacio físico	83
Figura 40 Distribución del espacio físico de la faenadora	84
Figura 41 Organigrama Estructural	87
Figura 42 Organigrama Funcional	88
Figura 43 Presupuesto de ingresos anuales	116
Figura 44 Punto de equilibrio	121

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Cronograma de actividades	139
Anexo 2. Formulación de los objetivos.....	139
Anexo 3. Validación de la encuesta por expertos	140
Anexo 4. Coeficiente de fiabilidad "V DE AIKEN ".....	145
Anexo 5. Encuesta aplicada a los jefes/(as) de hogar	147
Anexo 6. Tabla de amortización del préstamo.....	150
Anexo 7. Escenario Optimista +20%	151
Anexo 8. Cálculo del VAN Optimista 20%	151
Anexo 9. Indicadores financieros Escenario Optimista	151
Anexo 10. Escenario Pesimista -20%	152
Anexo 11. Cálculo del VAN Pesimista.....	152
Anexo 12. Indicadores financieros Escenario pesimista.....	152

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como objetivo comprobar la viabilidad de establecer una empresa productora de pollos y gallinas criollas, estará ubicada en la Parroquia Santa Rosa y comercializará en la ciudad de Ambato. El propósito es garantizar la calidad del producto, su valor nutricional, así como los cuidados y alimentación adecuada. Para llevar a cabo el estudio de mercado, se realizó un análisis exhaustivo del mercado local, donde se evaluará la oferta y la demanda de pollos y gallinas criollas. La investigación reveló un mercado en crecimiento con una demanda insatisfecha del 94,5% de aceptación, lo que respalda la viabilidad del emprendimiento.

Para determinar la viabilidad técnica, se identificaron los requerimientos de infraestructura, equipos y personal necesarios para la producción de pollos y gallinas criollas. También se evaluaron las condiciones climáticas y del terreno en la zona, así como la disponibilidad de servicios básicos para el correcto crecimiento de las aves.

En cuanto a la investigación de la viabilidad organizacional, se estableció la estructura organizacional necesaria para el funcionamiento eficiente de la empresa. Se definieron los roles y responsabilidades de cada miembro del equipo, se identificaron las habilidades y conocimientos requeridos para el personal involucrado en la producción y gestión de la empresa.

Para evaluar la viabilidad financiera del proyecto, se realizaron diversas proyecciones que incluyeron los costos de inversión inicial, los gastos operativos y los ingresos esperados. También se estimaron los flujos de efectivo y se calculó el punto de equilibrio en unidades de producción y valor monetario. Los resultados finales concluyen que el negocio es viable desde una perspectiva técnica, organizacional y financiera, con un retorno de inversión proyectado en un período razonable.

PALABRAS CLAVE: EMPRENDIMIENTO, PRODUCCIÓN, CRIOLLAS, COMERCIALIZACIÓN, ESTUDIO DE MERCADO.

ABSTRACT

The objective of this project is to test the feasibility of establishing a company to produce chickens and Creole hens, which will be in the Santa Rosa parish and commercialize in the city of Ambato. The purpose is to guarantee the quality of the product, its nutritional value, as well as proper care and feeding. To carry out the market study, an exhaustive analysis of the local market was conducted to evaluate the supply and demand of chickens and Creole hens. The research revealed a growing market with an unsatisfied demand of 94.5% acceptance, which supports the viability of the venture.

To determine technical feasibility, the infrastructure, equipment, and personnel requirements for broiler and chicken production were identified. The climatic and soil conditions in the area were also evaluated, as well as the availability of basic services for the proper growth of the birds.

Regarding the investigation of organizational feasibility, the organizational structure necessary for the efficient operation of the company was established. The roles and responsibilities of each team member were defined, and the skills and knowledge required for the personnel involved in the production and management of the company were identified.

To assess the financial viability of the project, several projections were made, including initial investment costs, operating expenses, and expected revenues. Cash flows were also estimated, and the break-even point was calculated in units of production and monetary value. The results conclude that the business is viable from a technical, organizational and financial perspective, with a projected return on investment in a reasonable period.

KEY WORDS: ENTREPRENEURSHIP, PRODUCTION, CRIOLLAS, MARKETING, MARKET RESEARC

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Definición del problema de investigación

El problema de investigación se refiere esencialmente a una representación que tiene el investigador sobre una situación, objeto o fenómeno específico al cual se le pretende dar respuesta a través de la investigación y que se expone con suficientes argumentos para dar cuenta de su existencia y características (Rojas, 2023, pág. 55).

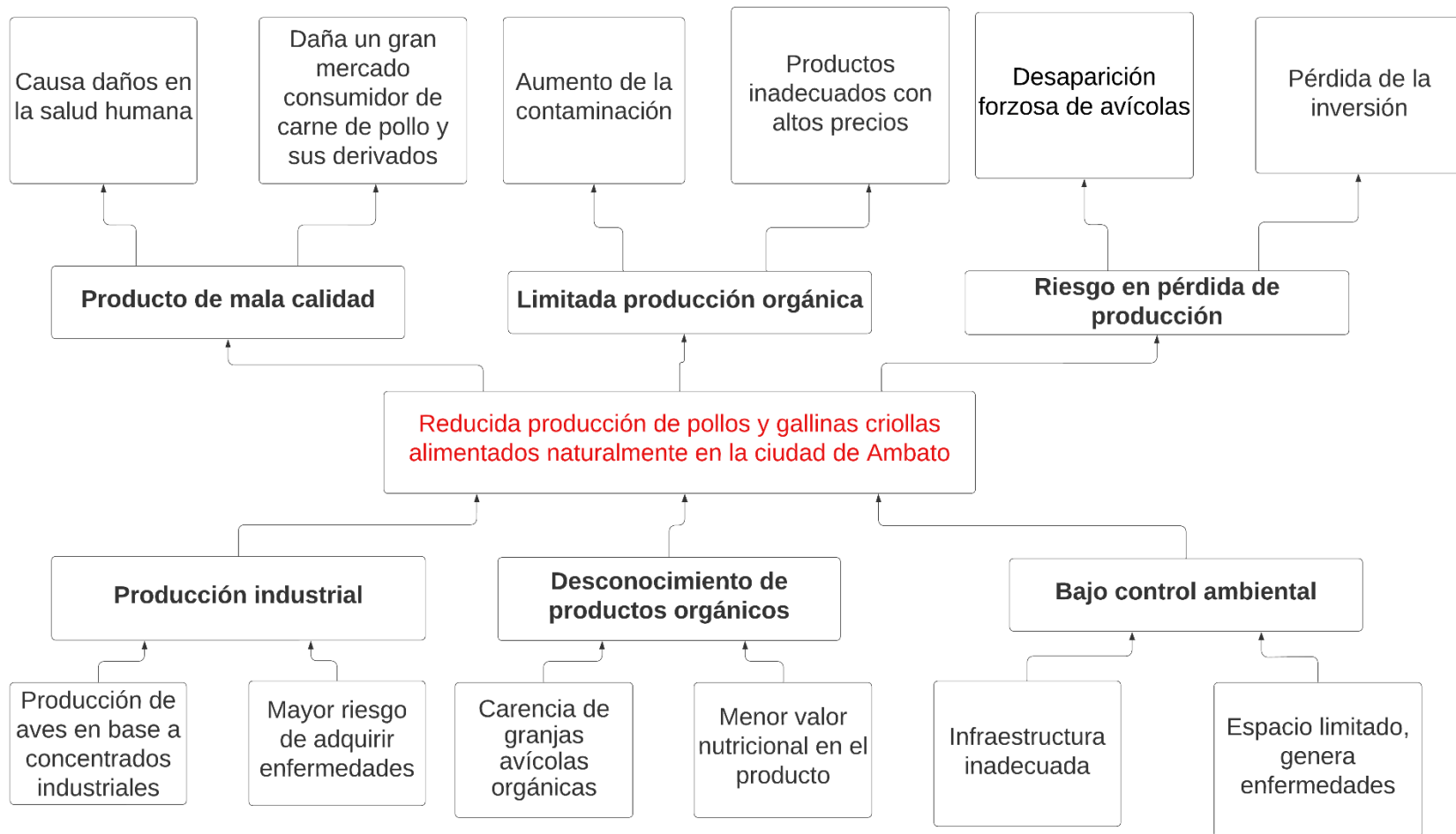
El planteamiento del problema representa la necesidad de explicar la situación a investigar, es importante conocer las relaciones existentes entre causa-efecto del problema, los mismos nos permiten entender, justificar y estructurar la situación que se pretende estudiar utilizando diversas técnicas.

La alta producción industrial de pollos es el principal objeto de estudio en esta investigación, el cual está relacionado con la carencia de granjas avícolas orgánica. Esta situación afecta significativamente al mercado consumidor de pollos y sus derivados, así como a la economía del país o sector, dado que la avicultura es una de las actividades más importantes dentro del país.

Por esta razón, se llevará a cabo un estudio de mercado para la producción y comercialización de pollos y gallinas criollas, con el propósito de ofrecer una alternativa innovadora a la sociedad. Este proyecto no sólo se enfoca en el crecimiento de avícolas orgánicas, sino también presenta una propuesta con un emprendimiento en donde se prioriza la alimentación saludable y orgánica de las aves, en un ambiente libre y sin contaminación con disponibilidad de luz solar.

Figura 1

Árbol de problemas



1.1.1. Análisis del árbol de problemas

Se identificó que en la ciudad de Ambato existen pocas granjas o empresas avícolas que se dediquen a la producción y comercialización de aves criollas, es decir, alimentadas de forma natural, esta situación plantea un interesante campo de investigación en el sector.

En la actualidad, muchas personas y familias se encuentran involucradas en diversas actividades distintas a la avicultura. Como resultado, las granjas existentes tienden a enfocarse en la producción industrial de pollos, para lo cual emplean una alimentación basada en concentrados industriales conocidos como balanceados. Estos alimentos aceleran el crecimiento de las aves en un corto período de tiempo, lo cual puede tener un impacto negativo en la salud de un extenso mercado consumidor, dado que la carne de pollo y sus derivados son ampliamente consumidos a nivel mundial.

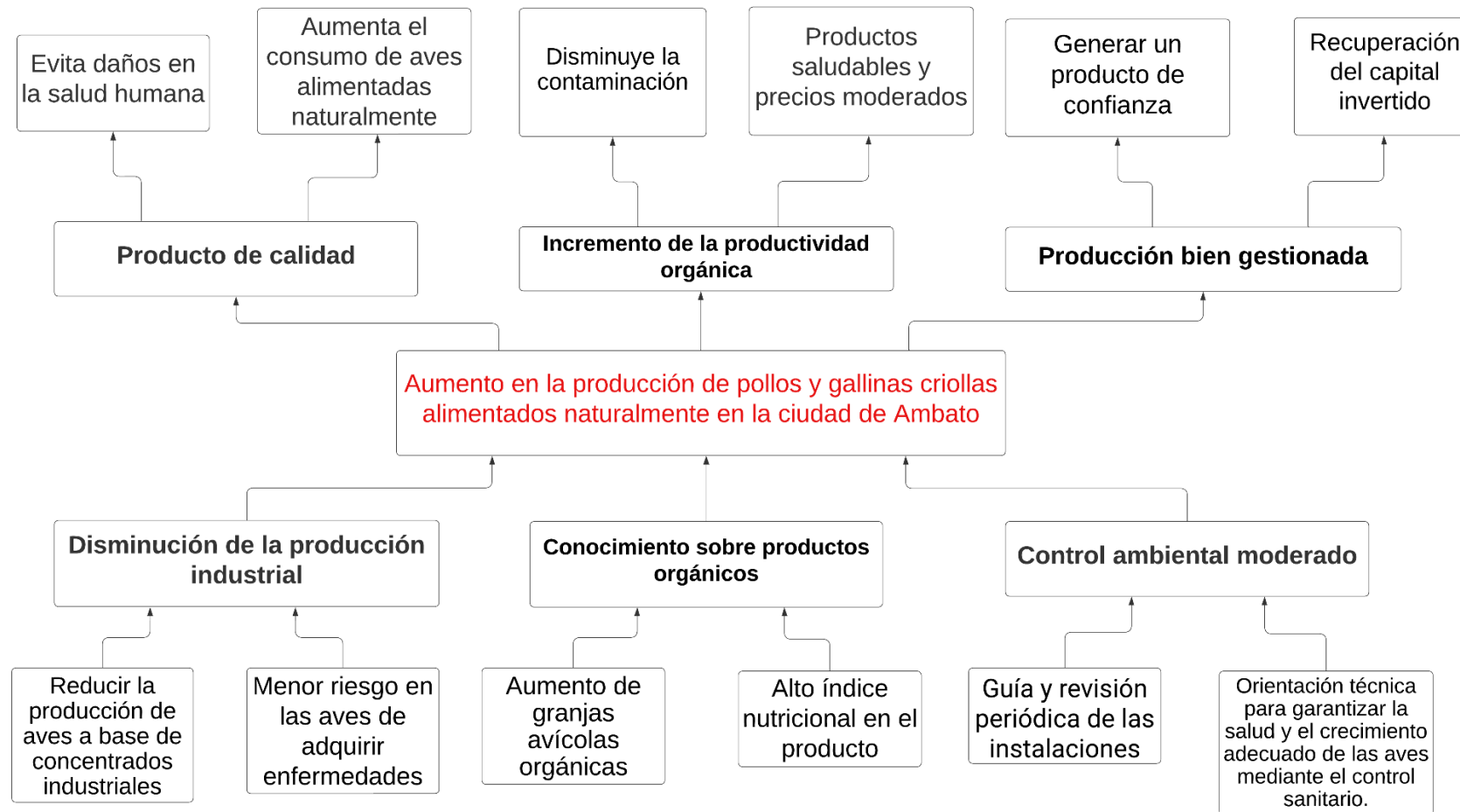
Esta situación ha resultado en un incremento de personas que se dedican a la avicultura, pero que desconocen los métodos adecuados de crianza de aves, por tal razón, aumenta el riesgo de contagio de enfermedades entre aves al mantener a estas aves encerradas en espacios limitados e inadecuados. Además, debido a su alimentación basada únicamente en concentrados industriales, las aves pierden su valor nutricional. En el mercado actual, existen una infinidad de empresas que comercializan estos concentrados industriales, lo que genera una gran producción de pollos y gallinas que sufren de sobrepeso, estrés y explotación.

Actualmente, las personas no prestan suficiente atención a su alimentación debido a un estilo de vida acelerado y compran cualquier producto que en su empaque diga "ecológico u orgánico", sin tener pleno conocimiento de los procesos que dichos productos han atravesado antes de llegar a las tiendas de barrios o supermercados.

En conclusión, la problemática identificada en la ciudad de Ambato, en relación con las granjas avícolas y la producción de aves criollas alimentadas naturalmente, representa implicaciones importantes para el bienestar de los consumidores y el desarrollo sostenible del sector avícola.

Figura 2

Árbol de objetivos



1.2. Análisis del árbol de objetivos

El aumento en la producción de pollos y gallinas criollas permite ofrecer a las personas productos de mayor calidad, naturales y con mayor sabor. Estas aves son alimentadas de forma natural, lo que evita que pierdan su valor nutricional, y se reduce considerablemente el uso de concentrados industriales, lo que las convierte en verdaderas aves criollas.

Además, el control ambiental es más efectivo, ya que, al ser alimentadas mediante pastoreo, las aves tienen libertad de movimiento, lo que facilita la detección temprana de síntomas de enfermedades y la toma de medidas rápidas para evitar contagios. Así mismo, la infraestructura se mantiene más limpia y se aprovechará las horas en que las aves están en los espacios verdes.

La crianza natural de aves implica la búsqueda de nuevos conocimientos para obtener productos de calidad. Esto permite que las personas involucradas en esta práctica adquieran técnicas y conocimientos adecuados para criar aves más saludables, donde se reduce el riesgo de enfermedades y protege su inversión.

1.3. Análisis de involucrados

Tabla 1

Análisis de involucrados

Grupos	Intereses	Problema percibido	Recursos y mandato
Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.	Busca ayudar a los pequeños/medianos productores, para mejorar y prosperar sus condiciones de vida.	Desconocimiento de buenas prácticas de sanidad inadecuado manejo técnico en	Acuerdo Ministerial No. -068. Art.- 3. Planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la

		diversos emprendimientos.	redistribución equitativa de los recursos.
Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario.	Asegurar la actividad y eficacia de los recursos agropecuarios de producción local e importados, de esta manera garantizar calidad y seguridad de los productos.	Alimentos de baja calidad y que no son garantizados para el consumo humano.	Resolución 0060. Art. – 13. El estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria.
Proveedores	Prestar o entregar oportunamente y de forma eficiente el bien o servicio, conforme a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo.	Entrega de producto inadecuado, retrasos y variación de precios acordados.	Ley Orgánica de Defensa del consumidor. Ley No. - 2000-21. CAPÍTULO VIII.- Responsabilidades y obligaciones del proveedor.
Equipo de trabajo	Incentiva la creación de nuevos empleos mediante el ofrecimiento de un marco regulatorio moderno que facilite el nacimiento de emprendimientos y empresas	Inadecuado manejo técnico y financiero hace que los emprendimientos desaparezcan en poco tiempo.	Ley Orgánica De Emprendimiento E Innovación Capítulo IV. Fomento al emprendedor y creación de nuevos negocios
Cliente	Busca un producto de calidad y	Productos sobre inflados mediante	Ley Orgánica de Defensa del consumidor. Ley No. - 2000-21.

	saludable para su consumo.	concentrados industriales.	Cap.- II. Derechos y obligaciones de los consumidores.
Competencia directa	Empresas que se dedican a vender/prestar el mismo o similar producto/servicio.	Abuso de poder de mercado.	Ley orgánica de regulación y control del poder de mercado. Capítulo II. Régimen De Regulación Y Control.

Nota. La tabla contiene el análisis de los grupos de involucrados, interés y recursos que permitan el apoyo o desarrollo para solucionar los problemas percibidos.

1.4. Alternativas de solución

- Desarrollo de una granja avícola en la ciudad de Ambato.
- **Producción de pollos y gallinas criollas en la ciudad de Ambato.**
- Crianza de pollos a base de pastoreo.
- Producción de pollos engorde.
- Comercialización de pollos en pie.

Dentro del presente emprendimiento, se han considerado diversas alternativas de solución con el objetivo de obtener la aprobación del producto en el mercado por parte de los consumidores. Estas alternativas son las siguientes:

- Proporcionar espacios amplios con pasto verde para permitir un adecuado desenvolvimiento de los pollos y gallinas criollas.
- Garantizar una alimentación fresca y natural que favorezca el crecimiento saludable de las aves.
- Realizar una clasificación de las aves según su calidad, para asegurar una distribución adecuada al consumidor final.
- Controlar el suministro de agua y alimentos, siguiendo los horarios estratégicos para promover el óptimo desarrollo de las aves.

- Establecer infraestructuras adecuadas para alojar tanto a los pollos como a las gallinas criollas.
- Implementar un control de sanidad en la avícola para obtener la aprobación por parte del MAGAP (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca).

CAPÍTULO II

DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

2.1. Nombre del emprendimiento

Estudio de factibilidad previo al desarrollo de una empresa productora de pollos y gallinas criollas en la ciudad de Ambato.

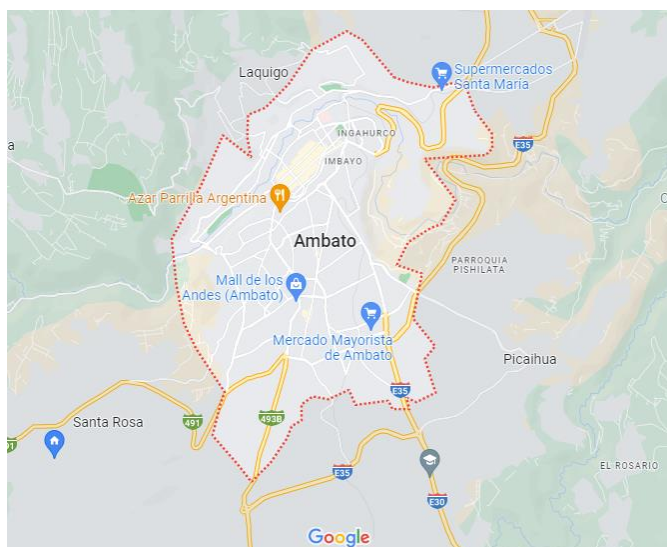
2.2. Localización geográfica

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Figura 3

Localización geográfica



Nota. Imagen referencial de la localización geográfica del mercado objetivo. Fuente: Google Maps (2023).

El emprendimiento se desarrolla en la ciudad de Ambato y tiene como enfoque los hogares de dicha ciudad. Para identificar el mercado objetivo, se realizó una

segmentación donde se utilizó datos geográficos y demográficos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) correspondientes al año 2010.

Con el propósito de conocer el tamaño del mercado objetivo actual en el año 2023, se llevó a cabo una proyección que utilizó la tasa de crecimiento poblacional (TCP). De esta manera, se determinó que el mercado objetivo está conformado por 83.888 hogares.

2.3. Justificación

La mayor parte de las granjas se enfocan en la producción masiva de aves, mediante el uso de concentrados industriales, que aceleran el crecimiento de las aves en poco tiempo, pero a su vez, esto daña la salud de un gran mercado consumidor.

La propuesta de valor planteada en el presente proyecto, es ofrecer al consumidor un alimento saludable y de calidad, como son los pollos y gallinas criollas, es decir, criados de manera natural y alimentados con productos naturales. Esto permitirá reducir el consumo de concentrados industriales en las aves, los cuales pueden contener químicos dañinos para la salud.

De acuerdo con estudios realizados por Giraldo Chaparro et al. (2021), la mayoría de las avícolas en la actualidad producen sus aves basándose en concentrados industriales que pueden estar expuestos a contaminarse con Disruptores Endócrinos. Estas sustancias alteran la homeostasis del organismo animal y pueden ocasionar problemas de salud a los humanos a largo plazo, como cáncer, trastornos digestivos y metabólicos.

Este escenario afecta a un amplio mercado consumidor, ya que, la carne de pollo es consumida a nivel global. Por lo tanto, el emprendimiento se enfoca en la producción de pollos y gallinas criollas mediante alimentación orgánica, como el pasto y granos de maíz, estos últimos generan un alimento funcional que proporcione un alto valor nutricional y conserve sus propiedades organolépticas. En este sentido, se beneficiará tanto la salud del producto como la del consumidor.

El objetivo de este proyecto es desarrollar un estudio de factibilidad para el establecimiento de esta empresa, con el fin de determinar el mercado objetivo, analizar la oferta y la demanda de los productos, se utilizaron datos cuantitativos obtenidos de fuentes primarias, secundarias y proyecciones en el tiempo. Esto permitirá determinar la viabilidad y factibilidad de poner en marcha dicha empresa.

Parte de este proyecto, busca lograr la comercialización de pollos y gallinas criollas, ya que, en el sector avícola existe una gran demanda de estos productos. Es importante, destacar que hay una fuerte competencia entre los comercializadores, razón por lo cual, es necesario esforzarse para mantener la eficiencia productiva y la aceptabilidad del producto con el pollo y gallina criolla en la ciudad de Ambato.

2.4. Objetivo

2.4.1. Objetivo general

Desarrollar un estudio de factibilidad previo al desarrollo de una empresa productora de pollos y gallinas criollas en la ciudad de Ambato en el periodo abril – septiembre 2023.

2.4.2. Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y demanda actual del consumo de pollos y gallinas criollas.
- Determinar la viabilidad del negocio de manera técnica, organizacional y financiera.
- Establecer la viabilidad de ejecución del proyecto de creación de una empresa productora de pollos y gallinas criollas.

2.5. Beneficiarios

Mediante la producción y la comercialización de pollo y gallina criolla, los principales beneficiarios son los pobladores de la parroquia Santa Rosa, puesto que, son los que

más conocen del producto y el valor de nutrientes que contiene el consumir un pollo criollo alimentado a base de productos orgánicos. También, como beneficiarios se identifican los hogares de las familias que residen en la ciudad de Ambato, al recibir un producto de calidad y fresco.

Por último, se consideran como beneficiarias a las familias de las estudiantes que llevaron a cabo el presente estudio, ya que los resultados les permitirán a sus familias que se dedican al sector avícola, tener una visión más amplia de las preferencias del mercado.

2.6. Resultados a alcanzar

A través del estudio de factibilidad, se pudo constatar que la idea de establecer una empresa dedicada a la producción de pollos y gallinas criollas es ampliamente aceptada por la población encuestada. Este estudio permitió obtener información sobre la oferta y la demanda del producto.

Además, se observó que esta iniciativa representa una fuente de empleo para ciertos miembros de hogares que poseen experiencia en la crianza y comercialización de aves. Esto reafirma la búsqueda de calidad en el producto que se ofrecerá en el mercado, donde el valor nutricional del producto juega un papel significativo en su adquisición, la crianza de las aves se basará en pastoreo libre y alimentación con verduras, sin utilizar balanceados, ni químicos, lo cual contribuyó a la aceptación del producto.

A través de un análisis técnico, se logró identificar que la Parroquia Santa Rosa es una localidad adecuada para la producción de aves criollas. En cuanto al mercado consumidor, este se encuentra en la ciudad de Ambato. La empresa se establecerá con el cumplimiento de todas las regulaciones legales, contará con los permisos necesarios y con el asesoramiento de entidades como el Ministerio de Agricultura y Ganadería y Agrocalidad.

CAPÍTULO III


ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Descripción de los usos y características del producto

El pollo es uno de los animales más consumidos a nivel nacional e internacional, por tal razón, el proyecto se centra en la producción de pollos y gallinas criollas. Con el objetivo de lograr una mayor aceptación por parte de los consumidores, se ofrece un producto que conserve su sabor y aporte valores nutricionales beneficiosos para la salud.

Tabla 2

Usos y características del producto

Producto	Descripción	Características	Usos
	Los pollos o gallinas criollas tienen su sabor singular y lleno de nutrientes naturales.	Plumaje colorido Carne más consistente. Menos grasa. Criado al aire fresco y espacio libre.	Encuban sus propios huevos, genera nuevas crías. Venta de sus huevos.
	Criado con balanceado e imponen de una infraestructura climatizada.	Carne tierna y blanqueza. Más grasa. Sometidos al calor.	Solo para producción industrial.

Nota. La tabla presenta el producto, descripción, características y sus usos.

3.2. Segmentación de mercado

La segmentación de mercados hace referencia a elegir al grupo de clientes específicos al que la empresa desea dirigirse, el cual divide la población en grupos más pequeños, en atención a sus características y sus necesidades (Giraldo Oliveros et al., 2021).

El estudio de mercado es una etapa fundamental en la investigación, mediante la cual se obtiene información sobre la demanda y oferta del producto que se desea comercializar. La segmentación del mercado, nos ayuda a identificar el grupo específico de personas que pueden mostrar interés en el producto.

Para llevar a cabo esta actividad, se utilizan diversas variables, como las geográficas, demográficas, psicográficas y conductuales, que permiten conocer y dividir a la población en función de sus preferencias.

Tabla 3

Segmentación de mercado

Segmentación	Variabes	Datos	Fuente	Año
Geográfica	Población de Tungurahua	504.583	INEC	2010
Geográfica	Hogares de Tungurahua	141.340	INEC	2010
Demográfica	Población de Ambato	329.856	INEC	2010
Demográfica	Población económicamente activa	244.893	INEC	2010
Demográfica	Hogares de Ambato	68.598	INEC	2010

Nota. La segmentación se realizó en base a variables para establecer la población de estudio en hogares. Fuente: INEC (2010).

Análisis. El área de estudio comprende la ciudad de Ambato, que cuenta con una población económicamente activa de 244.893 personas, lo que representa un promedio de 3,57 personas por hogar. Según los datos proporcionados por el Instituto Nacional

de Estadística y Censos (INEC) en su último censo realizado en 2010, se estima que hay aproximadamente 68.598 hogares económicamente activos en Ambato.

3.3. Proyección del mercado meta

Tabla 4

Proyección del mercado meta

Año	Mercado objetivo	TCP
2010	68.598	1,56%
2011	69.668	1.070,13
2012	70.755	1.086,82
2013	71.859	1.103,78
2014	72.980	1.121,00
2015	74.118	1.138,48
2016	75.274	1.156,24
2017	76.449	1.174,28
2018	77.641	1.192,60
2019	78.853	1.211,20
2020	80.083	1.230,10
2021	81.332	1.249,29
2022	82.601	1.268,78
2023	83.889	1.288,57

Nota. La tabla indica la proyección del mercado meta hasta el año 2023.

Análisis. La proyección del mercado objetivo se lleva a cabo para poder considerar que los datos sobre el número de hogares son del año 2010. Para ello, se utiliza la tasa de crecimiento poblacional (TCP) del 1,56%, lo que establece una población de estudio de 83.889 hogares económicamente activos.

3.4. Población

Según Mucha-Hospinal et al., (2020), la población constituye, aquel conjunto de componentes que es establecido por criterios de selección que aporten a la investigación.

La población representa a todas las personas seleccionadas para un estudio, ya sea grande (infinita) o pequeña (finita), con el propósito de establecer criterios generales que permitan caracterizarlos en grupos más específicos, adecuados para el fin de la investigación. Para el desarrollo del estudio de mercado, se empleará una población objetivo determinada en la tabla 2, la cual se basa en la segmentación de mercado mediante dos variables: geográficas y demográficas.

3.5. Muestra

Una muestra, es un grupo pequeño que se debe definir y delimitar de la población para de este, obtener datos representativos de la investigación (Álvarez Nicoliello y Carballo, 2021).

La muestra nos permite identificar el o los grupos con características similares, el cual, se considera que acepte el producto. Según Bomba (2018) la muestra se puede calcular mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

n=Tamaño de muestra buscada

N=Tamaño de la población à 83.889

Z=parámetro estadístico que depende el nivel de confianza NC=95% à $Z_{\alpha} = 1,96$

e=Error de estimación máximo aceptado 5% à 0,05

p=probabilidad de que ocurra el evento estudiado 50% à 0,50

q=(1-p) =probabilidad de que no ocurra el evento estudiado 50% à 0,50

$$n = \frac{83.889 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (83.889 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{80.566,99}{210,68}$$

$$n = 382,41$$

La muestra se determina en 382 hogares económicamente activos, el cual indica la cantidad de encuestas que se deben aplicar, las mismas que están dirigidas a los/(as) jefes de hogar de la ciudad de Ambato.

3.6. Metodología de la investigación

La metodología de la investigación, se define como el estudio de los procedimientos que permiten alcanzar y obtener nuevos conocimientos en el campo de la investigación científica, así como el desarrollo de nuevas ideas. Esta implica una búsqueda ordenada y sistemática de información, representa un proceso que busca la solución de un problema. Su fin es descubrir o dar a conocer hechos (Villanueva, 2022, p. 16).

La metodología desempeña un papel crucial en el proceso de investigación, ya que, consiste en un conjunto de conocimientos y procedimientos que permiten la sistematización e identificación de métodos, técnicas y estrategias apropiadas. Su objetivo primordial es garantizar el cumplimiento exitoso de los objetivos planteados en el estudio.

3.6.1. Enfoque de estudio

Enfoque cuantitativo

El enfoque cuantitativo trata con fenómenos que se pueden medir a través del manejo de técnicas estadísticas para el respectivo análisis de datos acumulados, su propósito más significativo radica en la descripción, explicación, predicción y control objetivo de sus causas basado en sus conclusiones sobre el uso riguroso de la métrica como la recolección de resultados, su procesamiento, análisis e interpretación (Sánchez, 2019).

El presente proyecto se basa en un enfoque cuantitativo, puesto que se realizará un estudio de mercado para analizar la oferta y la demanda del consumo de pollos y gallinas criollas. Para ello, se recopilarán datos estadísticos provenientes de fuentes primarias y secundarias relacionadas con la población objetivo. Con el propósito de

establecer una muestra representativa, se generalizarán los resultados obtenidos a partir de dichos datos.

3.6.2. Tipo de investigación

Diseño no experimental y transversal

La investigación no experimental son estudios que se ejecutan sin la administración premeditada de variables y en los que solo se observan fenómenos en su ambiente natural para analizarlos. En este tipo de investigación no hay manipulación intencional ni asignación al azar es decir para el proyecto se analizarán datos que ya están establecidos, los sujetos ya consumían cierta cantidad de los productos y el investigador no tuvo nada que ver.

Mientras que la investigación transaccional o transversal establece la recolección de datos en un solo momento, es decir en un único tiempo, con el objetivo de evaluar una situación, contexto o analizar la incidencia de determinadas variables (Hernández-Sampieri y Mendoza Torres, 2018).

Se emprenderá un estudio de mercado con el objetivo de analizar la oferta y la demanda de los productos en cuestión. Para lograr este propósito, se empleará una encuesta que facilitará el análisis e interpretación de los datos obtenidos durante la investigación de mercado. Además, se utilizará la encuesta para evaluar la aceptación potencial de la idea de negocio en el mercado objetivo.

Nivel exploratorio - bibliográfico

Se pretende obtener una visión panorámica del tema de estudio y recopilar información relevante acerca de los problemas y resultados que sean aplicables en el tiempo y lugar donde se realizaron investigaciones previas. Posteriormente, se plantea llevar a cabo una investigación más exhaustiva y descriptiva, centrada en el conocimiento detallado de las técnicas, procesos y métodos de crianza y alimentación utilizados en la producción de gallinas ponedoras.

3.6.3. Instrumento

Definición de la encuesta

La encuesta, por lo general se han apreciado como una técnica investigativa; sin embargo, es una técnica de producción de datos que, mediante la utilización de cuestionarios estandarizados, admite analizar sobre múltiples temas de los individuos o grupos estudiados: hechos, cualidades, creencias, opiniones, pautas de consumo, hábitos, prejuicios predominantes e intenciones de voto. (Gonzalo Seid y Abiuso, 2019)

De esta manera, se puede inferir que la encuesta es un instrumento que permite la investigación y recopilación de datos específicos para un estudio particular. Este mecanismo posibilita el conocimiento de las preferencias y la aceptación por parte de los encuestados. En el presente caso, se llevó a cabo una encuesta que contenía preguntas enfocadas en la demanda, oferta, frecuencia de consumo y las 4P del marketing mix (Producto, Precio, Plaza y Promoción) relacionadas con el tema de estudio. Dicha encuesta se presenta como anexo al presente informe.

3.7. Tabulación, análisis e interpretación

Preguntas específicas

1) ¿Consume usted pollo o gallina criolla?

Tabla 5

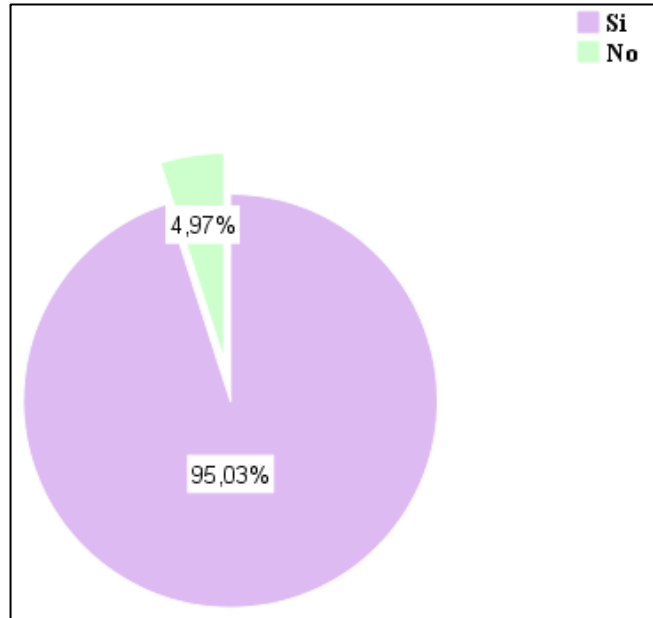
Pregunta 1

Variables	Frecuencia de muestra	Mercado objetivo	Porcentaje %
SI	363	79.717	95,0%
No	19	4.173	5,0%
Total	382	83.889	100%

Nota. La tabla presenta los resultados de la pregunta específica 1 de la encuesta.

Figura 4

Pregunta 1



Nota. La figura representa los resultados de la pregunta específica 1 de la encuesta.

Fuente: Datos de la encuesta.

Análisis e interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta realizada a jefes o jefas de hogares, el 95,03% de los encuestados afirmó consumir pollo o gallina criolla, mientras que el 4,97% restante indicó que no lo hacen. Esta última cifra se justifica debido a su ubicación en el centro de la ciudad y su estilo de vida, que los lleva a preferir alimentos preparados. Además, otro grupo de encuestados argumentó que en la actualidad no consideran que los pollos y gallinas disponibles en el mercado sean auténticamente criollos.

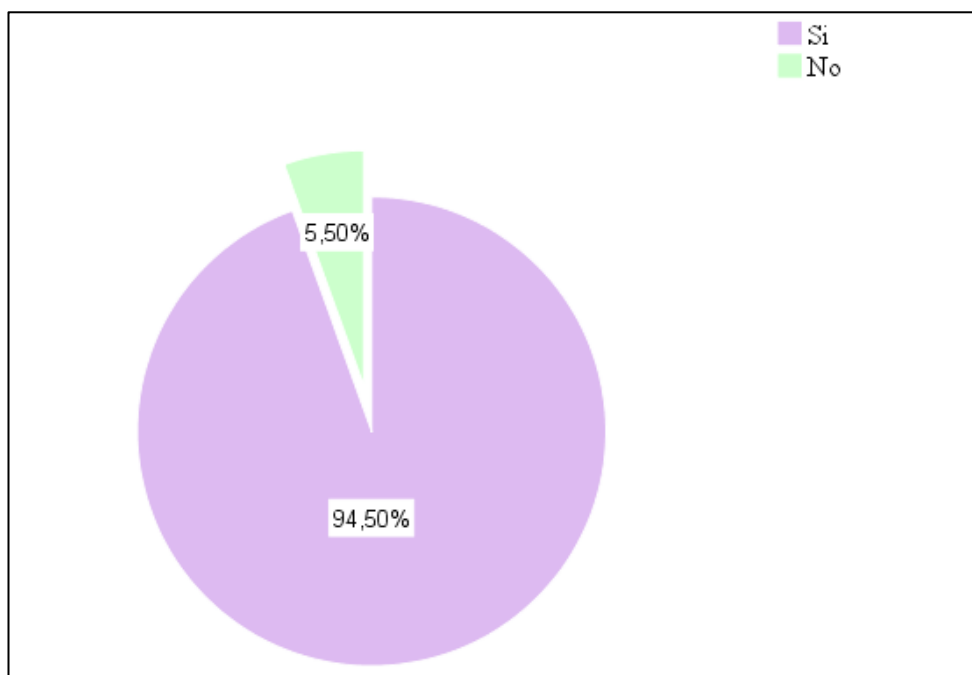
- 2) ¿Si en la ciudad de Ambato se comercializaría pollos y gallinas criollas faenadas y empaquetada de una forma aséptica, lo consumiría?**

Tabla 6
Pregunta 2

Variables	Frecuencia de muestra	Mercado objetivo	Porcentaje %
SI	361	79.278	94,5%
No	21	4.612	5,5%
Total	382	83.889	100%

Nota. La tabla presenta los resultados de la pregunta específica 2 de la encuesta.

Figura 5
Pregunta 2



Nota. La figura representa los resultados de la pregunta específica 2 de la encuesta.

Fuente: Datos de la encuesta.

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos del 100% de la encuesta realizada a los jefes o jefas de hogares, el 94,50% de los encuestados afirmó que consumirían pollos o gallinas criollas si estos estuvieran faenados y empaquetados de manera aséptica. Por otro lado, el 5,50% restante señaló que no consumiría estos productos. Los argumentos

proporcionados por los encuestados en no consumirlos fueron de dos tipos: en primer lugar, algunos expresaron que no les agrada tanto el sabor de los pollos o gallinas criollas y, en segundo lugar, mencionaron desconocer el proceso de procesamiento de los pollos y gallinas criollas.

3) ¿En su hogar cuántos pollos o gallinas criollas faenadas consumirían al mes?

Tabla 7

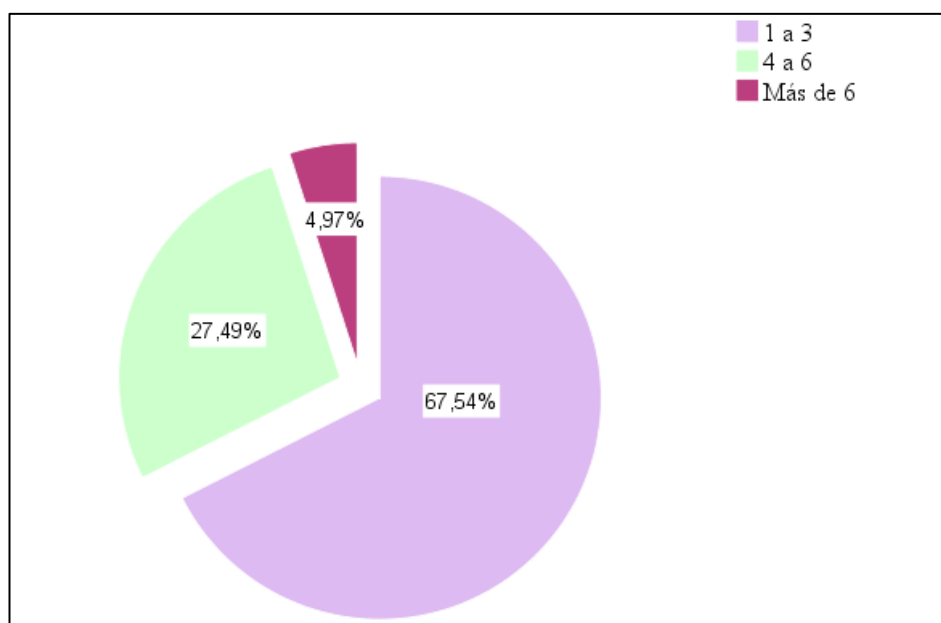
Pregunta 3

Variables	Frecuencia de muestra	Mercado objetivo	Porcentaje %
1 a 3	258	56.658	67,5%
4 a 6	105	23.059	27,5%
Más de 6	19	4.173	5,0%
Total	382	83.889	100%

Nota. La tabla presenta los resultados de la pregunta específica 2 de la encuesta.

Figura 6

Pregunta 3



Nota. La figura representa los resultados de la pregunta específica 3 de la encuesta.
Fuente: Datos de la encuesta.

Análisis e interpretación

Del 100% de hogares encuestados, se encontró que el 67,54% de los hogares consumen de 1 a 3 pollos al mes, mientras que el 27,49% consumen de 4 a 6 pollos al mes. Además, el 4,97% de los hogares encuestados consumen más de 6 pollos al mes. Esta variación en la cantidad de consumo está fuertemente influenciada por el número de integrantes en cada hogar.

4) ¿Usted en qué presentaciones preferiría comprar los pollos o gallinas criollas faenada y empaquetada de una forma aséptica?

Tabla 8

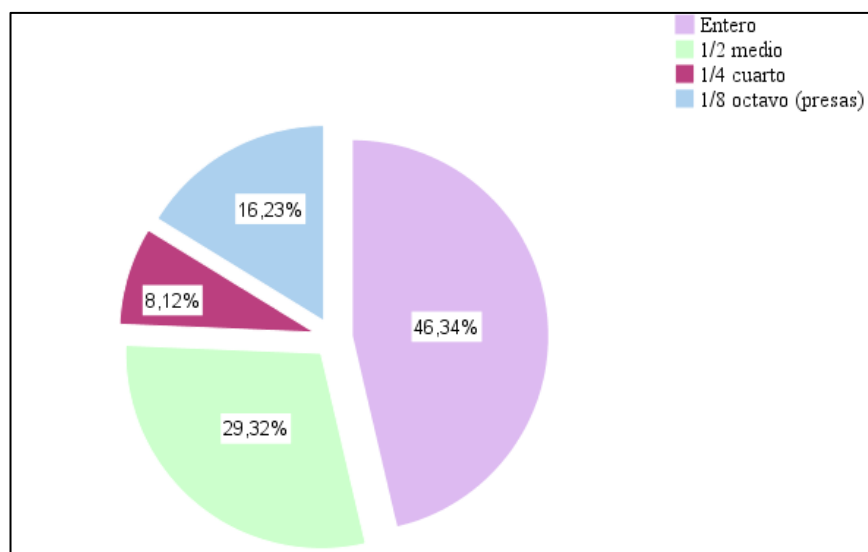
Pregunta 4

Variables	Frecuencia de muestra	Mercado objetivo	Porcentaje %
Entero	177	38.870	46,3%
1/2 medio	112	24.596	29,3%
1/4 cuarto	31	6.808	8,1%
1/8 octavo (presas)	62	13.616	16,2%
Total	382	83.889	100%

Nota. La tabla presenta los resultados de la pregunta específica 4 de la encuesta.

Figura 7

Pregunta 4



Nota. La figura representa los resultados de la pregunta específica 4 de la encuesta.
Fuente: Datos de la encuesta.

Análisis e interpretación

De acuerdo con los resultados de la encuesta, se encontró que, del total de hogares encuestados, el 46,34% prefiere adquirir el producto en presentación entera, el 29,32% prefiere la presentación de 1/2 medio, el 8,12% opta por la presentación de 1/4 cuarto y el 16,23% prefiere adquirir el producto en presentación de 1/8 o en presas individuales.

Estas preferencias de presentación están claramente influenciadas por el hábito de consumo de cada cliente, donde se observa que los hogares con un mayor número de integrantes tienden a elegir la compra de pollos o gallinas criollas enteras, mientras que los hogares de 3 a 4 integrantes tienden a preferir presentaciones en mitades o por presas.

5) ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un pollo o gallina criolla faenada?:

5.1. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un pollo o gallina criolla ENTERA faenada?

Tabla 9

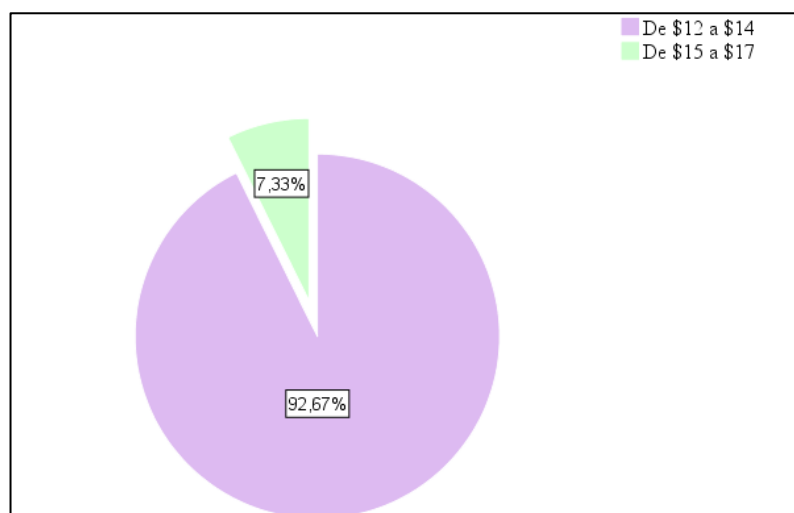
Pregunta 5.1

Variables	Frecuencia de muestra	Mercado objetivo	Porcentaje %
De \$12 a \$14	354	77.740	92,7%
De \$15 a \$17	28	6.149	7,3%
Más de \$17	0	0	0%
Total	382	83.889	100%

Nota. La tabla presenta los resultados de la pregunta específica 5.1 de la encuesta.

Figura 8

Pregunta 5.1



Nota. La figura representa los resultados de la pregunta específica 5.1 de la encuesta.

Fuente: Datos de la encuesta.

Análisis e interpretación

Del 100% de los encuestados, se determinó que el 92,67% de los encuestados estaría dispuesto a pagar un precio en el rango de \$12 a \$14 por un pollo o gallina criolla entera y faenada. Estas personas consideran que este rango de precios es adecuado y acorde al valor del producto. Por otro lado, el 7,33% de los encuestados manifestó su

preferencia por pagar un precio más elevado, en el rango de \$15 a \$17, en el cual se les garantice que el producto es auténticamente criollo.

5.2. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por MEDIO pollo o gallina criolla faenada?

Tabla 10

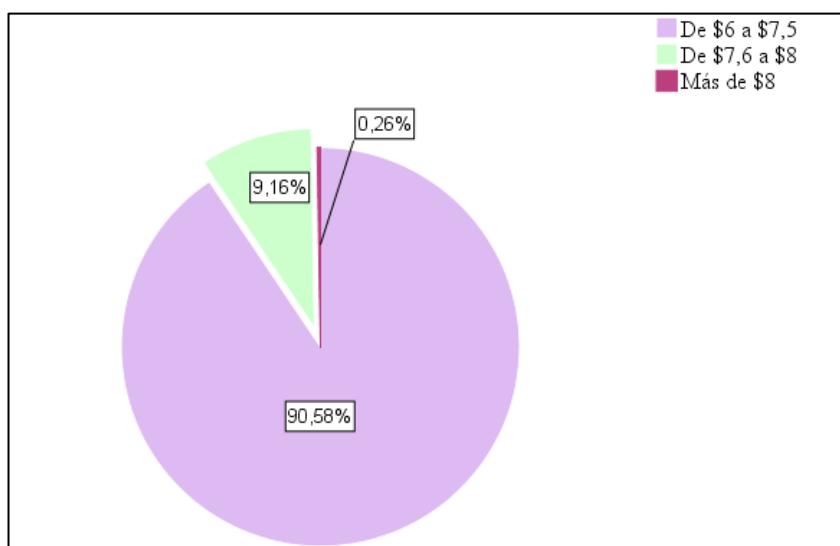
Pregunta 5.2

Variables	Frecuencia de muestra	Mercado objetivo	Porcentaje %
De \$6 a \$7,5	346	75.983	90,6%
De \$7,6 a \$8	35	7.686	9,2%
Más de \$8	1	220	0,3%
Total	382	83.889	100%

Nota. La tabla presenta los resultados de la pregunta específica 5.2 de la encuesta.

Figura 9

Pregunta 5.2



Nota. La figura representa los resultados de la pregunta específica 5.2 de la encuesta.

Fuente: Datos de la encuesta.

Análisis e interpretación

De acuerdo con los resultados de la encuesta, se encontró que el 90,58% de los encuestados estaría dispuesto a pagar un precio en el rango de \$6 a \$7,5 por medio pollo o gallina criolla faenada. Estas personas consideran que este rango de precios es justo y adecuado para el producto que están adquiriendo. Por otro lado, el 9,16% de los encuestados estaría dispuesto a pagar un precio ligeramente más alto, en el rango de \$7,6 a \$8, se argumentará que perciben el producto como una opción de mayor calidad. Por último, el 0,26% estaría dispuesto a pagar un precio aún mayor de \$8 por medio pollo o gallina criolla faenada.

5.3. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por 1/4 CUARTO de pollo o gallina criolla faenada?

Tabla 11

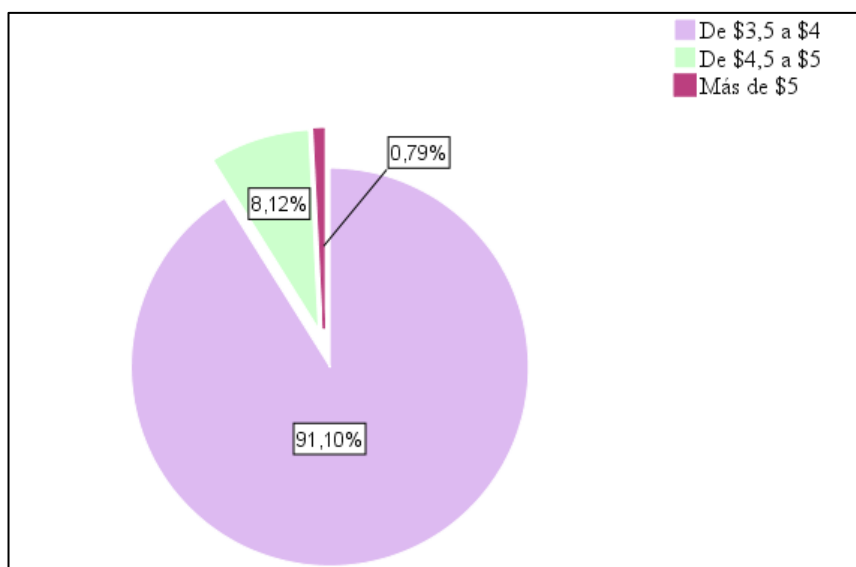
Pregunta 5.3

Variables	Frecuencia de muestra	Mercado objetivo	Porcentaje %
De \$3,5 a \$4	348	76.423	91,1%
De \$4,5 a \$5	31	6.808	8,1%
Más de \$5	3	659	0,8%
Total	382	83.889	100%

Nota. La tabla presenta los resultados de la pregunta específica 5.3 de la encuesta.

Figura 10

Pregunta 5.3



Nota. La figura representa los resultados de la pregunta específica 5.3 de la encuesta.
Fuente: Datos de la encuesta.

Análisis e interpretación

Con los resultados de la encuesta, se determinó que el 91,10% estarían dispuestos a pagar un precio en el rango de \$3,5 a \$4,00 por 1/4 de pollo o gallina criolla faenada. Por otro lado, el 8,12% de los encuestados estarían dispuestos a pagar un precio ligeramente más alto, en el rango de \$4,5 a \$5, se argumentará que perciben el producto como una opción de mayor calidad. Por último, el 0,79% estaría dispuesto a pagar un precio aún mayor de \$5 por 1/4 de pollo o gallina criolla faenada. Estas diferencias en la disposición a pagar reflejan las percepciones de los consumidores acerca del valor y la calidad del producto ofrecido.

5.4. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por 1/8 un octavo o PRESA de pollo o gallina criolla faenada?

Tabla 12

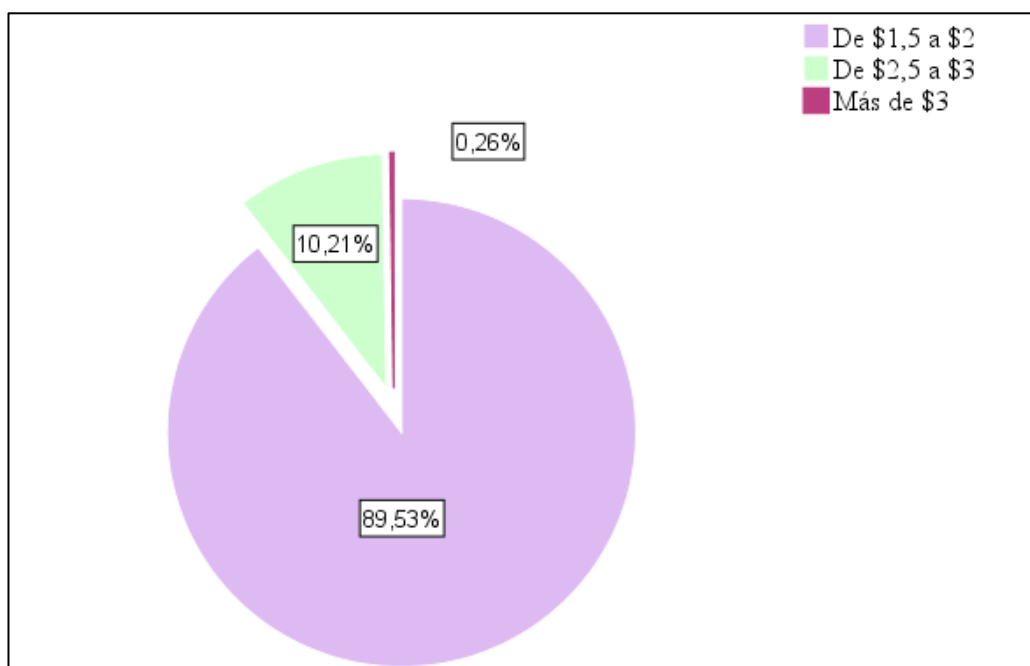
Pregunta 5.4

Variables	Frecuencia de muestra	Mercado objetivo	Porcentaje %
De \$1,5 a \$2	342	75.105	89,5%
De \$2,5 a \$3	39	8.565	10,2%
Más de \$3	1	220	0,3%
Total	382	83.889	100%

Nota. La tabla presenta los resultados de la pregunta específica 5.4 de la encuesta.

Figura 11

Pregunta 5.4



Nota. La figura representa los resultados de la pregunta específica 5.4 de la encuesta.

Fuente: Datos de la encuesta.

Análisis e interpretación

Con los resultados de la encuesta, se determinó que el 89,53% de los encuestados estaría dispuesto a pagar un precio en el rango de \$1,5 a \$2,00 por 1/8 o presa de pollo o gallina criolla faenada. Por otro lado, el 10,21% de los encuestados estaría dispuesto

a pagar un precio ligeramente más alto, en el rango de \$2,5 a \$3,00, argumentarán que perciben el producto como una opción de mayor calidad. Por último, el 0,26% estaría dispuesto a pagar un precio aún mayor de \$3,00 por 1/8 o presa de pollo o gallina criolla faenada.

6) ¿Qué tipo de empaque considera usted importante al momento de adquirir pollos o gallinas criollas faenadas?

Tabla 13

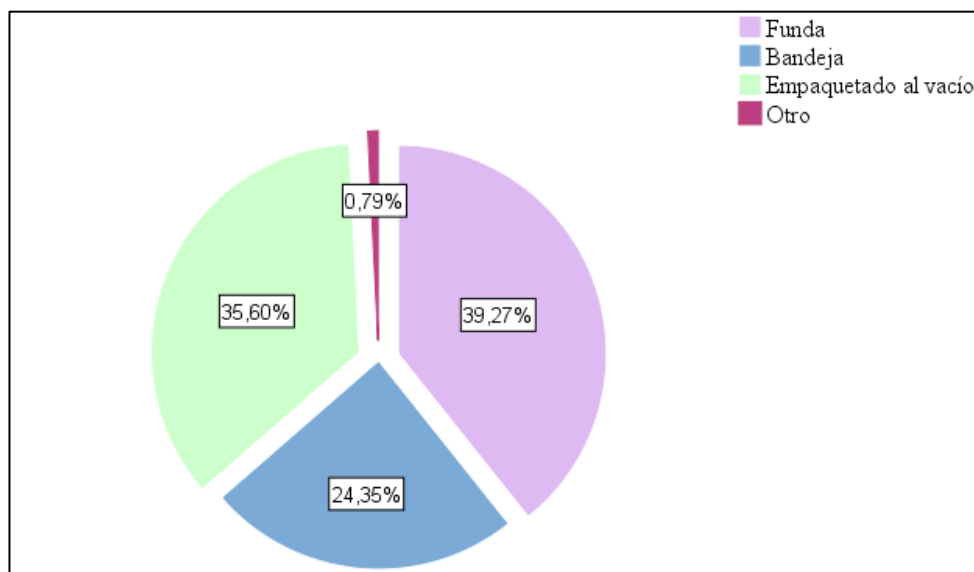
Pregunta 6

Variables	Frecuencia de muestra	Mercado objetivo	Porcentaje %
Funda	150	32.941	39,3%
Bandeja	93	20.423	24,3%
Empaquetado al vacío	136	29.866	35,6%
Otro	3	659	0,8%
Total	382	83.889	100%

Nota. La tabla presenta los resultados de la pregunta específica 6 de la encuesta.

Figura 12

Pregunta 6



Nota. La figura representa los resultados de la pregunta específica 6 de la encuesta.
Fuente: Datos de la encuesta.

Análisis e interpretación

Del 100% de los encuestados, el 39,27% considera que el empaque más importante para la comercialización de pollos y gallinas criollas faenadas es en funda. Mientras que el 35,60% considera que el empaque más importante para la comercialización del producto es empacado al vacío, el 24,35% prefieren que el empaque sea una bandeja, y el 0,79% preferirían en bandeja de aluminio y sellado con papel film transparente.

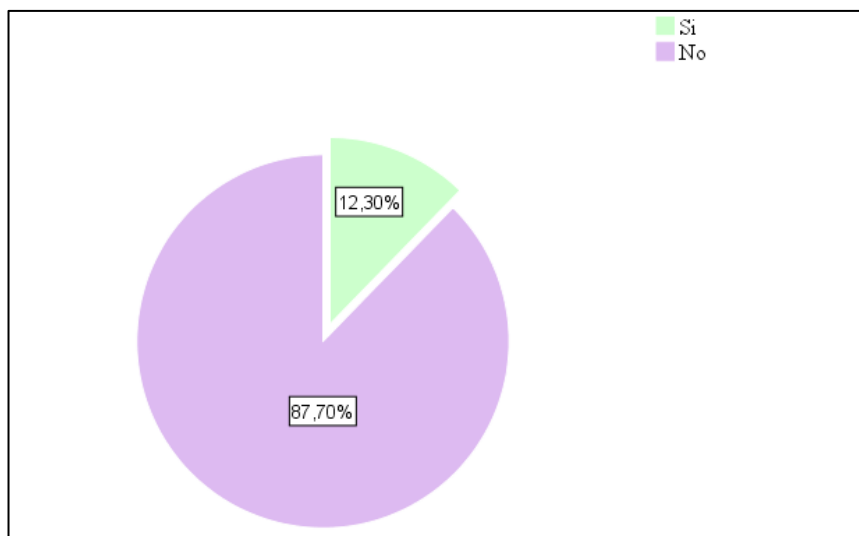
7) ¿Usted conoce de otras empresas que se dediquen a la crianza de pollos o gallinas criollas con una marca registrada?

Tabla 14
Pregunta 7

Variables	Frecuencia de muestra	Mercado objetivo	Porcentaje %
SI	47	10.321	12,3%
No	335	73.568	87,7%
Total	382	83.889	100%

Nota. La tabla presenta los resultados de la pregunta específica 7 de la encuesta.

Figura 13
Pregunta 7



Nota. La figura representa los resultados de la pregunta específica 7 de la encuesta.

Fuente: Datos de la encuesta.

Análisis e interpretación

Según los resultados de la encuesta, se pudo constatar que el 12,30% de los encuestados afirmó tener conocimiento acerca de otras empresas dedicadas a la crianza de pollos o gallinas criollas que cuentan con una marca registrada, pero, la mayoría no son originarias de la ciudad de Ambato. Entre las compañías mencionadas se identificaron Incubandina y Avícola San Isidro S.A., así como grandes empresas de renombre en el mercado, tales como Avipaz y Pronaca. Es relevante mencionar que, a pesar de que estas últimas no tienen sus sedes en la ciudad de Ambato, han logrado posicionar sus marcas en la mente de los consumidores. Por otro lado, el 87,70% de los encuestados indicó no tener conocimiento acerca de otras empresas que se dediquen a la crianza de pollos o gallinas criollas con una marca registrada.

8) ¿En su localidad conoce algún supermercado que comercialice pollos o gallinas criollas faenadas con marca registrada?

Tabla 15

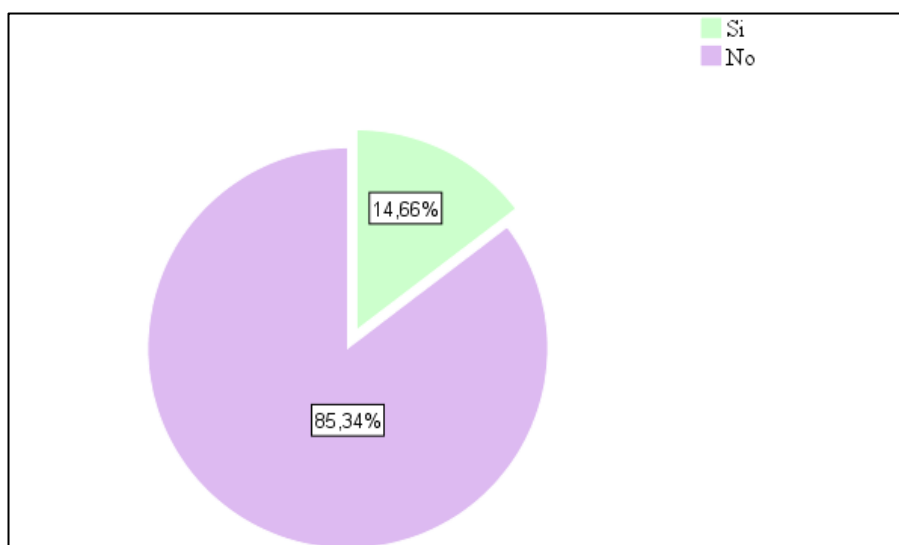
Pregunta 8

Variables	Frecuencia de muestra	Mercado objetivo	Porcentaje %
SI	56	12.298	14,7%
No	326	71.591	85,3%
Total	382	83.889	100%

Nota. La tabla presenta los resultados de la pregunta específica 8 de la encuesta.

Figura 14

Pregunta 8



Nota. La figura representa los resultados de la pregunta específica 8 de la encuesta.

Fuente: Datos de la encuesta.

Análisis e interpretación

Del 100% de los encuestados, se pudo observar que el 14,66% afirmó tener conocimiento acerca de algún supermercado que ofrece pollos o gallinas criollas faenadas con marca registrada. En su mayoría, mencionaron a los supermercados de la Corporación Favorita (Mega Maxi, Supermaxi, Tía y Aki) y el supermercado Santa María. Por otro lado, el 85,34% de los encuestados declaró no estar al tanto de ningún supermercado en su localidad que ofrezca pollos o gallinas criollas faenadas con marca registrada.

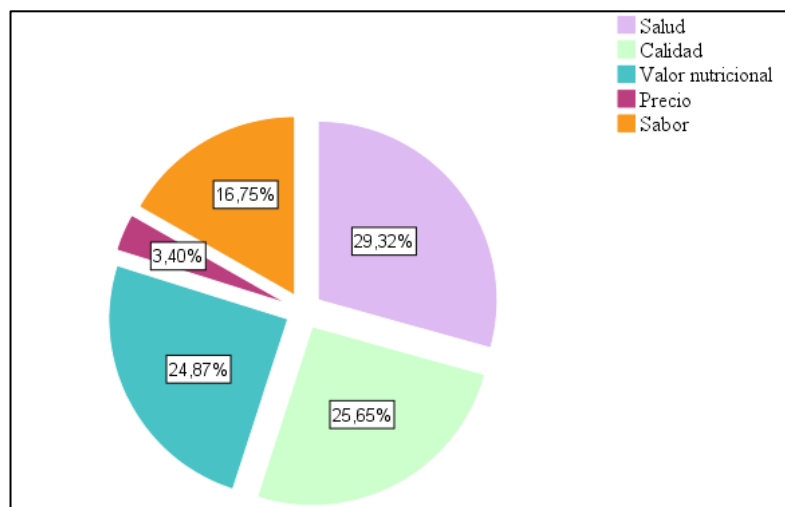
9) ¿Usted por qué adquiriría pollo o gallina criolla faenada y empaquetada de una forma aséptica?

Tabla 16
Pregunta 9

Variables	Frecuencia de muestra	Mercado objetivo	Porcentaje %
Salud	112	24.596	29,3%
Calidad	98	21.521	25,7%
Valor nutricional	95	20.863	24,9%
Precio	13	2.855	3,4%
Sabor	64	14.055	16,8%
Total	382	83.889	100%

Nota. La tabla presenta los resultados de la pregunta específica 9 de la encuesta.

Figura 15
Pregunta 9



Nota. La figura representa los resultados de la pregunta específica 9 de la encuesta.

Fuente: Datos de la encuesta.

Análisis e interpretación

Se pudo determinar que del 100% de los encuestados, el 29,32% expresó su disposición a adquirir pollo o gallina criolla faenada y empaquetada de forma aséptica, principalmente por razones de salud. El 25,65% de los encuestados indicó, que su

decisión de compra estaría influenciada por la calidad del producto, mientras que el 24,87% mostró interés en adquirir el producto debido a su valor nutricional.

Por otro lado, el 16,74% de los encuestados manifestó que el sabor del producto sería un factor determinante en su elección de compra, mientras que el 3,40% priorizó el precio del producto.

10) ¿Dónde le gustaría adquirir los pollos o gallinas criollas faenadas y empaquetadas de forma aséptica?

Tabla 17

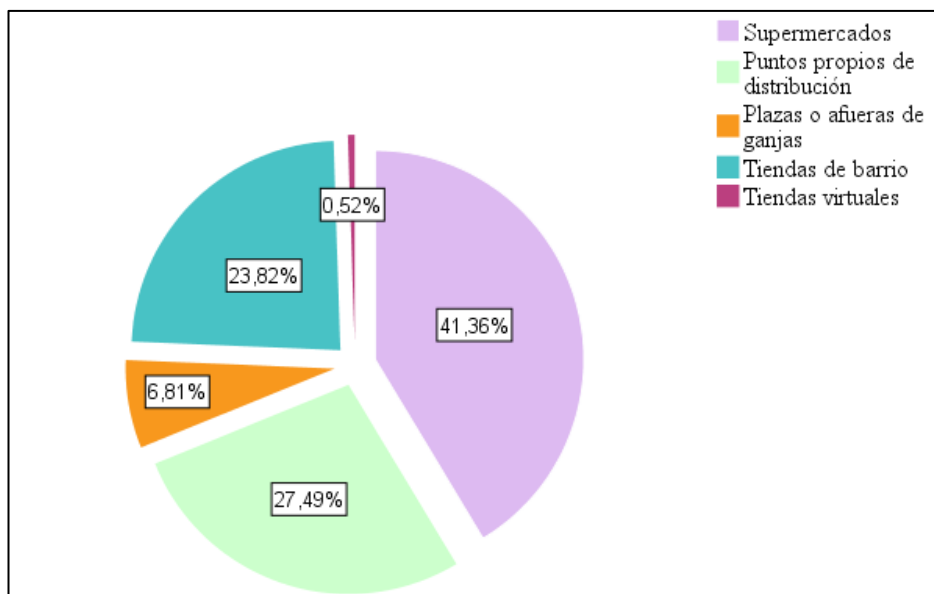
Pregunta 10

Variables	Frecuencia de muestra	Mercado objetivo	Porcentaje %
Supermercados	158	34.698	41,4%
Puntos propios de distribución	105	23.059	27,5%
Plazas o afueras de granjas	26	5.710	6,8%
Tiendas de barrio	91	19.984	23,8%
Tiendas virtuales	2	439	0,5%
Total	382	83.889	100%

Nota. La tabla presenta los resultados de la pregunta específica 10 de la encuesta.

Figura 16

Pregunta 10



Nota. La figura representa los resultados de la pregunta específica 10 de la encuesta.

Fuente: Datos de la encuesta.

Análisis e interpretación

A partir de los resultados obtenidos en la encuesta, se observó que del 100% de los encuestados, el 41,36% mostró su preferencia por adquirir el producto en supermercados y se justifica esta elección debido a la proximidad de estos establecimientos al centro de la ciudad y a las diversas opciones de pago que ofrecen.

Por otro lado, el 27,49% de los encuestados expresó su deseo de obtener el producto a través de puntos propios de distribución, con el fin de conocer más a fondo el proceso de tratamiento de los pollos y gallinas criollas. Además, el 23,82% indicó que les gustaría adquirir el producto en plazas o afueras de granjas, ya que, esta es una costumbre arraigada en las áreas rurales donde la población está acostumbrada a realizar sus compras de despensa en estos lugares. En cambio, el 6,81% de los encuestados prefirió adquirir los productos en tiendas de barrio, argumentarán que estos establecimientos se encuentran cercanos a sus hogares y que reciben un trato personalizado y de confianza.

Por último, el 0,52% de los encuestados manifestó su preferencia por adquirir el producto a través de tiendas virtuales. Estas preferencias reflejan la diversidad de

opciones y factores que influyen en la elección de los consumidores al adquirir pollos o gallinas criollas.

11) ¿Cuál cree usted que es el mejor medio para dar a conocer el valor nutricional y beneficios del consumo de Pollos o Gallinas Criollas faenadas?

Tabla 18

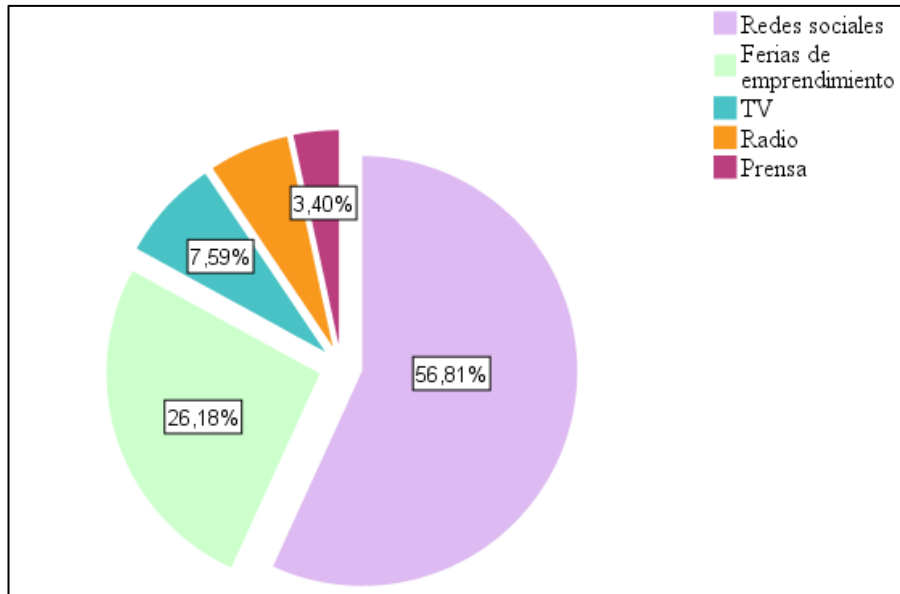
Pregunta 11

Variables	Frecuencia de muestra	Mercado objetivo	Porcentaje %
Redes sociales	217	47.654	56,8%
Ferias de emprendimiento	100	21.961	26,2%
TV	29	63.69	7,6%
Radio	23	5.051	6,0%
Prensa	13	2.855	3,4%
Total	382	83.889	100%

Nota. La tabla presenta los resultados de la pregunta específica 11 de la encuesta.

Figura 17

Pregunta 11



Nota. La figura representa los resultados de la pregunta específica 11 de la encuesta.

Fuente: Datos de la encuesta.

Análisis e interpretación

Según los datos recopilados en la encuesta, el 56,81% considera que el mejor medio para difundir dicha información son las redes sociales, con énfasis en plataformas como Facebook, Instagram y Tik Tok. Por otro lado, el 26,18% de los encuestados opina que las ferias de emprendimiento, estos eventos ofrecen una oportunidad para presentar y educar al público sobre los beneficios de consumir productos criollos.

En cuanto a los medios de comunicación tradicionales, el 7,59% de los encuestados considera que la televisión es una vía efectiva para la divulgación de esta información, mientras que el 5,99% prefiere la radio.

Por último, un 3,40% de los encuestados cree que la prensa es el mejor medio para dar a conocer los beneficios del consumo de pollos y gallinas criollas faenadas. Estos resultados resaltan la relevancia de utilizar diferentes canales de comunicación para llegar a una audiencia amplia y diversa.

12) ¿Qué método de pago preferiría para la compra de pollos o gallinas criollas faenadas y empaquetadas de una forma aséptica?

Tabla 19

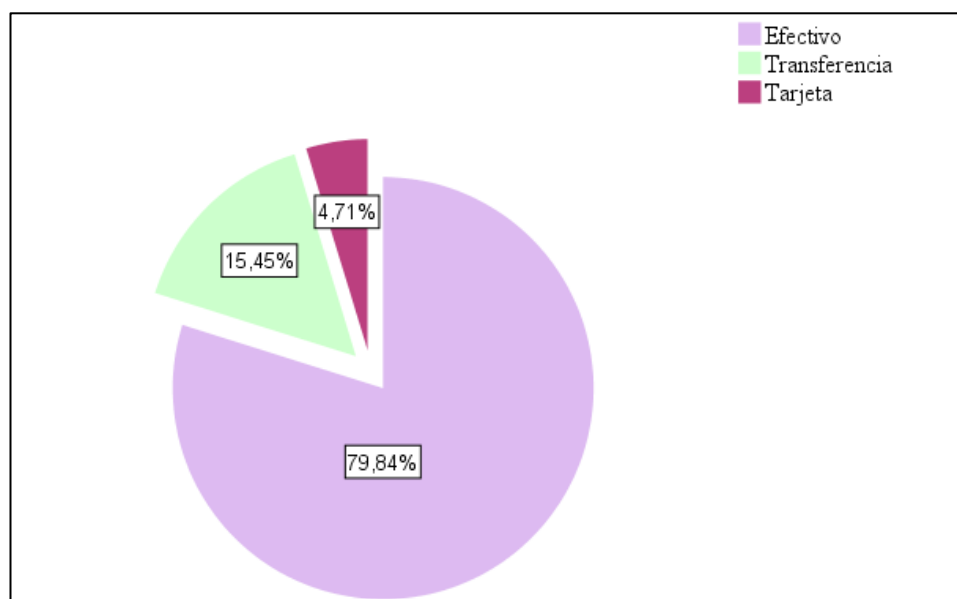
Pregunta 12

Variables	Frecuencia de muestra	Mercado objetivo	Porcentaje %
Efectivo	305	66.980	79,8%
Transferencia	59	12.957	15,4%
Tarjeta	18	3.953	4,7%
Total	382	83.889	100%

Nota. La tabla presenta los resultados de la pregunta específica 12 de la encuesta.

Figura 18

Pregunta 12



Nota. La figura representa los resultados de la pregunta específica 12 de la encuesta.

Fuente: Datos de la encuesta.

Análisis e interpretación

Se observa que del 100% de los encuestados, el 79,84% manifiesta una preferencia por realizar pagos en efectivo al adquirir productos. Esta modalidad de pago es ampliamente aceptada y utilizada por los consumidores en el contexto de la adquisición de pollos y gallinas criollas faenadas.

Por otro lado, el 15,45% de los encuestados optaría por realizar pagos mediante transferencias, lo cual implicaría abrir una cuenta bancaria de la empresa. Esta opción muestra una menor preferencia en comparación con el pago en efectivo. En cuanto a los pagos con tarjeta, esta modalidad es la preferida por el 4,71% de los encuestados, aunque implica la adquisición de un datáfono para que los clientes puedan realizar sus transacciones de manera electrónica.

13) ¿Por la compra habitual de pollos o gallinas criollas faenadas que promoción le gustaría recibir?

Tabla 20

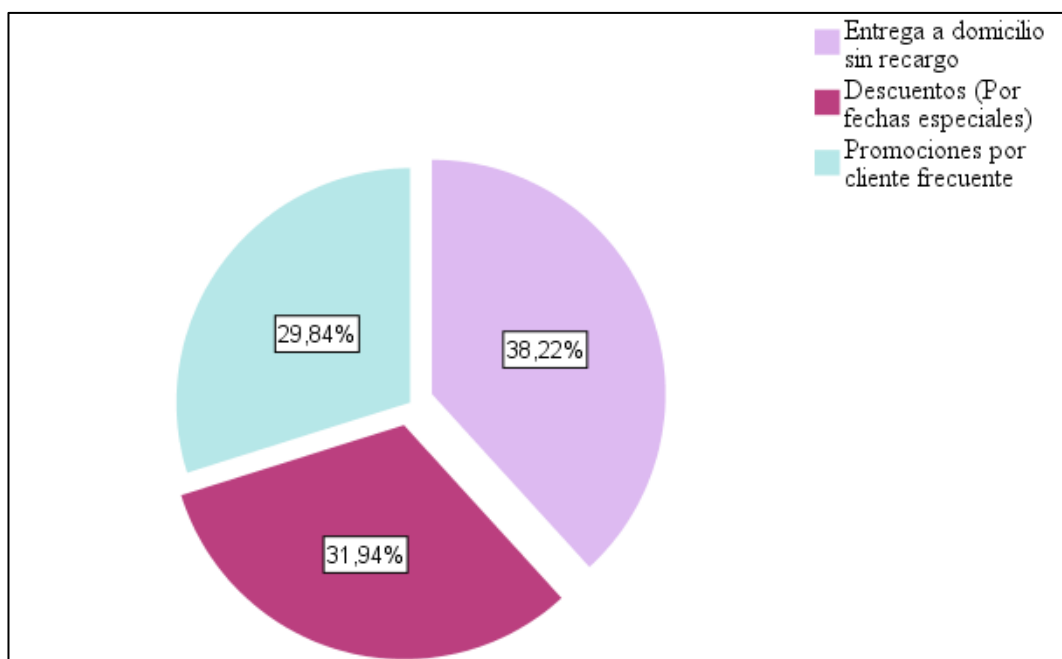
Pregunta 13

Variables	Frecuencia de muestra	Mercado objetivo	Porcentaje %
Entrega a domicilio sin recargo	146	32.062	38,2%
Descuentos (Por fechas especiales)	122	26.792	31,9%
Promociones por cliente frecuente	114	25.035	29,8%
Total	382	83.889	100%

Nota. La tabla presenta los resultados de la pregunta específica 13 de la encuesta.

Figura 19

Pregunta 13



Nota. La figura representa los resultados de la pregunta específica 13 de la encuesta.
Fuente: Datos de la encuesta.

Análisis e interpretación

Se determinó que del 100% de los encuestados, el 38,22% muestra una preferencia por recibir una promoción de entrega a domicilio sin recargo. Esta opción se identificó de manera significativa, ya que, facilita a los que viven en el centro de la ciudad, mientras que el 31,94% prefiere recibir promociones de descuentos por fechas especiales. Esta opción fue mayormente seleccionada por personas que vivían en zonas rurales, por último, el 29,84% de los encuestados indicó su deseo de recibir promociones por cliente frecuente.

14) ¿Qué tan importante considera que los pollos o gallinas criollas sean certificadas con alimentación natural u orgánica?

Tabla 21

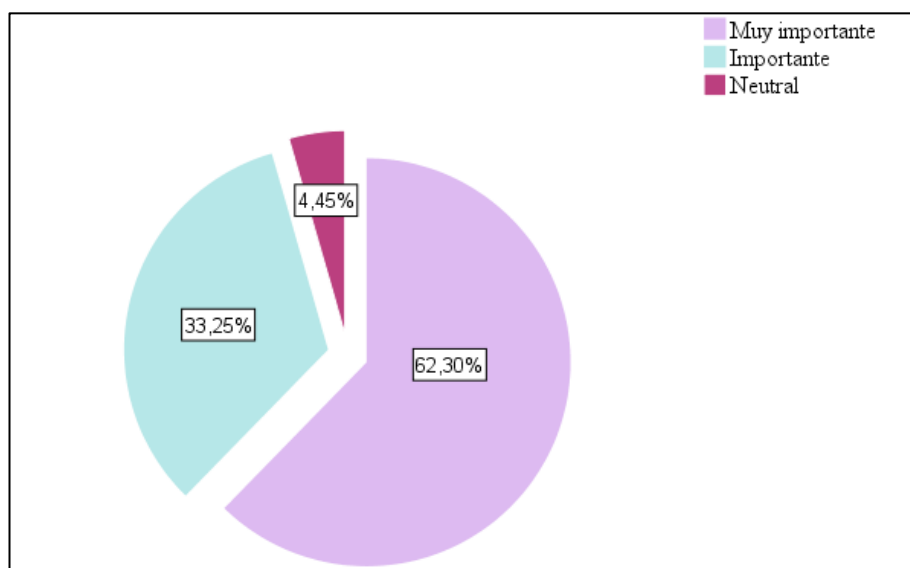
Pregunta 14

Variables	Frecuencia de muestra	Mercado objetivo	Porcentaje %
Muy importante	238	52.266	62,3%
Importante	127	27.890	33,2%
Neutral	17	37.33	4,5%
Poco importante	0	0	0,0%
Nada importante	0	0	0,0%
Total	382	83.889	100%

Nota. La tabla presenta los resultados de la pregunta específica 14 de la encuesta.

Figura 20

Pregunta 14



Nota. La figura representa los resultados de la pregunta específica 14 de la encuesta.

Fuente: Datos de la encuesta.

Análisis e interpretación

Del 100% de los encuestados, el 62,30% considera que es muy importante que los pollos o gallinas criollas sean certificadas con alimentación natural u orgánica. Por

otro lado, el 33,25% de los encuestados indicó que es importante que las aves sean certificadas con alimentación natural u orgánica.

Finalmente, se observó que el 4,45% de los encuestados manifestó sentirse neutral en cuanto a la certificación de los pollos o gallinas criollas con alimentación natural u orgánica.

3.8. Estudio de demanda

La demanda se refiere a la cantidad total de un producto o servicio que los consumidores están dispuestos a adquirir a distintos precios. Este concepto nos permite entender cuánto están dispuestos a comprar los consumidores, cuando el precio del producto varía, lo cual es fundamental para asignar eficientemente recursos limitados (Ludeña Pérez et al., 2022).

Para analizar la demanda de pollos y gallinas criollas en la ciudad de Ambato, es crucial identificar y comprender la población objetivo, que en este caso corresponde a los habitantes de dicha ciudad. Así mismo, se debe definir cuidadosamente la muestra sobre la cual se llevará a cabo el estudio, asegurándose de que sea representativa y esté compuesta por hogares cuyos jefes o integrantes sean económicamente activos.

Para avanzar en la investigación, se aplicó una encuesta a la muestra previamente seleccionada. Esta encuesta contiene preguntas específicas diseñadas para obtener información detallada sobre diversos factores que podrían influir en las preferencias y hábitos de consumo de los posibles compradores de pollos y gallinas criollas. El objetivo es obtener una visión clara y precisa de la demanda y las preferencias del mercado potencial en relación con estos productos criollos.

Esta metodología permite recopilar datos cuantitativos y cualitativos que serán analizados con rigor científico para obtener conclusiones sólidas y fundamentadas sobre el mercado de pollos y gallinas criollas en la ciudad de Ambato.

3.8.1. Cálculo de la demanda

Para estimar la posible cantidad de demanda de pollos y gallinas criollas faenadas y empaquetadas de forma aséptica en la ciudad de Ambato, se emplea la información recopilada a partir de la pregunta específica número 2 en la encuesta: "¿Estaría dispuesto/a consumir pollos o gallinas criollas faenadas y empaquetadas de forma aséptica si se comercializaran en la ciudad de Ambato?". Los resultados de esta evidenciaron una gran aceptación por parte de los encuestados.

El cálculo de la posible demanda se efectúa mediante el análisis de los datos presentados en la tabla 6, que resume las respuestas de la pregunta mencionada anteriormente. De acuerdo con la tabla, un 94.5% de los encuestados respondió afirmativamente su agrado por consumir pollos o gallinas criollas faenadas y empaquetadas de forma aséptica. Esta información es de gran relevancia para estimar el nivel de aceptación y potencial demanda de estos productos criollos en la ciudad de Ambato, lo cual puede ser de utilidad para la toma de decisiones estratégicas relacionadas con su comercialización y distribución en la región.

3.8.2. Demanda en hogares

Tabla 22

Demanda actual en hogares

Año	Mercado objetivo	Porcentaje de aceptación	Demanda en hogares
2023	83.889	94,5%	79.278

Nota. La tabla indica la demanda actual en hogares.

Análisis. A través del análisis y la recopilación de datos de la pregunta número 2 de la encuesta, se ha logrado determinar que un total de 79,278 hogares en la ciudad de Ambato expresan su disposición a adquirir pollos o gallinas criollas faenadas y empaquetadas de forma aséptica. Estos resultados son indicativos del alto nivel de aceptación y potencial de demanda que presentan estos productos criollos en la región.

3.8.3. Proyección de la demanda en hogares

Tabla 23

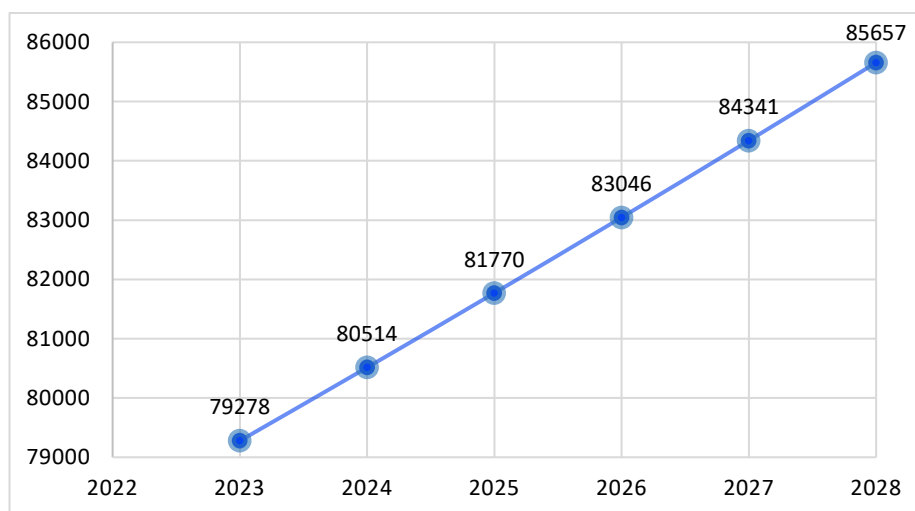
Proyección de la demanda (hogares)

Año	Demanda en hogares	TCP
2023	79.278	1,56%
2024	80.514	1.237
2025	81.770	1.256
2026	83.046	1.276
2027	84.341	1.296
2028	85.657	1.316

Nota. La tabla presenta la proyección de la demanda en hogares.

Figura 21

Demanda en hogares



Nota. La tabla representa gráficamente la proyección de la demanda en hogares.

Fuente: Autoría propia.

Análisis. La proyección de la demanda se realizó con la cantidad actual de 79,278 hogares interesados en adquirir pollos o gallinas criollas faenadas y empaquetadas de forma aséptica. Para estimar la demanda proyectada para el año 2028, se calculó mediante la Tasa de Crecimiento Promedio (TCP) del 1,56%. De acuerdo con la

proyección, se estima que para el año 2028 la demanda ascendería a 85,657 hogares. Es importante mencionar que este valor representa exclusivamente a los hogares que han manifestado su disposición a adquirir el pollos y gallinas criollas en la encuesta.

3.8.4. Estudio de demanda de productos

Para determinar la demanda en productos se utiliza una pregunta que determine la frecuencia de consumo, en este caso nos ayuda específicamente la pregunta 3. ¿En su hogar cuántos pollos o gallinas criollas faenadas consumirían al mes?

Tabla 24

Demanda de productos

Demanda	Cantidad	Porcentaje %	Mercado objetivo	Cantidad promedio	Tiempo	Cantidad de compra anual
79278	De 1 a 3	67,5%	53.543	2	12	1.285,044
	De 4 a 6	27,5%	21.791	5	12	1.307,457
	Más de 6	5,0%	3.943	6	12	283,905
					Total	2.876,406

Nota. La tabla indica la cantidad de compra anual del producto según las opciones de respuesta.

Análisis. El cálculo de la demanda anual de productos se basa en la demanda actual de hogares, que es de 79,278 unidades. Para realizar este cálculo, primero se multiplica la demanda actual por el porcentaje obtenido en cada opción de respuesta en la encuesta, lo que nos permite identificar el mercado objetivo correspondiente a cada categoría de preferencia. Luego, se procede a multiplicar el mercado objetivo por la cantidad promedio de unidades que se comprarían en cada opción, se tomó en cuenta las frecuencias de compra declaradas por los encuestados. Finalmente, para obtener la demanda anual en productos, se multiplica el resultado anterior por el tiempo que conforma un año.

3.8.5. Demanda proyectada en productos

El presente estudio fue llevado a cabo en el año 2023, con el objetivo de planificar a futuro, proyectándose para los próximos 5 años, este es el tiempo de vida útil estimado para el emprendimiento en cuestión. Para realizar dicha proyección, se empleará la Tasa de Crecimiento Promedio (TCP), cuyo valor se ha determinado como 1,56%.

Tabla 25

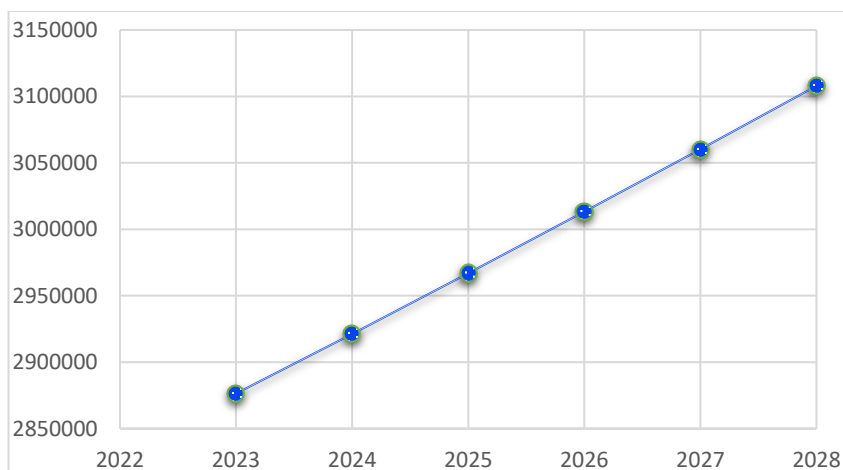
Demanda proyectada en productos

Año	Demanda de productos	TCP
2023	2.876.406	1,56%
2024	2.921.278	44872
2025	2.966.850	45572
2026	3.013.133	46283
2027	3.060.137	47005
2028	3.107.876	47738

Nota. La tabla presenta la proyección de la demanda de productos.

Figura 22

Proyección de la demanda en productos



Nota. La figura representa la proyección de la demanda de productos desde el año 2023 hasta el año 2028. Fuente: Autoría propia.

Análisis. Mediante la demanda actual de 2.876,406 unidades de productos para el año 2023, se ha realizado una proyección para estimar la demanda futura. Según los

cálculos efectuados, se prevé un crecimiento significativo de la demanda, que alcanza un crecimiento total de 3.107,876 de la demanda en productos para el año 2028.

3.9. Estudio de la oferta

Al abordar el concepto de oferta, nos referimos al conjunto de bienes o servicios que están disponibles en el mercado libre para ser adquiridos por los consumidores. Es un elemento fundamental en el análisis económico. Esto puede generar una relación directa entre el precio y la cantidad ofrecida, donde un incremento en el precio resulta en una mayor cantidad de bienes o servicios ofrecidos en el mercado.

3.9.1. Oferta en hogares

Para conocer la oferta en hogares se toma como base las respuestas de la pregunta 2. ¿Si en la ciudad de Ambato se comercializaría pollos o gallinas criollas faenadas y empaquetada de una forma aséptica, lo consumiría? En este caso se estudia con el porcentaje de las respuestas que han sido No.

Tabla 26

Oferta en personas

Año	Mercado objetivo	% de NO aceptación	Oferta en hogares
2023	83.889	5,5%	4.612

Nota. La tabla indica la oferta en hogares en el año actual 2023.

Análisis. Para determinar la oferta en hogares, se realiza un cálculo basado en el mercado objetivo, el cual es multiplicado por el porcentaje de no aceptación. En el cual se ha obtenido un valor de 4,612 hogares como oferta en hogares en el año actual del estudio.

Tabla 27

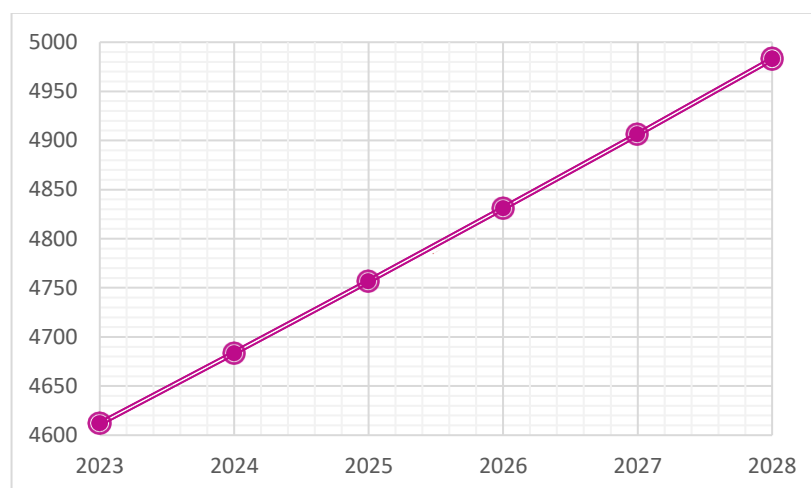
Proyección de la oferta en hogares

Año	Oferta en hogares	TCP
2023	4.612	1,56%
2024	4.684	72
2025	4.757	73
2026	4.831	74
2027	4.906	75
2028	4.983	77

Nota. La tabla indica la proyección de la oferta en hogares hasta el año 2028.

Figura 23

Proyección de la oferta en hogares



Nota. La figura representa gráficamente la proyección de la oferta en hogares.

Análisis. La proyección se ha realizado mediante el tiempo de vida útil para un emprendimiento, que abarca un período de 5 años, y se la realiza con la Tasa de Crecimiento Promedio (TCP) del 1,56%, de manera que se multiplica la oferta en hogares actual de 4.612, se multiplica por 1,56%. Por último, el resultado obtenido se suma a la oferta actual como resultado, de esa manera se obtiene la demanda del año siguiente. De tal manera se realiza consecutivamente hasta el año 2028, en este caso asciende a 4.983 hogares que se restringen a aceptar el producto.

3.9.2. Estudio de la oferta en productos

Tabla 28*Oferta anual en productos*

Oferta	Cantidad	Porcentaje % NO aceptación	Mercado objetivo	Cantidad promedio	Tiempo	Oferta en productos
4.612	De 1 a 3	67,5%	3.115	2	12	74.753
	De 4 a 6	27,5%	1.268	5	12	76.057
	Más de 6	5,0%	229	6	12	16.515
Total						167.326

Nota. La tabla indica la oferta en productos anualmente.

Análisis. Para el cálculo de la oferta en productos se basa específicamente en la pregunta 3, la cual indica la frecuencia de consumo. De esta manera se lo realiza con la oferta en hogares calculada anteriormente, donde se tiene con una oferta en productos de 167.326 unidades anuales.

3.9.3. Oferta proyectada en el producto

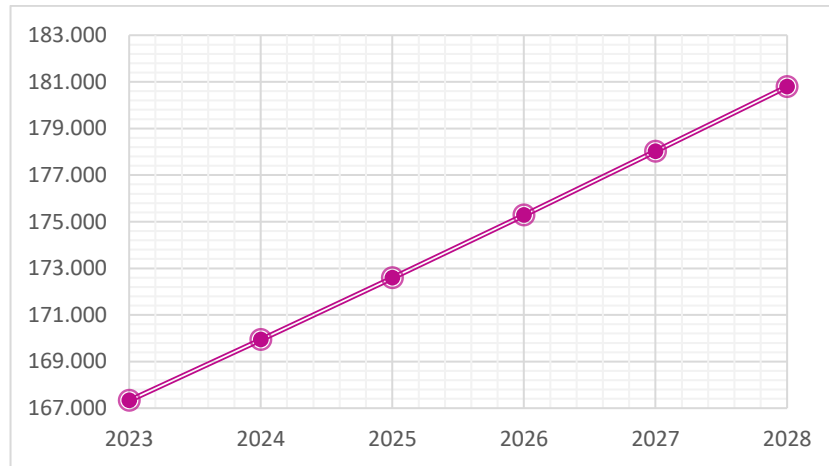
Tabla 29*Proyección de la oferta en productos*

Año	Oferta de productos	TCP
2023	167.326	1,56%
2024	169.936	2610
2025	172.587	2651
2026	175.279	2692
2027	178.014	2734
2028	180.791	2777

Nota. La tabla indica la oferta proyectada en productos.

Figura 24

Proyección de la oferta en productos



Nota. La figura representa gráficamente la proyección de la oferta en productos.

Fuente: Autoría propia.

Análisis. Se realiza la proyección de la oferta en productos a través de la cantidad de oferta en unidades determinada en 167.326. Esta cifra se multiplica por la Tasa de Crecimiento Promedio (TCP) del 1,56%. El resultado de esta operación se suma a la oferta actual, lo que permite determinar la oferta proyectada para el siguiente período. Este proceso se repite sucesivamente para los primeros 5 años siguientes, con el fin de obtener la cantidad proyectada de oferta en productos, que asciende a 180.791 unidades para el año 2028.

3.10. Mercado potencial

Al mercado potencial lo definen como el conjunto de consumidores con un interés suficientemente alto hacia la oferta del mercado y que a su vez deben tener como condición un ingreso suficiente y acceso al producto. También este es el número máximo de compradores al que puede llegar la oferta y que está disponible para todas las empresas de un sector durante un tiempo determinado. (Sotomayor Vázquez, 2022)

Cabe mencionar que el mercado potencial es el volumen máximo de ventas, tiene como objetivo ayudar a encontrar nuestros posibles clientes que probablemente te compren un producto o servicio de acorde a su necesidad.

3.11. Demanda potencial insatisfecha

Tabla 30

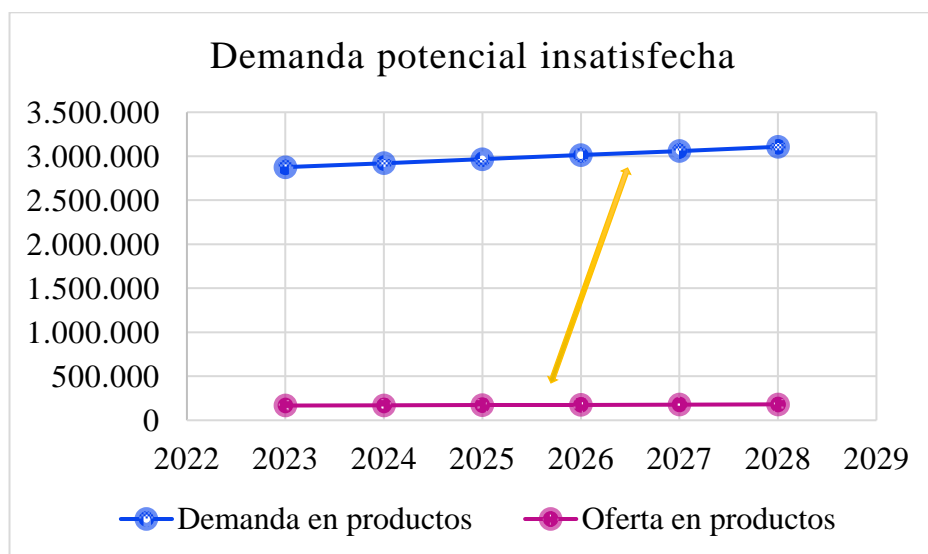
DPI

Año	Demanda en productos	Oferta en productos	*DPI
2023	2.876.406	167.326	2.709.080
2024	2.921.278	169.936	2.751.342
2025	2.966.850	172.587	2.794.263
2026	3.013.133	175.279	2.837.853
2027	3.060.137	178.014	2.882.124
2028	3.107.876	180.791	2.927.085

Nota. La tabla indica la *demanda potencial insatisfecha (DPI).

Figura 25

DPI



Nota. La figura representa gráficamente la demanda potencial insatisfecha (DPI).

Fuente: Autoría propia.

Análisis. El cálculo de la demanda potencial Insatisfecha (DPI), se lo realiza mediante una resta de la demanda menos la oferta. De esta manera se conoce que la DPI en el año actual 2023 es de 2.709.080 unidades, mientras que para el año 2028 tendrá un incremento de 2.927.085 unidades.

3.12. Análisis de precio

El precio representa, desde el punto de vista del comprador es el valor monetario asignado a un bien, servicio o activo en particular (expresada normalmente en dinero, aunque también podría consistir en productos y servicios). (Rosa Díaz et al., 2020)

Cabe recalcar que el precio, exclusivamente, es el valor que se asigna al uso y a la necesidad que se tiene al momento de adquirir algún tipo de mercancía, ya sea artículo o producto, bien o servicio.

Para determinar el precio, se parte de la pregunta 5: "¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un pollo o gallina criolla faenada?". Esta determinación se realiza mediante la opción más aceptada de precio en sus diferentes presentaciones. Asimismo, se ha tenido en cuenta el análisis de los precios ofrecidos por otros proveedores de productos similares para establecer los precios previos. Para proyectar el precio, se considera la variable de inflación anual, según los datos proporcionados por la Dirección de Estadísticas Económicas (2023). El valor más reciente registrado hasta el año 2022 es de 3,74%.

Mientras que, para la determinación del precio del pollo o la gallina criolla faenada entera, se consideró la opción de rango de precios que oscila entre \$12 y \$14. Esta elección obtuvo el mayor porcentaje de aceptación. En consecuencia, se estableció el valor promedio de \$13.

Tabla 31

Precio proyectado en presentación pollo o gallina criolla faenada Entera

Año	Precio	Inflación acumulada
2023	\$13,00	3,74%
2024	\$13,49	0,49
2025	\$13,99	0,50
2026	\$14,51	0,52

2027	\$15,06	0,54
2028	\$15,62	0,56

Nota. La tabla indica el precio proyectado del producto en presentación Entero.

- Para la presentación del Medio pollo o gallina criolla faenada se tomó como referencia el precio que fluctúa entre los \$6 a \$7,5, donde se ve el mayor porcentaje de aceptación estableció el valor promedio es de \$6,75.

Tabla 32

Precio proyectado de pollo o gallina criolla faenada en presentación Medio

Año	Precio	Inflación acumulada
2023	\$6,75	3,74%
2024	\$7,00	0,25
2025	\$7,26	0,26
2026	\$7,54	0,27
2027	\$7,82	0,28
2028	\$8,11	0,29

Nota. La tabla indica el precio proyectado del producto en presentación Medio.

- Para la presentación de ¼ cuarto de pollo o gallina criolla faenada se tomó como referencia el precio que oscila entre \$3,5 a \$4, el mismo que tuvo el mayor porcentaje de aceptación de esta manera se estableció el valor promedio que es de \$3,75.

Tabla 33

Precio proyectado del pollo o gallina criolla faenada en presentación ¼ cuarto

Año	Precio	Inflación acumulada
2023	\$3,75	3,74%
2024	\$3,89	0,14
2025	\$4,04	0,15
2026	\$4,19	0,15
2027	\$4,34	0,16
2028	\$4,51	0,16

Nota. La tabla indica el precio proyectado del producto en presentación ¼ cuarto.

- Para la presentación de 1/8 octavo o presas de pollo o gallina criolla faenada, se consideró la opción de rango de precios que oscila entre \$1,5 a \$2, que tuvo el mayor porcentaje de aceptación. De tal manera, se estableció el valor promedio de \$1,75.

Tabla 34

Precio proyectado del pollo o gallina criolla faenada en presentación de 1/8 octavo o presas

Año	Precio	Inflación acumulada
2023	\$1,75	3,74%
2024	\$1,82	0,07
2025	\$1,88	0,07
2026	\$1,95	0,07
2027	\$2,03	0,07
2028	\$2,10	0,08

Nota. La tabla indica el precio proyectado del producto en presentación 1/8 octavo presas

3.13. Comercialización

3.13.1. Canales de comercialización

El canal de comercialización es una herramienta indispensable que actúa como un circuito de ayuda para las empresas, permitirá que sus productos lleguen de forma segura a su destino final, es decir, al consumidor.

Para conocer los adecuados canales de comercialización se toma como base la pregunta 11. ¿Cuál cree usted que es el mejor medio para dar a conocer el valor nutricional y beneficios del consumo de Pollos o Gallinas Criollas faenadas?, mediante esta pregunta conocemos la preferencia de los posibles consumidores. De esta manera, según los resultados obtenidos, se observa que las redes sociales son la opción más

seleccionada para llevar a cabo las estrategias de comercialización. Con el fin de determinar en qué redes sociales se deben ejecutar dichas estrategias, se incluyó una especificación: "¿Qué red social utiliza con mayor frecuencia?". Las respuestas más populares fueron Facebook, Instagram y Tik Tok.

Facebook

Facebook es una red social que posibilita la producción y compartición de contenidos en diversos aspectos. En el contexto de este estudio, su relevancia radica en las funciones que ofrece para los negocios. A través de Facebook Business, se puede generar una página similar a un catálogo y llevar a cabo anuncios mediante algoritmos de la plataforma, los cuales identifican a posibles usuarios interesados en el producto. Por otro lado, Marketplace facilita la identificación de potenciales proveedores y agiliza la venta de un producto al ofrecer más opciones de especificaciones e incluyen fotos, descripciones, ubicación y la opción de establecer contacto con el vendedor a través del chat.

Adicionalmente, la página comercial o de empresa en Facebook contribuye a crear una marca y nombre para el negocio. Permite la realización de anuncios, tanto gratuitos como pagados, y ofrece la posibilidad de generar respuestas automáticas para agilizar la comunicación con potenciales clientes.

Instagram

La red social que ha experimentado un notable aumento en su uso tanto por jóvenes como por adultos es una plataforma que ofrece la posibilidad de crear una cuenta profesional para promocionar el negocio de manera aleatoria entre los usuarios, con el objetivo de difundir el nombre de la empresa. Además, facilita la creación de un catálogo vinculado a tiendas virtuales y proporciona herramientas para analizar la audiencia interesada en las publicaciones generadas en la cuenta.

Una de las herramientas destacadas es Hootsuite Publisher, la cual permite programar y generar publicaciones adecuadas a las tendencias del momento.

Tik tok

La aplicación de rápido crecimiento permite que los usuarios conozcan cualquier tipo de cuenta mediante videos creativos y crea hashtags que, al utilizarlos, ayudan a que el video alcance a más personas. Es considerada una herramienta poderosa para el marketing digital.

El emprendimiento basará sus canales de comercialización en estas tres redes sociales. Sin embargo, un gran porcentaje de los encuestados optó por la opción de dar a conocer el producto mediante ferias de emprendimientos dentro de la ciudad. Por lo tanto, también se generarán estrategias físicas y visuales, tales como presentaciones, videos, muestras del producto para degustación, panfletos, entre otros.

3.13.2. Canales de distribución

Los canales de distribución son los responsables de dar a conocer el producto a los consumidores y se caracterizan por el número de intermediarios que forman el camino que recorre el producto.

Según Sumba Bustamante et al., (2022) menciona que dentro de los canales de distribución nos topamos con dos grandes tipos de canales significativos como es el:

Canal directo

Este canal es apropiado para las pequeñas y medianas empresas ubicadas en una ciudad y logran abarcar con sus propios medios la distribución, en este caso, el productor vende el producto directamente al consumidor, sin utilizar intermediarios. Por ende, son ellos los encargados de efectuar la comercialización y entrega de los productos al cliente.

Canal indirecto

Es conocido por la intervención de mediadores entre el proveedor y el consumidor final, es adecuado para medianas y grandes empresas que tienen la capacidad de producir bienes o servicios para un gran número de consumidores y comercializar en múltiples ciudades. En este caso el emprendimiento busca tener dos canales de distribución:

Figura 26

Canal directo



Nota. La figura muestra gráficamente el canal directo. Fuente: Figura obtenida de López (2020).

El emprendimiento distribuirá el producto de forma directa al consumidor desde su local de faenamiento.

Figura 27

Canal indirecto corto



Nota. La figura muestra gráficamente el canal indirecto corto. Fuente: Figura obtenida de López (2020).

Se implementará estrategias para obtener una verificación por parte de organismos competentes, como el MAPAG, que otorguen una certificación de salubridad al producto. El objetivo de esta certificación es generar confianza tanto en los supermercados como a los consumidores.

3.14. Matriz FODA

La matriz FODA permite realizar evaluaciones del medio interno y externo de las organizaciones. A partir de estas evaluaciones, se establecen estrategias que apuntan a mejorar la competitividad, estos análisis del entorno tienen un impacto en el mejoramiento de la productividad, la imagen de la organización y la fidelización de los clientes (Cadevilla Soto, 2022).

Por lo tanto, la matriz FODA proporciona una evaluación visual y concreta. A través de esta herramienta, se logra obtener una visión clara y tomar decisiones acertadas al identificar factores externos e internos que afectan el funcionamiento de una organización.

Tabla 35

Análisis FODA

Fortaleza	Debilidades
F1. Producto de mayor calidad. F2. Menor riesgo de producir enfermedades infecciosas. F3. Reducida dependencia de proveedores. F4. Mercado con gran disposición de adquirir el producto.	D1. Mayor tiempo para su venta. D2. Emprendimiento sin posicionamiento en el mercado. D3. Bajos recursos económicos. D4. Reducida experiencia con el cuidado de pollos o gallinas criollas.
Amenazas	Oportunidades
A1. Aves a nivel nacional con gran contagio de gripe aviar. A2. Los pollos son susceptibles al cambio brusco de clima. A3. Aumento de avícolas. A4. Variación brusca de precios por la inflación del país.	O1. Estrategias del MAGAP para ofrecer capacitaciones en la avicultura. O2. Apoyo de entidades financieras en la disponibilidad de asesoramiento para el crecimiento sostenible de emprendimientos. O3. Tecnología en maquinaria que ayudarán en el faenamiento para reducir los costos de mano de obra. O4. Crecimiento de la población.

Nota. La tabla presenta el análisis FODA, donde se describen cada uno de los factores.

Tabla 36

Matriz FODA

	Fortaleza	Debilidades
MATRIZ DAFO	<p>F1. Acceso a capacitaciones que ofrece el MAGAP para avicultores.</p> <p>F2. Producto de mayor calidad.</p> <p>F3. Menor riesgo de producir enfermedades infecciosas.</p> <p>F4. Reducida dependencia de proveedores.</p>	<p>D1. Mayor tiempo para su venta.</p> <p>D2. Emprendimiento sin posicionamiento en el mercado.</p> <p>D3. Bajos recursos económicos.</p> <p>D4. Reducida experiencia con el cuidado de pollos o gallinas criollas.</p>
Amenazas	<p>F1; A1.- Prevención y control de la salud de las aves mediante acciones técnicas.</p> <p>F1; A2.- Realización de un plan de inversión para producir alimento propio para las aves.</p> <p>F2; A4.- Generar estrategias publicitarias para mostrar el proceso de crianza y faenamiento.</p>	<p>D1; A4.- Estudiar técnicas de crianza y reproducción de aves que permitan el conocimiento de estas para evitar pérdidas económicas.</p> <p>D2; A3.- Implementar estrategias publicitarias BTL para el reconocimiento de la marca y producto del emprendimiento.</p> <p>D4; A2.- Aprovechar la experiencia en agricultura para implementar alimento propio para las aves.</p>
Oportunidades	<p>F1; O2.- Realizar un plan de financiamiento adecuado para el crecimiento del negocio.</p> <p>F2; O4.- Ofrecer el producto al mercado objetivo para marcar diferencias y beneficios de su consumo.</p> <p>F3; O1.- Implementar técnicas de vigilancia y advertencias para evitar enfermedades.</p>	<p>D2; O1.- Implementar estrategias para la oferta o demostración de la marca y producto, se busca aceptabilidad y confianza de los posibles clientes.</p> <p>D3; O2.- Aprovechar de los asesoramientos gratuitos que brindan entidades financieras para poner en marcha el emprendimiento.</p> <p>D4; O1.- Acudir a cursos prácticos que brindan entidades públicas para obtener más conocimiento sobre la crianza de aves.</p>

Nota. La tabla presenta la Matriz FODA con las estrategias planteadas a partir de las 4 variables presentadas en el análisis FODA.

3.15. Matriz de Perfil de Capacidad Interna

La matriz PCI es un método que sirve para identificar las fortalezas y debilidades de una organización, mediante factores o variables relevantes que se consideren que influyen en la capacidad interna de dicha organización, el rango para evaluar la matriz es: A=Alto, M=Medio y B=bajo.

Figura 28

Matriz PCI

FACTORES \ CALIFICACIÓN	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
DIRECTIVA									
Conocimiento para planeación de actividades.		X					X		
Estructura organizacional.					X			X	
COMPETITIVA									
Gran oferta de productos sustitutivos (pollos de producción industrial).				X			X		
Precio de venta.		X			X		X		
Ubicación			X					X	
FINANCIERA									
Bajos recursos económicos propios para inversión inicial.				X			X		
TECNOLÓGICO									
Maquinaria para ayudar en el proceso de faenamiento y empaquetado del producto.					X			X	
TALENTO HUMANO									
Personal con experiencia técnica en la crianza de varios animales.	X					X		X	
SUMA POR COLUMNAS	1	2	1	2	3	1	4	4	0
TOTAL VALOR DE IMPACTO	3	4	1	6	6	1	12	8	0
F < D	8			13			20		

Nota. La figura presenta el desarrollo de la matriz PCI y la identificación de sus factores en fortalezas o amenazas y su impacto en el entorno interno del emprendimiento. Fuente: Autoría propia.

Tabla 37

Matriz de evaluación de factores internos

FACTORES CLAVES INTERNOS	PESO	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
FORTALEZAS			
Conocimiento para planeación de actividades.	0,10	3	0,30
Precio de venta.	0,18	3	0,54
Personal con experiencia técnica en la crianza de varios animales.	0,20	4	0,80
Ubicación	0,06	2	0,12
SUBTOTAL F.			1,76
DEBILIDADES			
Estructura organizacional.	0,08	2	0,16
Gran oferta de productos sustitutos (pollos de producción industrial).	0,15	4	0,60
Bajos recursos económicos propios para inversión inicial.	0,15	3	0,45
Maquinaria para ayudar en el proceso de faenamiento y empaquetado del producto.	0,08	2	0,16
SUBTOTAL D.			1,37
TOTAL		1,00	3,21

Nota. La tabla evalúa las fortalezas y debilidades más relevantes, identificadas en la matriz PCI, la calificación se maneja mediante los siguientes rangos: 1=Bajo impacto, 2=Impacto medio bajo, 3=Impacto medio alto y 4=Alto impacto.

Análisis. En la matriz EFI se obtiene un promedio de la calificación más alta y la más baja, que en este caso es 3. El valor ponderado total es de 3.21, lo cual indica que las fortalezas superan a las debilidades. De esta manera, se identifica que la fortaleza más destacada es que el personal cuenta con experiencia en la crianza de diversos animales, mientras que la debilidad más relevante es la existencia de una gran oferta de productos sustitutos o similares.

3.16. Matriz de Perfil de las Oportunidades y Amenazas

Matriz POAM analiza el entorno externo en el que se pretende desarrollar el emprendimiento, por lo cual identifica factores que se dividirán en oportunidades y amenazas que pueden marcar un impacto puede ser A=Alto, M=Medio y B=Bajo.

Figura 29

Matriz POAM

CALIFICACIÓN FACTORES	OPORTUNIDADES			AMENAZAS			IMPACTO		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
ECONÓMICO									
Variación de la inflación					X			X	
Accesibilidad a créditos para emprendimientos, pequeñas y medianas empresas.	X						X		
POLÍTICO									
Adición de nuevos procedimientos, normas o leyes en el sector avícola.					X			X	
Proyectos para potenciar procesos en el desarrollo de la producción avícola.	X						X		
SOCIAL									
Subempleo.					X			X	
Impacto ambiental			X						
Poder adquisitivo de las familias			X						X
TECNOLÓGICO									
Desarrollo potencial de la tecnología.		X						X	
Accesibilidad a información sobre el sector.		X						X	
Facilidad de automatizar procesos.		X					X		
COMPETITIVOS									
Generar alianzas estratégicas.			X					X	
Incremento de competencia, precios bajos.				X			X		
GEOGRÁFICOS									
Crecimiento poblacional.	X							X	
Ubicación y vías de acceso.		X						X	
SUMA POR COLUMNAS	3	4	3	1	3	0	4	8	1
TOTAL VALOR DE IMPACTO	9	8	3	3	6	0	12	16	1
O > A	20			9			29		

Nota. La figura presenta el desarrollo de la matriz POAM y la identificación de sus factores en oportunidades o amenazas y su impacto en el entorno externo del emprendimiento. Fuente: Autoría propia.

Tabla 38*Matriz de evaluación de factores externos*

FACTORES CLAVES EXTERNOS	PESO	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
OPORTUNIDADES			
Accesibilidad a créditos para emprendimientos, pequeñas y medianas empresas.	0,15	3	0,45
Proyectos para potenciar procesos en el desarrollo de la producción avícola.	0,20	4	0,80
Facilidad de automatizar procesos.	0,12	2	0,24
Crecimiento poblacional.	0,10	2	0,20
SUBTOTAL O.			1,69
AMENAZAS			
Variación de la inflación.	0,10	3	0,30
Adición de nuevos procedimientos, normas o leyes en el sector avícola.	0,08	2	0,16
Incremento de competencia, precios bajos.	0,15	4	0,60
Subempleo.	0,10	2	0,20
SUBTOTAL A.			1,26
TOTAL	1,00		2,95

Nota. La tabla evalúa las oportunidades y amenazas más relevantes, identificadas en la matriz POAM, la calificación se maneja mediante los siguientes rangos: 1=Bajo impacto, 2=Impacto medio bajo, 3=Impacto medio alto y 4=Alto impacto.

Análisis. En la matriz EFE se obtiene un promedio entre la calificación más alta y la más baja, que es de 3. El valor total ponderado es de 2,95, lo cual indica que, en el entorno se presentan más amenazas que oportunidades. La amenaza más significativa, es el incremento de la competencia directa y los precios más bajos, mientras que la oportunidad más llamativa, es el potencial para aprovechar proyectos que impulsen los procesos en el desarrollo de la producción avícola.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Según Quaranta (2020), el estudio técnico analiza la manera más eficiente de generar el producto-servicio, por ende, prevé los medios para que el producto se vuelva una realidad. Entonces se debe conocer todo lo que implica producirlo, evaluar los diversos proveedores y calidad de las materias primas, diseñar sistemas de producción basados en las distintas tecnologías y maquinarias.

4.1. Tamaño óptimo del proyecto

4.1.1. Factores determinantes de tamaño

Demanda potencial insatisfecha (DPI)

El Índice de Demanda Potencial (DPI) se obtiene a partir de los resultados de la encuesta realizada, cuyo cálculo fue previamente realizado, y se obtuvo un DPI de 2,709,080 para el año 2023 y una DPI proyectada de 2,907,085 para el año 2028. Estos valores indican que el producto ha tenido una gran aceptación.

Por tanto, con base en esta información, es necesario planificar e identificar la localización óptima, el espacio físico adecuado, la distribución correcta de la materia prima, la mano de obra y todos los recursos necesarios para satisfacer la mayor parte posible de la demanda.

Financiamiento

Los recursos económicos son de gran importancia, dado que se requieren valores significativos para la crianza de los pollos y gallinas criollas. Se cuenta con fondos propios y ahorros para poder realizar una inversión inicial considerable. Además, se tiene la intención de buscar un préstamo de instituciones financieras para identificar las mejores opciones que beneficien y faciliten el desarrollo del proyecto.

Mano de obra

Existe personal capacitado en el área de avicultura, como técnicos de establecimientos públicos que visitan los sectores rurales. Estos técnicos, en diversas ocasiones, ofrecen oportunidades de trabajo a personas que necesitan empleo y que cuentan con experiencia y conocimientos adecuados para llevar a cabo las actividades requeridas en la avicultura.

Además, en la provincia de Tungurahua se registra el mayor porcentaje de producción avícola, lo que garantiza la disponibilidad de suficiente mano de obra tanto directa como indirecta en esta actividad.

Materia prima

En el Ecuador existen alrededor de 8 tipos de aves que son comercializadas y según el observatorio económico y social de Tungurahua, la producción de aves en el país no cubre la demanda interna. La materia prima esencial en este caso son los pollos y gallinas criollas, cuya producción será desde la crianza de una manera más libre, alimentación natural y cuidado técnico para prevenir enfermedades, hasta su faenamiento y empaquetado. El precio promedio de un pollo criollo para finalizar el primer trimestre del año 2023 fue de \$10 a \$12 y el precio de una gallina criolla entre \$11 a \$13, estos ascienden a un mayor valor al venderlos vivos (en pie).

Recursos tecnológicos

En tecnología lo que será necesario es una laptop o computadora base necesario para llevar el control de stock, es decir, cuantas aves se compran y cuantas aves se venden y a qué precio, esto permitirá con el tiempo conocer si se tiene ganancias o pérdidas, al igual que controlar el alimento y recursos que sean necesarios para su crianza. Para el faenamiento se pretende implementar una maquina peladora de pollos de acero inoxidable y una maquina selladora al vacío.

4.1.2. Tamaño óptimo

Representa la capacidad de producción necesaria para intentar satisfacer la demanda. Esto se obtiene a través de una tabla que incluye información como el tiempo, la demanda potencial insatisfecha, la estimación de producción y la producción en unidades.

Tabla 39

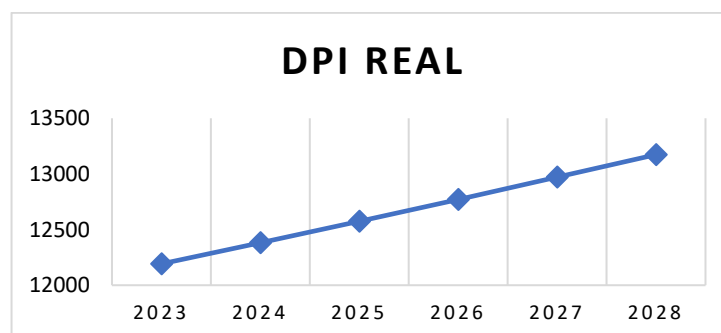
Demanda potencial insatisfecha Real

Año	*DPI	Estimación	DPI Real
2023	2709080	0,45%	12192
2024	2751342	0,45%	12382
2025	2794263	0,45%	12575
2026	2837853	0,45%	12771
2027	2882124	0,45%	12971
2028	2927085	0,45%	13173

Nota. La tabla indica el cálculo de la DPI Real, que se obtiene de la multiplicación de la DPI y la estimación. *Demanda Potencial Insatisfecha.

Figura 30

Demanda potencial insatisfecha Real



Nota. La figura muestra la DPI Real, desde el año 2023 hasta el año 2028. Fuente: Autoría propia.

Análisis. El cálculo de la demanda potencial insatisfecha real se obtiene mediante la multiplicación de la DPI (Índice de Demanda Potencial) por la estimación, que en este

caso es el porcentaje de producción del 0,45%. Con este cálculo, se determina que para el año 2023 se cubrirán 12,192 pollos y gallinas criollas en unidades, mientras que para el año 2028 se cubrirán 13,173 unidades.

4.2. Localización

4.2.1. Localización óptima

En esta sección, se identifica el lugar o espacio físico en el cual se llevará a cabo el proyecto de crianza y faenamiento de aves. Para que esta localización sea considerada "óptima", debe contar con diferentes factores que faciliten dichos procesos. En este sentido, se han considerado cuatro ubicaciones posibles, dos de las cuales están dentro de la ciudad de Ambato (criadero y faenadora), y las otras dos opciones se encuentran fuera de la ciudad.

Para determinar la localización óptima, se tomarán en cuenta factores relevantes del proyecto, los cuales se ponderarán con un peso específico. A cada opción se le asignará una calificación, se sigue una escala de evaluación establecida.

Tabla 40

Escala de impacto

ESCALA	IMPACTO
3	Alto
2	Medio
1	Bajo

Nota. La tabla indica la escala a utilizarse para calificar las opciones de localización.

Figura 31

Localización óptima

FACTORES RELEVANTES	PESO PONDERADO	O.1	CIUDAD DE AMBATO			FUERA DE LA CIUDAD			
			SANTA ROSA O.2	LA VICTORIA O.3		PILLARO O.4	PUJILÍ		
Arriendo (\$)	10	2	20,00	3	30,00	2	20,00	2	20,00
Infraestructura (Estado óptimo)	15	2	30,00	1	15,00	3	45,00	2	30,00
Capacidad de producción	12	2	24,00	1	12,00	3	36,00	3	36,00
Acceso a servicios básicos	14	3	42,00	1	14,00	2	28,00	2	28,00
Vías de fácil acceso	12	2	24,00	2	24,00	1	12,00	1	12,00
Terreno adecuado	15	2	30,00	1	15,00	2	30,00	3	45,00
Lugar protegido de corrientes de frío	10	2	20,00	2	20,00	2	20,00	3	30,00
Seguridad	12	3	36,00	1	12,00	2	24,00	1	12,00
TOTAL	100	18	226		142		215		213

Nota. La figura representa cómo se ha escogido la localización óptima para el proyecto.

Análisis. La localización óptima se ha definido mediante una tabla de calificación de los factores relevantes y las opciones disponibles. De este modo, se ha determinado que la parroquia de Santa Rosa es la ubicación más adecuada para el proyecto. Esto se debe a que cuenta con un valor de arriendo accesible, ofrece servicios básicos y garantiza seguridad. Además, en este lugar se dispone de la infraestructura y terreno adecuado para llevar a cabo la crianza de pollos y gallinas criollas.

Se ha decidido que la faenadora se ubicará a una distancia de 500 metros del lugar de crianza. Esta decisión facilitará el transporte de las aves para su procesamiento.

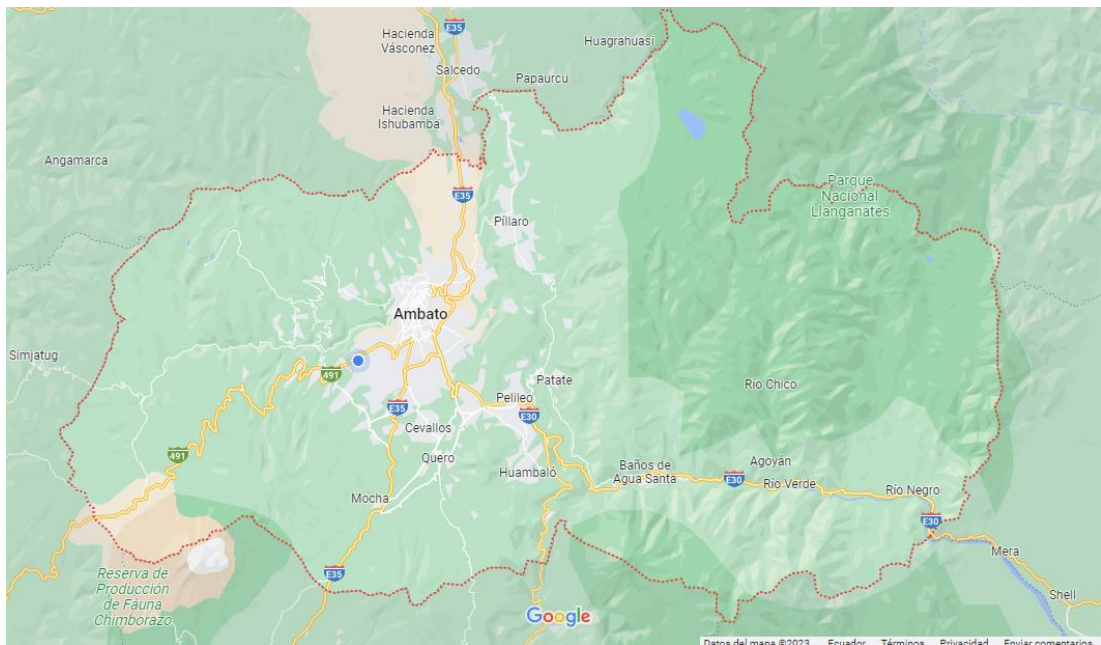
4.2.2. Macro localización

País: Ecuador

Provincia: Tungurahua

Figura 32

Macro Localización



Nota. La figura muestra la provincia de Tungurahua. Fuente: Google Maps (2023).

Según la Corporación Nacional de Avicultores del Ecuador, en el año 2022 se criaron 263 millones de pollos, lo que equivale a una producción de 495,000 toneladas de carne de pollo. Esto implica que, en promedio, un ecuatoriano consume alrededor de 28 kg de pollo al año.

Un dato importante, es que la provincia de Tungurahua es reconocida como la segunda en dedicarse a la avicultura, pero destaca como líder en la producción de huevos.

4.2.3. Micro localización

Ciudad: Ambato

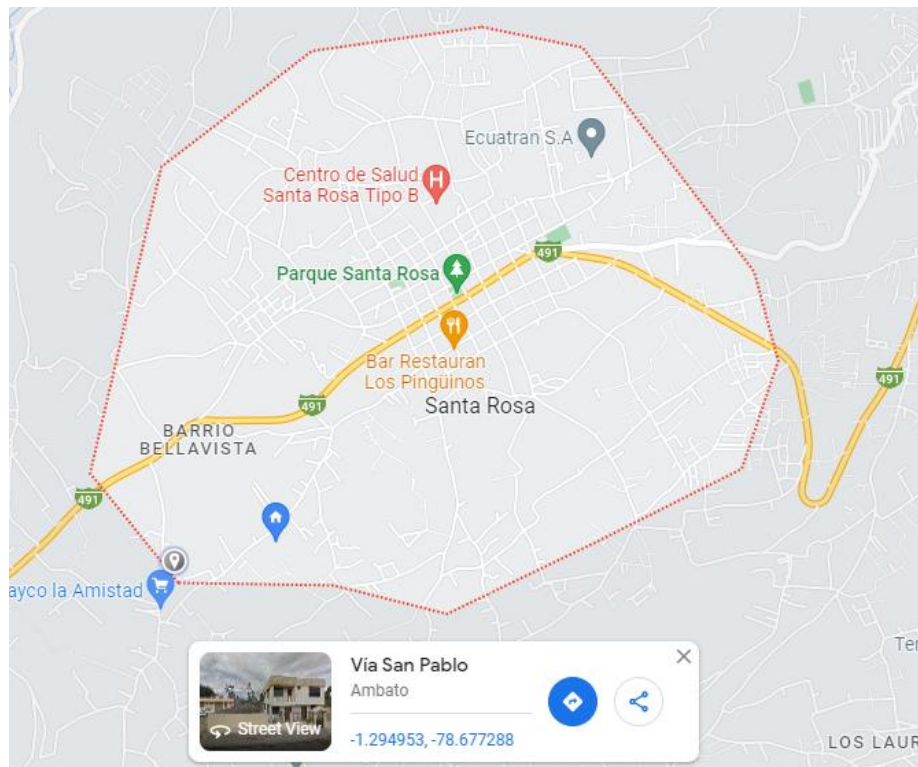
Parroquia: Santa Rosa

Comunidad: Miñarica San Vicente Yaculoma

Calle principal: Vía San Pablo

Figura 33

Micro Localización



Nota. La figura muestra la localización óptima del proyecto. Fuente: Google Maps (2023).

En la ciudad de Ambato, las avícolas existentes no son reconocidas debido a que se enfocan principalmente en la producción industrial de pollos de engorde mediante confinamiento y alimentación con balanceados, así como en la producción de huevos. La mayoría de las avícolas reconocidas se encuentran en los sectores de Píllaro, Cevallos y Pelileo, y se caracterizan por su gran capacidad de producción.

En la actualidad, en Ambato, se observa una reducida presencia de granjas avícolas ecológicas o dedicadas a la crianza de pollos criollos.

4.3. Ingeniería de proyectos

4.3.1. Producto-Proceso

En esta sección, se determina el proceso que seguirá el producto desde su adquisición hasta su faenamiento. Este proceso se establece mediante una tabla que identifica todas las actividades, su descripción y el tiempo necesario para cada una de ellas.

Figura 34*Proceso de crianza de pollos y gallinas criollas*

N°	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	TIEMPO
1	Pedido	Realizar el requerimiento de un nuevo lote de aves.	20 días de antelación
2	Desinfección	Se realiza la desinfección exterior e interior del criadero con yodo o cal.	7 días de antelación
3	Preparación	Se preparan las camas de las aves en este se puede utilizar, cascarilla de arroz, paja o aserrín, estas tienen que tener un espesor de 5 a 10 cm.	1 día
4	Recibimiento y verificación del lote	Al llegar el lote de aves se verifica la salud y el sexado.	1 día
5	Ubicación	Se procede a ubicar adecuadamente a las aves en el criadero.	1 día
6	Registro de mortalidad	El técnico proporcionará un modelo de registro para observar y controlar la salud de las aves.	
7	Alimentación	La alimentación debe ser variada, se brindará de 4 horas al día de libertad a las aves y su comida será aplicada de 3 a 4 veces al día y agua a voluntad.	27 días
8	Limpieza del criadero	La limpieza se realiza 1 vez por semana para evitar la acumulación de desechos, estos serán ubicados lejos del criadero y en costales.	1 día
9	Proceso de vacunación	Se inicia el proceso de vacunación cumplidos un mes de la recepción para evitar infecciones y virus.	30 días
10	Registro de mortalidad	El técnico proporcionará un modelo de registro para observar y controlar la salud de las aves.	
11	Limpieza del criadero	La limpieza profunda se aplicará cuando un lote de aves salga, se desinfectará con cal y se podrá utilizar inmediatamente para un nuevo lote.	1 día
12	Alimentación	La alimentación debe ser variada y se brindará de 2 a 3 veces al día a la misma hora siempre, las aves contarán con 4 horas al día de libertad y agua a voluntad.	30 días
13	Limpieza del criadero	La limpieza profunda se aplicará cuando un lote de aves salga, se desinfectará con cal y se podrá utilizar inmediatamente para un nuevo lote.	1 día
14	Clasificación de aves	Se verificarán las aves que posean una buena apariencia física.	1 día
15	Pesado de aves	Las aves clasificadas se pesan y verifican que no se encuentren enfermas para el registro de salida de aves.	1 día
16	Salida de aves	Se registra la salida de las aves, cantidad, peso y precio.	1 día
TOTAL			96 días

Nota. Se puede identificar el proceso de crianza de las aves y el total del tiempo que es de aproximadamente 3 meses a partir de la recepción. Fuente: Autoría propia.

Figura 35

Proceso de faenamiento de pollos y gallinas criollas

N°	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	TIEMPO
1	Recepción del ave	Al recibir las aves se verifica su estado.	3 min
2	Sacrificio y desangrado	Para comenzar el faenamiento del ave se procede al sacrificio del ave y desangrado.	5 min
3	Escaldado	Se procede a remojar el ave en agua caliente aproximadamente de 1 a 2 min.	1 min
4	Desplumaje	Se despluma al ave después del escaldado, sin aplicar mucha fuerza si es el desplumado a mano.	5 seg
5	Evisceración	Se corta el pecho al ave y se retiran los residuos y líquidos que no son comestibles.	3 min
6	Lavado	Se procede a enjuagar adecuadamente para eliminar residuos de sangre, plumas o desechos.	5 min
7	Enfriamiento y secado	Se enfría mediante el lavado en agua helada y se coloca en una mesa de acero inoxidable para su secado natural.	3 min
8	Empaquetado	Se procede a colocar el producto en fundas o empaquetado al vacío según requiera el cliente.	2 min
9	Refrigeración y almacenamiento	Si el producto no es para entregar inmediatamente se procede a poner en refrigeración para conservar en buen estado.	2 min
TOTAL			24 min y 5 seg

Nota. Se puede identificar el proceso de faenamiento de las aves y el total del tiempo que es de aproximadamente 24 min por ave. Fuente: Autoría propia.

4.3.2. Balance de materiales

Un balance de materiales de un proceso es una herramienta que se utiliza para evaluar y controlar la cantidad exacta de todos los materiales que entran, salen, se acumulan o se agotan en el curso de un intervalo de tiempo de operación dado (Hougen, et al., 2021).

Capacidad de producción

Para determinar la capacidad de producción, se toma en cuenta la cantidad de pollos y gallinas, en este caso, es de 250 aves por semana, distribuidas en 100 gallinas y 150 pollos. Este mismo valor se multiplica por las 4 semanas que tiene el mes, y de esta manera obtenemos la producción mensual. Luego, multiplicamos la producción mensual por los 12 meses del año para obtener la producción anual, que en este caso es de 12,000 pollos y gallinas criollas.

Además, se considera una tasa de mortalidad del 1.6% por cada 1000 aves, lo que implica un aumento en la producción de 192 aves. Así, el total de la producción anual es de 12,192 aves.

Tabla 41

Capacidad de producción

Producción semanal	Producción mensual	Producción anual	DPI Real
250	1.000	12.192	0,45%

Nota. La tabla indica la capacidad de producción de pollos y gallinas criollas para el criadero y faenadora.

Tabla 42

Materia Prima

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA
Pollos y gallinas criollas	12.192	Unidades
Morocho	2.256	Quintales

Nota. La tabla muestra la materia prima necesaria que se utilizará para el proyecto, mediante la descripción y cantidad de consumo anual.

Tabla 43

Insumos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA
Vitalizador	12	Unidades
Solubactone	6	Unidades
Cascarilla de arroz (camas)	50	Quintales
Malla metálica	30	Metros
Col	20	Quintales
Zanahoria	15	Quintales
Cebolla	20	Quintales

Nota. La tabla indica todos los insumos necesarios que se utilizará para la alimentación de las aves, mediante la descripción y cantidad de consumo anual.

Análisis. En cuanto a los insumos, encontramos con las medicinas y parte de su alimentación, las medicinas son de uso oral y son las siguientes:

- Vitalizador: vitaminas para fortalecer su crecimiento.
- Solubactone: controla problemas respiratoria en aves adultas.

Tabla 44

Materiales indirectos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA
Fundas con empaquetado al vacío	122	Paquetes (cien)
Fundas jaladeras	122	Paquetes (cien)
Fundas de basura	11	paquetes (diez)
Stickers (Etiquetas)	122	Unidades

Nota. La tabla indica todos los materiales indirectos necesarios para el proyecto, mediante la descripción y cantidad de consumo anual.

Tabla 45

Maquinaria

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA
Peladora de pollo	1	Unidad
Molino	1	Unidad

Nota. En esta tabla indica la maquinaria que se usará para el proyecto, mediante la descripción y cantidad de consumo anual.

Tabla 46

Equipos de Producción

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA
Selladora continua	1	Unidad
Cocina industrial	1	Unidad
Balanza automática	1	Unidad

Nevera de acero inoxidable	1	Unidad
Cilindro de Gas	1	Unidad
Tanque reservorio	2	Unidad

Nota. La tabla muestra los equipos de producción que se utilizara para la realización del proyecto, mediante la descripción y cantidad de consumo anual.

Tabla 47

Equipos de Computo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA
Computadora	1	Unidad
Impresora	1	Unidad

Nota. La tabla muestra la lista de los equipos de cómputo que son indispensables para el proyecto, mediante la descripción y cantidad de consumo anual.

Tabla 48

Equipos de Oficina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA
Cuadernos	2	Unidad
Esferos	3	Unidad
Resma de hojas	2	Unidad
Archivero	3	Unidad
Grapadora y perforadora	1	Unidad

Nota. La tabla indica todos los equipos de oficina necesarios para la elaboración del proyecto, mediante la descripción y cantidad de consumo anual.

Tabla 49

Herramientas

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA
Ollas de acero inoxidable	3	Unidad
Tinas de caucho	3	Unidad
Carretilla	2	Unidad
Palas	2	Unidad
Set de cuchillos	2	Unidad

Rastrillo	2	Unidad
Escobas	4	Unidad
Gavetas	17	Unidad
Botiquín de primeros auxilios	1	Unidad
Extintor de 10 lb	2	Unidad

Nota. La tabla indica todas las herramientas necesarias para la elaboración del proyecto, mediante la descripción y cantidad de consumo anual.

Tabla 50

Menaje

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA
Traje de bioseguridad	4	Unidad
Guantes	4	Pares
Mandil	4	Unidad
Botas de caucho	4	Pares
Fumigadora	2	Unidad
Mascarillas	8	Paquetes (50)

Nota. La tabla nos indica todos los menajes de uso común para la elaboración del proyecto, mediante la descripción y cantidad de consumo anual.

Tabla 51

Suministros de limpieza

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA
Jabón de cocina	2	Unidad
Detergente	2	Unidad
Kit de limpieza cocina	2	Paquete
Kit de limpieza baño	2	Paquete
Yodo desinfectante	2	Galón
Trapeador	2	Unidad
Papel higiénico	2	Bulto

Nota. La tabla nos indica todos los suministros de limpieza de uso común dentro del proyecto, mediante la descripción y cantidad de consumo anual.

Tabla 52

Muebles y Enseres

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA
Mesa de acero inoxidable con lavadero	1	Unidad
Mesa de acero inoxidable con ganchos	1	Unidad
Escritorios	1	Unidad
Sillas	6	Unidad

Nota. La tabla presenta los muebles y enseres indispensables para la elaboración del proyecto, mediante la descripción y cantidad de consumo anual.

Tabla 53

Servicios básicos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA
Agua Potable	264	Metros Cúbicos
Energía eléctrica	7200	kWh

Nota. La tabla presenta los servicios básicos indispensables los mismos que estarán dentro del proyecto, su unidad de medida y cantidad de consumo anual.




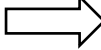



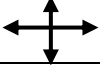
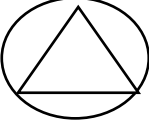
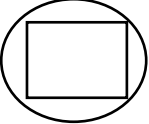
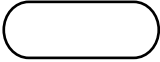
4.3.3. Diagrama de flujo

El diagrama de flujo es un sistema de representación gráfica utilizado para describir los procesos que se utilizan dentro del proyecto. De esta manera, la realización de los procesos debe realizarse paso a paso para aumentar la eficiencia. Los diagramas de flujo son ampliamente utilizados en diversos campos para documentar, estudiar, planificar, mejorar y comunicar procesos.

Es importante destacar que la estructura del diagrama debe contener un principio y un final claramente definidos. Para indicar el flujo del proceso, se utilizan líneas verticales y horizontales que conectan los diferentes elementos del diagrama.

Tabla 54

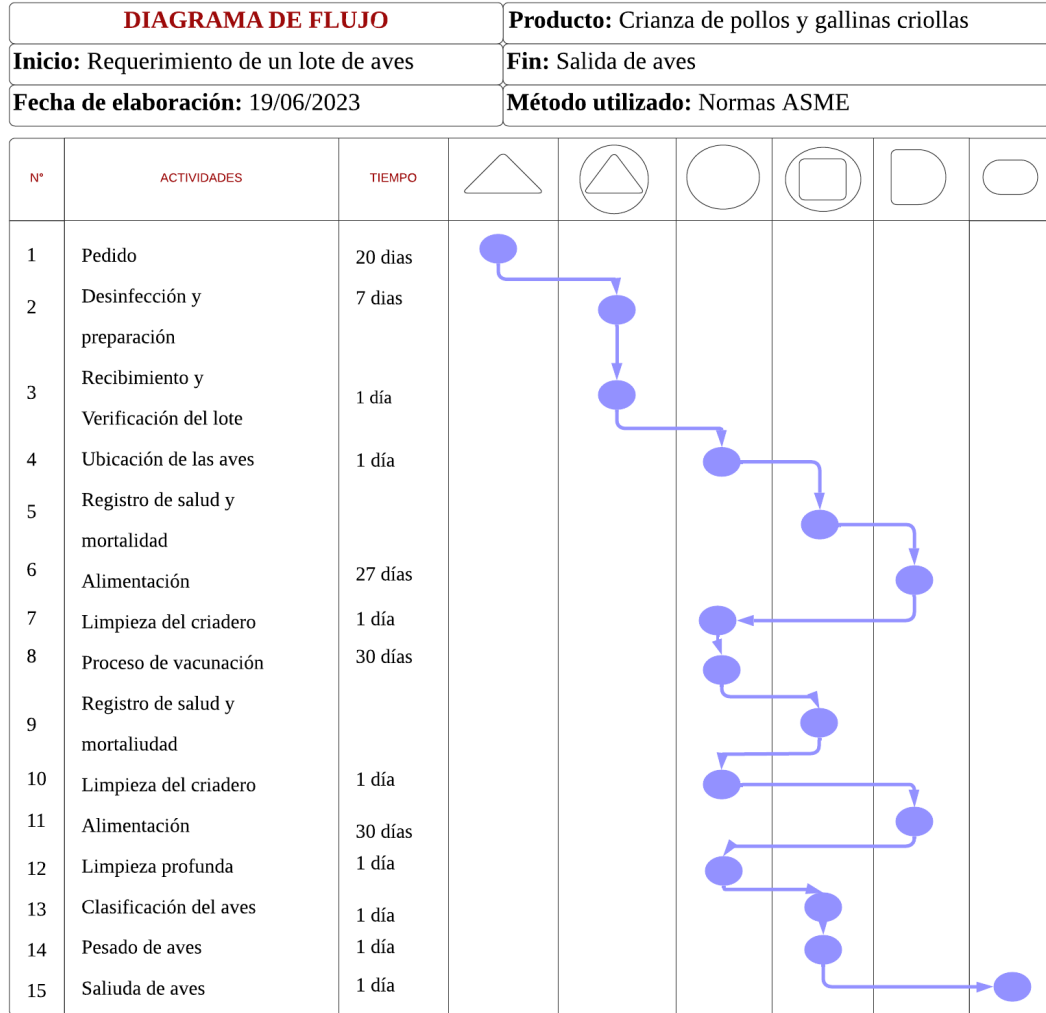
Simbología ASME

Simbología	Significado	¿Para qué se utiliza?
	Origen	Se utiliza para poder identificar el paso anterior al proceso, no se forma por sí mismo ya que parte del nuevo proceso.
	Operación	Muestra las principales etapas de un proceso o método. Cuando se realiza una operación el documento es cambiado deliberadamente a alguien sus funciones.
	Inspección	Señala un documento o paso del proceso que confirma los términos: calidad, cantidad o función. Es el paso de control de procesos que se revisa uno a uno la documentación.
	Transporte	Indica cuando un documento es trasladado a otra oficina o funcionario.
	Demora	Se utiliza para mostrar cuando un documento o proceso se encuentra detenido, por lo que se requiere de la ejecución porque se tiene que cumplir otra operación o tiempo respuesta lenta.
	Almacenamiento	Indica el almacenamiento estable de un documento o información dentro de un archivo. Además, se puede utilizar para guardar o proteger el documento de un traslado no autorizado.
	Almacenamiento Temporal	Muestra la acumulación temporal de un documento dentro del archivador, entre tanto se da inicio el siguiente paso.
	Líneas de Flujo	Enlaza los símbolos para señalar el orden que deben realizar las diferentes operaciones.
	Operación y Origen (Actividades combinadas)	Esta simbología se da cuando se reduce dos actividades en un solo paso. Esta diligencia muestra que se inicia el proceso a través de una acción que implica una operación.
	Inspección y Operación (Actividades combinadas)	Esta actividad manifiesta que el fin principal es efectuar una operación, en el transcurso se puede ejecutar alguna inspección.
	FIN del Proceso	Es el fin del proceso del diagrama de flujo.

Nota. La tabla presentada explica el significado de las simbologías de ASME para cada uno de los procesos.

Figura 36

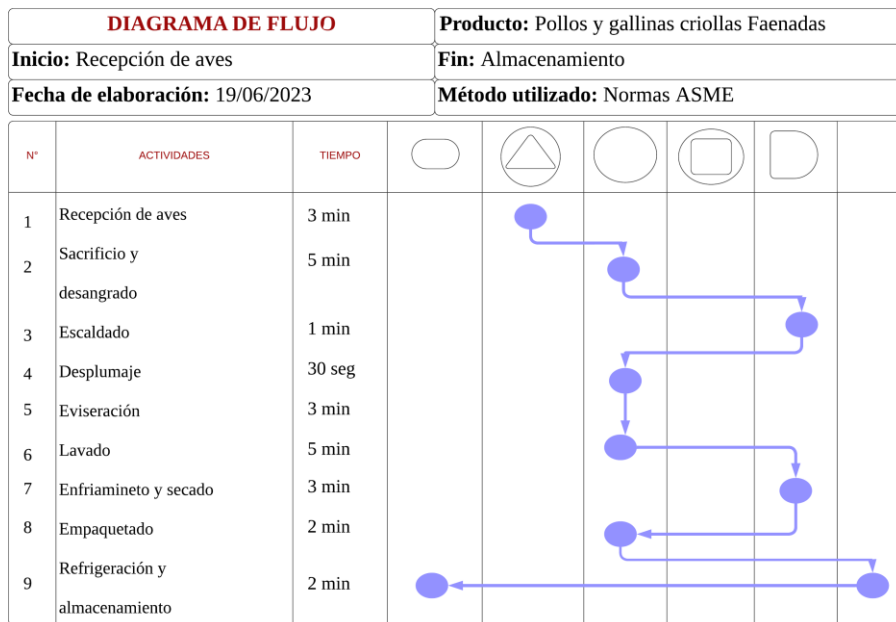
Diagrama de flujo para la crianza de pollos y gallinas criollas



Nota. La figura presentada explica la elaboración de las actividades del proyecto y representada con las simbologías de ASME en cada proceso.

Figura 37

Diagrama de faenamiento de pollos y gallinas criollas



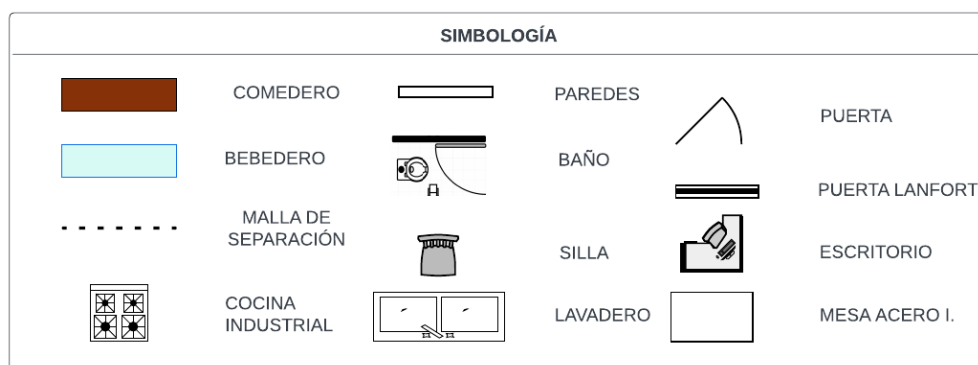
Nota. La figura explica las actividades del proceso de faenamiento, los mismos procesos detallan con las simbologías de ASME para la realización de los procesos.

4.3.4. Distribución física “Lay-out”

La distribución de la planta determina la disposición de los recursos físicos necesarios en un espacio determinado a fin de que estos permitan realizar adecuadamente el proceso y actividades para el desarrollo del producto. (Garcia Sabater, 2020)

Figura 38

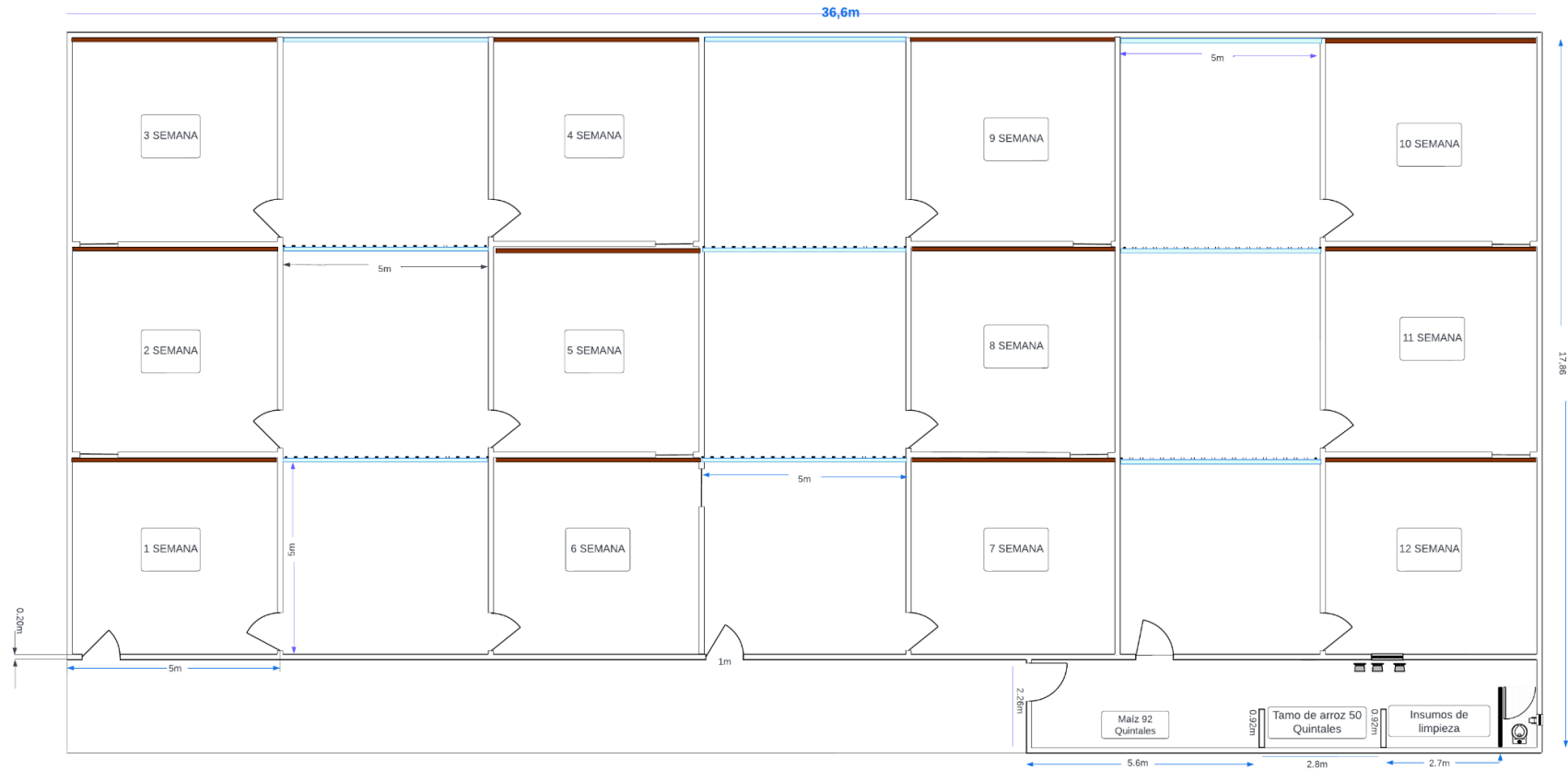
Simbología del “Lay-out”



Nota. La figura muestra los símbolos a utilizar para realizar la distribución física del criadero de pollos y gallinas criollas.

Figura 39

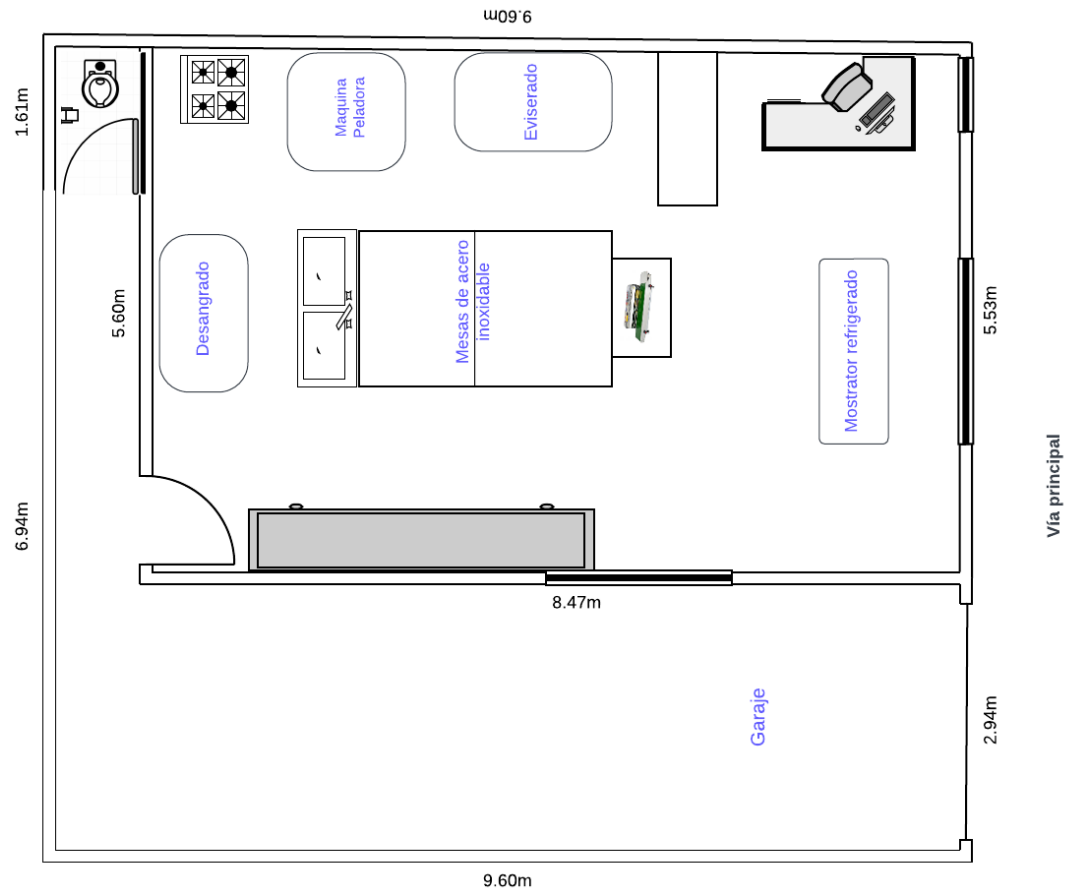
Distribución del espacio físico



Nota. La figura presentada muestra la división de las actividades del proyecto y se representada con el lay-out. Fuente: Autoría propia.

Figura 40

Distribución del espacio físico de la faenadora



Nota. La figura presentada muestra la distribución física de la faenadora. Fuente: Autoría propia.

CAPÍTULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5.1. Aspectos generales

Empresa

La empresa se establecerá con el objetivo de concienciar sobre el consumo de aves criollas debido a su alto contenido nutritivo. Así mismo, se generará empleo para contribuir a mejorar la economía de ciertos hogares.

Producto

El emprendimiento de la producción de pollos y gallinas criollas tiene como objetivo mejorar el consumo de estas aves debido a su alto valor nutricional, el cual se deriva de los cuidados y alimentación adecuados que se les proporciona para su posterior comercialización en forma faenada. En la actualidad, los pollos comunes son criados a base de balanceados y concentrados industriales, lo cual afecta a un gran mercado consumidor debido al alto contenido de colesterol que presentan.

Por esta razón, se ha optado por desarrollar este producto con total responsabilidad y conciencia hacia la salud de las personas, buscando ofrecer una alternativa más saludable y nutritiva para el consumo de aves.

5.2. Diseño organizacional

5.2.1. Niveles jerárquicos

Nivel directivo: Gerencial

El nivel gerencial es el más importante y principal, ya que se encarga de planificar, organizar, dirigir y supervisar las actividades que deben llevarse a cabo en la empresa.

Esta función se realiza con una visión de proyección a futuro de la organización, el gerente desempeña un papel clave al diseñar estrategias, establecer objetivos y ser un buen comunicador para fomentar el crecimiento empresarial.

Un buen gerente debe ser capaz de enfrentar las controversias que puedan surgir con los empleados o clientes; de igual forma, debe saber interpretar emociones, sentimientos y, sobre todo, conocer las habilidades de sus trabajadores. Esta comprensión ayuda a ser estratégico y a ubicar al personal en las áreas más adecuadas para lograr un trabajo de calidad.

Auxiliar: Asesor

Un asesor es una persona experta que brinda asesoría a otra persona con una visión a corto, mediano y largo plazo, con el propósito de tomar decisiones apropiadas que puedan ser implementadas y cuyos resultados puedan ser observados. La función principal del asesor es proponer y recomendar ideas innovadoras que contribuyan al mejoramiento de las actividades realizadas por la empresa.

Nivel operativo: Comercial (vendedor), Producción (Obreros)

En este nivel, se abarca completamente el conocimiento, las habilidades y las aptitudes necesarias para contar con una fuerza laboral comprometida dentro de la empresa, lo que contribuye a la obtención de un producto exitoso. En este punto, los departamentos comerciales y de producción deben contar con empleados altamente eficientes que posean conocimientos sobre el proceso, el desarrollo y la presentación del producto en el mercado. Estos empleados serán los encargados de agregar valor y distinción al producto final en comparación con los mercados competitivos.

5.2.2. Misión

Nos enfocamos en criar aves mediante cuidados y alimentación adecuados, respetando los estándares de calidad y bienestar animal. Buscamos promover una alternativa consciente y sostenible para el consumo de aves, contribuyendo así al bienestar y la

salud de nuestros clientes; a más de ello, nos esforzamos por mantener una relación cercana y de confianza con nuestros consumidores, ofreciendo productos frescos y de alta calidad.

5.2.3. Visión

Nos proyectamos como una empresa innovadora, invirtiendo en tecnologías y procesos que mejoren la eficiencia y la calidad de nuestros productos. Queremos ser reconocidos como los pioneros de compromiso social y ambiental, trabajando en colaboración con comunidades locales y organismos reguladores para garantizar un impacto positivo en la sociedad y el entorno en el que operamos.

5.2.4. Valores

Responsabilidad

Credibilidad

Calidad

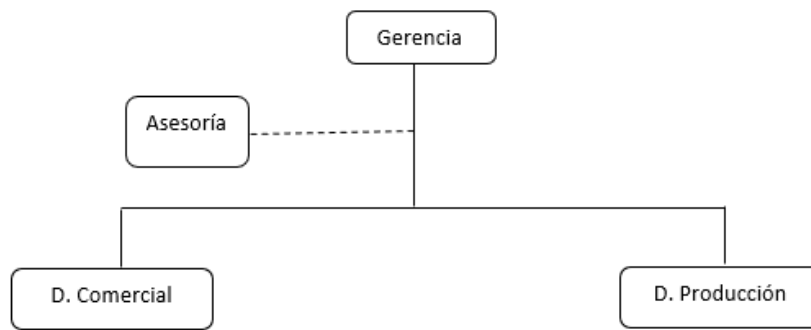
Trasparencia

5.3. Estructura organizativa

Un organigrama estructural es una representación gráfica y jerárquica de la estructura organizativa de una empresa, institución u organización. Este diagrama visual muestra cómo se dividen las diferentes unidades, departamentos, equipos y roles dentro de la organización, así como las relaciones de autoridad, responsabilidad y comunicación entre ellos.

Figura 41

Organigrama Estructural



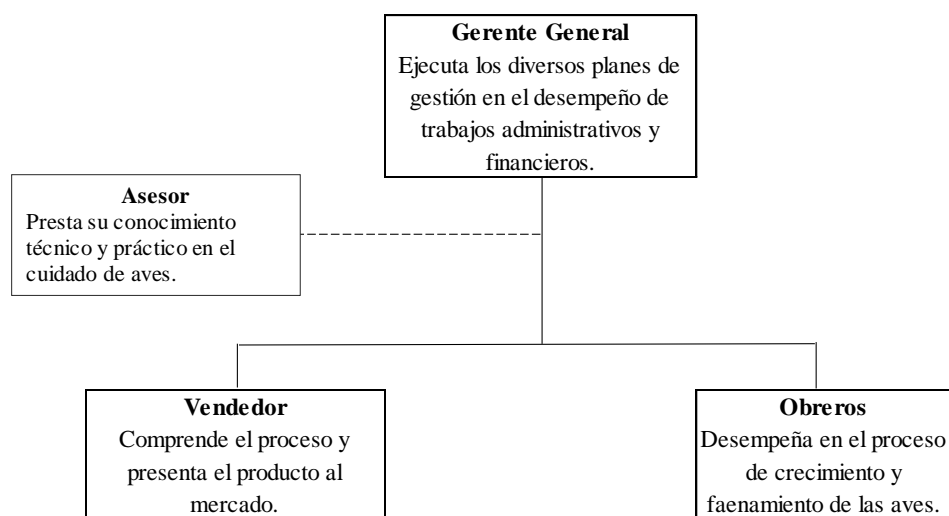
Nota. La figura muestra el organigrama estructural con la que se maneja dentro de la empresa.

5.4. Estructura funcional

Los organigramas funcionales son llamados también “organigramas de funciones”, y tienen por objeto indicar el cuerpo de cada unidad o proceso, el nombre y las principales funciones son vitales donde se deberán desempeñar cada una de ellas. Esto ayuda a facilitar el análisis y comprensión de todo lo que se lleva a cabo en diferentes áreas que conforman en la organización.

Figura 42

Organigrama Funcional



Nota. La figura muestra la estructura funcional con las acciones las que van a manejar y cada cargo que maneja dentro de cada área.

5.5. Manual de funciones

Tabla 55

Manual de funciones del Gerente General

	EMPRESA "LAS CRIOLLITAS"	
MANUAL DE FUNCIONES (GENERAL)		
CREACIÓN: 19/06/2023	REVISIÓN: 23/06/2023	PÁG.1
DENOMINACIÓN DEL CARGO:	GERENTE GENERAL	
ÁREA O DEPARTAMENTO:	GERENCIA	
RELACIÓN DIRECTIVA:	ADMINISTRATIVO FINANCIERO	
Objetivo: Delegar, supervisar y distribuir de la mejor manera las actividades		
FUNCIONES		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Es el encargado de cumplir con las funciones administrativas, que es planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades que se manejan dentro de la empresa para un buen desempeño laboral y eficiente. 2. Establece técnicas y crea objetivos para un crecimiento laboral y mejorar el ambiente laboral entre sus colaboradores. 3. Crea planes de capacitaciones para sus empleados para su mejor desenvolvimiento en las actividades. 4. Lleva un control diario en la parte financiera 5. Establece normas y procesos que se debe manejar dentro y fuera de la empresa. 6. Observa las diferentes áreas que estas son manejadas y que el personal trabaje productivamente. 7. Proporcionar los recursos necesarios para el desarrollo de las actividades. 		

Elaborado por: Elisa Caseres Juliza Chalan	Revisado por: Ing. Soledad Sevilla
--	---------------------------------------

Tabla 56

Manual de funciones del Asesor Técnico

		EMPRESA "LAS CRIOLLITAS"	
MANUAL DE FUNCIONES			
CREACIÓN: 19/06/2023		REVISIÓN: 23/06/2023	PÁG.2
DENOMINACIÓN DEL CARGO:		ASESOR TÉCNICO	
ÁREA O DEPARTAMENTO:		AUXILIAR	
RELACIÓN DIRECTIVA:		GERENTE PRODUCCIÓN	
Objetivo: Establecer e impartir experiencias estudiadas a los miembros de la empresa para lograr un manejo correctivo en las diferentes áreas.			
FUNCIONES CRIADERO			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Orientar a la búsqueda de nuevos métodos de crianza de aves criollas. 2. Proporcionar información de cursos públicos referentes al sector avícola. 3. Identificar y corregir actividades inadecuadas para la crianza de las aves. 			
FUNCIONES FAENADORA			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Asesorar de manera real y objetiva para las oportunidades del negocio. 2. Orientar el manejo adecuado de los desechos de las aves. 3. Proporcionar guías de buenas prácticas sanitarias para el correcto funcionamiento de la faenadora. 			

Elaborado por: Elisa Caseres Juliza Chalan	Revisado por: Ing. Soledad Sevilla
--	---------------------------------------

Tabla 57

Manual de Funciones de un Vendedor

	EMPRESA "LAS CRIOLLITAS"	
MANUAL DE FUNCIONES		
CREACIÓN: 19/06/2023	REVISIÓN: 23/06/2023	PÁG.3
DENOMINACIÓN DEL CARGO:	VENDEDOR	
ÁREA O DEPARTAMENTO:	D. COMERCIAL	
RELACIÓN DIRECTIVA:	GERENTE PRODUCCIÓN	
Objetivo: Manejar un lenguaje sano y preciso para convencer al cliente sobre el consumo del producto.		
FUNCIONES		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocer bien sobre el producto como su crecimiento y sus beneficios de consumir. 2. Dar a conocer el nivel de importancia que contiene la crianza del ave. 3. Establecer puntos estratégicos para el ofrecimiento del producto. 4. Saber convencer al cliente con un lenguaje simple que de valor al producto. 5. Proyecta y prepara visitas a los clientes donde se logra hacer cobertura a nivel nacional. 6. Realizar una proyección de costos en la compra y venta de las aves. 		

Elaborado por: Elisa Caseres Juliza Chalan	Revisado por: Ing. Soledad Sevilla
--	---------------------------------------

Tabla 58

Manual de Funciones de un Operario

	EMPRESA "LAS CRIOLLITAS"	
MANUAL DE FUNCIONES (GENERAL)		
CREACIÓN: 19/06/2023	REVISIÓN: 23/06/2023	PÁG.4
DENOMINACIÓN DEL CARGO:	OPERARIO	
ÁREA O DEPARTAMENTO:	D. PRODUCCIÓN	
RELACIÓN DIRECTIVA:	GERENTE ASESOR TÉCNICO	
Objetivo: Laborar correctamente y cumplir con todos los estándares de calidad para la obtención de un producto final apropiado y garantizado para el consumo humano.		
FUNCIONES CRIADERO		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Llevar un registró diario de la alimentación de las aves. 2. Presentar un informe diario de la mortalidad de las aves a la administración. 3. Mantener los lugares limpios y desinfectados del área de pastoreo para evitar enfermedades. 4. Verificar la desinfección de la vestimenta y equipos de bioseguridad antes del ingreso al criadero. 		
FUNCIONES FAENADORA		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Poseer la indumentaria adecuada para el faenamiento de las aves. 2. Verificar que las instalaciones se encuentren limpias y desinfectadas antes y después del proceso. 3. Realizar control en el manejo de las maquinarias para el proceso de faenamiento de las aves. 4. Mantener un sistema de refrigeración y de almacenamiento adecuado para conservación de un buen estado en el producto final. 		

Elaborado por: Elisa Caseres Juliza Chalan	Revisado por: Ing. Soledad Sevilla
--	---------------------------------------

CAPÍTULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

6.1. Ingresos brutos

Tabla 59

Ingresos brutos

Año	DPI Real	Precio	Ingresos mensuales	Ingresos anuales
2023	12.192	\$8,00	\$8.127,96	\$97.535,56
2024	12.382	\$8,30	\$8.563,49	\$102.761,85
2025	12.575	\$8,61	\$9.022,35	\$108.268,18
2026	12.771	\$8,93	\$9.505,80	\$114.069,56
2027	12.971	\$9,27	\$10.015,15	\$120.181,80
2028	13.173	\$9,61	\$10.551,80	\$126.621,56
TOTAL			\$55.786,54	\$669.438,52

Nota. La tabla indica el cálculo de los ingresos brutos.

Análisis. Para el cálculo de los ingresos brutos se realizaron mediante la multiplicación entre la DPI Real y el precio, para estimar el precio se realizaron mediante la ponderación entre el valor más alto y el valor más bajo presentados en la encuesta.

6.2. Activos fijos tangibles

Los activos tangibles representarán la inversión en objetos físicos que se necesitarán para poder realizar las actividades adecuadamente, el valor se obtiene mediante el detalle del consumo multiplicado por el valor unitario.

Tabla 60

Terreno

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
653,68 m2	1	\$ 2.752,47	\$ 2.752,47
Total			\$ 2.752,47

Nota. La tabla indica el cálculo del terreno para representar el valor monetario anual.

Fuente: Autoría propia.

Tabla 61

Infraestructura

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Criadero	1	\$ 25.489,56	\$ 25.489,56
Adecuaciones para la faenadora	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Total			\$ 25.489,56

Nota. La tabla indica el cálculo de la infraestructura para representar el valor monetario anual. Fuente: Autoría propia.

Tabla 62

Maquinaria

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Molino automático	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Maquina peladora	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Total			\$ 1.000,00

Nota. La tabla indica el cálculo de la maquinaria para representar el valor monetario anual. Fuente: Autoría propia.

Tabla 63

Equipos

EQUIPOS DE PRODUCCIÓN			
DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cocina industrial	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Balanza digital	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Selladora continua	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Nevera	1	\$ 280,00	\$ 280,00
Tanque reservorio	2	\$ 100,00	\$ 200,00

Cilindro de Gas	1	\$	38,00	\$	38,00
Total				\$	743,00

EQUIPOS DE CÓMPUTO

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL		VALOR UNITARIO		VALOR TOTAL
Computadora de escritorio	1	\$	400,00	\$	400,00
Impresora	1	\$	70,00	\$	70,00
Total				\$	470,00

Nota. La tabla indica el cálculo de los equipos necesarios para representar el valor monetario anual. Fuente: Autoría propia.

Tabla 64

Muebles y enseres

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Mesa de acero inoxidable con lavadero	1	Unidad	\$ 100,00	\$ 100,00
Mesa de acero inoxidable con ganchos	1	Unidad	\$ 250,00	\$ 250,00
Escritorios	1	Unidad	\$ 150,00	\$ 150,00
Sillas	6	Unidad	\$ 12,00	\$ 72,00
TOTAL				\$ 572,00

Nota. La tabla indica el cálculo de los muebles y enseres para representar el valor monetario anual. Fuente: Autoría propia.

Tabla 65

Herramientas

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Ollas de acero inoxidable	3	Unidad	\$ 20,00	\$ 60,00
Tinas de caucho	3	Unidad	\$ 16,00	\$ 48,00
Carretilla	2	Unidad	\$ 40,00	\$ 80,00
Palas	2	Unidad	\$ 5,00	\$ 10,00
Set de cuchillos	2	Unidad	\$ 7,50	\$ 15,00
Rastrillo	2	Unidad	\$ 5,00	\$ 10,00
Escobas	4	Unidad	\$ 2,00	\$ 8,00

Gavetas	17	Unidad	\$ 16,00	\$ 272,00
Botiquín de primeros auxilios	1	Unidad	\$ 12,00	\$ 12,00
Extintor de 10 lb	2	Unidad	\$ 18,00	\$ 36,00
TOTAL				\$ 551,00

Nota. La tabla indica el cálculo de las herramientas necesarias para representar el valor monetario anual. Fuente: Autoría propia.

Tabla 66

Menaje

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD ANUAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Traje de bioseguridad	4	\$4,00	\$16,00
Guantes	4	\$1,50	\$6,00
Mandil	4	\$3,00	\$12,00
Botas de caucho	4	\$15,00	\$60,00
Fumigadora	2	\$8,00	\$16,00
Mascarillas	8	\$1,50	\$12,00
TOTAL			\$122,00

Nota. La tabla indica el cálculo del menaje necesarias para representar el valor monetario anual. Fuente: Autoría propia.

Tabla 67

Activos fijos tangibles

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
TERRERNOS	\$ 2.752,47
INFRAESTRUCTURA	\$ 25.489,56
MAQUINARIA	\$ 1.000,00
EQUIPOS	\$ 1.213,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 572,00
HERRAMIENTAS	\$ 551,00
MENAJE	\$ 122,00
TOTAL	\$ 31.700,03

Nota. La tabla indica la suma de los activos tangibles para obtener el total de activos fijos. Fuente: Autoría propia.

Análisis. Los activos tangibles del proyecto tienen una inversión inicial total de \$ 31.700,03, la misma que se distribuye mediante la adquisición de un terreno para la construcción del criadero y las adecuaciones de la faenadora, como es la maquinaria, equipos, herramientas, muebles y enseres y el menaje necesario para el criadero y faenadora de los pollos y gallinas criollas.

6.3. Activos diferidos o intangibles

Los activos fijos intangibles son elementos que no se puede tocar, pero es algo donde se debe invertir, por lo que es necesario que su propietario debe conceder ciertos derechos exclusivos como es su marca y patente, derechos de autor, programas de información, etc.

Tabla 68

Activo diferido o intangibles

DESCRIPCIÓN	VALOR
Constitución de la empresa	\$ 400,00
Registro de marca y patente	\$ 208,00
Marketing y publicidad	\$ 60,00
Permisos de funcionamiento	\$ 24,59
TOTAL	\$ 692,59

Nota. La tabla indica la suma de los activos intangibles para obtener el valor total anual. Fuente: Autoría propia.

Análisis. Los activos fijos intangibles iniciales para el proyecto están valorados en \$692.59. Estos se dividen en los siguientes conceptos:

Constitución de la empresa.

Registro de marca y patente.

Actividades de marketing y publicidad.

Permisos necesarios para el funcionamiento e incluido los municipales, los del cuerpo de bomberos y los relacionados con el medio ambiente.

6.4. Activo circulante o de capital de trabajo

El activo circulante representa los recursos o bienes que posee características de convertirse en líquido, por lo tanto, estos elementos se distinguen por 3 categorías: Existencias, disponibilidad y realizable.

a. Caja- Bancos

El proyecto contará con \$ 800,00, en la cuenta caja-bancos que se utilizará para gastos administrativos y emergencias que se presenten en la empresa.

Tabla 69

Caja-Bancos

DESCRIPCIÓN	VALOR
EFFECTIVO	\$ 800,00
TOTAL	\$ 800,00

Nota. La tabla indica la suma del valor monetario en efectivo y bancos. Fuente: Autoría propia.

b. Inventario

El inventario es un documento donde se registran los bienes tangibles que una empresa tiene disponibles para la venta, para poder llevar registros organizados de sus bienes que componen el patrimonio de una compañía. En otras palabras, el inventario también es un conjunto de mercancía destinada para la venta, para la producción o servicios (Rodríguez, 2021).

A) Pollos y gallinas criollas

$$Lote\ económico = \sqrt{\frac{2 * F * U}{C * P}}$$

Datos:

LE: lote económico, cantidad óptima de materia prima

2: es una constante

F: Transporte y estibaje

U: Consumo anual de materia prima

C: Tasa de interés pasiva referencial según el Banco Central del Ecuador (2023):
5,79% anual

P: Precio unitario de compra

$$LE = \sqrt{\frac{2 * 15 * 12.192}{0,0579 * 2,1}}$$

$$LE = \sqrt{\frac{365.760}{0,12}} = 1.734 \text{ unidades}$$

Inventario= Lote económico * Precio de la materia prima

Inventario= 1.734*2,1

Inventario= \$ 3.642,24

B) Morocho

$$\text{Lote económico} = \sqrt{\frac{2 * F * U}{C * P}}$$

$$LE = \sqrt{\frac{2 * 10 * 2.256}{0,0579 * 17}}$$

$$LE = \sqrt{\frac{45.120}{0,98}} = 214 \text{ quintales}$$

Inventario= Lote económico * Precio de la materia prima

Inventario= 214*17

Inventario= \$ 3.639,73

Tabla 70

Inventario Total

Descripción	Valor
Pollos y gallinas criollas	\$ 3.642,24
Morocho	\$ 3.639,73
Total	\$ 7.281,97

Nota. La tabla indica el valor total del inventario de las materias primas. Fuente: Autoría propia.

c. Cuentas por cobrar

Para calcular las cuentas por cobrar necesitamos 3 datos: los ingresos brutos, el año comercial, que es de 360 días que tiene el año y el periodo de recuperación establecido en políticas de la empresa, en este caso será de 7 a 15 días y el valor promedio es de 11 días.

$$\text{Cuentas por cobrar} = \frac{\text{Ingresos brutos}}{\text{Año}} * \text{Periodo de recuperación}$$

$$Cx C = \frac{\$102.761,85}{360} * 11$$

$$Cx C = \$ 3.139,95$$

6.4.1. Activo Circulante

Tabla 71

Total Activo circulante

DESCRIPCIÓN	VALOR
Caja-Bancos	\$ 800,00
Inventario	\$ 7.281,97
Cuentas por cobrar	\$ 3.139,95
Total	\$ 11.221,92

Nota. La tabla indica el valor total de los activos circulantes para el proyecto. Fuente: Autoría propia.

Análisis. El total de los activos circulantes para el proyecto asciende a \$11.221,92.

Estos activos se distribuyen de la siguiente manera:

- Caja y bancos: \$800,00
- Inventario de materias primas (morocho, pollos y gallinas criollas): \$7,281,97
- Cuentas por cobrar: \$3.139,95

Es importante destacar que los activos circulantes son aquellos recursos y partidas que se espera sean utilizados o liquidados en un corto plazo, generalmente dentro del año en curso.

6.4.2 Pasivo Circulante

El pasivo circulante representa todas las obligaciones o deudas con terceros (prestamos, proveedores, cuentas por pagar, entre otras), es por ello por lo que, esta cuenta debe ser controlada, ya que, estas deudas se deben liquidar en un tiempo no mayor a 12 meses, este se lo calcula mediante la siguiente fórmula:

$$Tasa\ circulante = \frac{Activo\ circulante}{Pasivo\ circulante}$$

Donde:

TC: Tasa circulante= 2,5 valor referencial del BCE

AC: Activo circulante= \$ 11.221,92

PC: Pasivo circulante = X

Para poder calcular el PC, se realiza mediante un despeje de fórmula:

$$TC = \frac{AC}{PC} \rightarrow PC = \frac{AC}{TC}$$

$$PC = \frac{11.221,92}{2,5}$$

$$PC = \$ 4.488,77$$

Análisis. Para calcular el pasivo circulante, se realiza una división entre el activo corriente, que es de \$11.221,92, y la tasa circulante, que es de 2,5. Esto resulta en un total de \$4.488,77 como pasivo circulante para el proyecto

6.4.3. Capital de trabajo

El capital de trabajo es un conjunto de elementos financieros que, mediante la administración y gestión adecuada de parte de la dirección de la empresa, generan valor económico agregado al capital aportado por los empresarios, por lo tanto, sustentabilidad de la empresa en marcha (Venegas, 2019).

Capital de trabajo = Total activo circulante – Total pasivo circulante

Capital de trabajo = \$ 11.221,92 - \$4.488,77

Capital de trabajo = \$ 6.733,15

Análisis. Para el capital de trabajo, se dispone de \$6.733,15 para la elaboración del proyecto, lo cual será utilizado para llevar a cabo las actividades sin complicaciones. Esta cantidad se obtiene mediante la resta del total del activo circulante, que es de \$11.221,92, menos el total del pasivo circulante, que asciende a \$4.488,77.

6.5. Resumen de las inversiones

Inversión inicial=Activo fijo + Activo diferido + Capital de trabajo

Inversión inicial= \$31.700,03 + \$692,59 + \$6.733,15

Inversión inicial= \$39.125,77

Análisis. La inversión inicial corresponde a los recursos necesarios para llevar a cabo las actividades del proyecto, y se obtiene mediante la suma de los activos fijos, que ascienden a \$31.700,03, los activos diferidos, que representan \$692,59, y el capital de trabajo, con un valor de \$6.733,15. De esta manera, se obtiene una inversión inicial total de \$39.125,77, que será destinada para el desarrollo del proyecto.

6.6. Financiamiento

El financiamiento, es el proceso de viabilizar y mantener en marcha un proyecto como un elemento clave en el éxito, ya que involucra a los recursos que se necesitarán para ponerlo en marcha, por lo que, todo proyecto requiere de una u otra manera, de cierto margen de financiación que configuran la estructura de capital y deben ir dirigidas a obtener los recursos financieros para invertir los proyectos de inversión al mínimo costo (Silva Cevallos et al., 2021).

Tabla 72

Financiamiento

PROYECTO DE FINANCIAMIENTO	VALOR	% DE APORTACIÓN
Capital propio	\$22.125,77	56,6%
Institución financiera	\$17.000,00	43,4%
Total	\$39.125,77	100%

Nota. La tabla presenta valor y porcentaje de la aportación de las dos partes, para financiar el proyecto.

Análisis. Para llevar a cabo el proyecto, se contará con un capital propio de \$22.125,77, el cual es el valor disponible para la ejecución del proyecto. Además, se requerirá un financiamiento adicional por parte de una entidad financiera, que será de un monto de \$17.000,00. En este sentido, la cantidad total necesaria para la implementación del proyecto será de \$39.125,77.

Tabla 73

Financiamiento de instituciones financieras

Entidad financiera	Tipo de préstamo	Valor (\$)	Tasa de interés anual (%)	Plazo en meses
Banco Pichincha	Crédito Pymes	\$17.000,00	11,23%	36
BanEcuador	Crédito Productivo Pymes	\$17.000,00	14,50%	36

Cooperativa de Ahorro y Crédito Cámara de Comercio de Ambato Ltda.	Microcrédito Emprendimiento	\$17.000,00	10,40%	36
---	-----------------------------	-------------	--------	----

Nota. La tabla indica tres entidades financieras seleccionadas para realizar el préstamo y su tasa de interés anual.

Análisis. En el financiamiento de Instituciones financieras, se consideran dos bancos y una cooperativa que pueden brindar apoyo con los financiamientos necesarios para la elaboración del proyecto. En este contexto, resulta conveniente obtener un crédito en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Cámara de Comercio, ya que, ofrece una tasa de interés anual del 10,40% sobre los \$17.000,00 solicitados.

6.7. Plan de inversiones

Tabla 74

Plan de inversiones

INVERSIÓN	VALOR (\$)	% DE APORTACIÓN
Activo fijo tangible	\$ 31.700,03	81%
Activo diferido o intangible	\$ 692,59	2%
Capital de trabajo	\$ 6.733,15	17%
Total de inversión	\$ 39.125,77	100%
Financiamiento Capital propio	\$ 22.125,77	56,6%
Financiamiento Institución financiera	\$ 17.000,00	43,4%
Total Financiamiento	\$ 39.125,77	100%

Nota. La tabla indica el plan de inversión y la distribución del porcentaje de aportación para el proyecto.

Análisis. El proyecto de "Las Criollitas" contará con una inversión total de \$39.125,77. De este monto, el activo tangible corresponde a \$31.700,03, lo que representa una aportación significativa del 81% del total. Por otra parte, el activo diferido corresponde al 2% con un total de \$692,59, y el capital de trabajo representa el 17% con un valor de \$6.733,15.

En consecuencia, el capital propio del proyecto es de \$22.125,77, que es el dinero con el que se cuenta para llevar a cabo el proyecto. Además, se obtendrá un préstamo de \$17.000,00 de la entidad financiera, específicamente de la Cooperativa Cámara de Comercio de Ambato.

6.8. Presupuesto de costos y gastos

A. Costos de producción

Los costos de producción son los gastos directamente relacionados con la fabricación o producción de bienes y servicios en que la empresa incurre para obtener el producto final. Estos costos se incurren durante el proceso de transformación de materias primas o manufactureras, con el esfuerzo humano para obtener un producto terminado y requiere de materias primas, mano de obra, gastos de energía y una serie de erogaciones, que en su conjunto constituyen los costos de producción (Gamboa Suárez y Jiménez Rodríguez, 2023).

Tabla 75

Costos de Materia prima

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Pollos y gallinas criollas	12.192	Unidades	\$ 2,10	\$ 25.603,20
Morocho	2.256	Quintales	\$ 17,00	\$ 38.352,00
TOTAL				\$ 63.955,20

Nota. La tabla indica los costos de materia prima que son importantes para el desarrollo del proyecto esto está de manera anual.

Análisis. En cuanto a los pollos y gallinas criollas, se adquirirá una cantidad de 12.192 aves al año, cuyo costo es de \$2,10 cada una, calculado mediante el promedio del valor de compra de estos animales. Por otro lado, el morocho tiene un costo de \$17,00 por quintal, y se establece que consumirán 2.256 quintales durante el año. Por tal razón, el total de costos de producción asciende a \$63.955,20.

Tabla 76*Costos de Insumos*

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Vitalizador	12	Unidades	\$8,00	\$96,00
Solubactone	6	Unidades	\$8,00	\$48,00
Cascarilla de arroz (camas)	50	Quintales	\$2,00	\$100,00
Malla metálica	30	Metros	\$2,50	\$75,00
Col	20	Quintales	\$5,00	\$100,00
Zanahoria	15	Quintales	\$2,50	\$37,50
Cebolla	20	Quintales	\$15,00	\$300,00
TOTAL				\$756,50

Nota. La tabla muestra los costos de insumos que es la alimentación de las aves y su cantidad anual que se necesitara para el proyecto.

Análisis. Con relación a los costos de insumos, se obtiene un total de \$756,50, que incluye los gastos en medicinas y vegetales que forman parte de su alimentación. En el rubro de medicinas, se tiene un total de 18 medicamentos al año, que también incluyen vitaminas para prevenir enfermedades y posibles infestaciones por piojos.

Tabla 77*Costos de Materiales Indirectos*

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Fundas de empaquetado al vacío	122	Paquetes (cien)	\$ 2,50	\$ 305,00
Fundas haladeras	122	Paquetes (cien)	\$ 0,80	\$ 97,60
Fundas de basura	11	paquetes (diez)	\$ 1,00	\$ 11,00
Stickers etiqueta	122	Unidades	\$ 0,80	\$ 97,60
TOTAL				\$511,20

Nota. La tabla indica los costos de los materiales indirectos para el proyecto.

Tabla 78*Costos de Suministro de Limpieza*

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Jabón de cocina	2	Unidad	\$7,50	\$15,00
Detergente	2	Unidad	\$7,00	\$14,00
Kit de limpieza cocina	2	Paquete	\$4,00	\$8,00
Kit de limpieza baño	2	Paquete	\$8,00	\$16,00
Yodo desinfectante	2	Galón	\$18,00	\$36,00
Trapeador	2	Unidad	\$2,00	\$4,00
Papel higiénico	2	Bulto	\$7,50	\$15,00
TOTAL				\$108,00

Nota. La tabla indica los costos de los suministros de limpieza para el uso dentro del proyecto.

Tabla 79

Costos de Depreciación

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	VALOR DEPRECIADO
Terreno	\$ 2.752,47	20%	\$ 550,49
Infraestructura	\$ 25.489,56	20%	\$ 5.097,91
Maquinaria	\$ 1.000,00	20%	\$ 200,00
Equipos	\$ 743,00	20%	\$ 148,60
Equipos de computo	\$ 470,00	20%	\$ 94,00
Muebles	\$ 572,00	20%	\$ 114,40
Herramientas	\$ 551,00	20%	\$ 110,20
TOTAL			\$ 6.315,61

Nota. La tabla muestra los costos de depreciación que se ocupa o se tiene para el proyecto.

Análisis. La creación de un emprendimiento implica una cuidadosa gestión de los activos fijos necesarios, tanto aquellos ya existentes como los que serán adquiridos para el proyecto. Es de vital importancia calcular los costos de depreciación y se toma en cuenta su vida útil, que en este caso es de 5 años del emprendimiento.

Con relación al terreno, cabe destacar que no puede ser objeto de depreciación, ya que, se presume que posee una vida útil indefinida. Sin embargo, desde una perspectiva

contable, se ha optado por reflejar cómo se recuperará la inversión realizada en el terreno a través de la depreciación.

Tabla 80

Costos de Amortización

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	VALOR AMORTIZADO
Constitución de la empresa	\$400,00	20%	\$80,00
Registro de marca y patente	\$208,00	20%	\$41,60
Marketing y publicidad	\$60,00	20%	\$12,00
Permisos de funcionamiento	\$24,59	20%	\$4,92
TOTAL	\$692,59	20%	\$138,52

Nota. La tabla indica los costos de amortización de tramites importantes para la constitución del proyecto.

Análisis. Con relación a los costos de amortización de los activos diferidos que se presentan en la tabla, estos corresponden a aquellos activos que la empresa requiere para llevar a cabo sus operaciones. Se toma en cuenta la vida útil del emprendimiento, que es de 5 años, lo que representa el 20% del valor total.

Tabla 81

Costo de Mantenimiento de Maquinaria

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Molino automático	2	\$20,00	\$40,00
Maquina peladora	3	\$30,00	\$90,00
TOTAL			\$130,00

Nota. La tabla indica los costos del mantenimiento de la maquinaria que se necesita dentro del proyecto.

Análisis. Para el cálculo del costo de mantenimiento de la maquinaria, se procedió a multiplicar el precio real de cada máquina por el 5%, con el fin de obtener su valor unitario. Posteriormente, se determinó el valor total de mantenimiento multiplicando

dicho valor unitario por la cantidad anual de mantenimientos requeridos para cada máquina.

Tabla 82

Costos de Mano de Obra Directa

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD ANUAL	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL
OPERARIO	1	\$400,00	\$4.800,00

Nota. La tabla indica los costos de la mano de obra directa que manejarán dentro del proyecto.

Análisis. En lo que respecta al sueldo de la mano de obra directa, el operario recibirá un salario de \$400,00. Este valor se basó en la tabla referencial de sueldos y salarios mínimos proporcionada por el Ministerio de Trabajo.

B. Costos administrativos

Tabla 83

Costos de suministros de oficina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Cuadernos	2	Unidad	\$1,00	\$ 2,00
Esferos	4	Unidad	\$0,40	\$ 1,60
Resma de hojas	2	Unidad	\$5,00	\$ 10,00
Archivero	3	Unidad	\$2,50	\$ 7,50
Grapadora y perforadora	1	Unidad	\$5,00	\$ 5,00
TOTAL				\$ 26,10

Nota. La tabla indica los costos de suministros de oficina que se necesitarán dentro del proyecto.

Tabla 84

Costos de Servicios Básicos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Energía Eléctrica	7.200	kWh	\$ 0,09	\$ 662,40
Agua Potable	264	Metros Cúbicos	\$ 0,17	\$ 44,88
TOTAL				\$ 707,28

Nota. La tabla indica los costos de los servicios básicos que son útiles para el proyecto.

Tabla 85

Costos de Sueldos y Salarios

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD ANUAL	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL
Gerente	1	\$ 450,00	\$ 5.400,00
Asesor	12	\$ 50,00	\$ 600,00
TOTAL			\$ 6.000,00

Nota. La tabla indica los costos de sueldos y salarios de los administrativos que son útiles para el proyecto.

Análisis. El sueldo y salario de la mano de obra se basaron en la tabla salarial publicada por el Ministerio de Trabajo en 2023. Además, se tomó en cuenta que el asesor realizará una visita por mes, y el costo de su asesoramiento será de \$50,00.

Tabla 86

Costo del Arriendo de la faenadora

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Arriendo faenadora	12	\$ 250,00	\$ 3.000,00

Nota. La tabla indica el costo del arriendo de la faenadora parte importante del proyecto.

Análisis. El costo de arrendamiento se considera una parte integral de los costos administrativos, razón por la cual, está directamente relacionado con la operación y funcionamiento de la empresa.

C. Costos financieros

Tabla 87*Intereses por préstamo*

DESCRIPCIÓN	TASA DE INTERES ACTIVA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Intereses por préstamo bancario de \$17.000,00	10,40%	\$1.557,56	\$992,69	\$369,66
Apertura de la cuenta		\$50,00		
TOTAL				\$2.969,91

Nota. La tabla muestra el interés por el préstamo parte importante que ayudara para el desarrollo del proyecto.

Análisis. La tasa de interés del préstamo es del 10,40%, para calcular los intereses de cada año, se suman los valores de interés de cada mes. Además, se agrega el costo de apertura de la cuenta para obtener los costos totales financieros.

D. Costos de venta**Tabla 88***Total de Costos de Venta*

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD ANUAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Vendedor	1	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Flete	48	\$ 25,00	\$ 1.200,00
TOTAL			\$ 5.400,00

Nota. La tabla muestra los costos totales de venta que forman parte para el desarrollo del proyecto.

Análisis. En los costos de venta, se estableció el sueldo del vendedor de acuerdo con la tabla referencial de sueldos y salarios mínimos proporcionada por el Ministerio de Trabajo. Por otro lado, el costo total anual para el flete, encargado de transportar a los pollos y gallinas criollas hacia el criadero y la faenadora, asciende a \$1.200,00. Este costo se obtiene al multiplicar las 48 semanas que componen el año por el valor unitario de \$25,00 correspondiente al costo del flete.

Tabla 89

Total de costos del proyecto

DETALLE	VALOR
Costos de producción	\$76.715,02
Costos administrativos	\$9.733,38
Costos financieros	\$2.969,91
Costos de venta	\$5.400,00
TOTAL	\$94.818,31

Nota. La tabla indica los costos totales que se genera dentro del proyecto para poder ejecutar de una buena manera.


Análisis. El total de costos del proyecto asciende a \$94.818,31, donde se incluyen los costos de producción, administrativos, financieros y de ventas. Estos son los costos en los que se debe tener cuidado, ya que no contribuyen a obtener ganancias dentro de la empresa, sino que representan gastos que incurren dentro de la misma y afectan la utilidad del proyecto.

6.8.1. Situación Financiera Inicial

El estado de situación financiera inicial representa la posición financiera de una compañía al inicio de un nuevo año fiscal u operaciones. Esta es la primera anotación que se registra en el libro diario, y comprende los activos, pasivos y patrimonio que posee la empresa al comenzar sus operaciones.

Tabla 90

Situación Financiera Inicial

		EMPRESA "LAS CRIOLLITAS"	
		BALANCE GENERAL INICIAL	
ACTIVO		PASIVO	
Activo Circulante o Corriente		Pasivo Circulante o corriente	
Caja-Bancos	\$800,00	Pasivo a Corto Plazo	
Cuentas por cobrar	\$3.139,95	Pasivo corriente	\$4.488,77
Inventario	\$7.281,97		
Total Activo Circulante o corriente	\$11.221,92	Total Pasivo Circulante o corriente	\$4.488,77
Activo no corriente		Pasivo no corriente	
Activo Fijo		Pasivo a Largo Plazo	
Infraestructura	\$2.752,47	Préstamo	\$ 17.000,00
Terrenos	\$25.489,56		
Maquinaria	\$1.000,00	Total Pasivo no corriente	\$17.000,00
Equipos	\$743,00		
Equipos de cómputo	\$470,00	TOTAL DEL PASIVO	\$21.488,77
Muebles y enseres	\$572,00		
Herramientas	\$551,00	CAPITAL	
Menaje	\$122,00		
(-) Dep. Acumulada	\$6.315,61	Capital social	\$15.587,06
Total Activo Fijo	\$25.384,42	TOTAL DEL CAPITAL	\$15.587,06
Activo diferido			
Constitución de la empresa	\$400,00	TOTAL DEL PASIVO + CAPITAL	\$37.075,83
Registro de marca y patente	\$208,00		
(-) Amortización acumulada	\$138,52		
Total Activo Diferido	\$469,48		
Total Activos no corrientes	\$25.853,91		
TOTAL DEL ACTIVO	\$37.075,83		

Nota. La tabla indica el balance general con los activos, pasivos y patrimonio con el que contará el proyecto al iniciar sus operaciones.

6.8.2. Situación financiera proyectada

La proyección de la situación financiera se realiza debido a la preocupación de las empresas acerca de su futura liquidez. Es importante conocer los posibles ingresos y

gastos para identificar cualquier movimiento irregular en el flujo de efectivo, además de medir el progreso hacia las metas y objetivos organizacionales a corto, mediano y largo plazo.

El Balance General proyectado para el proyecto se basa en una vida útil de 5 años, es decir, hasta el año 2028. Para realizar los cálculos de la proyección, se utiliza el índice de inflación acumulada del 3,74%.

Tabla 91

Situación financiera Proyectada

EMPRESA "LAS CRIOLLITAS"					
ACTIVO	AÑO 1 (2024)	AÑO 2 (2025)	AÑO 3 (2026)	AÑO 4 (2027)	AÑO 5 (2028)
Activo Corriente					
Caja-Bancos	\$ 800,00	\$ 829,92	\$ 860,96	\$ 893,16	\$ 926,56
Cuentas por cobrar	\$ 3.139,95	\$ 3.257,38	\$ 3.379,21	\$ 3.505,59	\$ 3.636,70
Inventario	\$ 7.281,97	\$ 7.554,32	\$ 7.836,85	\$ 8.129,95	\$ 8.434,01
Total Activo Corriente	\$ 11.221,92	\$ 11.641,62	\$ 12.077,02	\$ 12.528,70	\$ 12.997,27
Activo no corriente					
Activo Fijo					
Infraestructura	\$ 25.489,56	\$ 26.442,87	\$ 27.431,83	\$ 28.457,78	\$ 29.522,10
Terrenos	\$ 2.752,47	\$ 2.855,41	\$ 2.962,20	\$ 3.072,99	\$ 3.187,92
Maquinaria	\$ 1.000,00	\$ 1.037,40	\$ 1.076,20	\$ 1.116,45	\$ 1.158,20
Equipos	\$ 743,00	\$ 770,79	\$ 799,62	\$ 829,52	\$ 860,55
Equipos de cómputo	\$ 470,00	\$ 487,58	\$ 505,81	\$ 524,73	\$ 544,36
Muebles faenadora	\$ 572,00	\$ 593,39	\$ 615,59	\$ 638,61	\$ 662,49
Herramientas	\$ 551,00	\$ 571,61	\$ 592,99	\$ 615,16	\$ 638,17
Menaje	\$ 122,00	\$ 126,56	\$ 131,30	\$ 136,21	\$ 141,30
(-) Dep. Acumulada	\$ 6.315,61	\$ 6.315,61	\$ 6.315,61	\$ 6.315,61	\$ 6.315,61
Total Activo Fijo	\$ 25.384,42	\$ 26.570,01	\$ 27.799,93	\$ 29.075,85	\$ 30.399,49
Activo diferido					
Constitución de la	\$ 400,00	\$ 414,96	\$ 430,48	\$ 446,58	\$ 463,28
Registro de marca y	\$ 208,00	\$ 215,78	\$ 223,85	\$ 232,22	\$ 240,91
(-) Amortización acumulada	\$ 138,52	\$ 138,52	\$ 138,52	\$ 138,52	\$ 138,52
Total Activo Diferido	\$ 469,48	\$ 492,22	\$ 515,81	\$ 540,28	\$ 565,67
Total Activos no corrientes	\$ 25.853,91	\$ 27.062,23	\$ 28.315,74	\$ 29.616,13	\$ 30.965,16
TOTAL DEL ACTIVO	\$ 37.075,83	\$ 38.703,85	\$ 40.392,75	\$ 42.144,83	\$ 43.962,43
PASIVO					
Pasivo Circulante o					
Pasivo a Corto Plazo					
Pasivo corriente	\$ 4.488,77	\$ 4.656,65	\$ 4.830,81	\$ 5.011,48	\$ 5.198,91
Total Pasivo Circulante o	\$ 4.488,77	\$ 4.656,65	\$ 4.830,81	\$ 5.011,48	\$ 5.198,91
Pasivo no corriente					
Pasivo a Largo Plazo					
Préstamo	\$ 5.666,67	\$ 5.666,67	\$ 5.666,67		
Total Pasivo no corriente	\$ 5.666,67	\$ 5.666,67	\$ 5.666,67		
TOTAL DEL PASIVO	\$ 10.155,43	\$ 10.323,31	\$ 10.497,47	\$ 5.011,48	\$ 5.198,91
CAPITAL					
Capital social	\$ 26.920,39	\$ 28.380,53	\$ 29.895,28	\$ 37.133,35	\$ 38.763,52
TOTAL CAPITAL	\$ 26.920,39	\$ 28.380,53	\$ 29.895,28	\$ 37.133,35	\$ 38.763,52
TOTAL DEL PASIVO + CAPITAL	\$ 37.075,83	\$ 38.703,85	\$ 40.392,75	\$ 42.144,83	\$ 43.962,43

Nota. La tabla indica el balance general proyectado, ya que a lo largo del tiempo se pueden presentar cambios e irregularidades.

6.8.3. Presupuesto de Ingresos

Tabla 92

Presupuestos de Ingresos

Año	DPI Real	Precio	Ingresos mensuales	Ingresos anuales
2023	12.192	\$7,38	\$7.492,97	\$89.915,59
2024	12.382	\$7,65	\$7.894,47	\$94.733,58
2025	12.575	\$7,94	\$8.317,48	\$99.809,73
2026	12.771	\$8,23	\$8.763,16	\$105.157,88
2027	12.971	\$8,54	\$9.232,72	\$110.792,60
2028	13.173	\$8,86	\$9.727,44	\$116.729,25
TOTAL			\$51.428,22	\$617.138,64

Nota. La tabla indica los presupuestos de ingresos que tendrá el proyecto de acuerdo con los años proyectados, sus ingresos mensuales y anuales.

Figura 43

Presupuesto de ingresos anuales



Nota. La figura representa los ingresos anuales que tendrá el proyecto de acuerdo con los años proyectados.

Análisis. Para calcular los ingresos brutos, se efectúa una multiplicación entre la DPI Real (Demanda Potencial Insatisfecha) y el precio. La estimación del precio se obtuvo a través de una ponderación entre el valor más alto y el valor más bajo presentados en la encuesta.

6.8.4. Estado de resultados proyectado

Tabla 93

Estado de resultados proyectado

	Años					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos		\$102.761,85	\$108.268,18	\$114.069,56	\$120.181,80	\$126.621,56
(-) Costos de producción		\$76.715,02	\$79.584,17	\$82.560,61	\$85.648,38	\$88.851,63
(=) Utilidad bruta en ventas		\$26.046,83	\$28.684,02	\$31.508,95	\$34.533,42	\$37.769,93
(-) Costos administrativos		\$9.733,38	\$10.097,41	\$10.475,05	\$10.866,82	\$11.273,24
(-) Costos financieros		\$1.607,56	\$992,69	\$369,66		
(-) Costos de venta		\$5.400,00	\$5.601,96	\$5.811,47	\$6.028,82	\$6.254,30
(=) Utilidad antes de participación de trabajadores		\$9.305,89	\$11.991,96	\$14.852,77	\$17.637,78	\$20.242,39
(-) Participación trabajadores 15%		\$1.395,88	\$1.798,79	\$2.227,91	\$2.645,67	\$3.036,36
(=) Utilidad después de impuestos		\$7.910,00	\$10.193,16	\$12.624,85	\$14.992,12	\$17.206,03
(-) Impuestos a la renta 1,75% RIMPE		\$1.095,83	\$1.192,19	\$1.293,72	\$1.400,68	\$1.513,38
(=) Utilidad neta		\$6.814,17	\$9.000,97	\$11.331,13	\$13.591,43	\$15.692,66
(+) Cargos de depreciación y amortización		\$6.454,12	\$6.454,12	\$6.454,12	\$6.454,12	\$6.454,12
(-) Pago a principales		\$5.666,67	\$5.666,67	\$5.666,67		
(=) Flujo Neto de Efectivo		\$7.601,63	\$9.788,43	\$12.118,59	\$20.045,56	\$22.146,78

Nota. La tabla indica el estado de resultados proyectado con referencia a los 5 años de vida útil de un emprendimiento.

6.8.5. Flujo de caja

Tabla 94

Flujo de caja proyectado

FLUJO DE CAJA						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Operacionales	\$39.125,77	\$102.761,85	\$108.268,18	\$114.069,56	\$120.181,80	\$126.621,56
(+) Recursos propios	\$22.125,77					
(+) Recursos ajenos	\$17.000,00					
(+) Ingresos por ventas		\$102.761,85	\$108.268,18	\$114.069,56	\$120.181,80	\$126.621,56
(-) Egresos Operacionales		\$91.848,40	\$95.283,53	\$98.847,14	\$102.544,02	\$106.379,17
(+) Costos Operacionales		\$76.715,02	\$79.584,17	\$82.560,61	\$85.648,38	\$88.851,63
(+) Costos de Venta		\$5.400,00	\$5.601,96	\$5.811,47	\$6.028,82	\$6.254,30
(+) Costos Administrativos		\$9.733,38	\$10.097,41	\$10.475,05	\$10.866,82	\$11.273,24
(=) Flujo Operacional	\$39.125,77	\$10.913,45	\$12.984,65	\$15.222,43	\$17.637,78	\$20.242,39
Ingresos NO Operacionales						
(+) Créditos a contratarse a corto plazo						
Egresos NO Operacionales		\$1.607,56	\$992,69	\$369,66		
(+) Interés pago de crédito a largo plazo		\$1.557,56	\$992,69	\$369,66		
(+) Otros egresos		\$50,00				
(=) Flujo NO Operacional		\$1.607,56	\$992,69	\$369,66		
(=) Flujo Neto de Caja	\$39.125,77	\$9.305,89	\$11.991,96	\$14.852,77	\$17.637,78	\$20.242,39

Nota. El flujo de caja representa las entradas y salidas de efectivo que han sido generados por las actividades operacionales, administrativas y de venta, permite analizar la capacidad para generar efectivo y cumplir con sus obligaciones financieras.

6.9. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es una herramienta ventajosa para que las empresas puedan evaluar su viabilidad financiera, se utiliza para realizar proyecciones y análisis de riesgo.

Tabla 95

Costos Fijos y Costos Variables

DESCRIPCIÓN	COSTOS FIJOS	VALOR	COSTOS VARIABLES	VALOR
COSTOS DE PRODUCCIÓN	Cargos de depreciación y amortización	\$6.454,12	Materia Prima	\$63.955,20
	Mantenimiento de maquinaria y equipos	\$130,00	Insumos	\$756,50
	Mano de obra directa	\$4.800,00	Materiales Indirectos	\$511,20
			Suministros de limpieza	\$108,00
COSTOS ADMINISTRATIVOS	Servicios básicos	\$707,28	Equipos de oficina	\$26,10
	Sueldos y salarios	\$6.000,00		
	Arriendo faenadora	\$3.000,00		
COSTOS DE VENTA	Sueldo vendedor	\$4.200,00	Transporte	\$1.200,00
COSTOS FINANCIEROS	Interés del préstamo	\$2.919,91		
	Apertura de la cuenta	\$50,00		
TOTAL	COSTOS FIJOS	\$28.261,31	COSTOS VARIABLES	\$66.557,00

Nota. Esta tabla muestra los costos fijos y costos variables que se calcularon en el proyecto.

Análisis. Para realizar los cálculos del punto de equilibrio, es necesario identificar los costos fijos y variables. De esta manera, se obtienen costos fijos por un monto de \$28.261,31 y costos variables por un valor de \$66.557,00, lo que da un costo total de \$94.818,31, este último valor se puede verificarse en la tabla de costos totales del proyecto.

6.9.1. Punto de equilibrio en unidades monetarias

Definición de las simbologías de la ecuación:

PE: Punto de equilibrio

CF: Costos Fijos

CV: Costos Variables

V: Venta

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

$$PE = \frac{28.261,31}{1 - \frac{66.557,00}{10.2761,85}}$$

$$PE = \frac{28.261,31}{1 - 0,65}$$

$$PE = \frac{28.261,31}{0,35}$$

$$PE = \$80.215,36$$

Análisis. Para el punto de equilibrio del proyecto, es necesario obtener \$80.215,36 en volumen de ventas, para que la empresa no presente pérdidas, ni ganancias, pero que logre solventar sus gastos.

6.9.2. Punto de equilibrio en unidades de producción

El punto de equilibrio en unidades de producción es la cantidad de productos que una empresa debe vender para cubrir todos sus costos. Para calcularlo, se divide los costos fijos de la empresa entre la diferencia del precio de venta unitario y los costos variables unitarios. De esta manera, obtenemos el número de unidades que deben venderse para alcanzar el punto de equilibrio deseado.

Definición de las simbologías de la ecuación:

PE: Punto de equilibrio

CF: Costos Fijos

PVU: Precio de venta unitario

CVU: Costos variables unitario

$$PE = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

$$PE = \frac{28.261,31}{8,30 - 5,38}$$

$$PE = \frac{28.261,31}{2,92}$$

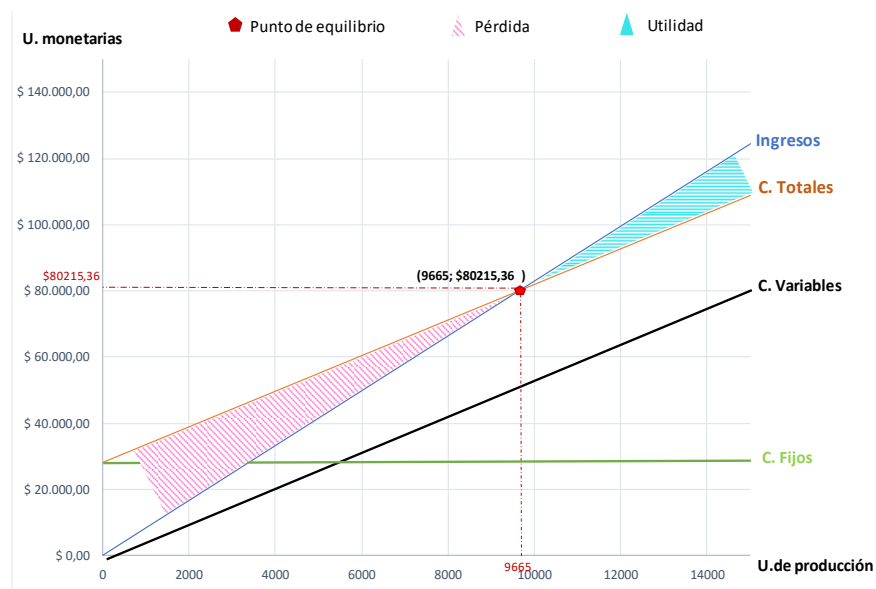
$$PE = 9.665$$

Análisis. Para el punto de equilibrio del proyecto, es necesario vender 9.665 pollos y gallinas criollas, para que la empresa pueda sustentar sus costos y no presente pérdidas, ni ganancias.

6.9.3. Punto de equilibrio graficado

Figura 44

Punto de equilibrio



Nota. La figura representa el punto de equilibrio para que el proyecto donde los costos totales son iguales a los ingresos totales.

Análisis. La representación gráfica del punto de equilibrio nos permite visualizar la interacción entre los ingresos, costos totales, costos fijos y variables, con el fin de

determinar el nivel de producción y unidades monetarias para que la empresa alcance el equilibrio, es decir, ni obtiene pérdidas, ni ganancias. En este punto, la empresa se mantiene estable y logra cubrir sus gastos, aunque no genera utilidades.

6.10. Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación proyectada

La tasa de descuento se utiliza para calcular el valor presente de los flujos de efectivo futuros generados en la evaluación de proyectos de inversión inicial y emprendimientos. Representa la tasa de retorno requerida o esperada por los inversionistas de capital para aceptar un proyecto o inversión en específico (Veintimilla, 2022).

TMAR (Tasa mínima aceptable de rendimiento)

6.10.1. Cálculo Tmar 1 sin financiamiento

$$TMAR = i + f$$

Donde:

TMAR= Tasa mínima aceptable de rendimiento

i = Riesgo país 1894 puntos (BCE-julio 2023)

f = Inflación 3,74% (BCE)

$$TMAR = 0,1894 + 0,0374$$

$$TMAR = 0,2268 \rightarrow 22,68\%$$

6.10.2. Cálculo Tmar 2 sin financiamiento

i = Riesgo país 1894 puntos (BCE-julio 2023)

f = Inflación 3,74% (BCE)

$$TMAR = i + f(2)$$

$$TMAR = 0,1894 + 0,0374(2)$$

$$TMAR = 0,2642 \rightarrow 26,42\%$$

6.10.3. Cálculo Tmar 1 Global Mixto

Tabla 96

TMAR 1 Global Mixto

FINANCIAMIENTO	MONTO	APORTACIÓN	TMAR ANUAL	PONDERACIÓN
Capital propio	\$22.125,77	0,5655	0,2268	0,1283
Inversión	\$17.000,00	0,4345	0,1040	0,0452
TOTAL	\$39.125,77	1,0000	0,3308	0,1734
				17,34%

Nota. La tabla muestra el TMAR 1 Global Mixto del proyecto la ponderación, el TMAR anual, el monto y la aportación.

6.10.4. Cálculo Tmar 2 Global Mixto

Tabla 97

TMAR 2 Global Mixto

FINANCIAMIENTO	MONTO	APORTACIÓN	TMAR ANUAL	PONDERACIÓN
Capital propio	\$22.125,77	0,5655	0,2642	0,1494
Inversión	\$17.000,00	0,4345	0,1040	0,0452
TOTAL	\$39.125,77	1,0000	0,3682	0,1946
				19,46%

Nota. La tabla muestra el TMAR 2 Global Mixto del proyecto la ponderación, el TMAR anual, el monto y la aportación.

6.11. Valor Actual Neto (VAN)

El VAN mide la rentabilidad absoluta neta de un proyecto, lo que está en línea con la definición de valor de la empresa. Así como también implica determinar los flujos de efectivo esperados a lo largo de la vida útil del proyecto y luego descontarlos a su valor presente. (Aguilar et al., 2012)

Si el VAN es positivo, esto indica que el proyecto generará un retorno económico superior al costo de oportunidad de lo invertidos, lo que sugiere que es financieramente favorable llevarlo a cabo. Por el contrario, si el VAN es negativo, el proyecto no sería rentable en términos financieros.

6.11.1. Cálculo VAN 1

$$VAN = -Inversión\ Inicial + \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5}$$

Donde:

Lo: 39.125,77

FNE: Flujo neto efectivo correspondiente a cada año

i: TMAR 1 Global Mixto (0.1734)

$$VAN1 = -39.125,77 + \frac{7.601,63}{(1+0.1734)^1} + \frac{9.788,43}{(1+0.1734)^2} + \frac{12.118,59}{(1+0.1734)^3} + \frac{20.045,56}{(1+0.1734)^4} + \frac{22.146,78}{(1+0.1734)^5}$$

$$VAN\ 1 = -39.125,77 + \frac{7.601,63}{1,1734} + \frac{9.788,43}{1,3770} + \frac{12.118,59}{1,6158} + \frac{20.045,56}{1,8960} + \frac{22.146,78}{2,2249}$$

$$VAN\ 1 = -39.125,7 + \$6.478,05 + \$7.108,67 + \$7.500,07 + \$10.572,29 + \$9.954,03$$

$$VAN\ 1 = \$2.487,33$$

Análisis. El VAN positivo de \$2.487,33 indica que el proyecto o inversión genera un rendimiento neto superior a la TMAR del 17,34%, la tasa mínima aceptable representa el costo de oportunidad de invertir en este proyecto, es decir, la tasa que se podría obtener en una inversión alternativa de similar riesgo.

6.11.2. Cálculo del VAN 2

$$VAN = -Inversión\ Inicial + \frac{FNE\ 1}{(1+i)^1} + \frac{FNE\ 2}{(1+i)^2} + \frac{FNE\ 3}{(1+i)^3} + \frac{FNE\ 4}{(1+i)^4} + \frac{FNE\ 5}{(1+i)^5}$$

Donde:

Lo: 39.125,77

FNE: Flujo neto efectivo correspondiente a cada año

i: TMAR 2 Global Mixto (0.1946)

$$VAN 2 = -39.125,77 + \frac{7.601,63}{(1 + 0.1946)^1} + \frac{9.788,43}{(1 + 0.1946)^2} + \frac{12.118,59}{(1 + 0.1946)^3} + \frac{20.045,56}{(1 + 0.1946)^4} + \frac{22.146,78}{(1 + 0.1946)^5}$$

$$VAN 2 = -39.125,77 + \frac{7.601,63}{1,1946} + \frac{9.788,43}{1,4271} + \frac{12.118,59}{1,7047} + \frac{20.045,56}{2,0365} + \frac{22.146,78}{2,4328}$$

$$VAN 2 = -39.125,77 + 6.363,36 + 6.859,19 + 7.108,72 + 9.843,22 + 9.103,52$$

$$VAN 2 = \$152,24$$

Análisis. Un VAN de \$152,24, es una cantidad monetaria positiva, lo que significa que el proyecto logrará generar un rendimiento mayor al costo de oportunidad, representado por la TMAR del 19,46%.

6.12. Indicadores financieros

6.12.1 Indicador de solvencia

Un índice de solvencia mayor a 1 indica que la empresa tiene suficientes activos para cubrir sus obligaciones a largo plazo. Por otro lado, un índice inferior a 1 podría indicar problemas de solvencia y dificultades para cumplir con sus compromisos financieros a largo plazo.

$$Solvencia = \frac{Activo Total}{Pasivo Total}$$

$$Solvencia = \frac{37.075,83}{21.488,77}$$

$$Solvencia = 1,73$$

Análisis. A través del índice de solvencia, se determina que la empresa posee 0,73 centavos de activos por cada dólar de deuda.

6.12.2. Indicador de liquidez

Este indicador nos expresa la capacidad proporcional que tiene la empresa de cancelar sus deudas a corto plazo con sus activos circulantes, además nos dice cuál es el grado general de capacidad del capital trabajo (Torres, 2023).

Un índice mayor a 1 indica, que la empresa tiene suficientes activos líquidos para hacer frente a sus obligaciones de corto plazo.

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

$$\text{Liquidez} = \frac{11.221,92}{4.488,77}$$

$$\text{Liquidez} = 2,50 \text{ veces}$$

Análisis. Mediante el resultado de liquidez, se determina que es favorable para la empresa “Las Criollitas”, donde se obtiene un valor de capacidad de 2,5 veces, donde la empresa puede cubrir su pasivos circulantes o deudas a corto plazo.

6.12.3. Indicador de endeudamiento

Este indicador es una medida financiera que evalúa el nivel de endeudamiento de una empresa en relación con sus recursos propios.

Un índice de endeudamiento mayor a 1 indica que la empresa tiene más deuda que recursos propios, de modo que, la empresa depende en gran medida de financiamiento externo, lo que puede implicar un mayor riesgo financiero. Por otro lado, un índice de endeudamiento menor a 1 indica que la empresa tiene más recursos propios que deuda.

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} * 100$$

$$\text{Endeudamiento} = \frac{21.488,77}{37.075,83} * 100$$

$$\text{Endeudamiento} = 57,96\%$$

Análisis. El índice de endeudamiento indica, que el 57,96% del capital de la empresa proviene de fuentes de financiamiento a través de deudas, mientras que el 42,04% restante corresponde a recursos propios, esto con relación al primer año.

6.12.4. Indicador de apalancamiento

El índice de apalancamiento se utiliza para evaluar el nivel de riesgo financiero de una empresa y su capacidad para hacer frente a los pagos de intereses de una deuda. Un mayor índice de apalancamiento implica una mayor carga de deuda, por ende, un mayor riesgo de incumplimiento en caso de enfrentar dificultades financieras.

$$\begin{aligned} \text{Apalancamiento} &= \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Capital}} \\ \text{Apalancamiento} &= \frac{21.488,77}{15.587,06} \\ \text{Apalancamiento} &= 1,38 \text{ veces} \end{aligned}$$

Análisis. El presente índice de apalancamiento nos muestra que, por cada dólar de capital, existen deudas equivalentes a 1,38 veces, el valor del capital para cubrir el pasivo total. Si el indicador es mayor a 1, indica que la deuda total supera al patrimonio neto, lo que sugiere que la empresa tiene una mayor dependencia de la financiación a través de deudas.

6.13. Tasa beneficio-costo

$$\begin{aligned} \text{Relación } \frac{B}{C} &= \frac{\sum \text{Ingresos brutos}}{\sum \text{Costos Totales del Proyecto}} \\ \text{Relación } \frac{B}{C} &= \frac{669.438,52}{497.872,18} \\ \text{Relación } \frac{B}{C} &= 1,34 \end{aligned}$$

Análisis. Un índice B/C de 1,34, este valor indica que por cada unidad monetaria invertida en el proyecto se espera obtener un retorno de 0,34 ctvs., adicionales en beneficio neto.

6.14. Periodo de recuperación de la inversión

$$PRI = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\frac{\sum FNE}{\text{Número de años}}}$$
$$PRI = \frac{39.125,77}{\frac{71.700,99}{5}} = \frac{39.125,77}{14.340,20}$$
$$PRI = 2,73$$

Años = 2

Meses = 0,73 * 12 = 8,76

Días = 0,76 * 30 = 23

PRI= 2 años, 8 meses, 23 días

Análisis. El periodo de recuperación la inversión resulta de 2 años, 8 meses y 23 días, indica que los beneficios netos acumulados generados por el emprendimiento, a lo largo de ese período, serán suficientes para igualar el monto de la inversión inicial realizada.

6.15. Tasa interna de retorno (TIR)

La TIR es una medida de rentabilidad del proyecto que representa la tasa de rendimiento bajo el supuesto de que todos los ingresos son reinvertidos directa y automáticamente a la misma tasa. Del mismo modo, la TIR se define como la tasa de descuento, actualización o equilibrio que, al ser aplicada al flujo de caja del proyecto, produce un Valor Presente Neto (VPN) igual a cero (Murcia et al., 2019).

Por lo tanto, la TIR se iguala a cero, significa que los flujos de efectivo generados por el proyecto son exactamente suficientes para recuperar la inversión inicial. De modo que, si la TIR obtenida es mayor que la tasa de descuento utilizada en el análisis, el proyecto se considera rentable y favorable para su desarrollo.

$$TIR = TMAR1 + (TMAR2 - TMAR1) \left(\frac{VAN1}{VAN1 - VAN2} \right)$$

TMAR1: 0,1734

TMAR2: 0,1946

VAN1: \$2.487,33

VAN2: \$152,24

$$TIR = 0,1734 + (0,1946 - 0,1734) \left(\frac{2.487,33}{2.487,33 - 152,24} \right)$$

$$TIR = 0,1734 + (0,02115) \left(\frac{2.487,33}{2.335,09} \right)$$

$$TIR = 0,1734 + (0,02115)(1,0652)$$

$$TIR = 0,1734 + 0,023$$

$$TIR = 0,1960$$

$$TIR = 19,60\%$$

Análisis. La Tasa Interna de Retorno (TIR) arrojó un valor del 19,60%. Este resultado sugiere que el rendimiento de la inversión es factible y adecuado para respaldar el desarrollo del proyecto. El valor obtenido indica que, el proyecto tiene la capacidad de recuperar la inversión inicial y además generar un rendimiento adicional.

Tabla 98*Cuadro comparativo de sensibilidad*

Variaciones	Escenario Optimista	←	Escenario Real	→	Escenario Pesimista
VAN 1	\$17.068,22	(+20%)	\$2.487,33	(-20%)	-\$57.049,56
VAN 2	\$14.474,97	(+20%)	\$152,24	(-20%)	-\$56.513,72
TIR	31,26%	(+20%)	19,60%	(-20%)	18,41%
Relación Costo/Beneficio	1,38	(+20%)	1,34	(-20%)	0,92
PRI	2 años, 2 meses y 12 días	(+20%)	2 años, 8 meses y 23 días	(-20%)	No recuperable

Nota. La tabla presenta la comparación en escenario real, optimista (+20%) y pesimista (-20%).

Análisis. Los datos base para realizar el cálculo de los escenarios optimista y pesimista son el estado de resultados proyectado.

Mediante estos cálculos, se observa que, si existe un aumento en las ventas del 20%, obtenemos un VAN 1 de \$17.068,22 y un VAN 2 de \$14.474,97\$. De esta manera, se puede obtener una relación beneficio/costo de 1,38, lo cual indica que por cada dólar invertido en el proyecto se recupera \$0,38 centavos. Esto demuestra que el proyecto es rentable. A más de ello, se ha calculado un periodo de recuperación de la inversión de 2 años, 2 meses y 12 días, con una TIR del 31,26%, la cual se considera alta y positiva, ya que indica un retorno significativo sobre la inversión.

En contraste, para el escenario pesimista, si se observa un decremento en las ventas del 20%, obtenemos un VAN 1 de -\$57.049,56 y una VAN 2 de -\$56.513,72. Es decir, el proyecto genera menos valor del que se invierte. Con estos valores, se concluye que el proyecto NO es rentable. Al calcular el periodo de recuperación de la inversión, se obtiene un resultado negativo, lo cual indica que NO es recuperable.

CONCLUSIONES

- Basándonos en los resultados obtenidos de nuestro estudio de mercado sobre el consumo de pollos y gallinas criollas, se puede concluir que existe un mercado potencial y prometedor para la producción y comercialización de los pollos y gallinas criollas. Durante la investigación, se observó una creciente demanda por parte de los consumidores por alimentos más naturales, orgánicos y sostenibles, lo cual representa una oportunidad estratégica para lograr ingresar al mercado.

El análisis de la oferta reveló que, si bien la producción de pollos y gallinas ha aumentado en los últimos años, todavía existe un déficit entre la oferta y la demanda actual. Esto sugiere que existe espacio para la expansión y desarrollo de la producción de pollos y gallinas criollas para satisfacer esta creciente demanda del mercado.

- Tras realizar un análisis exhaustivo y detallado de la viabilidad del negocio de producción de pollos y gallinas criollas desde una perspectiva técnica, organizacional y financiera, se concluye que existe una sólida fundamentación para el establecimiento de la empresa:

Desde el punto de vista técnico, se ha evaluado la idoneidad y eficiencia de las prácticas de crianza y manejo de pollos y gallinas criollas. Se ha determinado que las condiciones ambientales y los recursos disponibles son adecuados para garantizar un entorno óptimo para la cría de aves criollas. Además, se han identificado las mejores prácticas en cuanto a alimentación, sanidad y manejo genético que permitirán obtener una producción de alta calidad.

En cuanto a la viabilidad organizacional, se ha realizado un análisis de la estructura y capacidad de gestión de la empresa. Se han identificado los roles y responsabilidades necesarios, así como los perfiles de competencia requeridos para el personal clave.

Desde una perspectiva financiera, se ha realizado un análisis detallado de los costos de inversión, los gastos operativos y los ingresos proyectados. Se han identificado las fuentes de financiamiento necesarias y se ha estimado el período de recuperación de la inversión. Los análisis de rentabilidad y flujo de efectivo

indican que el negocio tiene el potencial de generar ingresos sostenibles y obtener un retorno adecuado.

- Se puede concluir que el proyecto de creación de una empresa productora de pollos y gallinas criollas es factible y viable. Los indicadores financieros, como el VAN, TIR, relación costo/beneficio y PRI, muestran que el proyecto tiene una rentabilidad positiva y una recuperación razonable y considerable de la inversión. Sin embargo, es importante considerar otros aspectos relevantes, como el mercado, la competencia y los riesgos asociados, antes de tomar una decisión final.

RECOMENDACIONES

Dado que el estudio de mercado reveló una demanda actual y potencial favorable para los pollos y gallinas criollas, se recomienda desarrollar una estrategia de marketing sólida. Esto implica identificar los segmentos de mercado objetivo, establecer una propuesta de valor diferenciada, y promocionar los productos criollos de una manera más impactante.

Los indicadores financieros obtenidos, se sugiere mejorar la gestión financiera del proyecto. Esto implica monitorear de cerca los niveles de endeudamiento y apalancamiento para mantener una estructura de capital saludable. De igual forma, se recomienda buscar opciones de financiamiento adicionales o tasas competitivas para reducir el costo financiero y aumentar la rentabilidad del negocio.

Si bien el estudio de factibilidad muestra una viabilidad general del proyecto, siempre existen riesgos inherentes a cualquier negocio. Se sugiere desarrollar un plan de contingencia que identifique los posibles riesgos, estableciendo medidas para mitigarlos. Esto puede incluir aspectos como fluctuaciones en los precios de los insumos, cambios regulatorios o enfermedades en las aves. Un plan de contingencia bien estructurado puede ayudar a la empresa a responder eficazmente a situaciones imprevistas y mantener la continuidad operativa.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguiar, I., Díaz, N., García, Y., Hernández, M., Ruiz, V., Santana, D., y Verona, C. (2012). *Finanzas Corporativas en la práctica*. Madrid: DELTA Publicaciones. Recuperado de https://www.google.com.ec/books/edition/Finanzas_Corporativas_en_la_Pr%C3%A1ctica/kLbHgcDyv0IC?hl=es&gbpv=1&dq=definicion+de+van&pg=PA7&printsec=frontcover
- Álvarez Nicolliello, N. O., y Caballo, N. (2021). METODOLOGÍA, DISEÑO, POBLACIÓN Y MUESTRA: DEL MANEJO DE LOS RESIDUOS ORGÁNICOS EN ACTIVIDADES AGROPECUARIAS. *Revista Ambientis Occidentales*, 3, 42-51. Recuperado de <http://revistas.unellez.edu.ve/index.php/ambientis/article/view/1259/1136>
- Banco Central del Ecuador. (2023). *Tasa de Interés Junio 2023*. Recuperado de Estadísticas: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/ÍNDICE.htm>
- Bomba, F. (2018). *Tamaño de muestra paso a paso*. Guadalajara, Jalisco, México. Recuperado de <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/2802>
- Cadevilla Soto, A. (2022). La competitividad desde la perspectiva dialógica. *Estudios Gerenciales y de las Organizaciones*, 11-34. Recuperado de <http://regyo.bc.uc.edu.ve/v6n11/art01.pdf>
- Dirección de Estadísticas Económicas. (2023). *Boletín Técnico IPC N° 01-2023-IPC*. Recuperado de INEC: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2023/enero/Bolet%C3%ADn_t%C3%A9cnico_01-2023-IPC.pdf
- Gamboa Suárez, R., y Jiménez Rodríguez, L. A. (2023). *Contabilidad de costos*. Bogotá-Colombia: ECOE. Recuperado de https://www.google.com.ec/books/edition/Contabilidad_de_costos_Tomo_I_1ra_edici/CLquEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=concepto+de+costos&printsec=frontcover

- García Sabater, J. P. (2020). Distribución en Planta. *ROGLE - UPV*, 1-28. Recuperado de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/152734/Distribuci%F3n%20en%20Planta.pdf?sequence=5>
- Giraldo Chaparro, L. V., Díaz Bernal, D. V., y Cubides Acero, P. J. (2021). *Identificación de disruptores endocrinos en carne de pollo: Revisión documental*. Bogotá-Colombia: Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. Recuperado de <https://repositorio.unicolmayor.edu.co/handle/unicolmayor/5601>
- Giraldo Oliveros, M. E., Ortiz Velásquez, M., y Castro Abello, M. (2021). *Marketing: una versión gráfica*. Barranquilla, Colombia: Universidad del Norte. elibro.net/es/ereader/uta/185006?page=143
- Gonzalo Seid, M. K., Abiuso, F. L. (2019). *La técnica de encuesta: Características y aplicaciones*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires. de <http://metodologiadelainvestigacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/117/2019/03/Cuaderno-N-7-La-t%C3%A9cnica-de-encuesta.pdf>
- Hernández-Sampieri, R., Mendoza Torres, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGRAWHILL INTERAMERICANA. de http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf
- Hougen, O., Watson, K., Ragatz, R. (2021). Principios de los procesos químicos. *Choice (Chicago, Ill.)*, 50, 50-1800-50-1800. doi:10.5860/choice.50-1800
- INEC. (2010). *Fascículo Provincial de Tungurahua*. de Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manual/Resultados-provinciales/tungurahua.pdf>
- López, V. (2020). *Marketing Mix. La distribución comercial*. de Econfinados: https://static.wixstatic.com/media/9645fb_16b3d552c5064d1fa4ba678284632946~mv2.png
- Ludeña Pérez, A., Serdán Valencia, K., Romero Hidalgo, O. (2022). Estudio de Oferta y Demanda para una Asociación de Producción Textil y Costura. *Economía y*

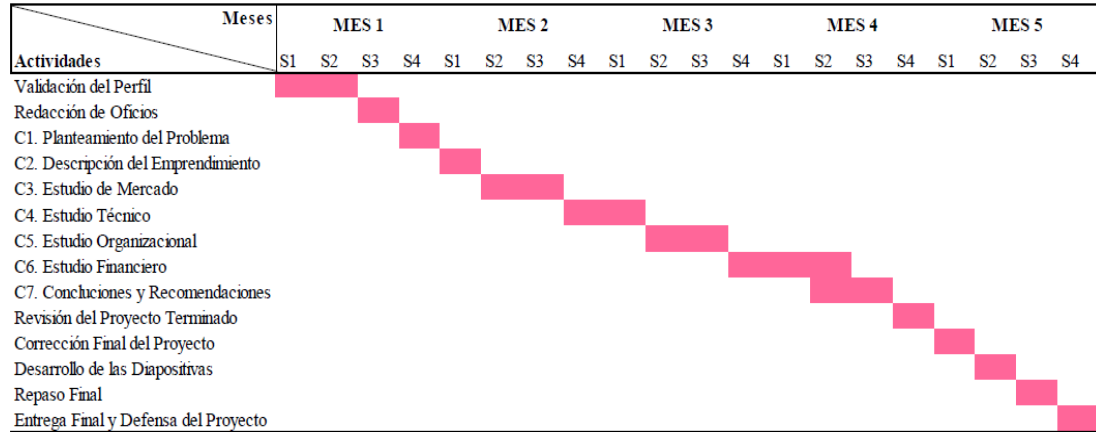
- Negocios UTE*, 119-132. de
file:///D:/Archivos%20NO%20BORRAR/Downloads/eve,+EYN-07-917-119-132.pdf
- Mucha-Hospinal, L. F., Chamorro-Mejía, R., Oseda-Lazo, M. E., Alania-Contreras, R. D. (2020). Evaluación de procedimientos empleados para determinar la población y muestra en trabajos de investigación de posgrado. *Desafíos*, 12(1), 50-7. doi:<https://doi.org/10.37711/desafios.2021.12.1.253>
- Murcia, J., Diaz, F., Medellin, V., Santana, L., Onate, G., Rodriguez, S., Rodriguez, G. (2019). *Proyecto: Formulación y criterios de evaluación*. Bogotá-Colombia: Alfaomega. de
<https://www.google.com.ec/books/edition/Proyectos/kfR5EAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=concepto+de+que+es+la+TIR&pg=PA354&printsec=frontcover>
- Quaranta, N. (2020). *Planes de negocio*. Argentina: Editorial Universidad Adventista del Plata. de <https://elibro.net/es/ereader/uta/130238?page=59>
- Rodriguez, D. V. (2021). *La importancia, control y manejo del inventario en la empresa el líder*. Ibagué - Tolima: UNIMINUTO Corporación Universitaria Minuto de Dios. de
<https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/13718/1/LA%20IMPORTANCIA%20CONTROL%20Y%20MANEJO%20DEL%20INVENTARIO%20EN%20LA%20EMPRESA%20EL%20LIDER.pdf>
- Rojas, N. G. (2023). *Metodología de la investigación para anteproyectos*. República Dominicana: Universidad Abierta para Adultos (UAPA). de
<https://elibro.net/es/ereader/uta/229656?page=54>
- Rosa Díaz, I. M., Rondán Cataluña, F., Díez de Castro, E. (2020). *Gestión de precios*. Madrid: ESIC. de
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=YckHEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT9&dq=que+es+el+precio+conceptos+&ots=7W1-aJPRqp&sig=yIHhPRBobY0Qw7BmYOhU3AAv5Dw#v=onepage&q=que%20es%20el%20precio%20conceptos&f=false>
- Sánchez, F. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: consensos y disensos. *RIDU: Revista Digital de Investigación en*

- Docencia Univaersitaria*, 102-122. de
<http://www.scielo.org.pe/pdf/ridu/v13n1/a08v13n1.pdf>
- Silva Cevallos , W. P., Peñafiel Avalos, V. G., Guananga Torres, G. P. (2021). El financiamiento un eje crítico en la sostenibilidad de los emprendimientos en el cantón Riobamba. *Conciencia Digital*, 299-315. doi:<https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v4i1.2.1598>
- Sotomayor Vázquez, M. C. (2022). *Análisis de potencial de mercado para la empresa MERAKI SUSTENTABLE*. Universidad siglo 21. Córdoba: Universidad siglo 21. de
<https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/26192/TFG%20-%20Sotomayor%20Mar%c3%ada%20Constanza.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sumba Bustamante, R., Toala Sanchez, A., García Vélez, H. (2022). Canales de comercialización en las ventas de la asociación 11 de Octubre. *Recimundo*, 92-108. de <file:///D:/Archivos%20NO%20BORRAR/Downloads/Dialnet-CanalesDeComercializacionEnLasVentasDeLaAsociacion-8878580.pdf>
- Torres, J. C. (2023). *Curso de formación profesional bancaria*. Venezuela: Los Libros de El Nacional. de
https://www.google.com.ec/books/edition/Curso_de_formacion_profesional_bancaria/6BckYwV8tGsC?hl=es&gbpv=1&dq=ÍNDICE+de+solvencia&pg=PA64&printsec=frontcover
- Veintimilla , P. A. (2022). *Plan de negocios para la creación de una empresa de lavado a vapor de vehiculos livianos en la ciudad de Loja*. Loja: Universidad Internacional del Ecuador. de
<https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/5903/1/UIDE-L-TECO-2023-3.pdf>
- Venegas, H. S. (2019). *Auditoría Financiera del Capital de Trabajo en Pymes: Evaluación integral para su negocio*. Mexicano: Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C. de
https://www.google.com.ec/books/edition/Auditor%C3%ADa_financiera_del_capital_de_tra/eD2dDwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=capital+de+trabajo&printsec=frontcover

- Villanueva, F. (2022). *Metodología de la investigación*. México: Klik soluciones educativas. de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=6e-KEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=metodolog%C3%ADa+de+la+investigacion&ots=WGKQ_HGliv&sig=TVbOCUvS-1-4TGtQ8q_H_88C7wA#v=onepage&q&f=false
- Zavala, J. R. (2022). Dialéctica crítica en trabajos de investigación: Construcción del esquema de investigación. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, Asunción, Paraguay*, 1713. doi: <https://doi.org/10.56712/latam.v3i2.214>

ANEXOS

Anexo 1. Cronograma de actividades



Anexo 2. Formulación de los objetivos

MATRIZ OPERACIONAL

TÍTULO	PREGUNTA	OBJETIVO
Estudio de factibilidad previo al desarrollo de una empresa productora de pollos y gallinas criollas en la ciudad Ambato en el periodo abril – septiembre 2023	GENERAL ¿Cómo crear una empresa de producción de pollos y gallinas criollas en la ciudad de Ambato en el periodo abril – septiembre 2023?	GENERAL Desarrollar un estudio de factibilidad previo al desarrollo de una empresa productora de pollos y gallinas criollas en la ciudad Ambato en el periodo abril – septiembre 2023
	ESPECIFICOS	ESPECIFICOS
	E1. ¿Cómo conocer la demanda y oferta actual del consumo de pollos y gallinas criollas?	E1. Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda y oferta actual del consumo de pollos y gallinas criollas
	E2. ¿Cuáles son los factores para determinar la viabilidad del negocio?	E2. Determinar la viabilidad del negocio de manera técnica, organizacional y financiera.
	E3. ¿Realmente existe la viabilidad para crear una empresa de producción de pollos y gallinas criollas en la ciudad de Ambato?	E3. Establecer la viabilidad de la creación de una empresa de producción de pollos y gallinas criollas en la ciudad de Ambato.

Anexo 3. Validación de la encuesta por expertos



FICHA DE VALIDACION DE UNA ENCUESTA PARA EMPRENDIMIENTO

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres de los Informantes Caseres Micaela Chalan Juliza	Cargo o institución donde labora Estudiante	Nombre del instrumento de evaluación Encuesta	Autores del instrumento Caseres Micaela Chalan Juliza
Tema del emprendimiento: "Estudio de factibilidad previo al desarrollo de una empresa productora de pollos y gallinas criollas"			

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN DE CADA ITEM

Estimada **Dra. Jacqueline de las Mercedes Ortiz Escobar**, por favor ayúdenos completando la siguiente tabla después de haber observado y evaluado el instrumento adjunto.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE

PERTINENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD
Es apropiado o congruente con lo que se espera recabar la información para el desarrollo del emprendimiento	Idoneidad, valor e importancia del recurso informativo para el proyecto que se esté desarrollando	El texto se lee y se entiende rápidamente, las preguntas son fáciles de entender, el lenguaje es sencillo, las oraciones están bien construidas

Nº	DIMENSIONES / Items	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Observaciones y/o Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
1	¿Consumen usted de pollo o gallina criolla?	X		X		X		
2	¿Si en la ciudad de Ambato se comercializara pollo o gallina criolla certificado al 100% natural, lo consumiría?	X		X		X		
3	¿En su hogar cuantos pollos o gallinas criollas consumirían mínimo al mes?	X		X		X		
4	¿Usted en qué presentaciones preferiría comprar los pollos o gallinas criollas?	X		X		X		Colocar las opciones ✓
5	¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un pollo o gallina criolla?	X		X		X		" " " / por peso } OK
6	¿Qué tipo de presentación considera usted importante al momento de adquirir pollos o gallinas certificados 100% natural?	X		X		X		" " " } OK
7	¿Usted conoce de otras empresas que se dediquen a la venta de pollo o gallina criolla?	X		X		X		
8	¿De los siguientes supermercados, conoce si alguno comercializa pollo o gallina criolla certificado 100% natural?	X		X		X		Opciones } OK
9	¿Usted por qué adquiriría pollos o gallinas certificados al 100% natural?	X		X		X		" } OK
10	¿Cuál cree usted que es el mejor medio para dar a conocer el valor nutricional y beneficios del consumo de Pollos o Gallinas Criollas?	X		X		X		" } OK
11	¿Qué método de pago preferiría para la compra de pollos o gallinas criollas?		X		X	X		Corresponde a punto de venta.
12	¿Por la compra habitual de pollos o gallinas criollas que promoción le gustaría recibir?		X		X	X		Pago por peso punto de venta.
13	¿Qué tan importante considera que el producto sea certificado al 100% natural?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): ¿Quién los certifica??



FICHA DE VALIDACION DE UNA ENCUESTA PARA EMPRENDIMIENTO

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres de los informantes Flores Rosero M ^o Gabriel	Cargo o institución donde labora Laboratorio IACOMML	Nombre del instrumento de evaluación Encuesta	Autores del instrumento Caseres Micaela Chalan Juliza
Tema del emprendimiento: "Estudio de factibilidad previo al desarrollo de una empresa productora de pollos y gallinas criollas"			

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN DE CADA ITEM

Estimado Mg./Dr./Ing., por favor ayúdenos completando la siguiente tabla después de haber observado y evaluado el instrumento adjunto.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE

PERTINENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD
Es apropiado o congruente con lo que se espera recabar la información para el desarrollo del emprendimiento	Idoneidad, valor e importancia del recurso informativo para el proyecto que se esté desarrollando	El texto se lee y se entiende rápidamente, las preguntas son fáciles de entender, el lenguaje es sencillo, las oraciones están bien construidas

Nº	DIMENSIONES / Items	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Observaciones y/o Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Consumo usted pollo o gallina criolla?	X		X		X		
2	¿Si en la ciudad de Ambato se comercializara pollos o gallinas criollas faenadas y empaquetadas de una forma aséptica, lo consumiría?	X		X		X		
3	¿En su hogar cuantos pollos o gallinas criollas faenadas consumiría al mes?	X		X		X		
4	¿Usted en que presentaciones preferiría comprar los pollos o gallinas criollas faenadas y empaquetadas de una forma asépticas?	X		X		X		
5	¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un pollo o gallina criolla faenada?	X		X		X		
6	¿Qué tipo de empaque considera usted importante al momento de adquirir pollos o gallinas criollas faenadas?	X		X		X		
7	¿Usted conoce de otras empresas que se dediquen a la crianza de pollos o gallinas criollas con una marca registrada?	X		X		X		
8	En su localidad, ¿conoce algún supermercado que comercialice pollos o gallinas criollas faenadas con una marca registrada?	X		X		X		
9	¿Usted porqué adquiriría pollo o gallina criolla faenada y empaquetada de una forma aséptica?	X		X		X		
10	¿Dónde le gustaría adquirir los pollos o gallinas criollas faenadas y empaquetadas de una forma aséptica?	X		X		X		
11	¿Cuál cree usted que es el mejor medio para dar a conocer el valor nutricional y beneficios del consumo de pollos o gallinas criollas faenadas?	X		X		X		
12	¿Qué método de pago preferiría para la compra de pollos o gallinas criollas faenadas y empaquetadas de una forma aséptica?	X		X		X		
13	¿Por la compra habitual de pollos o gallinas criollas faenadas, qué promoción le gustaría recibir?	X		X		X		
14	¿Qué tan importante considera que los pollos o gallinas criollas sean certificadas con alimentación natural u orgánica?	X		X		X		
15	¿Usted que nombre considera atractivo para una nueva empresa comercializadora de pollos o gallinas criollas faenadas y empaquetadas de una forma aséptica?	X		X		X		



FICHA DE VALIDACION DE UNA ENCUESTA PARA EMPRENDIMIENTO

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres de los Informantes LARA ALBERTO	Cargo o institución donde labora SEÑILLERO	Nombre del instrumento de evaluación Encuesta	Autores del instrumento Caseres Micaela Chalan Juliza
Tema del emprendimiento: "Estudio de factibilidad previo al desarrollo de una empresa productora de pollos y gallinas criollas"			

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN DE CADA ITEM

Estimado Mg./Dr./Ing., por favor ayúdenos completando la siguiente tabla después de haber observado y evaluado el instrumento adjunto.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE

PERTINENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD
Es apropiado o congruente con lo que se espera recabar la información para el desarrollo del emprendimiento	Idoneidad, valor e importancia del recurso informativo para el proyecto que se esté desarrollando	El texto se lee y se entiende rápidamente, las preguntas son fáciles de entender, el lenguaje es sencillo, las oraciones están bien construidas

Nº	DIMENSIONES / Items	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Observaciones y/o Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
1	¿Consumes usted pollo o gallina criolla?	/		/		/		
2	¿Si en la ciudad de Ambato se comercializara pollos o gallinas criollas faenadas y empaquetadas de una forma aséptica, lo consumiría?	/		/		/		
3	¿En su hogar cuantos pollos o gallinas criollas faenadas consumiría al mes?	/		/		/		
4	¿Usted en que presentaciones preferiría comprar los pollos o gallinas criollas faenadas y empaquetadas de una forma asépticas?	/		/		/		
5	¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un pollo o gallina criolla faenada?	/		/		/		
6	¿Qué tipo de empaque considera usted importante al momento de adquirir pollos o gallinas criollas faenadas ?	/		/		/		
7	¿Usted conoce de otras empresas que se dediquen a la crianza de pollos o gallinas criollas con una marca registrada?	/		/		/		
8	En su localidad, ¿conoce algún supermercado que comercialice pollos o gallinas criollas faenadas con una marca registrada?	/		/		/		
9	¿Usted porqué adquiriría pollo o gallina criolla faenada y empaquetada de una forma aséptica?	/		/		/		
10	¿Dónde le gustaría adquirir los pollos o gallinas criollas faenadas y empaquetadas de una forma aséptica?	/		/		/		
11	¿Cuál cree usted que es el mejor medio para dar a conocer el valor nutricional y beneficios del consumo de pollos o gallinas criollas faenadas?	/		/		/		
12	¿Qué metodo de pago preferiría para la compra de pollos o gallinas criollas faenadas y empaquetadas de una forma aséptica?	/		/		/		
13	¿Por la compra habitual de pollos o gallinas criollas faenadas, qué promoción le gustaría recibir?	/		/		/		
14	¿Qué tan importante considera que los pollos o gallinas criollas sean certificadas con alimentación natural u orgánica?	/		/		/		
15	¿Usted que nombre considera atractivo para una nueva empresa comercializadora de pollos o gallinas criollas faenadas y empaquetadas de una forma aséptica?	/		/		/		



FICHA DE VALIDACION DE UNA ENCUESTA PARA EMPRENDIMIENTO

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres de los Informantes <i>JIMENEZ WALTER DR.</i>	Cargo o institución donde labora <i>DOCENTE TITULAR</i>	Nombre del instrumento de evaluación Encuesta	Autores del instrumento Caseres Micaela Chalan Juliza
Tema del emprendimiento: "Estudio de factibilidad previo al desarrollo de una empresa productora de pollos y gallinas criollas"			

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN DE CADA ITEM

Estimado Mg./Dr./Ing., por favor ayúdenos completando la siguiente tabla después de haber observado y evaluado el instrumento adjunto.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE

PERTINENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD
Es apropiado o congruente con lo que se espera recabar la información para el desarrollo del emprendimiento	Idoneidad, valor e importancia del recurso informativo para el proyecto que se esté desarrollando	El texto se lee y se entiende rápidamente, las preguntas son fáciles de entender, el lenguaje es sencillo, las oraciones están bien construidas

Nº	DIMENSIONES / Items	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Observaciones y/o Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Consume usted pollo o gallina criolla?	/		/		/		
2	¿Si en la ciudad de Ambato se comercializaría pollos o gallinas criollas faenadas y empaquetadas de una forma aséptica, lo consumiría?	/		/		/		
3	¿En su hogar cuantos pollos o gallinas criollas faenadas consumiría al mes?	/		/		/		
4	¿Usted en que presentaciones preferiría comprar los pollos o gallinas criollas faenadas y empaquetadas de una forma asépticas?	/		/		/		
5	¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un pollo o gallina criolla faenada?	/		/		/		
6	¿Qué tipo de empaque considera usted importante al momento de adquirir pollos o gallinas criollas faenadas?	/		/		/		
7	¿Usted conoce de otras empresas que se dediquen a la crianza de pollos o gallinas criollas con una marca registrada?	/		/		/		
8	En su localidad, ¿conoce algún supermercado que comercialice pollos o gallinas criollas faenadas con una marca registrada?	/		/		/		
9	¿Usted porqué adquiriría pollo o gallina criolla faenada y empaquetada de una forma aséptica?	/		/		/		
10	¿Dónde le gustaría adquirir los pollos o gallinas criollas faenadas y empaquetadas de una forma aséptica?	/		/		/		
11	¿Cuál cree usted que es el mejor medio para dar a conocer el valor nutricional y beneficios del consumo de pollos o gallinas criollas faenadas?	/		/		/		
12	¿Qué metodo de pago preferiría para la compra de pollos o gallinas criollas faenadas y empaquetadas de una forma aséptica?	/		/		/		
13	¿Por la compra habitual de pollos o gallinas criollas faenadas, qué promoción le gustaría recibir?	/		/		/		
14	¿Qué tan importante considera que los pollos o gallinas criollas sean certificadas con alimentación natural u orgánica?	/		/		/		
15	¿Usted que nombre considera atractivo para una nueva empresa comercializadora de pollos o gallinas criollas faenadas y empaquetadas de una forma aséptica?	/		/		/		



FICHA DE VALIDACION DE UNA ENCUESTA PARA EMPRENDIMIENTO

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres de los Informantes <i>Zamora Ruth</i>	Cargo o institución donde labora <i>FCAOM</i>	Nombre del instrumento de evaluación Encuesta	Autores del instrumento Caseres Micaela Chalan Juliza
Tema del emprendimiento: "Estudio de factibilidad previo al desarrollo de una empresa productora de pollos y gallinas criollas"			

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN DE CADA ITEM

Estimado Mg./Dr./Ing., por favor ayúdenos completando la siguiente tabla después de haber observado y evaluado el instrumento adjunto.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE

PERTINENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD
Es apropiado o congruente con lo que se espera recabar la información para el desarrollo del emprendimiento	idoneidad, valor e importancia del recurso informativo para el proyecto que se esté desarrollando	El texto se lee y se entiende rápidamente, las preguntas son fáciles de entender, el lenguaje es sencillo, las oraciones están bien construidas

Nº	DIMENSIONES / Items	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Observaciones y/o Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Consumen usted pollo o gallina criolla?	/		/		/		
2	¿Si en la ciudad de Ambato se comercializará pollos o gallinas criollas faenadas y empaquetadas de una forma aséptica, lo consumiría?	/		/		/		
3	¿En su hogar cuantos pollos o gallinas criollas faenadas consumiría al mes?	/		/		/		
4	¿Usted en que presentaciones preferiría comprar los pollos o gallinas criollas faenadas y empaquetadas de una forma asépticas?	/		/		/		
5	¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un pollo o gallina criolla faenada?	/		/		/		
6	¿Qué tipo de empaque considera usted importante al momento de adquirir pollos o gallinas criollas faenadas ?	/		/		/		
7	¿Usted conoce de otras empresas que se dediquen a la crianza de pollos o gallinas criollas con una marca registrada?	/		/		/		
8	En su localidad, ¿conoce algún supermercado que comercialice pollos o gallinas criollas faenadas con una marca registrada?	/		/		/		
9	¿Usted porqué adquiriría pollo o gallina criolla faenada y empaquetada de una forma aséptica?	/		/		/		
10	¿Dónde le gustaría adquirir los pollos o gallinas criollas faenadas y empaquetadas de una forma aséptica?	/		/		/		
11	¿Cuál cree usted que es el mejor medio para dar a conocer el valor nutricional y beneficios del consumo de pollos o gallinas criollas faenadas?	/		/		/		
12	¿Qué metodo de pago preferiría para la compra de pollos o gallinas criollas faenadas y empaquetadas de una forma aséptica?	/		/		/		
13	¿Por la compra habitual de pollos o gallinas criollas faenadas, qué promoción le gustaría recibir?	/		/		/		
14	¿Qué tan importante considera que los pollos o gallinas criollas sean certificadas con alimentación natural u orgánica?	/		/		/		
15	¿Usted que nombre considera atractivo para una nueva empresa comercializadora de pollos o gallinas criollas faenadas y empaquetadas de una forma aséptica?	/		/		/		

Anexo 4. Coeficiente de fiabilidad "V DE AIKEN "

PERTINENCIA

Fórmula de validación																																																																																																																																																				
$V = \frac{S}{n * (c - 1)}$		En donde:																																																																																																																																																		
		S=Suma de respuestas afirmativas																																																																																																																																																		
		n=Número de jueces																																																																																																																																																		
		c=número de valores de la escala de evaluación																																																																																																																																																		
		<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Valores</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>n</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>c</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>k</td> <td>14</td> </tr> </tbody> </table>						Valores		n	5	c	2	k	14																																																																																																																																					
Valores																																																																																																																																																				
n	5																																																																																																																																																			
c	2																																																																																																																																																			
k	14																																																																																																																																																			
<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Pregunta No.</th> <th colspan="5">No. Jueces</th> <th rowspan="2">SUMA</th> <th rowspan="2">V DE AIKEN</th> </tr> <tr> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>5</td><td>1</td></tr> <tr><td>2</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>5</td><td>1</td></tr> <tr><td>3</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>5</td><td>1</td></tr> <tr><td>4</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>5</td><td>1</td></tr> <tr><td>5</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>5</td><td>1</td></tr> <tr><td>6</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>5</td><td>1</td></tr> <tr><td>7</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>5</td><td>1</td></tr> <tr><td>8</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>5</td><td>1</td></tr> <tr><td>9</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>5</td><td>1</td></tr> <tr><td>10</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>5</td><td>1</td></tr> <tr><td>11</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>0</td><td>4</td><td>0,8</td></tr> <tr><td>12</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>5</td><td>1</td></tr> <tr><td>13</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>5</td><td>1</td></tr> <tr><td>14</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>5</td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr> <td colspan="6">V de AIKEN promedio</td> <td colspan="2">0,92</td> </tr> </tbody> </table>								Pregunta No.	No. Jueces					SUMA	V DE AIKEN	1	2	3	4	5	1	1	1	1	1	1	5	1	2	1	1	1	1	1	5	1	3	1	1	1	1	1	5	1	4	1	1	1	1	1	5	1	5	1	1	1	1	1	5	1	6	1	1	1	1	1	5	1	7	1	1	1	1	1	5	1	8	1	1	1	1	1	5	1	9	1	1	1	1	1	5	1	10	1	1	1	1	1	5	1	11	1	1	1	1	0	4	0,8	12	1	1	1	1	1	5	1	13	1	1	1	1	1	5	1	14	1	1	1	1	1	5	1							0	0	V de AIKEN promedio						0,92	
Pregunta No.	No. Jueces					SUMA	V DE AIKEN																																																																																																																																													
	1	2	3	4	5																																																																																																																																															
1	1	1	1	1	1	5	1																																																																																																																																													
2	1	1	1	1	1	5	1																																																																																																																																													
3	1	1	1	1	1	5	1																																																																																																																																													
4	1	1	1	1	1	5	1																																																																																																																																													
5	1	1	1	1	1	5	1																																																																																																																																													
6	1	1	1	1	1	5	1																																																																																																																																													
7	1	1	1	1	1	5	1																																																																																																																																													
8	1	1	1	1	1	5	1																																																																																																																																													
9	1	1	1	1	1	5	1																																																																																																																																													
10	1	1	1	1	1	5	1																																																																																																																																													
11	1	1	1	1	0	4	0,8																																																																																																																																													
12	1	1	1	1	1	5	1																																																																																																																																													
13	1	1	1	1	1	5	1																																																																																																																																													
14	1	1	1	1	1	5	1																																																																																																																																													
						0	0																																																																																																																																													
V de AIKEN promedio						0,92																																																																																																																																														

RELEVANCIA

Fórmula de validación

$$V = \frac{S}{n * (c - 1)}$$

En donde:
 S=Suma de respuestas afirmativas
 n=Número de jueces
 c=número de valores de la escala de evaluación

Valores	
n	5
c	2
k	14

Pregunta No.	No. Jueces					SUMA	V DE AIKEN
	1	2	3	4	5		
1	1	1	1	1	1	5	1
2	1	1	1	1	1	5	1
3	1	1	1	1	0	4	0,8
4	1	1	1	1	1	5	1
5	1	1	1	1	1	5	1
6	1	1	1	1	1	5	1
7	1	1	1	1	0	4	0,8
8	1	1	1	1	1	5	1
9	1	1	1	1	1	5	1
10	1	1	1	1	1	5	1
11	1	1	1	1	0	4	0,8
12	0	1	1	1	1	4	0,8
13	0	1	1	1	1	4	0,8
14	1	1	1	1	1	5	1
						0	0

V de AIKEN promedio 0,87

CLARIDAD

Fórmula de validación

$$V = \frac{S}{n * (c - 1)}$$

En donde:
 S=Suma de respuestas afirmativas
 n=Número de jueces
 c=número de valores de la escala de evaluación

Valores	
n	5
c	2
k	14

Pregunta No.	No. Jueces					SUMA	V DE AIKEN
	1	2	3	4	5		
1	1	1	1	1	1	5	1
2	1	1	1	1	1	5	1
3	1	1	1	1	0	4	0,8
4	1	1	1	1	1	5	1
5	1	1	1	1	1	5	1
6	1	1	1	1	1	5	1
7	1	1	1	1	0	4	0,8
8	1	1	1	1	1	5	1
9	1	1	1	1	1	5	1
10	1	1	1	1	1	5	1
11	1	1	1	1	0	4	0,8
12	1	1	1	1	1	5	1
13	1	1	1	1	1	5	1
14	1	1	1	1	1	5	1

V de AIKEN promedio 0,96

Anexo 5. Encuesta aplicada a los jefes/(as) de hogar



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



Encuesta dirigida a los hogares de la ciudad de Ambato

OBJETIVO

Compilar información para determinar la factibilidad del desarrollo de una empresa de producción de pollos y gallinas criollas.

INSTRUCCIONES

La encuesta es completamente confidencial, los resultados que se obtengan se representaran mediante tabulaciones y de manera impersonal. Lea detenidamente y conteste con honestidad las siguientes preguntas.

Preguntas generales

Género	Masculino	<input type="checkbox"/>	Femenino	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>
Edad	De 18 a 28	<input type="checkbox"/>				
	De 29 a 39	<input type="checkbox"/>				
	De 40 a 50	<input type="checkbox"/>				
	De 51 a 61	<input type="checkbox"/>				
	De 62 en adelante	<input type="checkbox"/>				
Nivel de educación	Primaria	<input type="checkbox"/>				
	Bachillerato	<input type="checkbox"/>				
	Tecno logado	<input type="checkbox"/>				
	Superior	<input type="checkbox"/>				
	Postgrado	<input type="checkbox"/>				

1. **¿Consume usted pollo o gallina criolla?**

() SI () NO

2. **¿Si en la ciudad de Ambato se comercializaría pollos o gallinas criollas faenadas y empaquetada de una forma aséptica, lo consumiría?**

() SI () NO

3. **¿En su hogar cuantos pollos o gallinas criollas faenadas consumirían al mes?**

() 1 a 3

() 4 a 6

() Más de 6

4. ¿Usted en qué presentaciones preferiría comprar los pollos o gallinas criollas faenada y empaquetada de una forma aséptica?

- () Entero
- () 1/2 Medio
- () 1/4 Cuarto
- () 1/8 Octavo (presas)

5. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un pollo o gallina criolla faenada?:

- | ENTERO | MEDIO | ¼ CUARTO | 1/8 OCTAVO
(PRESAS) |
|--------------------|--------------------|--------------------|------------------------|
| () De \$12 a \$14 | () De \$6 a \$7,5 | () De \$3,5 a \$4 | () De \$1,5 a \$2 |
| () De \$15 a \$17 | () De \$7,6 a \$8 | () De \$4,5 a \$5 | () De \$2,5 a \$3 |
| () Más de \$17 | () Más de \$8 | () Más de \$5 | () Más de \$3 |

6. ¿Qué tipo de empaque considera usted importante al momento de adquirir pollos o gallinas criollas faenadas?

- () Funda
- () Bandeja
- () Empaquetado al vacío
- () Otro

7. ¿Usted conoce de otras empresas que se dediquen a la crianza de pollos o gallinas criollas con una marca registrada?

- () SI
- () NO

8. ¿En su localidad conoce algún supermercado que comercialice pollos o gallinas criollas faenadas con marca registrada?

- () SI
- () NO

9. ¿Usted por qué adquiriría pollo o gallina criolla faenada y empaquetada de una forma aséptica?

- () Salud
- () Calidad
- () Valor nutricional
- () Precio
- () Sabor

10. ¿Dónde le gustaría adquirir los pollos o gallinas criollas faenadas y empaquetadas de forma aséptica?

- () Supermercados
- () Puntos propios de distribución
- () Plazas o afueras de granjas
- () Tiendas de barrio

Tiendas virtuales

11. ¿Cuál cree usted que es el mejor medio para dar a conocer el valor nutricional y beneficios del consumo de Pollos o Gallinas Criollas faenadas?

Redes sociales

Ferias de emprendimiento

TV

Radio

Prensa

12. ¿Qué método de pago preferiría para la compra de pollos o gallinas criollas faenadas y empaquetadas de una forma aséptica?

Efectivo

Transferencia

Tarjeta

13. ¿Por la compra habitual de pollos o gallinas criollas faenadas que promoción le gustaría recibir?

Entrega a domicilio sin recargo

Descuentos (Por fechas especiales)

Promociones por cliente frecuente

14. ¿Qué tan importante considera que los pollos o gallinas criollas sean certificadas con alimentación natural u orgánica?

Muy importante

Importante

Neutral

Poco importante

Nada importante

¡MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo 6. Tabla de amortización del préstamo

Concepto	%	Explicación en terminos utilizados			
Tasa Nominal	10,40%	Es la Tasa de Interés Anual			
Tasa Efectiva	0,87%	Es la Tasa de Interés de operación según el número de períodos de pago al año			
Cuota No,	Abono Capital	Interés	Seguro Desg,	Cuota	Saldo
1	\$401,09	\$152,24	\$25,33	\$472,22	\$16.598,91
2	\$404,69	\$148,65	\$25,33	\$472,22	\$16.194,22
3	\$410,25	\$140,35	\$25,33	\$472,22	\$15.783,97
4	\$411,98	\$141,35	\$25,33	\$472,22	\$15.371,98
5	\$417,38	\$133,22	\$25,33	\$472,22	\$14.954,61
6	\$419,41	\$133,93	\$25,33	\$472,22	\$14.535,20
7	\$423,17	\$130,17	\$25,33	\$472,22	\$14.112,03
8	\$429,64	\$118,23	\$25,33	\$472,22	\$13.682,39
9	\$430,81	\$122,53	\$25,33	\$472,22	\$13.251,58
10	\$435,75	\$114,85	\$25,33	\$472,22	\$12.815,83
11	\$438,57	\$114,77	\$25,33	\$472,22	\$12.377,26
12	\$443,33	\$107,27	\$25,33	\$472,22	\$11.933,93
PRIMER AÑO		\$1.557,56		\$5.666,64	
13	\$446,46	\$106,87	\$25,33	\$472,22	\$11.487,47
14	\$450,46	\$102,88	\$25,33	\$472,22	\$11.037,00
15	\$454,95	\$95,65	\$25,33	\$472,22	\$10.582,06
16	\$458,57	\$94,77	\$25,33	\$472,22	\$10.123,49
17	\$462,86	\$87,74	\$25,33	\$472,22	\$9.660,62
18	\$466,82	\$86,52	\$25,33	\$472,22	\$9.193,80
19	\$471,00	\$82,34	\$25,33	\$472,22	\$8.722,80
20	\$474,59	\$70,56	\$25,33	\$472,22	\$8.248,21
21	\$479,47	\$73,87	\$25,33	\$472,22	\$7.768,74
22	\$483,27	\$67,33	\$25,33	\$472,22	\$7.285,47
23	\$488,09	\$65,25	\$25,33	\$472,22	\$6.797,37
24	\$491,69	\$58,91	\$25,33	\$472,22	\$6.305,68
SEGUNDO AÑO		\$992,69		\$5.666,64	
25	\$496,87	\$56,47	\$25,33	\$472,22	\$5.808,82
26	\$501,32	\$52,02	\$25,33	\$472,22	\$5.307,50
27	\$504,60	\$46,00	\$25,33	\$472,22	\$4.802,90
28	\$510,33	\$43,01	\$25,33	\$472,22	\$4.292,57
29	\$513,40	\$37,20	\$25,33	\$472,22	\$3.779,17
30	\$519,49	\$33,84	\$25,33	\$472,22	\$3.259,68
31	\$524,15	\$29,19	\$25,33	\$472,22	\$2.735,53
32	\$523,02	\$22,13	\$25,33	\$472,22	\$2.212,51
33	\$533,52	\$19,81	\$25,33	\$472,22	\$1.678,99
34	\$536,05	\$14,55	\$25,33	\$472,22	\$1.142,94
35	\$543,10	\$10,24	\$25,33	\$472,22	\$599,83
36	\$545,40	\$5,20	\$25,33	\$472,22	\$54,43
TERCER AÑO		\$369,66		\$5.666,64	
TOTAL DEL PRÉSTAMO				\$17.000	

Anexo 7. Escenario Optimista +20%

	Años					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos		\$123.314,22	\$129.921,82	\$136.883,48	\$144.218,17	\$151.945,87
(-) Costos de producción		\$76.715,02	\$79.584,17	\$82.560,61	\$85.648,38	\$88.851,63
(=) Utilidad bruta en ventas		\$46.599,20	\$28.684,02	\$31.508,95	\$34.533,42	\$37.769,93
(-) Costos administrativos		\$9.733,38	\$10.097,41	\$10.475,05	\$10.866,82	\$11.273,24
(-) Costos financieros		\$1.607,56	\$992,69	\$369,66		
(-) Costos de venta		\$5.400,00	\$5.601,96	\$5.811,47	\$6.028,82	\$6.254,30
(=) Utilidad antes de participación de trabajadores		\$29.858,26	\$11.991,96	\$14.852,77	\$17.637,78	\$20.242,39
(-) Participación trabajadores 15%		\$4.478,74	\$1.798,79	\$2.227,91	\$2.645,67	\$3.036,36
(=) Utilidad despues de impuestos		\$25.379,52	\$10.193,16	\$12.624,85	\$14.992,12	\$17.206,03
(-) Impuestos a la renta 1,75% RIMPE		\$1.455,50	\$1.192,19	\$1.293,72	\$1.400,68	\$1.513,38
(=) Utilidad neta		\$23.924,02	\$9.000,97	\$11.331,13	\$13.591,43	\$15.692,66
(+) Cargos de depreciación y amortización		\$6.454,12	\$6.454,12	\$6.454,12	\$6.454,12	\$6.454,12
(-) Pago a principales		\$5.666,67	\$5.666,67	\$5.666,67		
(=) Flujo Neto de Efectivo		\$24.711,48	\$9.788,43	\$12.118,59	\$20.045,56	\$22.146,78

Anexo 8. Cálculo del VAN Optimista 20%

$$VAN1 = -Inversión Inicial + \frac{FNE 1}{(1+i)^1} + \frac{FNE 2}{(1+i)^2} + \frac{FNE 3}{(1+i)^3} + \frac{FNE 4}{(1+i)^4} + \frac{FNE 5}{(1+i)^5}$$

$$VAN 1 = -\$39.125,7 + \$21.058,93 + \$7.108,67 + \$7.500,07 + \$10.572,29 + \$9.954,03$$

$$VAN 1 = \$17.068,22$$

$$VAN2 = -Inversión Inicial + \frac{FNE 1}{(1+i)^1} + \frac{FNE 2}{(1+i)^2} + \frac{FNE 3}{(1+i)^3} + \frac{FNE 4}{(1+i)^4} + \frac{FNE 5}{(1+i)^5}$$

$$VAN 2 = -\$39.125,77 + \$20.686,09 + \$6.859,19 + \$7.108,72 + \$9.843,22 + \$9.103,52$$

$$VAN 2 = \$14.474,97$$

Anexo 9. Indicadores financieros Escenario Optimista

Beneficio/Costo	1,38
Periodo de recuperación	2,20
TIR	31,26%

Anexo 10. Escenario Pesimista -20%

	Años					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos		82209,48	86614,55	91255,65	96145,44	101297,25
(-) Costos de producción		76715,02	79584,17	82560,61	85648,38	88851,63
(=) Utilidad bruta en ventas		5494,46	7030,38	8695,04	10497,06	12445,62
(-) Costos administrativos		9733,38	10097,41	10475,05	10866,82	11273,24
(-) Costos financieros		1607,56	992,69	369,66		
(-) Costos de venta		5400,00	5601,96	5811,47	6028,82	6254,30
(=) Utilidad antes de participación de trabajadores		-11246,48	-9661,68	-7961,15	-6398,58	-5081,92
(-) Participación trabajadores 15%		-1686,97	-1449,25	-1194,17	-959,79	-762,29
(=) Utilidad despues de impuestos		-9559,51	-8212,43	-6766,97	-5438,79	-4319,63
(-) Impuestos a la renta 1,50% RIMPE		780,64	846,72	916,33	989,68	1070,20
(=) Utilidad neta		-10340,15	-9059,14	-7683,31	-6428,47	-5389,83
(+) Cargos de depreciación y amortización		6454,12	6454,12	6454,12	6454,12	6454,12
(-) Pago a principales		5666,67	5666,67	5666,67		
(=) Flujo Neto de Efectivo		-9552,70	-8271,69	-6895,85	25,65	1064,29

Anexo 11. Cálculo del VAN Pesimista

$$VAN1 = -Inversión Inicial + \frac{FNE}{(1+i)^1} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \frac{FNE}{(1+i)^4} + \frac{FNE}{(1+i)^5}$$

$$VAN 1 = \$-39.125,77 + \$-8.140,74 + \$-6.007,16 + \$-4.267,77 + \$13,53 + \$478,35$$

$$VAN 1 = \$-57.049,56$$

$$VAN2 = -Inversión Inicial + \frac{FNE}{(1+i)^1} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \frac{FNE}{(1+i)^4} + \frac{FNE}{(1+i)^5}$$

$$VAN 2 = \$-39.125,77 + \$-7.996,61 + \$-5.796,34 + \$-4.045,08 + \$12,60 + \$437,48$$

$$VAN 2 = \$-56.513,72$$

Anexo 12. Indicadores financieros Escenario pesimista

Beneficio/Costo	0,96
Periodo de recuperación	-8,28
TIR	18,41%