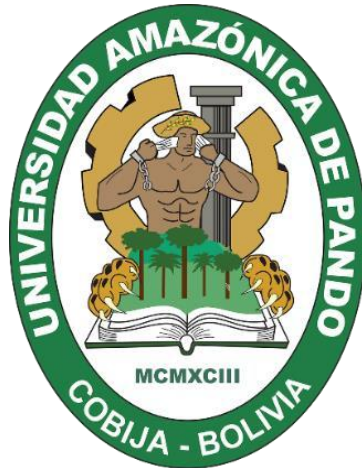


UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO

UNIDAD ACADÉMICA EL SENA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA GRANJA AVÍCOLA EN LA LOCALIDAD DEL SENA ”

Modalidad Proyecto de Grado

Presentado Por: Mary Selva Salvatierra Amutari

Para Optar El Título De Licenciatura Administración de Empresas

Tutor: Lic. Ismael Arenas Zelaya

El Sena - Pando - Bolivia

2022

DEDICATORIA

A Dios, por ser la fortaleza en mi corazón.

A mis amados hijos Esdemili, Walter y Iskender, por ser mi inspiración.

A mis padres, Jairo y Floriza por mostrarme el camino a la superación.

A mi esposo Walter por su cariño y comprensión.

AGRADECIMIENTO

Primeramente, a Dios por darme la vida, la salud y la fortaleza para culminar con este trabajo, a mis padres Jairo y Floriza, a mis hijos Esemili, Walter y Iskender, a mis hermanos, amigos, docentes guías y a todas las personas, que me han brindado su apoyo incondicionalmente para seguir alcanzando mis sueños, escalando peldaños para lograr los objetivos y metas trazadas para un futuro mejor.

Agradecimiento especial a Lic. Karla Arena Galarza Encinas, que con gran profesionalismo me guio en la elaboración de mi proyecto de grado.

Un especial agradecimiento a la Universidad Amazónica de Pando por haberme acogido como mi segunda casa durante mi formación profesional, por brindarme muchas oportunidades valiosas que contribuyeron a mi formación personal.

INDICE

RESUMEN	I
INTRODUCCIÓN	- 1 -
1.1 TITULO DE LA PROPUESTA	1
1.2 ANTECEDENTES	1
1.5 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	3
1.6 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	4
1.7 JUSTIFICACIÓN	4
1.8 OBJETIVOS	5
1.8.1 Objetivo General	5
1.8.2 Objetivos Específicos	5
2.1.1 MARCO TEÓRICO	6
2.1.2 La Evaluación de proyectos.....	6
2.1.3 Mercado	7
2.1.3.1 Estudio de mercado	7
2.1.3.2 Tipos de Mercados	7
2.1.3.3 Mercado Proveedor.....	7
2.1.3.4 Mercado Competidor	8
2.1.3.5 Mercado Distribuidor.....	8
2.1.3.6 Mercado Consumidor.....	8
2.1.4 Demanda	9
2.1.4.1 Demanda del Producto	9
2.1.5 Oferta	9
2.1.5.1 Oferta del Producto	10
2.1.5.2 Oferta Competitiva.....	10
2.1.5.3 Oferta Oligopólica	10
2.1.5.4 Oferta Monopólica.....	10
2.1.6 Competencia.....	10
2.1.7 Estudio Técnico.....	11
2.1.8 Localización del Proyecto	11
2.1.9 Estudio Económico-Financiero	11
2.1.10 La Evaluación Económica-Financiera.....	11
2.1.11 Componentes de la Inversión	12

2.1.12	Elementos de Infraestructura y Estructura.....	12
2.1.13	La Maquinaria y Equipo de Producción.....	12
2.1.14	Rubros de Activos Fijos.....	12
2.1.17	Estudios y proyectos.....	13
2.1.18	Inversión Total.....	13
2.2	MARCO REFERENCIAL.....	14
2.2.1	Antecedentes del tema de investigación.....	14
3.	MARCO METODOLÓGICO.....	16
3.1	Tipo de Investigación.....	16
3.2	Enfoque.....	16
3.3	Método.....	16
3.4	Población y muestra.....	16
4.	PROPUESTA CENTRAL.....	21
4.1	ESTUDIO DE MERCADO.....	21
4.1.1	Introducción al Estudio de mercado.....	21
4.1.2	Servicio.....	22
4.1.3	Usuario.....	22
4.1.4	Delimitación y descripción del mercado.....	22
4.1.5	Población Objetiva.....	24
4.1.6	Muestra.....	24
4.1.7	Análisis de la demanda.....	26
4.1.9	Participación de mercado.....	31
4.1.10	Potencial de ventas.....	32
4.1.11	El cliente objetivo.....	33
4.1.14	Conclusiones del estudio de mercado.....	37
4.2	ESTUDIO TÉCNICO.....	38
4.2.1	Introducción al estudio técnico.....	38
4.2.2	Diseño y desarrollo del producto.....	38
4.2.3	Descripción técnica y funcional del producto.....	38
4.2.4	Características de la calidad del producto.....	38
4.2.5	Beneficios.....	39
4.2.7	Proceso de producción.....	39
4.2.8	Tipo de proceso.....	40

4.2.23 Conclusiones del estudio técnico.....	64
4.3 ESTUDIO FINANCIERO.....	65
4.3.1 Inversiones y Financiamiento	65
4.3.1.6 Estructura de Inversión	77
4.3.1.7 Fuente de financiamiento	78
4.3.1.8 Estado de resultado	79
4.3.1.9 Flujo de Efectivo (Caja).....	80
4.3.2.1 VALOR ACTUAL NETO (VAN)	81
4.3.2.2 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	82
4.3.2.3 Evaluación financiera (VAN, TIR, BENEFICIO/COSTO)	83
4.3.2.4 Índice de rentabilidad.....	84
4.4 DESARROLLO DE LA PROPUESTA CENTRAL	86
4.4.1 Definición del negocio.	86
4.4.2 Naturaleza de la empresa	86
4.4.3 Esencia del del negocio	86
4.4.4 Misión.....	87
4.4.5 Visión.....	87
4.4.6.2Valores.....	87
4.4.7 Logotipo	88
4.4.8 Marca	88
4.4.9 Lema	88
4.4.10 Organigrama Estructural.....	88
4.4.11 Manual de funciones	90
5.1 Presupuesto de inversión	95
6.1 Conclusiones.....	97
6.2 Recomendaciones.....	97
Bibliografía	98

INDICE DE TABLAS

1.	Proyección anual de la población	23
2.	Cálculo de la muestra	23
3.	Proyección poblacional	32
4.	Demanda potencial	33
5.	Demanda real	33
6.	Competidores	36
7.	Proyección de la oferta anual	37
8.	Balance de la oferta y la demanda	37
9.	Incremento de las ventas del producto	38
10.	Precio de nuestro producto	41
11.	Proveedores	58
12.	Presupuesto de inversión	70
13.	Depreciación de activos	71
14.	Costos de producción	72
15.	Costos fijos	73
16.	Costos totales	73
17.	Determinación del precio de venta	74
18.	Estructura de inversión	74
19.	Financiamiento de socios	76
20.	Flujo de caja	77
21.	Valor actual neto	78
22.	Flujo neto para determinar el TIR	79
23.	Evaluación financiera	80
24.	Índice de rentabilidad	80
25.	Periodo de recuperación del capital	81
26.	Análisis FODA	86
27.	Cuadro comparativo de los competidores	88
28.	Presupuesto de la investigación	90
29.	Cronograma de actividades	91

INDICE DE FIGURAS

1.	Mapa geográfico del municipio el Sena	3
2.	Consumo per cápita d carne de pollo en Bolivia	35
3.	Produccion de pollo/año en Bolivia	35
4.	Cantidad de aves producidas en granjas avícolas de Bolivia	36
5.	Materia prima directa	47
6.	Campana convencional	48
7.	Termómetro de temperatura y humedad	48
8.	Bebedero de pollo	49
9.	Comedor de pollo	50
10.	Presentación del pollo empaquetado	51
11.	Cama de pollo	51
12.	Reservorio de agua	52
13.	Escaldadora y desplumadora	52
14.	Selladora de vacío	53
15.	Carrito de carga	53
16.	Camión frigorífico	54
17.	Ventiladores de galpón	54
18.	Ubicación de los ventiladores del galpón	55
19.	Ropa de trabajo	56
20.	Plano de distribución de la microempresa	63
21.	Organigrama de la microempresa	66

RESUMEN

El presente proyecto de grado tiene como objetivo dedicarse a la producción y comercialización de carne de pollo, esto debido al crecimiento sostenible tanto en la producción como en el consumo del producto.

La microempresa “Pollos Salvatierra S.R.L.”, ve como una oportunidad ofrecer el producto al sector avícola, con el objeto de satisfacer las necesidades de la población y brindar nutrición a sus clientes con pollos de excelente calidad.

Al desarrollar un nuevo proyecto de inversión en el municipio del Sena, se genera riqueza ya que se establecen nuevas fuentes de empleo y lo más importante que se busca satisfacer de manera adecuada a los consumidores, de esta manera permite mejorar la calidad de vida de los habitantes de la localidad generando empleos, además de que se incentiva el desarrollo microempresarial y por ende se reduce la migración de los habitantes de la localidad.

El presente proyecto de inversión aborda problemas del entorno con el propósito de coadyuvar al desarrollo sustentable del municipio, interactuando con la comunidad, con la finalidad de generar alternativas de solución a los problemas que impiden el desarrollo social y económico, se pretende realizar un proyecto que contribuya a generar valor en las organizaciones, a la diversificación y reactivación de la economía que genere bienestar social. Tomando en consideración el: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA GRANJA AVÍCOLA EN LA LOCALIDAD DEL SENA”.

Es importante considerar el aporte económico que con el presente proyecto de inversión se realizará, en un primer plano a los pobladores de la localidad, con la creación de nuevas fuentes de trabajo, así como también a los proveedores de la materia prima y los insumos, ya que se mejorará la economía actual de las familias. Al igual que se busca producir pollos con el mismo nivel nutricional, pero más naturales, que no afecten la salud de los consumidores.

El objetivo principal del presente proyecto fue determinar la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de carne de pollo en la localidad del Sena, entre los objetivos específicos, se realizó un estudio de mercado donde se determinó que un 97% de personas encuestadas aceptan la implementación de la microempresa productora y

comercializadora de carne de pollo, debido a que el abastecimiento de este producto esencial en la dieta de las familias seneñas, es traído de otras ciudades entre ellas Cobija y Riberalta, las cuales exportan el producto del vecino país del Brasil , al ejecutar el estudio técnico se determinó una capacidad instalada de 24.000 pollos al año, vale mencionar que la empresa estará situada en la localidad del Sena, municipio Sena en el departamento de Pando.

Se realizó un estudio financiero dentro del cual se desarrolló los diferentes presupuestos con valores reales del mercado local, determinando una inversión inicial de Bs. 599.053,88, que constan con un capital propio del 70% y el resto serán aportaciones de socios externos.

Según los indicadores financieros se pudo determinar que el VAN será Bs. 1.484.722,21. mientras que el TIR será de 29% demostrando que el proyecto es factible y beneficioso para cualquier inversionista que quiera llevarlo a cabo, recalcando que la inversión será recuperada en un periodo estimado de 2 años, tiempo que está por debajo de los cinco años de vida útil planteados para el proyecto.

Como parte final del presente trabajo se ha plateado las respectivas conclusiones y recomendaciones que han sido alcanzadas durante el desarrollo del mismo, dando así la secuencia necesaria al proyecto y sobre todo mostrando los beneficios que se brindará a la sociedad que es satisfacer sus necesidades a cabalidad.

ABSTRACT

The objective of this degree project is to dedicate itself to the production and commercialization of chicken meat, this due to the sustainable growth both in the production and in the consumption of the product.

The microenterprise "Pollos Salvatierra S.R.L.", sees an opportunity to offer the product to the poultry sector, in order to meet the needs of the population and provide nutrition to its customers with excellent quality chickens.

By developing a new investment project in the municipality of Sena, wealth is generated since new sources of employment are established and the most important thing is that it seeks to adequately satisfy consumers, in this way it allows improving the quality of life of the inhabitants of the locality generating jobs, in addition to encouraging micro-enterprise development and therefore the migration of the inhabitants of the locality is reduced.

This investment project addresses environmental problems with the purpose of contributing to the sustainable development of the municipality, interacting with the community, in order to generate alternative solutions to the problems that impede social and economic development, it is intended to carry out a project that contribute to generating value in organizations, to the diversification and reactivation of the economy that generates social welfare. Taking into consideration the: "FEASIBILITY STUDY FOR THE CREATION OF A POULTRY FARM IN THE TOWN OF SENA".

It is important to consider the economic contribution that this investment project will make, in the first place, to the inhabitants of the locality, with the creation of new sources of work, as well as to the suppliers of raw materials and supplies, since the current economy of families will be improved. Just as it seeks to produce chickens with the same nutritional level, but more natural, that do not affect the health of consumers.

The main objective of this project was to determine the feasibility for the creation of a chicken meat production and marketing company in the town of Sena, among the specific objectives, a market study was carried out where it was determined that 97% of people surveyed They accept the implementation of the microenterprise that produces and markets chicken meat, because the

supply of this essential product in the diet of the families of El Seno is brought from other cities, including Cobija and Riberalta, which export the product from the neighboring country. del Brasil, when executing the technical study, an installed capacity of 24,000 chickens per year was determined, it is worth mentioning that the company will be located in the town of Sena, Sena municipality in the department of Pando.

A financial study was carried out within which the different budgets were developed with real values of the local market, determining an initial investment of Bs. 599.053,88, which consists of 70% of its own capital and the rest will be contributions from external partners.

According to the financial indicators, it was determined that the NPV will be Bs. 1.484.722,21. while the IRR will be 29%, demonstrating that the project is feasible and beneficial for any investor who wants to carry it out, emphasizing that the investment will be recovered in an estimated period of 2 years, a time that is less than five years of life. useful raised for the project.

As a final part of this work, the respective conclusions and recommendations that have been reached during its development have been silvered, thus giving the necessary sequence to the project and, above all, showing the benefits that will be provided to society, which is to fully satisfy its needs.

INTRODUCCIÓN

La producción y comercialización de pollos es una de las actividades económicas más destacadas e importantes en nuestro país debido a la gran importancia proteínica de este alimento típico en nuestra mesa, lo cual hace que exista una gran demanda para este producto en el interior del país.

La producción y comercialización del pollo ha aumentado notablemente logrando un alto crecimiento y desarrollo sostenido en los últimos años, haciendo que el pollo sea uno de los productos líderes en el mercado y dando entrada a empresas que se dedican a su comercialización, sin embargo la variación del costo de este insumo tan popular en nuestras recetas ha tenido y sigue teniendo en la actualidad variaciones significativas en su precio por kilo tanto para los mercados mayoristas como para los minoristas, esto a causa de diversos factores como pueden ser la tecnología empleada en su producción, la inflación o los alimentos sustitutos que afectan a la demanda en ciertas temporadas, así como la variación de los precios de estos. Resaltando también que el precio del pollo es menor en comparación con la carne de vacuno, porcino o el pescado.

La carne de pollo es un alimento valiosamente nutritivo, ya que aporta muchas proteínas de alta calidad. En Bolivia es una de las carnes de mayor consumo, y la preferencia de los consumidores se debe a los valores nutricionales y al menor precio frente a la carne vacuna.

Bolivia aumentó su consumo de pollo un 16% y se convierte en el segundo mayor consumidor de Latinoamérica, Bolivia ocupa el segundo lugar en América Latina en consumo de pollo, la demanda por persona subió de 37 - 44 kilos al año entre 2020 y 2022.

En el 2020, según los datos de ALA, Brasil lideraba el consumo de carne de pollo con 45 kg por persona al año. En dos años, Bolivia ha trepado del quinto al segundo lugar en el consumo per cápita (por persona) de carne de pollo en América Latina, de acuerdo con el último reporte de la Asociación Latinoamericana de Avicultura (ALA) (Dutchman, 2022).

Según informa el diario La Razón (La Paz) en su edición impresa una de las razones para su elevada demanda es el precio, más económico que el de otras carnes como la de res, porcina y pescado. Además, esta carne (si se la consume sin piel) contiene menos del 10% de grasa por

cada 100 gramos, lo que la convierte en una proteína saludable para el ser humano (Dutchman, 2022).

Ricardo Alandia, presidente de la Asociación Nacional de Avicultores (ANA) de Bolivia, corroboró la información de la ALA y añadió que actualmente el productor vende a Bs 10,50 el kilo de la carne de pollo, y al consumidor final llega a Bs 16, lo que “de lejos es el costo más barato en el País” (Dutchman, 2022).

El presente proyecto consiste en estudiar la factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de carne de pollo en la localidad del Sena.

Con la implementación del proyecto se contribuirá a la sociedad y al medio ambiente ya que generara fuentes de empleo y contribuirá al uso racional de la materia prima que brinda la naturaleza como factores de responsabilidad social.

La estructura del proyecto de grado contiene su marco metodológico que incluye el marco teórico, así como también su marco referencial, porque en ello se detalla los conceptos básicos fundamentales para el desarrollo de la misma y los estudios previos que se a podido evidenciar sobre nuestro proyecto, en la parte de la metodología se utilizó para detallar en forma clara y precisa todos los métodos, como el método descriptivo y analítico, en materiales, fueron necesarios los útiles y equipos de oficina y finalmente en las técnicas, se utilizó la observación directa y la encuesta los que se hicieron imprescindibles para el desarrollo del presente trabajo.

El estudio de mercado, su respectivo análisis de la oferta, de sus respectivas demandas y sus proyecciones, así mismo los resultados obtenidos de las entrevistas y encuestas realizadas a los consumidores con su respectivo análisis.

Se presenta también información relacionada con el estudio técnico en el que se establece el tamaño de acuerdo a la capacidad instalada, la localización de la planta, se describen, además, los equipos utilizados y el personal que formara parte de la microempresa “POLLOS SALVATIERRA S.R.L” se propone una estructura administrativa-organizacional que obedece a normas legales de la ley de compañías que describen los niveles jerárquicos y las funciones establecidas para cada cargo.

Seguidamente se detalla el estudio financiero en el cual consta el financiamiento necesario para la operación del proyecto; se incluye el análisis de los costos e ingresos; así como la determinación del punto de equilibrio.

Se realiza la evaluación financiera que se constituye en una de las partes primordiales que permite establecer la factibilidad de proyecto, se analizan los principales indicadores como el Valor Actual Neto (VAN); Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio Costo (RBC) Y Periodo de Recuperación del Capital (PRC).

Además, se realizaron las Conclusiones y Recomendaciones a las que se ha llegado después de terminar el presente proyecto de grado. Dentro de los anexos se hace constar el formato de la encuesta que se aplicó en el estudio de mercado.

CAPÍTULO I

1. PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA

1.1 TITULO DE LA PROPUESTA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA GRANJA AVÍCOLA EN LA LOCALIDAD DEL SENA.

1.2 ANTECEDENTES

A nivel internacional el origen de las gallinas se sitúa en el Sudeste asiático. El naturalista británico Charles Darwin las consideró descendientes de la única especie silvestre, el gallo *Bankiva* que vive en estado salvaje desde India hasta Filipinas.

Los científicos estiman que fueron domesticadas hace 8000 años en la zona que en la actualidad corresponde a Tailandia y Vietnam. La gallina es uno de los primeros animales domésticos que se mencionan en la historia escrita.

En el siglo XX los laboratorios, obtenían grandes adelantos en materia nutricional, lo que permitió una expansión constante de la producción avícola. Luego mediante inteligentes campañas publicitarias y modernos sistemas de venta hizo que la demanda estuviera por encima de la producción. En la actualidad los progresos en materia de genética y nutrición han favorecido esta actividad. El pollo se ha convertido en un plato diario, en casi todo el mundo. (MANUAL DE AVICULTURA 2º AÑO CICLO BÁSICO AGRARIO , s.f., pág. 10)

En Bolivia la avicultura ha cobrado mucha importancia en los últimos años, no sólo a nivel de grandes empresas sino también en micro empresas y al interior de la unidad familiar. La investigación realizada en la localidad de San Pablo, ubicada en la zona media de la provincia Caranavi, demostró la importancia de la participación de género y su aporte a la economía familiar mediante la generación de ingresos adicionales, producto de la implementación de un sistema semis intensivo de producción de aves de postura. (VEGA, 2006, pág. 11)

En el Departamento Pando Según los datos del Censo Nacional Agropecuario del 2013, y en complementación con los datos de la Encuesta Nacional Agrícola del 20151 y del Plan del Sector Agropecuario y Rural con Desarrollo Integral Para Vivir Bien; el departamento de Pando, cuenta con 307 comunidades dedicadas a las actividades de recolección de frutos del bosque y

forestal, producción frutal, crianza de ganado bovino, pesca y crianza de actividades piscícolas. Estas comunidades están constituidas en Organizaciones Económicas Campesinas, Indígena Originarias OECA's, siendo la base de esta estructura la Unidad Productiva Familiar y Multifamiliar, Campesinos Agropecuarios de materia prima que se dedican principalmente a procesos grupales y actividades asociativas de acopio de materia prima. (VEGA, 2006).

1.3 NOMBRE DE LA ENTIDAD BENEFICIARIA

La entidad beneficiaria es directamente la localidad del Sena, el Municipio y sus comunidades aledañas al municipio.

1.4 REFERENCIA GEOGRAFICA DEL PROYECTO

Sena (o conocido también como El Sena) es una localidad y municipio de Bolivia, ubicado en la provincia de Madre de Dios del departamento de Pando, en cuanto a distancia, El Sena se encuentra a 252 Km. de la ciudad de Cobija y a 189 Km. de la ciudad de Riberalta, la localidad forma parte de la ruta nacional 13 de Bolivia.

1.4.1 GEOGRAFÍA

El municipio posee una extensión superficial de 7.589 km² y está situado a una altura promedio de 200 metros sobre el nivel del mar.

Su topografía es plana con ligeras ondulaciones. cuenta con un clima tropical húmedo y cálido con una temperatura media anual de 25.5°C. sus principales ríos son el Madre de Dios, Manurimi, Manupare y Sena., se ubica en la parte más occidental de la provincia de Madre de Dios, a su vez al sur del departamento de Pando, limita al este con el municipio de San Lorenzo (municipio), al sur con el municipio de Ixiamas en el departamento de La Paz, y al norte con el municipio de Puerto Rico en la provincia de Manuripi.

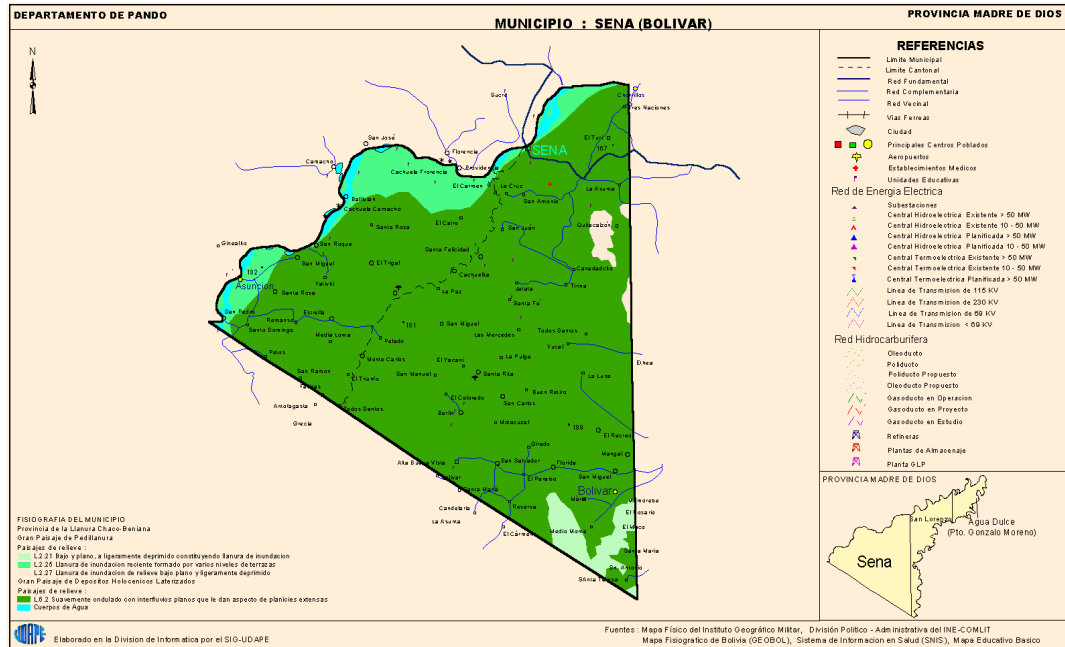


Figura 1: Mapa geográfico del municipio Sena
Fuente: Google Maps

1.5 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En el presente proyecto de grado se desarrolló el estudio de factibilidad para la implementación de una Granja Avícola, con la finalidad de satisfacer la demanda de las familias del Sena a través de la comercialización de la carne de pollo.

Se puede establecer que la falta de una granja avícola es de mucha importancia para satisfacer las necesidades alimenticias como es la compra y venta de carne avícola en esta localidad y sus comunidades aledañas.

Se ha evidenciado que en la localidad no existe proyectos que fortalezca la actividad productiva, por el cual nace la necesidad de implementar una granja avícola, para que la mayoría de la población incluya inclusivamente a su dieta alimenticia la carne de pollo, en la cual se ve afectada por la poca productividad de estas especies de aves.

La baja proyección de módulos avícolas hace que nazca la productividad para la comercialización de esta especie, la cual provoca poca satisfacción al público demandante.

Por lo tanto, nace la visión de implementar modulo avícolas en la localidad el Sena; vale enunciar que la avicultura coadyuva a impulsar la economía agropecuaria en el departamento o municipio, generar mejores condiciones de calidad para el campo, ofrecer oportunidades laborales y entregar productos, como la carne de pollo de excelente calidad y a precios accesibles.

1.6 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo debería ser el Estudio de factibilidad para la implementación de una Granja Avícola en el Municipio el Sena?

1.7 JUSTIFICACIÓN

La presente investigación tiene como objeto principal verificar grado de factibilidad para la implementación de la Granja Avícola dentro de la localidad del Sena, se realizara con la finalidad de crear un emprendimiento para satisfacer la demanda del mercado local, ya que en actualmente no se cuenta con ningún tipo de proyecto para cubrir dicha demanda en el mercado, por tanto vale indicar que el municipio del Sena ha tenido bastante crecimiento dentro de los últimos años, y es por ellos que se identifica una necesidad en esta características ya que en el mercado local se abastecen de la carne de pollo de dos mercado de la ciudad de Riberalta y de la cuidad de Cobija.

Mediante la realización del proyecto se pretende fortalecer el emprendimiento a través de los resultados de la investigación bajo el estudio de la producción de los costos que generara la empresa en el momento de la ejecución del negocio. Por tanto, con el desarrollo de la investigación se obtendrá un documento en cual especifique los datos para la creación de una granja avícola en el municipio de el Sena.

Los beneficiarios con el presente trabajo de investigación serán: en primera línea el dueño propietario que implementara una granja avícola y en segunda línea serán los demandantes del producto.

1.8 OBJETIVOS

1.8.1 Objetivo General

Determinar la factibilidad para la creación de una Granja Avícola en la localidad del Sena.

1.8.2 Objetivos Específicos

- Realzar un estudio de mercado que permita conocer la demanda actual de nuestro producto para la implementación de una Granja Avícola en el municipio el Sena.
- Determinar los canales de comercialización y la periodicidad de compra de nuestro producto.
- Ejecutar los análisis económicos y financieros que determinen la viabilidad económica del proyecto a través de los indicadores financieros.

CAPÍTULO II

2. SUSTENTO TEÓRICO

2.1.1 MARCO TEÓRICO

La crianza de las aves es uno de rubros de la zootecnia que está más avanzado en conocimientos y técnicas de crianza, es así que hasta hace pocos años fue una actividad marginal donde se desarrollaba a nivel rustico y doméstico.

Desde aproximadamente los años 70 a la actualidad la avicultura boliviana se ha incrementado y difundido en diferentes climas como templados y cálidos, debido a su alta rentabilidad, menor costo en la crianza constar con buenas líneas genéticas como también alimentos concentrados de buena calidad que permiten conseguir una excelente conversión alimenticia, es por esta razón que el sector avícola ha logrado un avance óptimo de los niveles técnico y productivo para poder satisfacer las exigencias nutricionales del mercado nacional e internacional.

La exigencia del consumidor respecto a la calidad del pollo ha inducido a un aumento creciente en la competitividad del sector avícola, con la introducción de equipos modernos y automatizados en todas las áreas posibles para atender las demandas del producto con eficiencia y calidad

2.1.2 La Evaluación de proyectos

El Proyecto es la búsqueda de la solución más eficiente a un problema con la finalidad de satisfacer una de las muchas necesidades que tienen los seres humanos. (Delgado, Bermúdez, & Pinto Aguilar, 2004)

La definición anterior e incluso resalta la importancia social de todo proyecto de inversión, indicando que no debe buscar como fin primordial la obtención de rentabilidad financiera, sino que además debe considerar como una de sus finalidades, hacer un aporte a la sociedad, tratando de satisfacer de manera eficiente la necesidad por la cual se planteó y considerando siempre la cualidad de escasos que tienen los recursos que el mismo pueda demandar. (Delgado, Bermúdez, & Pinto Aguilar, 2004)

Al estar dadas estas condiciones: necesidades que satisfacer, recursos escasos y eficiencia en su manejo; es fundamental seleccionar las mejores alternativas de inversión y la herramienta utilizada para ello es la evaluación de proyectos. En este sentido, es posible definir la evaluación de proyectos como el estudio que busca medir de manera objetiva ciertas magnitudes cuantitativas que son resultado del análisis de un proyecto en particular. (Delgado, Bermúdez, & Pinto Aguilar, 2004)

2.1.3 Mercado

Mercado es el conjunto total de personas u organizaciones con necesidades por satisfacer, dinero para gastar y la disposición y la voluntad de gasto.

Un mercado meta, es la parte del mercado seleccionado por un productor de servicios, para ofertar los bienes y servicios que produce y para lo cual diseña un plan de mercadotecnia especial, con la finalidad de alcanzar sus objetivos corporativos. (Delgado, Bermúdez, & Pinto Aguilar, 2004).

Es un sitio donde se realiza la compra y venta de bienes o servicios, es donde también fluctúa la oferta y la demanda.

2.1.3.1 Estudio de mercado

Según Baca & Urbina (1992:37). Definen mercado como “el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados”. (Delgado, Bermúdez, & Pinto Aguilar, 2004, pág. 19).

2.1.3.2 Tipos de Mercados

Según (Delgado, Bermúdez, & Pinto Aguilar, 2004, pág. 19) Reconocen cinco tipos de sus mercados a la hora de realizar un estudio de factibilidad: proveedor, competidor, distribuidor, consumidor y externo. Este último está inmerso en los cuatro anteriores ya que cualquiera de las precedentes clasificaciones podría encontrarse en el exterior.

2.1.3.3 Mercado Proveedor

Es aquel que provee todos los insumos necesarios para la fabricación de un producto o para ofrecer algún servicio. En este mercado se deberán estudiar todas las alternativas de

obtención de materias primas, sus costos, condiciones de compra, sustitutos, perfectibilidad, necesidad de infraestructura especial para su almacenamiento, oportunidad y demoras en la recepción, disponibilidad, seguridad en la recepción, entre otras. (Delgado, Bermúdez, & Pinto Aguilar, 2004, pág. 19)

2.1.3.4 Mercado Competidor

Los alcances de este mercado van más allá de la simple competencia por la colocación del producto. Se refiere a todas aquellas empresas o personas que elaboran o venden productos u ofrecen algún servicio similar a los del proyecto para así poder definir la propia estrategia comercial del mismo. Para poder determinar las variables es importante, por ejemplo, conocer los precios a que vende, las condiciones, plazos y costos de los créditos que ofrece, los descuentos por volúmenes y pronto pago, el sistema promocional, la publicidad, los canales de distribución que emplea para colocar sus productos, la situación financiera de corto y largo plazo, entre otros aspectos. (Delgado, Bermúdez, & Pinto Aguilar, 2004, pág. 20)

2.1.3.5 Mercado Distribuidor

Se refiere a la selección de un sistema que garantice la entrega oportuna de los productos al consumidor. Los costos de distribución son factores importantes de considerar, ya que son determinantes en el precio a que llegará el producto al consumidor y, por tanto, en la demanda que deberá enfrentar el proyecto. (Delgado, Bermúdez, & Pinto Aguilar, 2004, pág. 20)

2.1.3.6 Mercado Consumidor

Es el estudio más complejo y requiere de mayor tiempo para su análisis ya que deben considerarse los hábitos y motivaciones de compra del consumidor real (el que toma la decisión de compra), la lealtad hacia los productos o servicios existentes, entre otros, para crear la estrategia de comercialización más apropiada.

El estudio de mercado se define como el análisis que busca verificar cuál es la posibilidad real de inserción que tiene el producto en un mercado determinado. De esta forma, se puede medir el riesgo de su colocación y sus posibilidades de éxito.

Según (Delgado, Bermúdez, & Pinto Aguilar, 2004, pág. 21) éste abarca seis aspectos básicos: descripción del producto, características y usos, demanda del producto, oferta del producto, mercado potencial, formación del precio y canales de comercialización.

2.1.4 Demanda

La demanda es la exteriorización de las necesidades y deseos del mercado y está condicionado por los recursos disponibles del comprador y los estímulos de marketing recibido. Dado que el análisis de la demanda supone un estudio cuantitativo del mercado, se puede definir la demanda como un producto como” el volumen total que será adquirido de dicho producto por un grupo de compradores determinado, en un periodo de tiempo fijado y a partir de unas condiciones de entorno y esfuerzo comercial determinados”. (Delgado, Bermúdez, & Pinto Aguilar, 2004)

Es la cantidad de bienes y servicios que puedan ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor o por el conjunto de consumidores.

2.1.4.1 Demanda del Producto

Según (Delgado, Bermúdez, & Pinto Aguilar, 2004, pág. 22) Se puede definir a la demanda como la cantidad de bienes y servicios que el mercado quiere o solicita para lograr la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

El concepto de la demanda intenta determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio para poder determinar la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. Es por eso que es de gran importancia conocer cuál es su magnitud e intensidad.

2.1.5 Oferta

Se entiende como la cantidad de bienes y servicios que una organización está dispuesto a vender a un determinado precio del mercado, dados unos precios de insumos y una tecnología. La oferta busca conocer la composición de los servicios, estructura y capacidad de producción que se dispone en un mercado de referencia. Junto con el conocimiento que se adquiere de esta, también se determinan las condiciones de competitividad frente a los demás ofertantes. La oferta debe brindar la información de base para llegar a las conclusiones, posteriormente sobre el tipo

demercado al cual se enfrenta el proveedor de servicios (Delgado, Bermúdez, & Pinto Aguilar, 2004).

La oferta se define como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a determinadas condiciones de mercado.

2.1.5.1 Oferta del Producto

Según (Delgado, Bermúdez, & Pinto Aguilar, 2004, pág. 26) Se puede definir la oferta como la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

Para efectos del análisis –continúa Baca-, existen diferentes tipos de oferta. A continuación, se describen tres tipos:

2.1.5.2 Oferta Competitiva

Ocurre al existir una gran cantidad de productores que se encuentran en condiciones de libre competencia, y ninguno de ellos domina el mercado, su participación está determinada por la calidad, el precio y el servicio que ofrecen al consumidor.

2.1.5.3 Oferta Oligopólica

Ocurre cuando el mercado se encuentra dominado por pocos productores quienes determinan la oferta y los precios.

2.1.5.4 Oferta Monopólica

Ocurre al existir un solo productor del bien o servicio y por tanto domina totalmente el mercado imponiendo la calidad, el precio y la cantidad.

2.1.6 Competencia

Es lo que sucede cuando dos o más rivales, sin comunicación de ningún tipo entre ellos y con el objetivo de ganar, participan en igualdad de condiciones en un juego que posee reglas claras y transparentes, que han sido predeterminadas y aceptadas por todos los participantes y que serán administradas y reguladas por un árbitro imparcial (Delgado, Bermúdez, & Pinto Aguilar, 2004).

Es cuando dos o más empresas entran en diferenciarse de uno y otra empresa, tratando de ser líder en el mercado.

2.1.7 Estudio Técnico

El estudio técnico debe analizarse de manera detallada todos los elementos que incidirán en la producción del bien o servicio. Este análisis deberá organizar la información que corresponda a la actividad productiva del proyecto y así poder verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto. (Delgado, Bermúdez, & Pinto Aguilar, 2004, pág. 30)

2.1.8 Localización del Proyecto

Este primer punto del estudio técnico es consecuencia de una decisión sumamente importante ya que comprende la consideración de los siguientes factores: medios y costos de transporte, disponibilidad y costo de la mano de obra, cercanía de las fuentes de abastecimiento, factores ambientales, cercanía del mercado, costo y disponibilidad de terrenos, estructura impositiva legal, entre otros; estos se relacionan de manera directa con la posibilidad de que el proyecto sea exitoso o no. (Delgado, Bermúdez, & Pinto Aguilar, 2004, pág. 31)

2.1.9 Estudio Económico-Financiero

Según (Blanco,2003). Divide al estudio económico financiero en dos grandes grupos para determinar la factibilidad del proyecto que se esté analizando. Estos son: la evaluación económica-financiera y la evaluación de los resultados. (Delgado, Bermúdez, & Pinto Aguilar, 2004, pág. 45)

2.1.10 La Evaluación Económica-Financiera

Este apartado comprende la etapa de la evaluación de proyectos que recoge la información de carácter económico obtenida en los estudios previos. Los objetivos de este análisis son: ordenar y clasificar la información de tipo monetario que es suministrada por los estudios realizados anteriormente y elaborar cuadros analíticos que contengan esta data, además de cualquier otro elemento que el evaluador considere necesario incluir acorde a las características del mismo.

Básicamente, este estudio debe contener la clasificación de todos los elementos de costos del proyecto, de inversión y de ingresos, ya que proveerán la información que necesita el

evaluador para realizar la evaluación de los resultados obtenidos del mismo a través de distintos indicadores y análisis económicos y financieros que serán explicados en su momento. Acorde a este orden de ideas, una evaluación económica (continúa Blanco), debe contener los siguientes puntos clave: Componentes de la inversión, Inversión total, Depreciación y Amortización, Financiamiento de Terceros, Nómina, Materias Primas, Ingresos, Gastos de Fabricación y Estado de Resultados. (Delgado, Bermúdez, & Pinto Aguilar, 2004, pág. 46)

2.1.11 Componentes de la Inversión

La determinación de los componentes de la inversión es un conjunto de cuadros analíticos que relacionan los activos fijos de la empresa proyectada con otros activos. Exactamente, este apartado se compone de tres grupos clave: los elementos de infraestructura y estructura, los de maquinaria y equipos de producción; y los estudios y proyectos. Su objetivo principal está en determinar la composición de su costo cuyos valores serán llevados luego al cuadro de inversión total. (Delgado, Bermúdez, & Pinto Aguilar, 2004, pág. 47)

2.1.12 Elementos de Infraestructura y Estructura

Esta subdivisión contiene partidas tales como: las obras civiles, instalaciones civiles, las instalaciones eléctricas, el equipo auxiliar, el mobiliario y equipo de oficina, y cualquier otro similar.

2.1.13 La Maquinaria y Equipo de Producción

Ésta abarca toda la maquinaria y equipos necesarios para la producción del bien o servicio. En caso de que tenga que importarse, se debe colocar en el cuadro analítico toda la composición de los costos en los que se incurrió, considerados desde el lugar de origen hasta el lugar donde la misma será instalada. (Delgado, Bermúdez, & Pinto Aguilar, 2004)

2.1.14 Rubros de Activos Fijos

Abarcan los activos tangibles entre los que se encuentran los elementos de infraestructura y estructura, y la maquinaria y equipos de producción, todos estos calculados previamente en la parte de los componentes de la inversión.

2.1.15 Rubros de los Otros Activos

Cubren los activos intangibles entre los que se consideran los gastos de instalación y montaje, los costos de puesta en marcha y los honorarios pagados por concepto de estudios económicos, de ingeniería y legales.

2.1.16 Rubro del Capital de Trabajo

Conceptualmente, éste representa la liquidez requerida para poder hacer frente al desfase que existe entre el momento que comienzan a causarse los gastos iniciales de operación de la empresa y el momento en que comienzan, efectivamente, a recibirse los ingresos.

Los principales rubros que necesitan de capital de trabajo son los inventarios de materias primas, la política que se tenga de cuentas por cobrar, los gastos de fabricación y la mano de obra directa e indirecta. (Delgado, Bermúdez, & Pinto Aguilar, 2004, pág. 49).

2.1.17 Estudios y proyectos

Según (Delgado, Bermúdez, & Pinto Aguilar, 2004) este punto se deberá de considerar todos los costos de los estudios de ingeniería, económicos y similares.

2.1.18 Inversión Total

Esta parte de la evaluación económica financiera se encarga de mostrar detalladamente el proceso de adquisición del contingente de activos necesarios para el inicio de las operaciones de la empresa que se está evaluando. (Delgado, Bermúdez, & Pinto Aguilar, 2004, pág. 48)

El análisis de este punto deberá mostrar el valor total de los Activos Fijos, Otros activos y el Capital de Trabajo; todos clasificados por rubro. En caso que la inversión total abarque más de un año, se deberá presentar el detalle para cada año por separado y, en la parte final, la suma de la inversión total.

Según (Delgado, Bermúdez, & Pinto Aguilar, 2004, pág. 48) Determinan los montos anuales que deberán, además, estar clasificados en: Aporte propio y de Terceros.

2.2 MARCO REFERENCIAL

2.2.1 Antecedentes del tema de investigación

En el municipio El Sena no existe ningún trabajo o estudio que haga referencia al tema investigado, pero indagando en diferentes plataformas y paginas digitales se ha podido identificar estudios realizados en otras ciudades del País, así como también en otras ciudades del mundo, que incluyen Trabajos de grados, plan de negocios, proyectos de inversión, artículos y tesis de grado similares a nuestro tema, haciendo referencia, a la implementación de granjas avícolas, a continuación, se describen la información más destacada:

- ❖ Proyecto de inversión denominado: CRIADERO DE POLLOS PARRILLEROS elaborado el Año 2007 por: Mariela Adema, Max Adema y Garmendía Marín.

Este proyecto tiene como objetivo principal producir pollos parrilleros diferenciados en calidad, para ser competitivos en el mercado.

La idea del proyecto es instalar un criadero de pollos parrilleros, habilitados por SENASA, en la ciudad de Santa Rosa (La Pampa), para cubrir un segmento del mercado que esté dispuesto a pagar por un producto diferenciado.

- ❖ Proyecto d grado denominado: ESTUDIO DE PRE – FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA GRANJA DE GALLINAS PONEDORA EN LA PROVINCIA DE CHINCHA, trabajo elaborado en el año 2017 por: Brunella Méndez Grimaldi.

Este proyecto tiene como principal objetivo determinar la viabilidad técnica, social y de mercado para la implementación de una granja de gallinas ponedoras en la provincia de Chincha con los siguientes objetivos: 1) Realizar un estudio del consumo de huevos en Lima Metropolitana para determinar la demanda. 2) Evaluar la viabilidad económica y tecnológica para la implementación de una granja de postura con crianza piso y jaulas. 3) Identificar puntos de venta de los insumos y materiales necesarios para el óptimo desarrollo del proyecto. 4) Identificar oportunidades que permitan fomentar e incrementar el consumo de huevos en el país. 5) Identificar posibles nuevos canales de distribución para el producto y sus beneficios.

- ❖ Proyecto de grado - plan de negocio denominado: GRANJA DE PRODUCCIÓN Y CRIANZA DE POLLO PARRILLERO EN EL MUNICIPIO DE PATACAMAYA, elaborado en La Paz Bolivia, el año 2018 por: Vicher Oscar Tola huanca y Sixto Condori Chuquimia.

El presente plan de negocios se trata de mostrar la potencialidad de la producción de pollos, esto debido al crecimiento sostenible tanto en la producción como en el consumo del producto.

La microempresa “pollos Pat. S.R.L.” dedicado a la producción de pollos, ve como una oportunidad de ofrecer el producto al sector avícola, con el objeto de satisfacer las necesidades de la población y brindar nutrición a sus clientes con pollos de excelente calidad.

- ❖ Trabajo de Grado denominado: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HUEVO, elaborado en el año 2018 por: Adriana Constanza Bejarano Calderón.

Este trabajo tiene como principal objetivo realizar un estudio de factibilidad para el Montaje de una Empresa Productora y Comercializadora de huevo, en el municipio de Gachalá Cundinamarca. A través de la realización del proyecto demostrar el grado de factibilidad que nos representara desarrollar la investigación, para la posterior puesta en marcha de la empresa.

CAPITULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipo de Investigación

Para el desarrollo de este proyecto se caracteriza un tipo de investigación descriptivo donde se pretende llegar al mercado municipal con una propuesta innovadora de un estudio de factibilidad para la creación de una granja avícolas, que consiste en el cuidado sano y saludable de las aves, permitiendo así al cliente mayor satisfacción del consumo de productos naturales de la región.

3.2 Enfoque

Se utilizará el enfoque cualitativo y cuantitativo. Porque a través del enfoque cualitativo evaluaremos las cualidades de gusto, preferencias, precios y otros indicadores que nos proporcionaran los consumidores, mientras que con el enfoque cuantitativo analizaremos los resultados cuantificables que nos proporcionen la recolección de datos.

3.3 Método

Para el trabajo de investigación se utilizarán los siguientes métodos de investigación:

3.3.1 Método Analítico: porque vamos analizar y detallar el grado de factibilidad para la implementación de una granja avícola en el municipio del Sena.

3.3.2 Investigación de campo: Este método se aplicará al lugar donde se construirá el proyecto se realizará una investigación de mercado para determinar la acogida del mismo entre los habitantes del sector y sus expectativas, para de esta manera proyectar la demanda.

3.4 Población y muestra

3.4.1 Segmentación geográfica

La microempresa “POLLOS SALVATIERRA SRL”, se orientará como medio de distribución al mercado central de la localidad, friales, tiendas de barrios y población aledañas al municipio, que cuyos puntos de venta se encuentran en su mayoría en la localidad del Sena.

El municipio del Sena es la Tercera Sección de la Provincia Madre de Dios del

departamento de Pando, El Sena se encuentra a 252 km de Cobija, la capital departamental, y a 189 km de Riberalta. La localidad forma parte de la Ruta Nacional 13 de Bolivia, limita al norte con el río Madre de Dios (municipio Puerto Rico), al este con el municipio San Lorenzo, al sur y oeste con la provincia Iturrealde del departamento de La Paz. Su topografía es plana con ligeras ondulaciones. Su clima es tropical húmedo y cálido con una temperatura media anual de 25.5°C. Sus principales ríos son el Madre de Dios, Manurimi, Manupare y Sena. El municipio posee una extensión superficial de 7.589 km² y está situado a una altura promedio de 200 metros sobre el nivel del mar.

3.4.2 Población Objetiva

La población objetiva que tomaremos es la tercera sección de la provincia Madre de Dios, el cual es el municipio del Sena, específicamente la localidad del Sena, quien tiene 9.125 habitantes (Dato tomado del censo 2012 y proyectados hasta el 2.022), por ser la población más grande que tiene la provincia Madre de Dios, además del flujo de comercio existente en la población.

3.4.3 Muestra

La muestra es un sub grupo de la población seleccionada para ser estudiada haciendo deducciones acerca de los parámetros de la población.

Para la muestra se tomó en cuenta a los habitantes de la localidad del Sena, considerando a amas de casa, dueños de friales, comerciantes y dueños de tiendas de barrios.

3.4.4 Muestreo aleatorio simple

Es la modalidad de muestreo más conocida y que alcanza mayor rigor científico. Garantiza la equiprobabilidad de elección de cualquier elemento y la independencia de la selección de cualquier otro. Para (Copa, C.S, J.M, & Ticona C.E, 2012) en este procedimiento se extraen al azar un número determinado de elementos, “n”, del conjunto mayor “N” o población, procediendo según la siguiente secuencia:

- a) Definir la población, confeccionar una lista de todos los elementos, asignándoles número consecutivos desde 1 hasta “n”.
- b) La unidad de base de la muestra debe ser la misma.
- c) Definir el tamaño de la muestra.

d) Extraer al azar los elementos.

3.4.5 Cálculo De La Muestra (Tamaño Y Diseño)

La muestra es el número de personas a quienes se les hará la encuesta correspondiente, es aplicado con la formula finita, el cual valora los siguientes aspectos.

3.4.6 Población considerada

Para poder determinar la muestra es necesario considerar que se tomó como base la población según el censo 2012, y se proyectó hasta el año 2.022, teniendo como resultado 9.125 habitantes los mismos que son divididos para los 4 miembros que es el promedio familiar según datos del INE con una tasa anual del 1.05% en la localidad, dando por resultado 2.281 familias aproximadamente en el año 2.022, para esto se realiza la proyección en familias.

Se realiza la proyección de la población en familias con el valor que tenemos que es de 2.281, aplicando la fórmula que se describe a continuación y la presente tabla con las proyecciones finales hasta el año de vida del proyecto.

Formula:

$$P = (Poblacion\ final \times\ tasa\ de\ crecimiento) +\ poblacion\ final$$

$$P = (9.125 \times 1.05\%) + 9.125$$

$$P = 9.221\text{ habitantes.}$$

Tabla 1

Proyección de la Población en Familia

Años	Población proyectada por años
2022	2.281
2023	2.305
2024	2.329
2025	2.353

2026	2.378
2027	2.403

Fuente: Elaboración propia

3.4.7 Técnica e instrumento de la investigación

3.4.7.1 Encuesta

Técnica que consiste en el registro de situaciones que pueden ser observadas, entre sus características fundamentales se destacan:

- Es una observación no directa de los hechos por medio de lo que manifiestan los interesados.
- Es un método preparado para la investigación.
- Permite una aplicación masiva que mediante un sistema de muestreo puede extenderse a una nación entera.
- Hace posible que la investigación social llegue a los aspectos subjetivos de los miembros de la sociedad.

3.4.7.2 El cuestionario

Es un conjunto de preguntas sobre los hechos o aspectos que interesan en una investigación y que son contestadas por los encuestados. Se trata de un instrumento fundamental para la obtención de datos.

El objetivo del diseño de una encuesta es minimizar los errores de no muestreo que pueden ocurrir, en ese sentido los cuestionarios deben reunir las siguientes características: operativos (fáciles de tabular y procesar), fáciles de manejar y utilizarse como un instrumento de recolección de datos (Copa, C.S, J.M, & Ticona C.E, 2012).

El instrumento que se requiere para esta técnica es un cuestionario con preguntas cerradas y de selección.

3.4.7.3 Entrevista

La entrevista es el instrumento más importante de la investigación, junto con la construcción del cuestionario. En una entrevista además de obtener los resultados subjetivos del

encuestado a cerca de las preguntas del cuestionario, se puede observar la realidad circundante, anotando el encuestador además de las respuestas tal cual salen de la boca del entrevistado, los aspectos que considere oportunos a lo largo de la entrevista (Copa, C.S, J.M, & Ticona C.E, 2012).

3.4.8 Técnicas de procesamiento y análisis

Una vez recogida los datos a través de los instrumentos como cuestionarios, encuestas, entrevistas, entre otros, comienza el proceso de procesamiento y análisis de datos referentes a cada variable objeto de estudio para su posterior presentación de resultados. Para ello debemos utilizar unas técnicas de procesamiento y análisis de datos las cuales son operaciones a las que serán sometidos los datos que se obtengan (Slide, s.f.).

3.4.8.1 Técnicas de procesamiento de datos

Entre las técnicas de procesamiento de datos se utiliza el registro de las encuestas para su posterior tabulación.

3.4.8.2 Técnicas de análisis de datos

La técnica de análisis de datos que se utiliza es la técnica estadística.

3.4.8.3 Validación y confiabilidad

Según (Rusque, 2003) “la valides representa la posibilidad de que un método de investigación sea capaz de responder a las interrogantes formuladas”. La fiabilidad designa la capacidad de obtener los mismos resultados de diferentes situaciones. La fiabilidad no se refiere directamente a los datos, sino a las técnicas de instrumentos de medida y observación, es decir, el grado en que las respuestas son independientes de las circunstancias accidentales de la investigación. (Citado por (Slide, s.f.).

CAPÍTULO IV

4. PROPUESTA CENTRAL

4.1 ESTUDIO DE MERCADO

Para el estudio de mercado se utilizó la investigación cuantitativa según el objetivo principal descriptiva y explicativa.

La investigación cuantitativa, llamada también metodología cuantitativa es aquella que permite examinar los datos de manera científica, o más específicamente de forma numérica, generalmente con ayuda de herramientas del campo de la estadística.

“Enfoque cuantitativo: usa recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento”. (Hernandez, 2015).

Es el punto que consiste en determinar la cantidad de la demanda, las condiciones de oferta y demanda estudiando los precios y cantidades de mercado. Por lo cual se usa como la mejor alternativa para la recolección de datos para la encuesta tomando en cuenta como universo la localidad del Sena y sus alrededores.

Con esta investigación cuantitativa, describiremos los resultados obtenidos en el estudio de mercado para su posterior detalle de los datos.

4.1.1 Introducción al Estudio de mercado

(Proaño, 2016), manifiesta que un estudio de mercado es una herramienta que ofrece el marketing y que permite comprender el mercado económico al que se incurrirá, conociendo a proveedores, clientes y competidores potenciales que se encontrarán en él, es decir, el estudio de mercado analiza la oferta y demanda.

(Quezada, 2011), manifiestan que el estudio de mercado tiene por objeto caracterizar a los consumidores actuales y potenciales, identificando sus preferencias, hábitos de consumo, etc., para obtener un perfil sobre el cual pueda basarse la estrategia comercial. Dentro de este estudio se analiza la competencia y las ofertas del mercado, ya que es fundamental y preciso conocer las estrategias que sigue la competencia para aprovechar sus ventajas y evitar las desventajas, además se constituye una fuente de información para calcular las posibilidades de captar

mercado y para el cálculo de costos. La determinación de la oferta puede ser compleja porque no siempre es posible visualizar todas las alternativas de sustitución del producto del proyecto.

(Quezada, 2011), plantean que se debe tener en cuenta a los proveedores, la disponibilidad y precio de los insumos actuales, el mercado de los proveedores juega un papel determinante en el éxito o fracaso de un proyecto, por ende, se debe estudiar si existe la disponibilidad de insumos requeridos y cuál es el precio que se deberá pagar para garantizar su abastecimiento.

El presente proyecto está dirigido al mercado de bienes de consumo final y se trata de un bien habitual, con una cobertura a nivel local, con interés de ampliar el servicio ofrecido a la gran parte del municipio El Sena y otros municipios aledaños.

4.1.2 Servicio

El servicio a brindar, es la comercialización de pollos en la localidad de El Sena, sugiriendo la venta del pollo eviscerado y entero, ya que las personas pertenecientes a este sector y lugares aledaños no cuenta con un proveedor establecido, además se llevará un control de faenado y se contará con un vehículo para el traslado y entrega de la carne de pollo.

4.1.3 Usuario

Según (Proaño, 2016), el usuario puede ser un individuo, una familia, o una organización que compra un producto para su uso o para la producción de otros productos o una organización que compra un producto para su reventa para obtener un beneficio.

El usuario es el factor más importante de la empresa, debido a que son los protagonistas del intercambio de productos. Los usuarios del proyecto son la población del Sena, tomando un papel de mayor importancia la localidad del municipio y sus sectores más cercanos que consuman u ofrezcan por medio de tiendas de barrio, friales, puestos locales en el mercado central o puestos de comidas la carne de pollo.

4.1.4 Delimitación y descripción del mercado

El proyecto está encaminado a satisfacer la de demanda de carne de pollo, en el municipio El Sena, concretamente en la localidad del Sena, que se encuentra ubicada en la Tercera Sección de la Provincia Madre de Dios del departamento de Pando.

El Sena se encuentra a 252 km de Cobija, la capital departamental, y a 189 km de Riberalta. La localidad forma parte de la Ruta Nacional 13 de Bolivia, limita al norte con el río Madre de Dios (municipio Puerto Rico), al este con el municipio San Lorenzo, al sur y oeste con la provincia Iturrealde del departamento de La Paz.

El municipio posee una extensión superficial de 7.589 km² y está situado a una altura promedio de 200 metros sobre el nivel del mar, con una población aproximada de 9.125 habitantes, este municipio está conformada por varias comunidades como ser Palma Real, Las Mercedes, El Turi entre otras.

Se pretende de igual manera ofertar este servicio a los municipios y comunidades aledañas a este sector para ampliar el mercado y lograr así una mayor oferta de nuestro producto.

El presente proyecto tiene como objetivo de mercado, a la población perteneciente a la localidad del Sena, como también a los municipios y comunas que se encuentran próximas a este sector, enfocándose en las personas y/o familias consumidoras de carne de pollo, propietarios de tiendas de víveres, mercado local y puestos de comidas en la cual ofrezcan al público la carne antes mencionada.

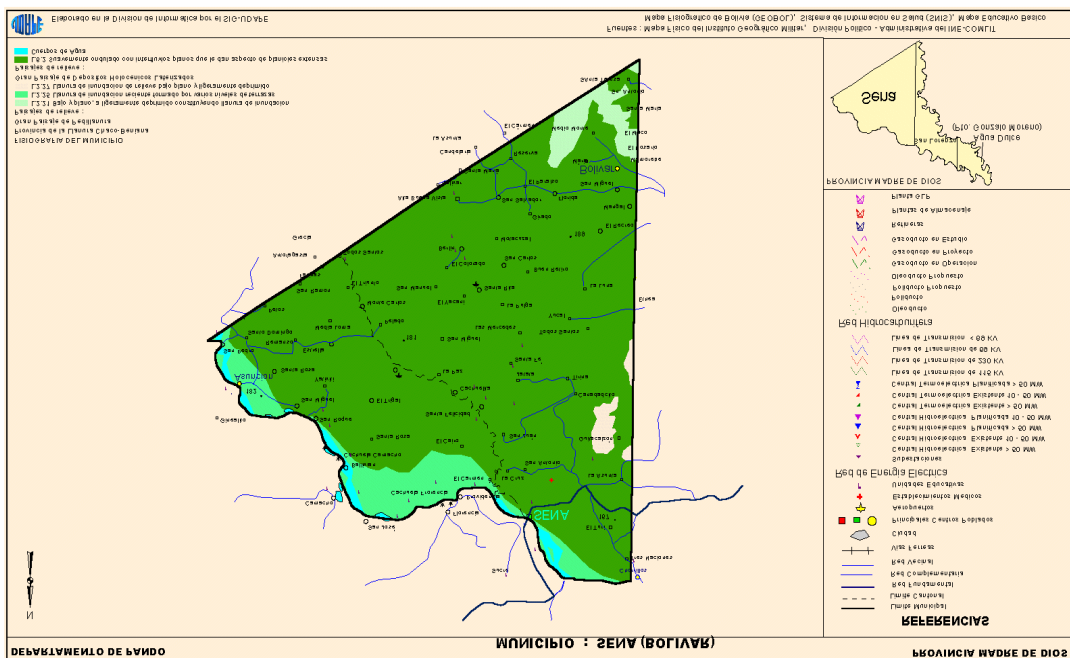


Figura 2: Mapa Municipal del Sena
Fuente: Google Maps

4.1.5 Población Objetiva

La población objetiva que tomaremos es la tercera sección de la provincia Madre de Dios, el cual es el municipio del Sena, específicamente la localidad del Sena, que tiene 9.125 habitantes aproximadamente (Dato tomado del censo 2012, proyectados hasta el año del inicio del proyecto que sería hasta el año 2022), por ser la población más grande que tiene la provincia Madre de Dios, además del flujo de comercio existente en la población.

4.1.6 Muestra

La muestra es un sub grupo de la población seleccionada para ser estudiada haciendo deducciones acerca de los parámetros de la población.

Para la muestra se tomó en cuenta a las familias de la localidad del Sena con sus respectivas zonas, haciendo un número total de 2.281 familias.

4.1.6.1 Cálculo de la muestra (Tamaño Y Diseño)

La muestra es el número de personas a quienes se les hará la encuesta correspondiente, es aplicado con la formula finita, el cual valora los siguientes aspectos.

Tabla 2

Cálculo de la Muestra

N= Universo en estudio	p = 0,5%
e= Error experimental 5%	q = 0,5%
p= 50% probabilidad de éxito	N = 2.281 Familias.
q= 50% probabilidad de fracaso	Z = 1,96%
Z= 95% nivel de confianza	e = 0,5%

Fuente: Elaboración propia

Análisis de los parámetros de la tabla N° 2:

- **N=** Es el tamaño de la población o universo, que son los individuos o elementos en los cuales se pueden presentar características susceptibles a ser estudiadas.
- **Z=** Es el parámetro estadístico que depende del nivel de confianza (NC), es colocado por

el investigador de acuerdo a criterio con el grado de certeza que la investigación requiera, en base a la tabla estadística que asocia el nivel de confianza.

- **e=** Es el margen de error, que es el margen de estimación máxima aceptada, es la cantidad de error de muestreo aleatorio resultado de la elaboración de una investigación, es importante mencionar que el margen de error también lo coloca el investigador con el criterio de certeza que él requiera en la investigación.
- **p=** Es la probabilidad de que ocurra el evento, probabilidad de éxito o proporción esperada.
- **q=** Es la probabilidad de que no ocurra el evento (probabilidad de fracaso).

En los indicadores **p** y **q** se consideró el 50% de éxito y el 50% de fracaso, debido a que no existe una investigación anterior en la localidad del Sena, justificando a través de la teoría que nos indica que si no existe investigación previa se debe considerar 50% a que ocurra el evento (éxito) y un 50% de que no ocurra el evento (fracaso).

Formula

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

Desarrollo de la Fórmula:

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

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5) (0,5) (2.281)}{(0,05)^2 (2.281 - 1) + (1,96)^2(0,5) (0,5)}$$

$$n = \frac{3,8416(0,25) (2.281)}{(0,0025) (2.281) + (3,8416) (0,25)}$$

$$n = \frac{2.190,67}{5,70 + 0,9604}$$

$$n = \frac{2.190,67}{6,6629}$$

n= 329 personas encuestados.

Para este estudio se ha tomado como referencia a los habitantes de la localidad del Sena, donde a las personas segmentadas por familia fueron nuestro potencial de mercado, donde se ha tomado de forma aleatoria a las personas para tomar sus puntos de vista.

Para lo cual según la muestra que se ha obtenido y los datos que nos muestran es de 329 habitantes encuestados por familias de los cuales fueron analizados sus diferentes puntos de vista, después de obtener los resultados de las encuestas aplicadas.

En primera instancia se ha podido identificar que en la localidad del Sena el consumo de pollo es bastante, llegando a un promedio de consumo por persona de 30,00 Kg. Considerando que una familia está compuesta por 4 integrantes promedio el cual se determinaría que el consumo familiar sería de 120 kilos por familia, donde este producto tiene su aceptación en el mercado, ya que las personas buscan un producto sano y económico.

4.1.7 Análisis de la demanda

Este análisis me permitirá determinar la demanda total, real y efectiva para así conocer en qué situación se encuentran cada una de ellas, en relación al producto que se quiere comercializar.

Por otra parte, el análisis de la demanda me indicará cuales son las fuerzas de mercado que actúan sobre los requerimientos del producto por parte del mercado y de esta manera establecer las posibles oportunidades que tendrá esta empresa para atender los requerimientos del mercado.

Tome la población de referencia o muestra que en este caso es de 329 personas por familias, que equivale a 2.281 de la población total de familias en el año 2022, continuando proyecte la población para los años de vida útil del proyecto, la tasa de crecimiento que se utilizó fue la de 1.05% que vendría a ser la tasa de crecimiento anual de la localidad.

Tabla 3

Proyección de la Población en Familia

Años	Población (familias)
2022	2.281
2023	2.305
2024	2.329
2025	2.353
2026	2.377
2027	2.402

Fuente: Elaboración propia

4.1.7.1 Demanda potencial

Con los datos obtenidos del incremento poblacional se realiza la obtención de la demanda potencial, el cual se obtiene de las encuestas, específicamente de la pregunta N°1 (Ver Anexo) que son datos de los demandantes.

Para obtener los datos de Demanda Potencial tomamos:

DP= Población * Porcentaje

DP= 2.281 *88% =2.007,28

Tabla 4*Demanda Potencial*

Periodo	Años	Población Total	Demanda Potencial
		1,05%	88%
0	2.022	2.281	2.007
1	2.023	2.305	2.028
2	2.024	2.329	2.049
3	2.025	2.353	2.071
4	2.026	2.377,00	2.092
5	2.027	2.402,00	2.114

Fuente: Elaboración propia

4.1.7.2 Demanda real

Se calcula la demanda real en base de la demanda potencial del resultado de la pregunta N° 8 (Ver Anexo), en la cual se pregunta si le gustaría consumir pollos que sean criados y comercializado en la localidad.

Para obtener los datos de Demanda Real tomamos:

DR= Demanda Potencial * Porcentaje

DR= 2.007,28* 92% = 1.846,70

Tabla 5*Demanda Real*

Periodo	Años	Población Total	Demanda Potencial	Demanda Real	Consumo Promedio Anual por familia	Demanda Futura en Kg.
		1,05%	88%	92%	120 kg.	
0	2.022	2.281	2.007	1.847	120	221.640
1	2.023	2.305	2.028	1.866	120	223.920
2	2.024	2.329	2.049	1.885	120	226.200
3	2.025	2.353	2.071	1.905	120	228.600
4	2.026	2.377	2.092	1.924	120	230.880
5	2.027	2.402	2.114	1.945	120	233.400

Fuente: Elaboración propia

Análisis de la tabla 5:

La tabla de la demanda real muestra la demanda potencial teniendo un 88% resultado obtenido de las encuestas de la pregunta N°1 (¿Usted consume carne de pollo?), donde un 88% dijeron que, si y el otro 12% respondieron que no, por razones que el producto es muy caro en la localidad debido a que este es traído de otras ciudades.

La demanda real nos proporcionó un resultado que fue extraído de la encuesta pregunta N°8 (¿Le gustaría consumir pollo que sean criados y comercializados en la localidad del Sena?), los resultados fueron que el 92% dijeron que sí, porque de esta manera el producto estaría más económico y les alcanzaría el dinero para comprarlo y el 8% dijo que no porque ellos crían sus propios pollos en sus hogares.

El consumo promedio se determinó en base a la información obtenida del boletín informativo del Ministerio de Desarrollo Productivo y Económico plural del estado plurinacional de Bolivia, sobre el consumo promedio de carne de pollo, que manifiesta que el consumo promedio por persona es de 30 kg. anuales. (Ministerio de Desarrollo Productivo y Económico plural del estado plurinacional de Bolivia, 2021)

4.1.7.3 Análisis de la oferta

Para realizar el análisis de la oferta del proyecto que consiste en la implementación de una granja avícola en la localidad del Sena se tomó en cuenta la competencia.

El municipio del Sena no cuenta con granjas avícolas, por ellos la población y friales se abastecen trayendo de las ciudades de Cobija o de Riberalta, siendo este producto originario del vecino país del Brasil, con la finalidad de tratar de satisfacer la demanda que existe en la localidad.

Se ha tomado en consideración solamente los 4 competidores directos que se dedican a la importación del producto que se ofrece del vecino país de Brasil.

Tabla 6

Cantidad de Importación de los Competidores

Competidores	Pollos al mes	Pollos al año
Nutriza	1.500,00	18.000,00
Anhambi	980,00	11.760,00
Ave Norte	800,00	9.600,00
Sofia	670,00	8.040,00
TOTAL	3950,00	47.400,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 7

Proyección de la Oferta Anual

Años	Oferta
0	47.400
1	47.898
2	48.401
3	48.909
4	49.422

Fuente: Elaboración Propia

4.1.7.4 Balance Oferta – Demanda

En este cuadro analizaremos cuanto es la cantidad de demanda insatisfecha, relacionando las cantidades de la oferta y la demanda.

Tabla 8

Balance Oferta y Demanda

Años	Demanda	Oferta	Demanda no satisfecha en Kg.	Participación Anual en %	Participación Anual en Kg.	Demanda Insatisfecha restante
0	221.640	47.400	174.240	65,56%	60.000	114.240
1	223.920	47.898	176.022	58,29%	66.000	110.022
2	226.200	48.401	177.799	59,1%	72.600	105.199
3	228.600	48.909	179.691	55,55%	79.860	99.831
4	230.880	49.422	181.458	51,56%	87.846	93.612
5	233.400	49.941	183.459	47,2%	96.630,6	86.828,4

Fuente: Elaboración Propia

Análisis de la oferta y la demanda

Para realizar el análisis de la oferta del proyecto en la localidad del Sena, tome en consideración la demanda futura, frente a la oferta anual del producto en el mercado, obteniendo así la demanda insatisfecha del producto, en el proyecto se pretende producir 24.000 unidades de pollo los cuales tendrán un peso aproximado de 2.5 kl cada uno, haciendo un total 60.000 kilos de pollo al año, lo cual cubriría el mercado local de consumo y de la misma manera una parte de la cantidad de la demanda insatisfecha que se tiene en la población.

4.1.9 Participación de mercado

La participación de nuestro producto en el mercado se empezará moderadamente esto a causa de que en la mente del consumidor esta los productos de las grandes empresas como ser: NUTRIZA, AÑAMBI, AVE NORTE y SOFIA, que ofrecen a bajos precios y son exportados del

país vecino del Brasil, nuestra participación en el mercado de El Sena será de un 10%, luego a medida que pasa el tiempo avanzaremos ganando más mercado.

4.1.10 Potencial de ventas.

Es la venta total de un mismo producto de la microempresa que comercializa el producto, en condiciones óptimas, durante un periodo determinado.

Se refiere a la parte de potencial de mercado, tomando en cuenta el tamaño, la ubicación, extractos de ingreso, las cantidades de clientes potenciales y costos de venta. La microempresa tiene la esperanza de comercializar el producto, representa las ventas máximas posibles durante un periodo determinado.

4.1.10.1 Pronóstico de ventas.

El pronóstico de ventas es una estimación de ventas futuras ya sea en términos físicos o monetarios de las ventas del producto en unidades, generalmente para un periodo de tiempo determinado, así como las estrategias que se desarrollan para lograrlo, tomando en cuenta las condiciones del contexto interno y externo Los pronósticos de venta son indicadores de realidades económica empresariales (básicamente la situación de la microempresa en el mercado).

Tabla 9

Incremento de las Ventas del Producto

Años	Ventas	Aumento del 10% en las ventas
1	221.640	243,804
2	223.920	246,312
3	226.200	248,820
4	228.600	251,460
5	230.880	253,968

Fuente: Elaboración Propia

Para realizar el incremento en ventas se consideró la demanda futura por año, considerando tener un incremento del 10% conforme al transcurso de los años de vida del proyecto.

4.1.11 El cliente objetivo.

Según los estudios realizados en la localidad de El Sena se demostró que nuestro mercado objetivo es: friales, comerciantes y tiendas de barrio ellos se dedican a la comercialización y la venta a los consumidores finales.

4.1.11.1 Comportamiento del consumidor

El comportamiento del consumidor se debe por su cultura, estilo de vida, motivación, personalidad y edad. Es entrar a la mente del consumidor a través de un buen servicio y producto de calidad.

4.1.11.2 Influencias externas

Para tener buenas influencias por parte de la sociedad lo que se realizara es una buena atención a los clientes para que tengan buenas referencias de nuestra microempresa, además de precios cómodos y accesibles.

4.1.11.3 Influencias internas

Para que nuestros empleados lleven buenas referencias de nuestros productos a la sociedad se los debe tener satisfecho y cómodo en su puesto de trabajo ya sea un operario o jefe de departamento sin distinción alguna y se los debe capacitar constantemente, así de esa manera nuestros empleados llevaran buenas referencias de nuestro producto.

4.1.11.4 Enfoques de decisión de compra

Para que nuestro producto sea aceptado en el mercado y las personas puedan comprar nuestros productos tendremos algunos enfoques como:

- Precios accesibles
- Hábitos de compra por parte de las personas
- Fácil preparado del producto.

4.1.12 Objetivos de marketing

En esta parte tomaremos en cuenta los objetivos de marketing para que se pueda tener un mejor objetivo, desarrollaremos estrategias y tácticas que nos puedan ayudar a alcanzar un mejor

desempeño.

Producir carne de pollo en base a alimentos naturales de la región y de otros sectores, satisfaciendo necesidades de la población.

4.1.13 Estrategia de marketing.

4.1.13.1 Producto

El producto es una de las características principales que ve nuestro consumidor y el cliente es el que diferencia de un producto con otro, ósea de la competencia, si bien la carne de pollo pertenece al rubro avícola donde en este sector existen muchas empresas que producen carne de pollo, para tener más mercado se debe ingresar con productos de calidad, pero sobre todo que sea de nuestro país y que garantice los estándares de calidad, para que el cliente quede satisfecho.

La microempresa “**POLLOS SALVATIERRA SRL**” producirá carne de pollo natural que tengan valores nutricionales para el consumo de las personas y que no les afecte en su salud, para este caso se ha tomado muy en cuenta algunos factores como:

4.1.13.2 El Logotipo



4.1.13.3 La Marca

La marca es la imagen que será reconocido por nuestros clientes de tal forma que puedan identificarnos de manera rápida para adquirir nuestros productos.

4.1.13.4 Lema

“POLLOS SALVATIERRA LOS MAS NATURALES LOS MAS SALUDABLES”

4.1.13.5 Precio

Relación que establece la proporción en que se intercambia entre si los productos. Es una señal atrás de la cual están los valores relativos de los bienes. (Guerra, 1995)

Es el valor monetario que el cliente está dispuesto a pagar con el fin de satisfacer sus necesidades de acuerdo a las expectativas que se hayan fijado.

Para hacer frente a la competencia debemos tomar bien en cuenta y analizar nuestro mercado para así determinar nuestros precios de acuerdo a nuestros costos de producción, de tal forma que puedan determinar nuestros precios al mercado.

Tabla 10

Precio de Nuestro Producto

PRODUCTO	UNIDAD	PRECIO
Pollo (entero)	kilo	Bs. 25,79
Pollo (por kilo)	kilo	Bs. 12.96

Fuente: Elaboración Propia

4.1.13.6 Distribución

Proceso o camino por medio del cual los bienes productivos llegan a ponerse a la disposición inmediata de sus últimos demandantes.

La distribución de nuestros productos será a través de nuestro carro frigorífico, con la finalidad que no rompa la cadena de frio y de esa manera poder garantizar la calidad del producto.

4.1.13.7 Promoción

Consiste en comunicar, informar dar a conocer y recordar la existencia de nuestro producto con sus características y atributos del producto, para su posterior adquisición, la información será difundida por medios como ser:

- **Radio.** Son emisoras que nos ayudaran a identificar más nuestro producto, ya que

este medio llega a las comunidades alejadas del municipio, para esto utilizaremos la radio Patria Nueva.

- **Facebook.** Este medio son redes sociales que, en la actualidad es de gran importancia, que nos ayudan a llegar a nuestros consumidores, por lo tanto, contaremos con una página web.

4.1.13.8 La estrategia del ingreso

Para que nuestro producto pueda ingresar al mercado y pueda ser aceptada por los consumidores, lo que se pretende es realizar la eficiencia en costos de producción, para lograr esta estrategia debemos realizar un análisis de costos minucioso y efectivo.

4.1.13.9 El posicionamiento

Para poder posesionar nuestro producto debemos tomar algunas estrategias como es la marca, eslogan lo que nos permitirá llegar a la mente del consumidor, el factor primordial será también el entrar al mercado con un precio menos que la competencia, lo cual será una ventaja competitiva.

4.1.13.10 Ciclo de vida del producto

Nuestro producto tendrá un ciclo de vida que está dividido en cuatro partes se realizará un fuerte énfasis en la primer y última fase del ciclo.

- 1. Introducción.** - En esta fase tendremos la introducción de nuestro producto con un precio de 12,96 Bs. el kilo y con una producción de 2.000 pollos al mes lo cual no generara utilidades y los gastos serán mayores, pero posteriormente se obtendrán beneficios.
- 2. Crecimiento.** - En esta fase se generarán utilidades lentamente, debido a que las ventas se incrementaran, también los rendimientos serán mejores en la medida que la microempresa realice inversiones.
- 3. Madurez.** - En esta fase se tendrán más utilidades y nuestro producto quedará posesionado en la mente del consumidor esto debido a que las ventas son mayores y los costos de producción serán bajos debido a las estrategias que se han tomado.

- 4. Declinación.** - En esta fase las utilidades empezaran a reducir lo cual nos obliga a innovar nuestro producto o realizar más marketing, para su comercialización para que la microempresa no entre en quiebra, de ahí volver a recuperar más mercado.

4.1.14 Conclusiones del estudio de mercado

- Por medio del estudio de mercado, se analizó la demanda y oferta del consumo de carne de pollo en el municipio El Sena, específicamente en la localidad del Sena, y se identificó que en esta localidad no existe un distribuidor de carne de pollo fijo, por ende, la demanda de pollo no está cubierta en su totalidad y hay una oportunidad de mercado satisfactoria.
- Mediante el análisis de los competidores existentes y productos similares que se ofertan, se pretende establecer un mercado fijo, estableciendo estrategias de marketing, donde se logre cubrir la demanda insatisfecha de la zona de estudio.

4.2 ESTUDIO TÉCNICO

4.2.1 Introducción al estudio técnico

Según (Proaño, 2016), menciona que el estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos.

En el estudio técnico es en donde se derivan las posibilidades de establecer la valorización económica de las variables técnicas del proyecto, permitiendo obtener una apreciación exacta o aproximada de los recursos que serán utilizados en el proyecto, proporcionando información necesaria para el estudio económico.

4.2.2 Diseño y desarrollo del producto.

El producto que vamos a producir es la carne de pollo, es un producto de gran versatilidad, es de fácil manejo, preparación y consumo, al igual que los pollos que se comercializa en el mercado actualmente, este producto proviene de la producción de la granja avícola de la localidad del Sena.

4.2.3 Descripción técnica y funcional del producto

Los pollos serán producidos en la localidad del Sena, estas estarán en galpones que estarán acondicionados de acuerdo a las temperaturas requeridas para los pollos, además, los pollos serán alimentados de manera natural con alimentos de la región y suplementos del interior del país de manera que se pueda satisfacer las necesidades de la población, con un producto más sano.

4.2.4 Características de la calidad del producto

Los pollos tienen muchas características entre las cuales podemos mencionar algunas.

- La carne es de color blanco
- Es una carne blanda
- Agradable sabor

- Fácil manipuleo.
- Lleva un stiker de reconocimiento.

4.2.5 Beneficios

El producto traerá buenos beneficios entre las cuales podemos mencionar.

- Valores nutricionales.
- Salud para nuestros consumidores.
- Nutrición sana.
- Calidad del producto.
- Producto Garantizado bajo control de las normas de salubridad disponibles.

4.2.6 Necesidades a Satisfacer

La sociedad está en constante búsqueda de alimento sano, para esto la microempresa pretende satisfacer la alimentación de nuestros consumidores con un producto saludable y económico.

4.2.7 Proceso de producción.

- **Preparación de la cama para el recibimiento de los pollitos.**

En la preparación de la cama de los pollitos se lo realizará después de que los pollos hayan sido designados para el faenado, una vez retirada los pollos se lo tendrá 1 semana en la etapa de desinfección, la preparación de las camas es con cascarilla de arroz y el encendido de la madre artificial a unas 6 horas antes de su llegada para su acondicionamiento del pollito

- **Llegada de los pollitos.**

En esta sección tendremos ya la llegada de los pollitos bebes a una temperatura de 34 a 36 grados, luego esto se lo ira disminuyendo de acuerdo a los días que transcurren, también se los proveerá de alimentos iniciador.

- **Crecimiento.**

Una vez adecuado los pollos a temperaturas requeridas los pollos crecerán a medida que

pasan los días y el consumo de agua y alimento se incrementara.

- **Alimentación y vacuna de antibióticos.**

En esta fase se tendrá muy en cuenta sobre las enfermedades que pueden enfrentarse los pollos durante su crecimiento para evitar estas circunstancias se ha previsto de dotarles de antibióticos para evitar la muerte de los pollos.

- **Faenado.**

Una vez cumplida su etapa de producción y haber alcanzado el peso promedio su siguiente fase es que los pollos deben ir al sacrificio, para renovar el ciclo, para el sacrificio que es el faenado se utilizara la mano del hombre con la ayuda de algunas maquinarias para que se pueda realizar de manera rápida.

- **Empaque para la comercialización.**

Una vez faenada a los pollos se los llevara a un lugar limpio para su posterior comercialización en el mercado.

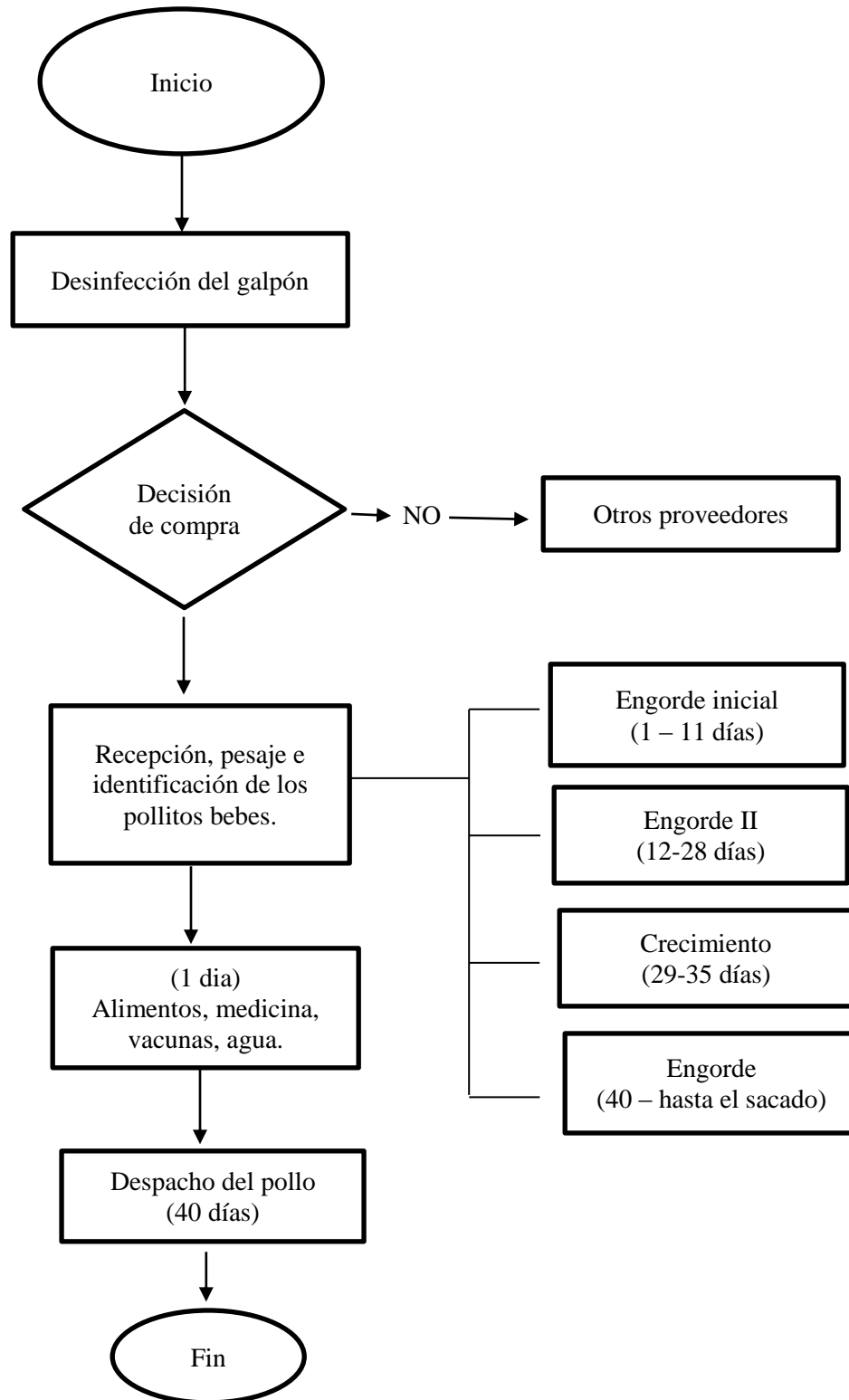
4.2.8 Tipo de proceso

El tipo de proceso que se utilizará en la producción de pollos será mixto, ya que esta será utilizada con maquinarias y en parte utilizada la mano del hombre.

4.2.9 Diagrama de flujos de procesos

Se implementará el diagrama de flujo de procesos que nos ayudará a identificar las acciones al momento de realizar las tareas, con el objetivo de llegar a cumplir con los parámetros establecidos en tiempo y acciones.




4.2.10 Diagrama del proceso productivo



Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 1





Diagrama de Flujo del Proceso de Desinfección de Galpones

DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO DESINFECCIÓN DEL GALPÓN					
Operación					
Inspección					
Almacenamiento					
Transporte					
Nº	Operación	Inspección	Almacenamiento	Transporte	Descripción de las operaciones
1	X				Búsqueda de insumos
2	X				Compra de insumos
3		X			Traslado de insumos
4				X	Verificación de los insumos
5	X				Limpieza del galpón
6	X				Secado del galpón
7		X			Traslado de cascarilla de arroz
8	X				Preparado de cama
9				X	Verificación de la cama para pollitos
10	X				Encendido de la campana

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 2





Diagrama de Flujo del Proceso de Almacenamiento de Alimentos

DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO ALMACENAMIENTO DE LOS ALIMENTOS					
Operación					
Inspección					
Almacenamiento					
Transporte					
Nº	Operación	Inspección	Almacenamiento	Transporte	Descripción de las operaciones
1	X				Búsqueda de los proveedores
2	X				Compra de los alimentos
3				X	Traslado de los alimentos
4			X		Almacenamiento de los alimentos

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 3





Diagrama de Flujo del Proceso de Crecimiento de los Pollos

DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO CRECIMIENTO DE LOS POLLOS					
Operación					
Inspección					
Almacenamiento					
Transporte					
Nº	Operación	Inspección	Almacenamiento	Transporte	Descripción de las operaciones
1	X				Búsqueda de proveedores
2	X				Compra de pollitos
3		X			Inspección de los pollitos
4				X	Traslado de los pollitos
5	X				Descarga de los pollitos
6				X	Traslado al galpón
7		X			Inspección de los alimentos
8	X				Crecimiento de los pollos
9		X			Inspección de los alimentos
10		X			Verificación de peso de los pollos

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 4

Diagrama de Flujo del Proceso de Faeneado

DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO FAENEADO					
Operación					
Inspección					
Almacenamiento					
Transporte					
N°	Operación	Inspección	Almacenamiento	Transporte	Descripción de las operaciones
1	X				preparado de la faenedora
2				X	Traslado de los pollos
3		X			Inspección de la faenedora
4				X	Colocado de los pollos al sacrificio
5	X				Proceso de pelado
6		X			Verificación de la calidad de pollos
7				X	Traslado de los pollos al empaque
8	X				Preparado de los pollos para su distribución

Fuente: Elaboración propia

4.2.11 Materia prima, materiales e insumos para la producción

4.2.11.1 Materia Prima



Figura 5: Materia prima directa

Los pollitos recién nacidos pesan aproximadamente 70 Gramos y mide aproximadamente 4 a 5 centímetros. Los pollitos bebes son la materia prima principal que será utilizada para la microempresa “POLLOS SALVATIERRA SRL”.

Los pollitos tardan en nacer del huevo 21 días, la cual se debe tener un día más en su acondicionamiento de los pollitos, se comienza su alimentación con un alimento (purina) completamente fina y que sea medicada para evitar enfermedades deben tener suficiente agua en todo momento.

Se los debe vacunar contra las enfermedades de:

- Enfermedad de Marek.
- Bronquitis infecciosa aviar.
- Enfermedades del Newcastle.

La microempresa para su buen funcionamiento y manejo adecuado en el crecimiento de los pollos proveerá las maquinarias y equipos.

4.2.11.2 Descripción de las maquinarias

4.2.11.2.1 Campana convencional

(Morejón, 2017), menciona que las campanas son una fuente de calor (figura 6), fundamental en las etapas iniciales de cría, pues el frío es la principal causa de muerte en las

primeras semanas de vida. Pueden funcionar a kerosén, gas o corriente eléctrica.

Está diseñado para cubrir áreas entre 30 y 80 metros cuadrados. Debido a que la densidad de pollos en la primera semana es en el orden de 100 por cada metro cuadrado.



Figura 6: Campana para la cría de pollos.

Descripción. - compuesto por una pantalla circular de aluminio cerámica. También de una válvula que regula la temperatura necesaria.

Función. - principal es de calentar el ambiente de la granja.

Capacidad de producción. - Una campana tiene capacidad para 500 pollos

4.2.11.2.2 Termómetro

Para medir la temperatura ambiente y la humedad dentro del galpón se utilizará, el equipo HT30 (figura 7) de la empresa “EXTECH”, además se contará con un termómetro tradicional dentro del galpón para comparar datos y así llevar un registro de las temperaturas.

Termómetro.



Figura 7: Equipo para la medición de temperatura y humedad.

Descripción. - tiene un bulbo electrodo, o punto de contacto con el medio al que se medirá la temperatura contiene un alto coeficiente de dilatación de modo que al aumentar o disminuir la

temperatura este reaccione de forma proporcional para que pueda ser interpretada.

Función. - son el medio por el cual comprobamos la temperatura interna del galpón factor fundamental para dar un buen manejo.

4.2.11.2.3 Bebederos

Los bebederos usados para el suministro de agua son importantes, ya que si el consumo de agua es mínimo no consume el suficiente alimento para el óptimo desarrollo del pollo.

Los bebederos que se utilizaran son pendulares (Figura 8), ya que este tipo de bebederos son automáticos y así se evita que el operario entre el menor número de veces al galpón para realizar el cambio de agua y no provoque estrés a los pollos. Se utiliza un bebedero pendular por cada 100 pollos al inicio de la producción, y una vez que se van desarrollando el número de pollos disminuirá a un aproximado de 80 pollos por bebedero. Los bebederos necesarios para el ciclo de producción serán de 125, estos deberán ser lavados y desinfectados antes de acomodarlos dentro galpón, es necesario hacerlo al finalizar cada ciclo de producción (AVESCA, 2012).



Figura 8: Bebederos de pollos.

Descripción. - tiene una capacidad de almacenar 12 litros de agua es fácil delimitar

Función. - es de suministrar agua limpia y fresca para los pollos.

En cuanto a los pollitos BB se utiliza un recipiente adecuado para su alcance.

Capacidad de producción. - Un bebedero tiene capacidad para 80 pollos.

4.2.11.2.4 Comedor

AVESCA (2012) menciona que los comederos usados para la distribución del alimento dentro del galpón son clave para lograr el consumo adecuado para los pollos. La cantidad de comederos necesarios para el ciclo productivo son de 285. Los comederos que se utilizarán son:

- En bandeja que se utilizan principalmente al inicio de la producción ya que son de fácil acceso para los pollitos, evitan desperdicio del alimento y se colocan en forma de zigzag, es un comedero para cada 80 a 100 pollos.
- El Comedero Péndula será utilizado cuando el pollo está en etapa adulta, y es un comedero para 35 pollos (figura 9). Los comederos se deben limpiar y desinfectar antes de acomodarlos dentro del galpón, es necesario hacerlo al finalizar cada ciclo.



Figura 9: Comedero para pollos.

Descripción. - Comedero tipo vertical adecuado para la alimentación de los pollos, tiene una altura de 25 cm.

Función. - sirve para colocar la comida de los pollos a fin de que se alimenten todo el tiempo con la mayor facilidad y comodidad con el mínimo desperdicio de los alimentos.

Para los pollitos BB su comedero será una charola donde se pone su alimento hasta su segunda semana con el fin a que aprendan a comer de una manera adecuada.

Capacidad de producción. - 1 comedero tiene capacidad para 80 a 100 pollos.

4.2.11.2.5 Bolsas de empaquetado

Las fundas requeridas para el empaqueo de los pollos ya procesados son de polietileno, bilaminadas, que permitan el congelamiento del producto, flexibilidad, durabilidad y conservación del alimento (Figura 10).



Figura 10: Presentación del pollo empaquetado.

4.2.11.2.6 Cama de pollos

(Sanchez, 2015), menciona que las camas más comunes son de dos tipos, cáscara de arroz y viruta de madera. Con respecto a esta última se prefiere que sea de maderas blancas, blandas y en lo posible no resinosa. En el caso de nuestro proyecto se trabajará con la viruta, la cantidad o densidad a utilizar rondará entre los 60 a 90 kg/m² (Figura 11).



Figura 11: Presentación de cama de pollos.

4.2.11.2.7 Reservorios de agua

Sobre los reservorios de agua, el galpón contará con dos tanques de agua con una capacidad de 2.500 litros para abastecer la necesidad diaria requerida por los pollos (Figura 12).



Figura 12: Tanque de agua para reservorios.

4.2.11.2.8 Escaldadora y desplumadora

(Fallas, 2012), para el proceso de faenamiento se tiene previsto el uso de una tina escaldadora con una capacidad de 8-10 pollos, con un tanque en acero inoxidable curvo, en 1.2mm, posee aleta de escaldado en acero, quemador longitudinal a gas, un motor reductor Dayton americano de 1/40, 110 voltios, posee control de temperatura digital, estructura en tubo acero, la capacidad del tanque 70 galones, con una dimensión de 150 x 80 x 90 cm de alto, también se utilizará una máquina para el desplumaje de los pollos con una olla de acero inoxidable, lleva una tolva de carga en la parte superior, el mueble de estructura de ángulos es de acero, con un motor trifásico de 1HP , de alimentación eléctrica vulcanizado con controles termo magnéticos y posee un sistema de conexión de agua para su lavado (figura 13).



Figura 13: Escaldadora y desplumadora.

4.2.11.2.9 Selladora

Para el proceso de empaquetado al vacío se utilizará una selladora, esta envasadora al vacío está fabricada en estructura de acero Inoxidable; incorpora 2 barras de sellado laterales. Es conveniente para fundas de film plástico o iluminadas para vacío desde 3 hasta 7 capas compuestas (Figura 14).



Figura 14. Selladora al vacío.

4.2.11.2.10 Carrito de Carga

Se utilizará 2 carritos de carga para facilitar el transporte de los productos, insumos, etc., estos coches de carga tendrán ruedas de poliuretano 6" giratorias, con una plataforma de 20cm x 90 cm (Figura 15).



Figura 15: Carrito de carga.

4.2.11.2.11 Vehículo

El vehículo en el cual se comercializará la carne de pollo es una, vagoneta tipo frigorífico, que no permita romper la cadena de frio para mantener en óptimas condiciones de consumo la carne de pollo; cabe mencionar que este vehículo se puede adquirir de segunda mano



(figura 16).

Figura 16: Camión frigorífico

4.2.11.2.12 Ventiladores

Para la ventilación de los galpones, se utilizará ventiladores (figura 17) para que exista un intercambio de aire adecuado para el desarrollo de los pollos. Se instalarán 10 ventiladores de 36

pulgadas.



Figura 17: Ventilador de galpones

(Solla, 2016) en su investigación menciona que este tipo de ventiladores aplican para galpones abiertos, para mover aire en el interior del galpón. El aire fresco se mezcla con el aire interior antes de impactar las aves, la corriente de aire desaloja el calor acumulado en el interior y lo expulsa hacia fuera. La instalación de sobre techos o techos falsos favorece el movimiento de aire y aísla las aves del calor directo reflejado del techo (figura 18).

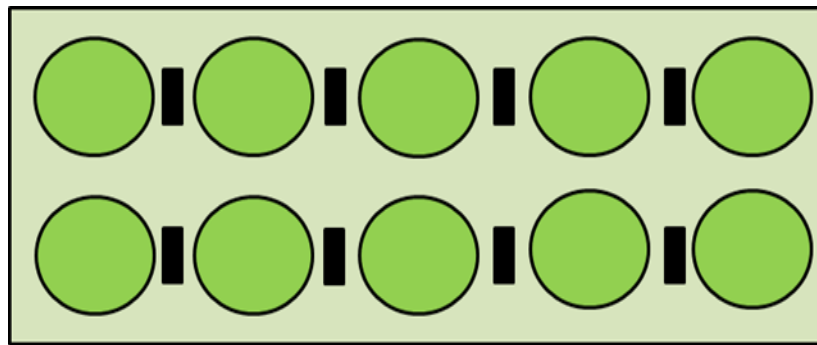


Figura 18: Ubicación de los ventiladores dentro del galpón.

4.2.12 Espacios y locaciones para la producción

(Hernandez, 2015), hace énfasis en que, la granja avícola se debe establecer en un espacio rural, la ubicación es de suma importancia por eso se deben tener en cuenta varios factores al momento de iniciar este tipo de actividad, como el terreno, las vías de comunicación, servicios básicos, las características de la zona, etc. El terreno donde se instalan las casetas o galpones no debe ser propenso a inundaciones y anegaciones, además debe tener una pendiente

entre 1% a 3% aproximadamente para facilitar el drenaje. También es importante que las instalaciones no estén expuestas a corrientes de aire excesivas.

En cuanto a las vías de comunicación y servicios, la granja avícola siempre requiere caminos en buenas condiciones ya que es necesaria la entrada constante de camiones. A su vez, el terreno debe contar con todos los servicios básicos como agua potable y corrientes eléctricas. Cuando hablamos de características de la zona se refiere a que antes de elegir la ubicación de la granja se deben analizar aspectos como la temperatura, la humedad y el nivel de precipitación del lugar a fin de elegir el tipo de construcción y los materiales adecuados para cada instalación.

El diseño de la infraestructura de la granja avícola garantizará las condiciones que permitan mantener el ambiente adecuado para las aves, la higiene y bioseguridad de las mismas, de manera que:

- a) Se proporciona un ambiente adecuado para el desarrollo de las aves: temperatura, luz y ventilación; además permitir la fácil limpieza y la sanitización eficaz.
- b) El piso de los galpones reunirá las condiciones específicas que faciliten el lavado, desinfección e higiene total del galpón.
- c) La granja constará con zonas de desinfección para personas, vehículos y equipos.

Las conexiones e instalaciones eléctricas en el galpón deben ser diseñadas por un técnico electricista. Los alambres deben estar instalados dentro de mangueras o cubiertos por canaletas y las instalaciones como tomacorrientes y boquillas deberán ser apropiados para uso industrial. La iluminación tanto en el interior como exterior de los galpones debe ser suficiente de tal manera que permita actividades de atención sanitaria a las aves, limpieza y desinfección (Hernandez, 2015).

4.2.13 Ropa de trabajo

La bioseguridad en granjas avícolas conlleva un conjunto de prácticas y estrategias fundamentales. Estas medidas evitan la entrada y transmisión de agentes patógenos en las explotaciones minimizando así el impacto negativo que pueden tener en la producción avícola.





<p>Overoles. - Es una prenda de faena que consta de una sola pieza, suele ponerse sobre la ropa corriente sirve para una protección personal para los trabajadores de la microempresa.</p>	
<p>Botas. - Es un calzado que cubre el pie y la parte del tobillo que llega hasta las rodillas tiene una finalidad de mejorar la protección del pie así evitar accidentes.</p>	
<p>Guantes. - Es una prenda cuya finalidad es abrigar las manos o protegerlas de golpes, rayones calor extremo o una sustancia dañina.</p>	
<p>Barbijos. - Es una mascarilla que sirve para proteger de las bacterias de la nariz y la boca.</p>	
<p>Gorros. - Es una prenda redonda con visera de tela y plástico que sirve para cubrir, abrigar la cabeza.</p>	

Figura 19: Ropa de trabajo

4.2.14 Insumos.

Para la producción de pollos desde su llegada hasta el final de su proceso se utilizaron los siguientes insumos:

- 10 qq de alimento balanceado (Iniciador).
- 45 qq de alimento balanceado (crecimiento).
- 50 qq de alimento balanceado (finalizador).
- 1500 dosis de vacuna Newcastle – Bronquitis (aplicación ocular, virus vivo).
- 1000 dosis (xx) de vacuna Newcastle – Bronquitis (inyectable oleoso).
- 4 kg. Complejo vitamínico (para pollo bebe) con electrolitos.
- 46 Kg. Vitaminas AD3 EC.

4.2.15 Proveedores.

Proveedores son las empresas que nos proporcionan del material e insumos con que vamos a trabajar en la producción de pollos.

Tabla 11

Proveedores

Descripción de materias e insumos	Proveedor
Nombre de la empresa distribuidora	LUCAS
Dirección	Zona Villa Fátima del departamento de La Paz.
Teléfono	61018935
Tecnología	Cuenta con buena tecnología
Precio	La caja de pollitos a 420 Bs.
Calidad	Buena calidad del producto.
Plazo de entrega	Entrega inmediata

Fuente: Elaboración propia

4.2.16 Programación de producción.

La programación de producción se realizara después de la planificación que ha realizado la microempresa, esta programación nos sirve para determinar cuándo se inicia y cuando termina el proceso de producción de los pollos, cuanto tiempo y que materiales vamos a utilizar, para iniciar la programación se requerirá un ambiente adecuado y estratégico para la recepción de los pollitos bebes de engorde, luego brindarle una alimentación adecuada para su crecimiento efectivo y en su última fase se lo realizara la inspección, selección para su posterior comercialización.

4.2.17 Definición del proceso de producción del servicio del proyecto

(Guamán, 2015), describen que los procesos productivos en la crianza de pollo de engorde, se conforma en 4 etapas, que se clasifican de la siguiente manera, etapa inicial, etapa de crecimiento, etapa de engorde y etapa de faenamiento.

1. La etapa inicial comienza con la recepción de aves en la granja desde el primer día de nacidos hasta los 15 días, los galpones y equipos debes estar listos por lo menos con 24 horas de anticipación, estos deben ser limpiados y desinfectados y las calentadoras encendidas para alcanzar la temperatura óptima para todo el galpón, asegurar un periodo de descanso adecuado del galpón preferiblemente 15 días entre la salida de un lote y la recepción de un nuevo lote, proporcionar abundante agua y alimento para evitar la deshidratación y muerte de las aves, controlar la temperatura y realizar la primera vacunación a nivel ocular. Se utiliza también el alimento balanceado inicial que contiene un porcentaje del 22% de proteína.
2. La etapa de crecimiento comprende entre los 15 a 21 días donde se debe proporcionar en el agua de bebida vitaminas y electrolitos para aumentar la inmunidad en las aves, vacunación en el agua de bebida, el alimento balanceado que se utiliza en esta etapa es el de crecimiento que contiene un 20% de proteínas.
3. La etapa de engorde comprende entre los 21 a 45 días donde se debe tomar muy en cuenta el tipo de ventilación existente en el galpón, el tipo de cama e iluminación adecuada utilizando el tipo de balanceado engorde 1 que contiene un 18% de proteína.
4. (Cruz, 2015), menciona que, en la etapa de faenamiento, los pollos en pie serán llevados desde el galpón al área destinada de faenamiento, donde el encargado de recibir la materia prima deber ser una persona que se responsabilice de certificar el estado sanitario de las aves, con el propósito de asegurar el buen estado de salud de los pollos a sacrificar. Una vez que se ha realizado este proceso de selección de los animales con características optimas y deseables, estas pasarán al área de faenamiento, donde serán colgadas, aturdidadas, desangradas, escaladas, peladas y evisceradas, para luego pasar al preenfriamiento, pesado y clasificado del pollo.

Dentro de las actividades correspondientes en la etapa de faenamiento, se realiza los siguientes trabajos:

- La recepción de los pollos que se trata del recibimiento de los pollos a sacrificar en la zona de faenamiento.
- La Selección de las aves donde se trata de escoger a los animales que cumple con las características óptimas para la venta y comercialización, en caso que se encuentre pollos con algún tipo de traumatismo estos son separados del lote y descartados para luego ser comercializados a un valor más bajo.
- El proceso del colgado que empieza desde la llegada de las aves a la línea de matanza, donde se procede a sujetar al animal por la parte inferior, las patas se enganchan en cada una de las pinzas. Además, se debe lavar y desinfectar constantemente la sala de matanza, debido a que en ella se realiza la transformación de un pollo vivo a uno que estará listo para la cocción y para el consumo humano.
- El proceso del aturrido de las aves es mediante el shock eléctrico, el pollo se debe sumergir desde la cabeza en una solución de agua con cloruro de sodio, esto provoca la disminución del ritmo cardíaco, insensibilizando al animal durante 10 segundos.
- Para el degüelle y desangre se colocan las aves en los conos de matanza, en una línea manual, donde se espera hasta que la sangre se acumule en la cabeza, esto genera tranquilidad e inmovilidad del animal, luego se estira el cuello y dobla para realizar el corte en la vena yugular donde se genera la sangre y la muerte del ave durante 1,5 a 3, 0 minutos después del corte.
- El escaldado consiste en que, una vez que la sangre se haya drenado completamente del ave, esta se coloca en el tanque de escaldado que contiene agua caliente con el propósito de ablandar las plumas durante el tiempo de 2 a 3 minutos o dependiendo de las características del ave, la temperatura debe estar a 54°C esta debe ser controlada ay que puede suceder un sobrecalentamiento que genere la cocción del pollo (Canet et al., 2018).
- Una vez escaldado pasa al desplumadero que consiste en remover las plumas de las aves evitando maltratar la piel, además el tanque debe estar libre de obstrucciones,

para permitir el fluido normal del agua y por consiguiente el retiro de las plumas; cuando el desplumado es suave no se pierde la epidermis que es la capa exterior de la piel y es de color amarillo.

- En último las aves son sometidas a un lavado con agua fresca antes de ser enviadas a la sección de evisceración, es importante bajar la temperatura en el exterior y remover elementos que se encuentren en la piel.
- La extracción de las vísceras de la parte gastrointestinal del ave, se realiza con un corte en la cabeza, luego se hace una abertura en la cloaca con el garfio o terzón, se inserta hasta el fondo para extraer los intestinos y la menudencia, inmediatamente se lava la parte interna y externa del animal. Además, se deben separar: la cabeza, cuello, pata, molleja, corazón, hígado estos deben ser lavados y enfundados, se deben mantener 15 minutos en hielo con la finalidad de conservar la cavidad gastrointestinal de la canal faenada.
- El enfriamiento consiste en bajar la temperatura del agua a 0°C se introduce el ave en un tiempo mínimo además evita la proliferación de microorganismos e impide la pérdida de peso, daño de la carne y asimismo alargar la vida útil del producto.
- La obtención de peso y clasificación consiste en clasificar los pollos según el peso que contengan para luego ser enfundado y entregado a las dueñas de las tiendas de víveres de cada comunidad.
- El empaquetado es la envoltura que se realiza a un producto para luego facilitar la manipulación, transporte y almacenamiento. El empacado consiste envolver el pollo en un paquete luego envasarlo en funda plástica y colocarlo en cubeta donde caben diez pollos en cada uno inmediatamente serán llevadas al vehículo que realizará la entrega brindándole así la seguridad, calidad y buen estado de conservación del producto.

4.2.18 Determinación de la capacidad de producción

El proyecto busca la implementación de una granja avícola, con una capacidad de producción de 2.000 pollos al mes, y 24.000 pollos en todo el año, por ello se necesita de una

infraestructura adecuada para la cumplir metas y objetivos, buscando así abastecer el mercado relevante que consuma nuestra carne de pollo. El producto se dará a conocer mediante estrategias publicitarias en la radio e internet.

4.2.19 Localización de la planta.

De acuerdo a sus dimensiones de la localidad del Sena tiene una ubicación estratégica, debido a que es una localidad de abastecimientos de las comunidades aledañas y municipios la microempresa “**POLLOS SALVATIERRA SRL**” se encontrara ubicada en el kilómetro 5 carretera a Palma Real, del departamento de Pando.

La microempresa estará ubicada en un lugar adecuado con fácil acceso de los clientes que aspiran a consumir nuestro producto que es la carne de pollo.

4.2.20 Distribución de las instalaciones.

En primera instancia se debe tomar muy en cuenta el tamaño del terreno donde se desplazarán los galpones de acuerdo a la cantidad de los pollos que se requiere criar en la granja.

Este debe ser lo más económico posible, con características que se puedan adaptar al levantamiento de los galpones dentro de esto lo más importante se tiene un fácil acceso a los servicios básicos.

4.2.21 Criterios.

Al momento de tomar una decisión es muy importante en la distribución de la planta donde incluye la mejor ubicación de las maquinarias, equipo (localización). El criterio para la distribución de la planta, el proyecto presentara las orientaciones del proceso.

En el diseño de la orientación al proceso es una táctica más común ver la producción de forma en que se pueda disminuir los costos de transporte de materia prima. La localización de la planta trata de disminuir los costes relacionados con la distancia de traslado de la materia prima e insumos.

**PLANO DE LA MICROEMPRESA
“POLLOS SALVATIERRA SRL”**

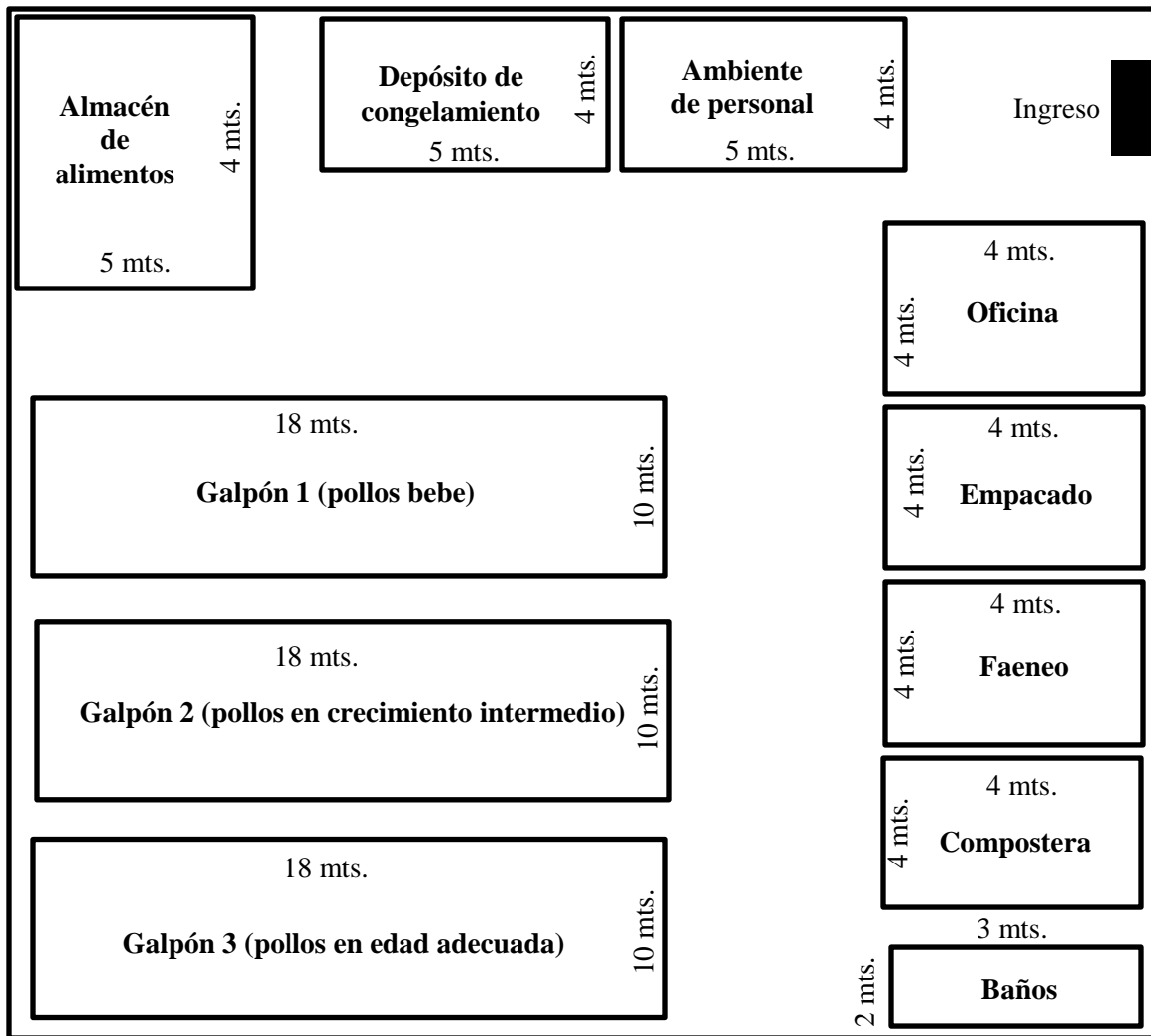


Figura 20: Plano de la microempresa

La distribución de la planta será de acuerdo a las necesidades que tenga la granja avícola para que tenga una mejor producción y funcionamiento.

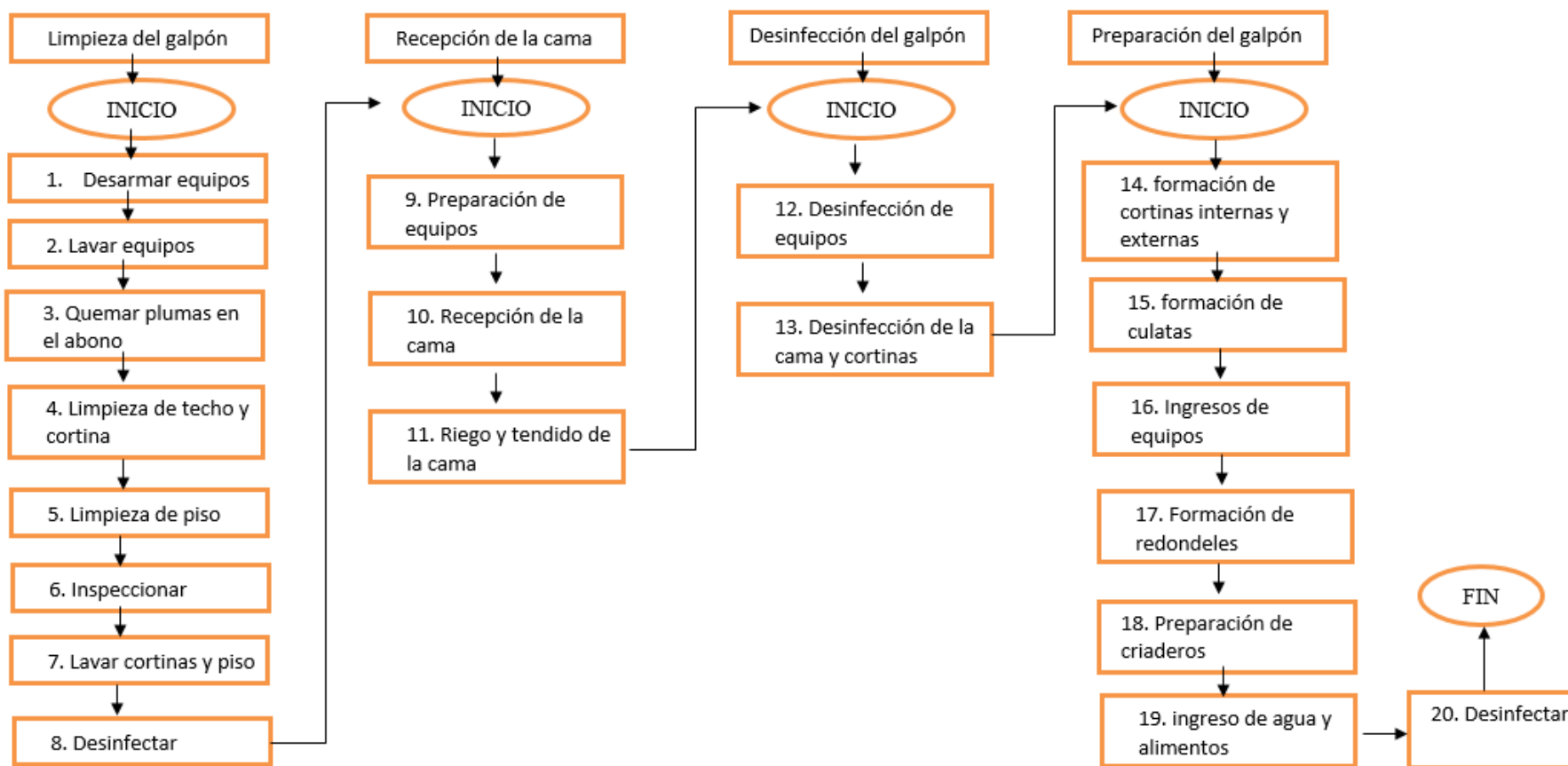
Para el desarrollo de este proyecto se cuenta con un terreno de 1.5 hectáreas de extensión, con el valor de Bs. 50.000. distribuido de la siguiente manera:

- Galpón: Sus dimensiones son de 18 metros de largo y 10 metros de ancho. Se encuentra ubicado en el eje longitudinal de norte a sur de la granja avícola. Está cubierta por mallas anti pájaros, mallas metálicas y cortinas de plástico. Tiene una capacidad de 24. 000 pollos anuales.

- Bodega de alimento: Sus dimensiones es de 4 metros de largo y 5 metros de ancho. En esta bodega se almacena todo el alimento necesario para las aves, se debe tener cuidado para que no se dé la presencia de roedores, plagas, mosquitos o prevenir algún tipo de acontecimiento natural.
- Compostera: Sus dimensiones es de 4 metros de largo y 4 metros de ancho; es el almacenamiento de la mortalidad de las aves, la misma que por medio del proceso de combustión y descomposición se transforma en materia orgánica natural aprovechable para los diferentes cultivos.
- Área administrativa: Las oficinas están al ingreso de la granja avícola, las cuales están debidamente equipadas y brinda información necesaria al cliente.
- Faeneado: tiene las dimensiones de 4 metro de largo y 4 metros de ancho, es el área donde se hará el faeneado, desde el proceso de sacrificio.
- Reservorio de agua: Se dispone de dos tanques de agua para abastecer al galpón y no exista la falta de la misma. Estos tanques de agua se encuentran a 10 metros del galpón actual. Su estructura es de material plástico para evitar el ingreso de virus, bacterias y resistente a los cambios ambientales.
- Espacio para garaje: Cuenta con espacio suficiente para que los vehículos de los compradores puedan estacionarse.

4.2.22 Lista de actividades

La crianza de pollos requiere de mucha atención y cuidados, por esta razón antes de iniciar la crianza de pollos es necesario realizar una buena limpieza en el galpón en el cual los trabajadores conjuntamente con el supervisor serán los encargados de que se cumplan todas estas actividades a continuación el respectivo flujograma del proceso de producción:



4.2.23 Conclusiones del estudio técnico

- Mediante el estudio técnico, se logró definir las tecnologías a emplearse y equipos necesarios para el óptimo funcionamiento de los galpones para pollos.
- A través del análisis técnico, se determinó, la capacidad de producción, la importancia de los procesos productivos e insumos que se requieren para el manejo de una granja avícola.
- Se puede concluir que el estudio técnico, para un proyecto de factibilidad, es de suma importancia ya que a través de este estudio se establecen los materiales y aspectos a considerar para la construcción de un galpón, como también los espacios y locaciones dentro de la granja avícola a quererse implementar.

4.3 ESTUDIO FINANCIERO

4.3.1 Inversiones y Financiamiento

Para poder llevar a cabo el proyecto de implementación de la granja avícola en la localidad del Sena, se necesitará de las siguientes inversiones:

4.3.1.1 Propiedad, planta y equipo

La inversión que se requiere en activos fijos será la siguiente:

4.3.1.1.1 Infraestructura: Se construirá los galpones y se distribuirá las diferentes áreas de acuerdo a las dimensiones requeridas.

Tabla 12

Valor del Terreno

Detalle	Unidad	Valor Unitario (Bs.)	Valor Total (Bs.)
Terreno	1	50.000,000	50.000,00
Total			50.000,000

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 13

Valor de la Infraestructura

Detalle	Unidad	Valor Unitario (Bs.)	Valor Total (Bs.)
Galpón	3	30.000,00	90.000,00
Área administrativa	1	10.000,00	10.000,00
Área operativa	1	25.000,00	25.000,00
Área comercial	1	25.000,00	25.000,00
Total			150.000,00

Fuente: Elaboración propia.

Análisis de la tabla 13: De acuerdo a datos obtenido por personas que elaboran infraestructura

en la localidad del Sena, se ha considerado los precios que propone el constructor de acuerdo a los materiales a utilizarse en la construcción de diferentes áreas de la microempresa.

Tabla 14

Equipos

Detalle	Unidad	Valor Unitario (Bs.)	Valor Total (Bs.)
Termómetro avícola	1	150,00	150,00
Bebedores	25	80,00	2.000,00
Comedores	25	50,00	1.250,000
Ventiladores	10	1.250,00	12.500
Criaderas	10	750,00	7.500,00
Comedores plásticos para bebe	10	30,00	300,00
Bebedores plásticos para bebe	12	25,00	300,00
Balanza electrónica	1	550,00	550,00
Bomba de mochila	1	450,00	450,00
Total			25.000,00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 15

Maquinarias

Detalle	Unidad	Valor Unitario (Bs.)	Valor Total (Bs.)
Escaldadora	1	6.500,00	6.500,00
Desplumadora	1	5.500,00	5.500,00
Selladora	1	3.000,00	3.000,00
Carrito de carga	2	500,00	1.000,00
frízer	3	3.000,00	9.000,00
Total			25.000,00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 16*Equipo de Computación*

Detalle	Unidad	Valor Unitario (Bs.)	Valor Total (Bs.)
Computadora	1	4.200,00	4.200,00
Impresora	1	2.100,00	2.100,00
Total			6.300,00

Fuente: Elaboración propia.**Tabla 17***Vehículo*

Detalle	Unidad	Valor Unitario (Bs.)
Camión frigorífico	1	105.000,00
Total		105.000,00

Fuente: Elaboración propia.**Tabla 18***Muebles y Enseres*

Detalle	Unidad	Valor Unitario (Bs.)	Costo Total (Bs.)
Escritorio	2	700,00	1.400,00
Silla giratoria	2	120,00	240,00
Mesa	3	600,00	1.800,00
Sillas	10	100,00	1.000,00
Estante de madera	2	800,00	1.600,00
Vitrina	1	700,00	700,00
Bebedero	1	350,00	350,00
Utensilio	varios	400,00	400,00
Total			7.490,00

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 19*Resumen Activos Fijos*

Rubros	Valores (Bs.)
Infraestructura	150.000,00
Equipos	25.000,00
Maquinaria	25.000,00
Equipo de computación	6.300,00
Vehículo	105.000,00
Muebles y enseres	7.490,00
Total	318.790,00

Fuente: Elaboración propia.

Nota: Se detalla el cuadro en resumen del valor total de la inversión fija que se necesitara.

4.3.1.2 Capital de Trabajo

4.3.1.2.1 Costo de Produccion

Para realizar los cosos de produccion es necesario conocer los costos de la materia prima directa, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación.

4.3.1.2.1.1 Materia prima directa

Para la implementación de la granja avícola se requiere de la siguiente materia prima.

Tabla 20*Materia Prima directa*

Detalle	Cantidad	Unidad de medida	Costo Unitario (Bs.)	Costo Total por lote (Bs.)	Valor Anual (Bs.)
Pollos bebe unidad	2.000	Unidad	0,85	1.700,00	20.400,00
Alimento inicial I	13	Sacos	80,00	1.040,00	12.480,00
Alimento inicial II	13	Sacos	80,00	1.040,00	12.480,00
Crecimiento	15	Sacos	80,00	1.200,00	14.400,00
Total					59.760,00

Fuente: Elaboración propia.

4.3.1.2.1.2 Mano de obra directa

Para la mano de obra directa se contará con 2 personas directamente relacionadas con el proceso productivo, el cual se detalla de la siguiente manera:

Tabla 21

Mano de Obra Directa

MANO DE OBRA DIRECTA (Bs.)										
Detalle	Cantidad	Costo sueldo unitario	Costo mensual	Meses	Costo de sueldo	Aguinaldo	Bono Incentivo	Aporte Patronal 16,71 %	Total de beneficio	Total Anual a Pagar
Jornaleros (galponeros y faeneadores)	2	2.250,00	4.500,00	12	54.000,00	4.500,00	4.500,00	9.023,40	18.023,40	72.046,40

Fuente: Elaboración propia.

4.3.1.2.1.3 Costos indirectos de fabricación

Para los costos indirectos de fabricación se tomó en cuenta el valor de la producción de un lote (3 meses de duración).

Tabla 22

Valor Costos Indirectos de Fabricación

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario (Bs.)	Costo Total por lote (Bs.)	Valor Anual (Bs.)
Vacunas	Dosis	2	150,00	300,00	1.200,00
Vitaminas	Dosis	1	150,00	150,00	600,00
Medicamentos	Varios	1	100,00	100,00	400,00
Desinfectante	Galón	1	50,00	50,00	200,00
Equipo de protección	Unidad	4	60,00	240,00	960,00
Cal	Saco	5	15,00	75,00	300,00
cascarilla de arroz	Quintal	4	30,00	120,00	480,00
Total					4.140,00

Fuente: Elaboración propia.

4.3.1.2.1.4 Resumen de Costos de Producción: Se resumen a continuación todos los costos de producción.

Tabla 23

Valor total costos de producción

Rubros	Valor Anual (Bs.)	Cantidad de Lotes (Fases)	Valor Lote (Bs.)
Materia prima directa	59.760,00	4	14.940,00
Mano de obra directa	72.046,40	4	18.011,60
Costo Indirecto de Fabricación	4.140,00	4	1.035,00
Total	135.946,40		135.946,00

Fuente: Elaboración propia.

4.3.1.2.1 Depreciación de los activos fijos

Los bienes de uso no son duraderos de por vida, estos bienes tienden a perder su valor, se dice que un bien se deprecia por el uso que se le da al mismo.

La siguiente tabla presenta el cálculo de las depreciaciones mensual y anual por cada activo fijo, tomando en cuenta el factor de depreciación para cada año de vida útil, también se ha tomado en cuenta el porcentaje de depreciación, para que al final de su vida útil del bien, la microempresa esté en condiciones de reponer el mismo.

Tabla 24

Depreciación de Activos

ACTIVOS FIJOS	VIDA ÚTIL	% DE DEPRECIACIÓN	COSTO ORIGINAL (Bs.)	DEPRECIACIÓN ANUAL (Bs.)
Edificaciones	20	5	150.000,00	7.125,00
Muebles y enseres	10	10	7.490,00	674,10
Equipamiento	8	12.5	25.000,00	2.734,37
Maquinaria	8	12.5	22.000,00	2.406,25
Vehículo	5	20	105.000,00	16.800,00
Equipo de computación	4	25	6.300,00	1.181,25
TOTALES			315.790,00	30.920,97

Fuente: Elaboración propia

4.3.1.3 Gastos Administrativos

4.3.1.3.1 Sueldos y Salarios

Tabla 25

Mano de Obra Indirecta

MANO DE OBRA INDIRECTA (Bs.)										
Detalle	Cantidad	Costo Sueldo Unitario	Costo Total Mensual	Meses	Costo de Sueldo	Aguinaldo	Bono Incentivo	Aporte Patronal 16,71 %	Total de Beneficio	Total a Pagar
Administrador financiero	1	4.500,00	4.500,00	12	54.000,00	4.500,00	2.250,00	9.023,40	15.773,40	69.773,40
Jefe de producción (Ing. Agropecuario o Zootecnista)	1	4.200,00	4.200,00	12	50.400,00	4.200,00	2.250,00	8.421,84	14.871,84	65.271,84
Vendedor	1	2.250,00	2.250,00	12	27.000,00	2.250,00	2.250,00	4.511,70	9.011,70	36.011,70
Chofer	1	2.500,00	2.500,00	12	30.000,00	2.500,00	2.250,00	5.013,00	9.763,00	39.763,00
Total			13.450,00		161.400,00					210.819,94

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 26*Suministro de Oficina*

Detalle	Cantidad	Costo Unitario (Bs.)	Valor Anual (Bs.)
Suministro de oficina	1	80,00	960,00
Total			960,00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 27*Energía Eléctrica*

Detalle	Unidad	Potencia en KW	Costo Unitario (Bs.)	Valor Mensual (Bs.)
Escaldadora	1	95	1,425	135,37
Desplumadora	1	80	1,425	114,00
Selladora	1	70	1,425	99,75
Frízer	3	250	1,425	1.068,75
Ventiladora de galpones	10	60	1,425	855,00
Focos	18	60	1,425	1.539,00
Total Mensual				3.811,87
Total Anual				45.742,44

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 28*Valor de Agua Potable*

Detalle	Cantidad	Costo Unitario (Bs.)	Valor Mensual (Bs.)	Valor Anual (Bs.)
Agua (m3)	3	30,00	90,00	1.080,00
Total				1.080,00

Fuente: Elaboración propia.

4.3.1.3.2 Resumen de Gastos Administrativos

Tabla 29

Valor Total Gastos Administrativos

Detalle	Cantidad	Costo Total Mensual (Bs.)	Valor Anual por Lote (Bs.)
Sueldos y salarios	4	13.450,00	53.800,00
Suministros de oficina	1	960,00	3.840,00
Energía eléctrica	1	3.811,87	15.247,48
Agua potable	1	1.080,00	4.320,00
Total		19.301,87	77.207,48

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 30

Gastos de Ventas

Detalle	Cantidad de cuña	Valor Unitario (Bs.)	Valor Mensual (Bs.)	Valor Anual (Bs.)
Publicidad Radial	30	10,00	300,00	3.600,00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 31

Gastos de Constitución

Detalle	Valor Unitario
Licencia de funcionamiento	2.500,00
Padrón Municipal	200,00
Carnet Sanitario	400,00
Total	3.100,00

Fuente: Elaboración propia.

4.3.1.4 Resumen Capital de Trabajo

Tabla 32

Valor Total del Capital de Trabajo

Detalle	Valor Lote (3 meses) (Bs.)	Valor Anual (Bs.)
Costos de producción	33.986,60	135.946,40
Gastos administrativos	19.301,87	77.207,48
Gastos de ventas	900,00	3.600,00
Gastos de constitución	775,00	3.100,00
Total	54.963,47	219.853,88

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 33

Valor Inversión Total del Proyecto

Rubros	Valor (Bs.)
Propiedad, planta y equipo	376.200,00
Capital de trabajo	219.853,88
Total	596.053,88

Fuente: Elaboración propia.

El valor de la inversión inicial del proyecto será de 596.053,88, el cual contempla costos y gastos para la implementación de la granja avícola en la localidad del Sena.

Tabla 34
Costos Totales

COSTOS TOTALES (Bs.)	33.986,60
INGRESOS TOTALES MES (Bs.)	51.580,00
PRECIO DE VENTA (Bs.)	25,79
CANTIDAD	2.000,00

Fuente: Elaboración propia

4.3.1.5 Determinación del precio de venta

En este cuadro determinamos el precio de venta para lo cual la microempresa colocara al mercado el producto, tomando en cuenta los datos de costo de producción, unitario más el costo fijo unitario más costos varios unitarios y el margen de ganancia, precio que es determinado para la venta en el mercado lo cual se muestra en el siguiente cuadro.

$$C.F. = \frac{18.011,60}{2.000,00} = 9,01$$

$$C.V. = \frac{14.940,00 + 1.035,00}{2.000,00} = \frac{15.975,00}{2.000,00} = 7,99$$

Precio de Venta = 25.79

Tabla 35
Determinación de Precio de Venta

Determinación del precio de venta (Bs.)				
Costo de producción unitario	Costofijo unitario	Margen de ganancia	Precio de Venta Pollo de Kg.	Precio de Venta Pollo de Kg.
7,99	8,87	8,43	2.500 25,79	1.000 12,96

Fuente: Elaboración propia

7,99 + 8,87= 16.86 Costo de produccion

Margen de Utilidad 50%

4.3.1.6 Estructura de Inversión

Al considerar una inversión total para el emprendimiento es necesario tomar en cuenta el monto que se requerirá para la inversión para lo cual se necesita Bs. 593.173,68. para el financiamiento se contará con socios, siendo un aporte propio. En este sentido la estructura de financiamiento para el total de activos representa un 100% de aporte de los socios, tal como se detalla en el siguiente cuadro.

Tabla 36

Estructura de Inversión

ESTRUCTURA DE INVERSIÓN	
Inversiones	Costo total en (Bs.)
Activos Fijos	379.200,00
Terreno	50.000,00
Edificaciones	150.000,00
Muebles y enseres	7.490,00
Equipamiento	25.000,00
Maquinaria	25.000,00
Vehículo	105.000,00
Equipo de computación	6.300,00
Activos Diferidos	3.100,00
Trámites legales	3.100,00
Capital de Trabajo	216.753,88
Costos de producción	135.946,40
Gastos de administración	77.207,48
Gastos de comercialización	3.600,00
Total	599.053,88

Fuente: Elaboración propia

4.3.1.7 Fuente de financiamiento

Luego de haber obtenido el costo de producción, gastos de comercialización, costos de administración, los sueldos y salarios, para dar a funcionamiento a la microempresa lo que se necesita para la inversión es de un capital inicial de Bs. 599.053,88. del cual el 70% será de capital propio y para el saldo se buscará a socios para su financiamiento.

Tabla 37

Financiamiento de los Socios

Financiamiento	%	Total (Bs)
Capital propio	70	419.337,72
Socios	30	179.716,16
Total	100	599.053,88

Fuente: Elaboración propia

4.3.1.8 Estado de resultado

El estado de resultado nos muestra de manera detalla los ingresos y gastos durante los 5 años proyectados, los cuales están descrito de la siguiente manera:

Tabla 38

Estado de Resultado

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS	618.960,00	680.856,00	748.941,60	823.835,76	906.219,34
(-) Costo de produccion	135.946,40	149.541,04	164.495,14	180.944,66	199.039,12
(=) Utilidad Bruta	483.013,60	531.314,96	584.446,46	642.891,10	707.180,22
(-) Gastos de Administración	77.207,48	84.928,23	93.421,05	102.763,16	113.039,47
(-) Gastos de venta	3.600,00	3.960,00	4.356,00	4.791,60	5.270,76
(-) Gastos de Constitución	3.100,00	3.410,00	3.751,00	4.126,10	4.538,71
(-) Depreciaciones	30.920,97	30.920,97	30.920,97	30.920,97	30.920,97
(=) Utilidad Operacional	368.185,15	408.095,76	451.997,44	500.289,27	553.410,30
(-) 25% Impuesto a la renta	92.766,34	102.815,99	113.870,62	126.030,70	139.406,80
(=) Utilidad Neta	276.138,86	306.071,82	338.998,08	375.216,95	415.057,72

Fuente: Elaboración propia

4.3.1.9 Flujo de Efectivo (Caja)

El flujo de caja es un indicador esencial para conocer cuál es la liquidez de la empresa en un momento de tiempo concreto, este nos permitirá hacer un diagnóstico de la salud financiera de la microempresa.

Tabla 39

Estado de Flujo de Efectivo

Flujo de caja	Año base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Inicial	(599.053,88)					
INGRESOS						
Ingresos por ventas		618.960,00	680.856,00	748.941,60	823.835,76	906.219,34
COSTOS						
Costos fijos (-)		283.095,64	283.095,64	283.095,64	283.095,64	283.095,64
Costos Variables (-)		20.467,48	22.513,70	24.765,07	27.241,58	29.965,73
Depreciación (-)		30.920,97	30.920,97	30.920,97	30.920,97	30.920,97
TOTAL COSTOS		334.484,09	336.530,31	338.781,68	341.258,19	343.982,34
RESULTADO FINANCIERO		284.475,91	344.325,69	410.159,92	482.577,57	562.237,00
IUE (25%)		71.118,98	86.081,42	102.539,98	120.644,39	140.559,25
UTILIDAD NETA		213.356,93	258.244,27	307.619,94	361.933,18	421.677,75
Depreciación		30920,97	30920,97	30920,97	30920,97	30920,97
FLUJO DE CAJA		244.277,90	289.165,24	338.540,91	392.854,15	452.598,72

Fuente: Elaboración propia

4.3.2 EVALUACIÓN FINANCIERA:

4.3.2.1 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Para determinar el VAN, es necesario calcular primeramente el flujo de efectivo Neto, considerando una tasa de inversión del 10%, para cada uno de los años.

Tabla 40

Valor Actual Neto

Flujo de Ingresos		Flujo de egreso		Flujo de Efectivo Neto	
1	618.960,00	1	334.484,09	1	284.475,91
2	680.856,00	2	336.530,31	2	344.235,69
3	748.941,60	3	338.781,68	3	410.159,92
4	823.835,76	4	341.258,19	4	482.577,57
5	906.219,34	5	343.982,34	5	562.237,09
Total flujo neto actualizado					2.083.776,09

Fuente: Elaboración propia

V.A.N. = Sumatoria Flujo Neto Actualizado - Inversión

V.A.N. = 2.083.776,09 – 599.053,88

V.A.N. = 1.484.722,21

Análisis:

Si el VAN es mayor a uno el proyecto se acepta

Si el VAN es igual a uno el proyecto es indiferente

Si el VAN es menor a uno el proyecto se rechaza

Por tanto, el proyecto se acepta debido a que su VAN es mayor a uno.

4.3.2.2 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para "reinvertir".

Tabla 41

Flujo neto Para Determinar el TIR

FLUJO NETO	
Años	Valor
1	284.475,91
2	344.235,69
3	410.159,92
4	482.577,57
5	562.237,09
TOTAL FLUJO NETO	2.083.776,09

Fuente: Elaboración propia

$$TIR = \frac{\text{Inversión}}{\text{flujo neto}} \times 100$$

$$TIR = \frac{(599.053,88)}{2.083.776,09} \times 100$$

$$TIR = 29\%$$

Análisis:

Si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto.

Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto

Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.

Por tanto, el proyecto se acepta por cuanto la TIR es mayor que el costo de oportunidad del dinero. La misma que es del 37%.

4.3.2.3 Evaluación financiera (VAN, TIR, BENEFICIO/COSTO)

La relación beneficio costo se utiliza para evaluar los estudios del proyecto de inversión, el cual se apoya en el método de valor presente neto.

Tabla 42

Evaluación Financiera

Valor presente neto de ingresos		Valor presente neto de Egreso	
Años	Valor	Años	Valor
1	618.960,00	1	334.484,09
2	680.856,00	2	336.530,31
3	748.941,60	3	338.781,68
4	823.835,76	4	341.258,19
5	906.219,34	5	343.982,34
Total	3.778.812,70	Total	1.695.036,61

Fuente: Elaboración propia

$$B/C = \frac{VPN \text{ ingreso}}{VPN \text{ egresos}}$$

$$B/C = \frac{3.778.812,70}{1.695.036,61}$$

$$B/C = 2,22$$

Análisis:

Si la relación B/C es mayor a 1, el proyecto es conveniente el proyecto.

Si la relación B/C es igual el proyecto es indiferente llevar acabo el proyecto

Si la relación B/C menor a 1, no es atractivo el proyecto.

4.3.2.4 Índice de rentabilidad

EL índice de rentabilidad indica la eficiencia financiera y se compara la rentabilidad de la microempresa.

Tabla 43

Índice de Rentabilidad

VAN	1.484.722,21
TIR	29%
INDICE DE RENTABILIDAD	2,22

Fuente: Elaboración propia

Analizando la evaluación financiera del VAN, TIR, BENEFICIO/COSTO se ha obtenido un resultado positivo, lo cual significa que el emprendimiento es rentable, también es muy relevante para llamar la atención de los socios para que puedan invertir en el emprendimiento.

4.3.2.5 Periodo de recuperación del capital

A través del periodo de recuperación de capital se demostrará con exactitud en cuanto tiempo se recuperará el capital invertido

Tabla 44

Periodo de Recuperación del Capital (PRC)

AÑOS	INVERSION	FLUJO NETO
0	599.053,88	
1		284.475,91
2		344.325,69
3		410.159,92
4		482.577,57
5		562.237,00
TOTAL		2.083.776,09

Fuente: Elaboración propia

$$PRC = \frac{\sum FLUJO DE CAJA - INVERSION}{FLUJO AÑO QUE SUPERA INVERSION}$$

$$PRC = \frac{2.083.776,09 - 599.053,88}{562.237,00}$$

$$PRC = 2,64$$

Para sacar los meses $0,64 * 12 = 7,68$

Para sacar los días $0,68 * 30 = 20$

El periodo de recuperación se dará en:

2 años

7 meses

20 días

4.4 DESAROLLO DE LA PROPUESTA CENTRAL

4.4.1 Definición del negocio.

Por el tamaño del negocio ‘POLLOS SALVATIERRA S.R.L.’, será una microempresa dedicada al rubro de la avicultura, la sociedad está compuesta por capitales con responsabilidades limitadas.

4.4.2 Naturaleza de la empresa

La crianza de los pollos son una línea de productos perteneciente al sector avícola, de tal forma se ha obtenido la denominación de implementar una microempresa dedicado a producir carne de pollo con una alimentación natural y adecuada para su crecimiento efectivo.

Características

Nombre:	Pollos Salvatierra S.R.L
Por su tamaño:	Microempresa
Por su actividad:	Avicultura
Por su ámbito de actividad:	Local
Tipo de sociedad:	Sociedad de Responsabilidad Limitada S.R.L.

4.4.3 Esencia del del negocio

La microempresa “POLLOS SALVATIERRA S.R.L.” es una de las microempresas dedicada al rubro avícola con la producción de carne de pollo, que tiene por objetivo satisfacer las necesidades de la población, con un producto natural en comparación de las otras empresas que se dedican al mismo rubro, parte de ahí que la producción de pollos se alimentara con alimentos balanceados producidos en el interior del país, con el suplemento de los alimentos de la región.

Los pollos son un producto primordial para la canasta familiar, de tal forma la producción de carne de pollo será de forma natural debido a la alimentación del sector, también podemos indicar que gracias a la carne de pollo la población puede sustituir a la carne de res en casos de escases.

La carne de pollo puede ser preparada para distintos tipos de platos ya que es una carne blanda y de fácil manejo.

4.4.4 Misión.

Somos una microempresa avícola dedicada a la producción de carne de pollo natural, brindando un producto de una mejor calidad, para satisfacer las necesidades y expectativas del cliente.

4.4.5 Visión.

Consolidarnos como una de las microempresas más importantes en el sector avícola, ofreciendo carne de pollo saludable con buenas características en el mercado, comprometiendo al personal para una buena atención al cliente.

4.4.6 Principios y Valores Organizacionales

Los principios y valores organizacionales nos permiten mejorar nuestro comportamiento como personas. Nos ayudan a formular metas, objetivos, aspiraciones tanto personales como empresariales; es por ello que la micro empresa cuenta con ciertos valores primordiales que son necesarios para llevar a cabo las actividades y acciones necesarias con el fin de lograr nuestros objetivos

4.4.6.1 Principios Organizacionales

- **Trabajo en equipo:** Es fundamental que se cuente con la unión y la comunicación de los trabajadores para obtener un mejor resultado del producto.
- **Compromiso:** Tener un compromiso que brinde estándares de calidad en el producto hacia los clientes así también un compromiso con el cuidado del medio ambiente.
- **Competitividad:** La micro empresa buscará siempre una competitividad ofrecer un producto de calidad y atención al cliente.

4.4.6.2 Valores

- **Respeto:** Es uno de los valores fundamentales de respeto mutuo y compromiso en

las relaciones personales, tanto interno y externo en el campo laboral.

- **Trabajo en Equipo:** Es una de las condiciones de trabajo de tipopsicológico, con el fin de tener una buena comunicación y aumentar la eficiencia en las actividades y cumplir con los objetivos propuestos.
- **Responsabilidad:** Actitud que nos permite a cumplir las obligaciones de manera comprometida y eficiente.
- **Puntualidad:** Es el valor que nos lleva a realizar las actividades a su debido tiempo y la llegada a la hora exacta de los empleados a la microempresa.
- **Honestidad:** Ejecutar las actividades y funciones de una manera honesta clara y transparente para cumplir de manera eficiente los objetivos.

4.4.7 Logotipo



4.4.8 Marca

La marca es la imagen que será reconocida por nuestros clientes de tal forma que puedan identificarnos de manera rápida para adquirir nuestros productos.

4.4.9 Lema

“POLLOS SALVATIERRA LOS MAS NATURALES LOS MAS SALUDABLES”

4.4.10 Organigrama Estructural

La estructura organizacional es esencial en toda organización, ya que define los elementos y características de cómo se va organizar, este organigrama tiene la función principal de establecer autoridad, jerarquía, cadena de mando entre otras; razón por la cual se plantea el siguiente organigrama según la figura 20.

Organigrama Organizacional

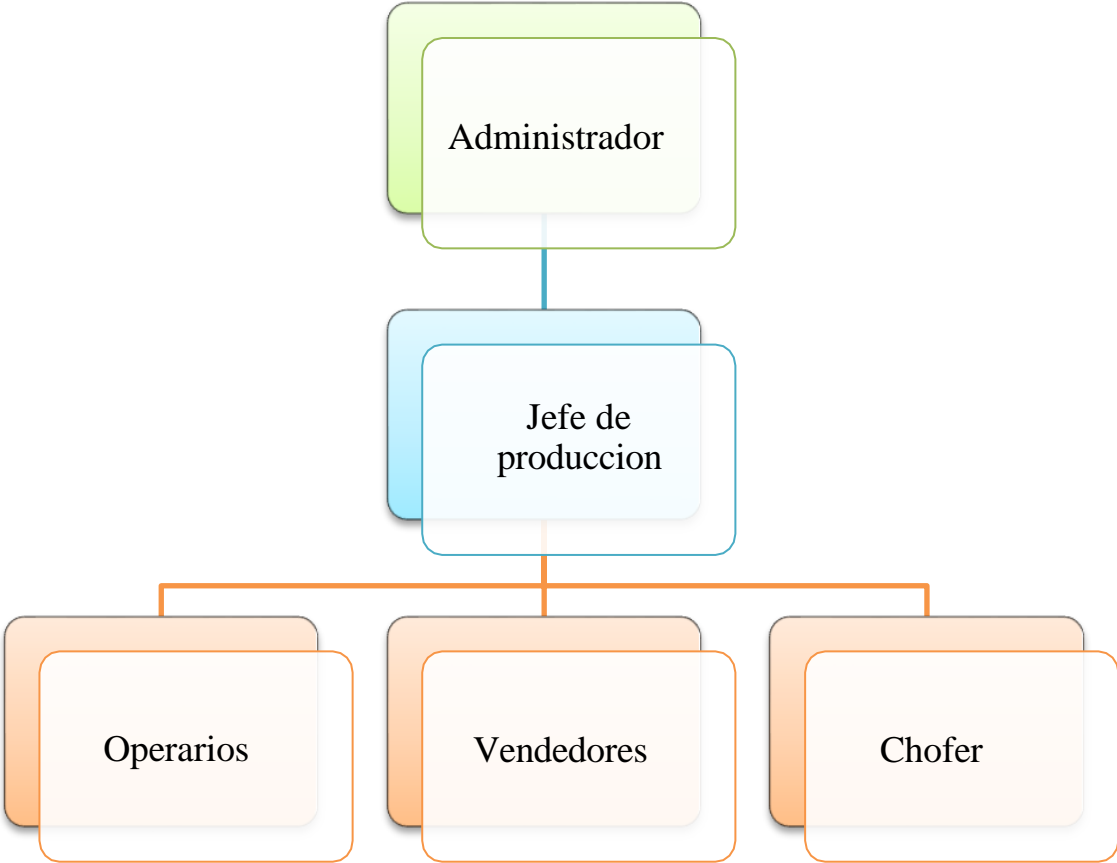


Figura 21: Organigrama de la microempresa.

4.4.11 Manual de funciones

Cuadro N° 5:

Identificación del Cargo de Gerente

Identificación del cargo	
Unidad Administrativa	Gerencia
Cargo:	Gerente
Numero de Cargo:	Uno
Objetivo	
Dirigir, coordinar y supervisar el eficiente desarrollo de las actividades de la microempresa en todas las áreas que lo componen.	
Funciones:	Ejercer la dirección administrativa, operativa y financiera de la microempresa. Dirigir la micro empresa, tomar decisiones, controlar y liderar de la mejor manera Elaborar las políticas, normas y planificaciones de acuerdo a las necesidades de la misma. Contratar personal capacitado para el desarrollo de las actividades dentro de la micro empresa. Realizar diagnóstico y control a los animales.
Perfil:	Formación: Superior Título: Lic. Administración de Empresa, Economía, Veterinario o carreras afines. Experiencia: Mínima 3 año en cargos similares Conocimientos en: Contabilidad y computación básica.
Competencias:	Liderazgo, trabajo en equipo, emprendimiento.

Cuadro N° 6:*Identificación del Cargo de jefe de Producción*

Identificación del cargo	
Unidad Administrativa	Jefe de produccion
Cargo:	Produccion y Ventas
Numero de Cargo:	Uno
Objetivo	
Cumplir con los objetivos de produccion, tanto en calidad, cantidad y tiempo, así como el manejo adecuado y cuidado en aves.	
Funciones:	Proporcionar la alimentación y bebida necesaria a las aves. Cuidar a las aves y prevenir enfermedades de las aves. Recibir pedidos y entrega de los mismos. Controlar el producto: su estado, peso, calidad y características. Verificar el producto final. Brindar excelente servicio y coordinar atención a los clientes.
Perfil:	Formación: Título de ingeniero en marketing, veterinario o zootecnista, ramas afines Experiencia: Mínima 1 año en puestos similares. Conocimientos en: manejo de aves y servicio al cliente.
Competencias:	Organizar el trabajo, facilidad de comunicación, establecer relaciones interpersonales.

Cuadro 7

Identificación del Cargo de Asistencia Técnica

Identificación del cargo	
Unidad Administrativa	Asistencia Técnica
Cargo:	Operarios
Numero de Cargo:	Uno
Objetivo	
Controlar la llegada del producto hasta la salida del mismo, en donde incluye alimento y cuidado.	
Funciones:	Realizar la limpieza adecuada en todo el proceso de producción (galpón, bebederos y comederos). Cumplir con todas las normas de calidad e higiene que implica el cuidado de las aves. Informar si existen anomalías Ser apoyo para el área de producción. Llevar control de las aves. Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas. Realizar cualquier otra tarea que le sea asignada.
Perfil:	Formación: Bachiller Conocimientos en: Manejo y cuidado de aves.
Competencias:	Buenas relaciones en equipo, disponibilidad de tiempo, tratar en forma cortés y efectiva al público en general.

4.4.12 Gestión empresarial

- **Gestión integral de Riesgo:** La Administración preverá los posibles desastres de los cambios climatológicos así podrá modificar y disminuir los peligros que se presenten en el proceso de producción y también ante cualquier amenaza.
- **Gestión de talento humano:** La parte operativa del personal tendrá una constante capacitación para su buen manejo de la microempresa.
- **Responsabilidad Social Empresarial:** La organización tomara muy en cuenta, la implementación de un sistema de calidad para incrementar su productividad y crear una imagen positiva ante sus usuarios y clientes, aprovechando los desechos como parte de alimentación para los porcinos.
- **Gestión de proceso de calidad:** Es una herramienta que nos permite manejar a los pollos de manera adecuada para su buena comercialización en el mercado.
- **Gestión de ética:** Es una herramienta que nos permite la participación de todas las personas de la microempresa que contribuyen en la toma de decisiones a la aplicación desde la convicción de los principios y valores.

4.4.13 Beneficios sociales.

La microempresa “POLLOS SALVATIERRA SRL”, en cuanto a los beneficios sociales que lograremos es la satisfacción de los clientes con un producto de fácil acceso en la población, generando empleo para el municipio ya sea directa o indirecta, teniendo una menor contaminación ambiental, debido al cuidado adecuado de los desechos que podría generar la microempresa.

4.4.14 Beneficios económicos.

En cuanto a los beneficios económicos la microempresa tomara mucho en cuenta sobre el manejo de los residuos o desechos como él (estiércol de los pollos) que estos desechos podrían ser aprovechados por los agricultores del municipio que es de gran beneficio, dándole el uso como abono en la producción de hortalizas, y así los agricultores obtendrán más rendimiento en la producción de sus hortalizas y generar más ingresos.

Si se ejecuta la implementación de la Granja Avícola, estaríamos siendo los pioneros en el desarrollo del sector avícola del municipio, por consiguiente, esto contribuiría favorablemente en el crecimiento económico y en el crecimiento en la competitividad del municipio, la generación de empleo y la comercialización directa de un producto que hasta la fecha no existe, todo esto es importante para la región, dado a que estoy generando mi propio empleo y el de más personas.

4.4.15 Beneficios Ambientales.

Sin pretender decir que el ambiente no se verá impactado por la implementación del proyecto avícola, la idea de la microempresa es integrar a toda la producción, modelos amigables con el ambiente con el fin de reducir las posibles afectaciones que pudiera tener el proyecto.

Lo más importante es llamar a la reflexión a todos los empresarios, estudiantes y comunidades en general. En cuanto a nuestra microempresa se pone en práctica el cuidado de la contaminación del medio ambiente, utilizando los desechos como el estiércol de los pollos para la agricultura, de esa manera se podrá minimizar la contaminación al medio ambiente.

CAPÍTULO V

5 PRESUPUESTO Y CRONOGRAMA

5.1 Presupuesto de inversión

Tabla 45

Presupuesto de Inversión Final

ESTRUCTURA DE INVERSIÓN	
Inversiones	Costo total en (Bs.)
Activos Fijos	379.200,00
Terreno	50.000,00
Edificaciones	150.000,00
Muebles y enseres	7.490,00
Equipamiento	25.000,00
Maquinaria	25.000,00
Vehículo	105.000,00
Equipo de computación	6.300,00
Activos Diferidos	3.100,00
Trámites legales	3.100,00
Capital de Trabajo	216.753,88
Costos de producción	135.946,40
Gastos de administración	77.207,48
Gastos de comercialización	3.600,00
Total	599.053,88

5.2 Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	GESTION 2022 - 2023																							
	Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Análisis del proyecto																								
Compra del terreno																								
Legalización de la microempresa																								
Construcción de infraestructura																								
Compra de activos																								
Adecuación de galpones																								
Adecuación de bóveda y cuarto de enfriamiento																								
Adquisición de materia prima																								
Compra de insumos																								
Contratación de personal																								
Capacitación al personal																								
Apertura de la granja avícola																								

Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO VI

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

- Por medio del análisis de los estudios de mercado, técnico y financiero, se comprobó la viabilidad y rentabilidad en la producción y venta de carne de pollo en la localidad del Sena.
- Mediante el estudio financiero, se pudo determinar que el proyecto es económicamente rentable, ya que posee una relación beneficio costo de 2,22 un VAN de 1.484.722,21 y un TIR del 29%, y un tiempo de recuperación de la inversión al segundo año, todos estos puntos mencionados son indicativos, para concluir que el proyecto es factible.
- A través del estudio de mercado, se logró conocer la oferta y demanda del servicio que ofrece el proyecto, conocer las empresas competidoras y los productos similares, para que de esta manera se pueda identificar la demanda insatisfecha de la localidad y segmentar un mercado fijo.

6.2 Recomendaciones

- Para obtener resultados económicamente rentables en el menor tiempo y con menor inversión, se necesita un manejo apropiado en sanidad, temperatura, ventilación, alimentación, agua y contar con personal que sea capaz de identificar estas necesidades y tener posibilidad de tomar las decisiones en el campo.
- A los profesionales interesados en desarrollar el proyecto, buscar fuentes de financiamiento que permitan a la empresa poseer los recursos necesarios para su ejecución.
- No descuidar los posibles impactos ambientales que pudiera causar el proyecto en la comunidad.
- Se debe cumplir todas las normas y procedimientos de bioseguridad para que los impactos que se genere sean menores y no sea afectada la naturaleza ni los trabajadores.

Bibliografía

- al., C. e. (2018). *Guía de buenas prácticas para el uso y construcción del faenador de aves-inta*. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. . Obtenido de <https://inta.gob.ar/sites/default/files/inta-pergamino-faena-de-avez.pdf>
- C.A, ". A. (2012). *Guía de manejo del pollo de engorde*. Obtenido de [https://www.avesca.com.ec/wp-content/uploads/2017/03/Cobb500- Guiademanejo.pdf](https://www.avesca.com.ec/wp-content/uploads/2017/03/Cobb500-Guiademanejo.pdf) Consultado el 10/10/2020.
- Cantos, A. (2012). *Impleentación de pequeñas granjas avícolas familiares para sectores de la comuna San Rafael, canton Santa Elena*. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/912/1/CANTOS%20GARC%C3%8DA>
- Coello, D. (2015). *Determinación de la influencia de dos fuentes de iluminación eléctrica sobre los parámetros productivos en pollos de engorde. Trabajo de Titulación. Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia. Universidad de Guayaquil*. . Obtenido de <http://repositoio.ug.edu.ec/handle/redug/14551>
- Copa, Q., C.S, C., J.M, H., & Ticona C.E, S. E. (2012). *Metodología de la Investigación*.
- Cruz, L. (2015). *Estudio de factibilidad financiera para la comercialización de pollos broiler en la parroquia Chanduy, cantón Santa Elena. Trabajo de Titulación. Facultad Ciencias Agrarias. Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE)*. . Obtenido de <http://www.mag.go.cr/acerca-del-mag-programas/sixaola-proy50-BID-Granja-pollos-Amubre.pdf>. Consultado el 2/11/2020.
- Delgado, R., Bermúdez, G., & Pinto Aguilar, R. (25 de Enero de 2004). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE UN RESTAURANTE EN LA GRAN CARACAS PARA EL SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO 2005*. Obtenido de <http://repositorios.unimet.edu.ve/docs/42/ATHF5500C68D45.pdf>
- Fallas, R. (2012). *Producción local de pollos de engorde en la granja avícola La Esperanza, Amubre, Telire, Talamanca, Limon*. Obtenido de http://www.mag.go.cr/acerca_del_mag/programas/sixaola-proy50-BID-Granja_pollos_Amubre.pdf. Consultado el 2/11/2020.
- Guamán, W. (2015). *Estandarización de los procesos productivos en pollos de engorde en la empresa Avícola Guamán en todas las etapas de crecimiento. Trabajo de Titulación. Escuela de la Tecnología en Producción y Seguridad Industrial*. . Obtenido de

- <http://dscape.edla-edu.ec/bitstream/33000/4645/1/UDLA-EC-TTPSI-2015-13.pdf>
- Hernandez, K. (2015). *Implementacion de un galpón climatizado automatico para la crianza de pollos, analisis de costos e ingresos y rentabilidad*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/9595/KETTY%20HERNANDEZ%20RUIZ-POSGRADO%20ECONOMIA.1pdf>.
- Luna, P. (2010). *Crianza y Comercialización de pollos. Trabajo de Titulación. Instituto de Altos Estudios*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/143431245.pdf>
- MANUAL DE AVICULTURA 2º AÑO CICLO BÁSICO AGRARIO . (s.f.). Obtenido de https://www.produccion-animal.com.ar/produccion_aves/produccion_avicola/106-MANUAL_DE_AVICULTURA.pdf
- Morejón, R. (2017). *Desarrollo de un modelo matemático para la evaluación de los parámetros de operación de naves en la cría de pollos de engorde. Trabajo de Titulación. Facultad de Ingeniería mecánica. Escuela Politécnica Nacional*. . Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/8581/1/T-UCE-0003-AE025-%202015.pdf>
- Moreno, S. (2015). *Proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de carne de pollo en la provincia de Pichincha, cantón Mejía, ciudad de Machachi. Trabajo de Titulación. Facultad de Ciencias Administrativas. Universidad Central del Ecuador*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/8581/1/t-UCE-003-AE025-%202015.pdf>
- Proaño, E. (2016). *Proyecto de factibilidad para la creacion de una microempresa dedicada al faenamamiento y comercialización de pollos, ubicada en el sector de llano grande del cantón de Quito*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/10926/1/T-UCE-0003-CA210-2016.pdf>
- Quezada, S. e. (2011). *Implementación de un proyecto de producción y comercialización de pollos de carne en la Asociación de Productores Agroecológicos “Virgen del Rosario”, perteneciente a la Parroquia de El Valle. Trabajo de Titulación. Facultad de Ciencias Administrativas y* . Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/1221>
- Sanchez, L. (2015). *Análisis del tipo de cama en la crianza de pollos de engorde y su influencia en los parámetros zootécnicos en la granja Limoncito de la U.C.S.G. Trabajo*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/4464/a/T/UCSG-PRE-TEC-CMV-7.pdf>
- Slide. (s.f.). *Slide Share.net*. Obtenido de <https://www.slideshare.net/>

- Solla, L. (2016). *Ventilacion en galpones abiertos pollo de engorde*. Obtenido de <https://www.solla.com/sites/default/files/productos/secciones/adjuntos/VENTILACION>
- Valda, J. (2003). Técnicas y metodologías de investigación administrativas aplicados a la gerencia social. En J. Valda. Obtenido de 1ra. Edición.
- Vargas, O. (2016). *Avicultura. Univerdad Técnica de Machala*. Obtenido de <file:///C:/Users/omars/Downloads/83%20AVICULTURA.pdf>. Consultado el 18/10/2020.
- VEGA, S. (2006). *EVALUACION DE GENERO E INGRESOS FAMILIARES EN UN SISTEMA SEMI INTENSIVO DE PRODUCCION DE AVES DE POSTURA EN LA PROVINCIA CARANAVI*. Obtenido de <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/11886/T-994.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Zambrano, Y. (2011). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de pollos broilers en el cantón Junín, provincia de Manabí. Trabajo de Titulación. Facultad de Administración de empresas. Universidad Politécnica Salesian*. Obtenido de <http://dscape.ups.edu.ec/handle/123456789/5026>

ANEXOS

ENCUESTA

1. ¿Consume usted carne de pollo?

a) Si

b) No

2. ¿Usted donde realiza sus compras de carne de pollo?

a) Friales

b) Tiendas de barrio

c) Riberalta

d) Cobija

e) Produccion propia

3. ¿Usted a cuanto compra el kilo de pollo?

a) 11

b) 12

c) 13

d) 14

e) Otros precios

4. ¿Usted que cantidad de pollo consume a la semana?

a) 2 a 4 kl.

b) 4 a 6 kl.

c) 6 a 8 kl.

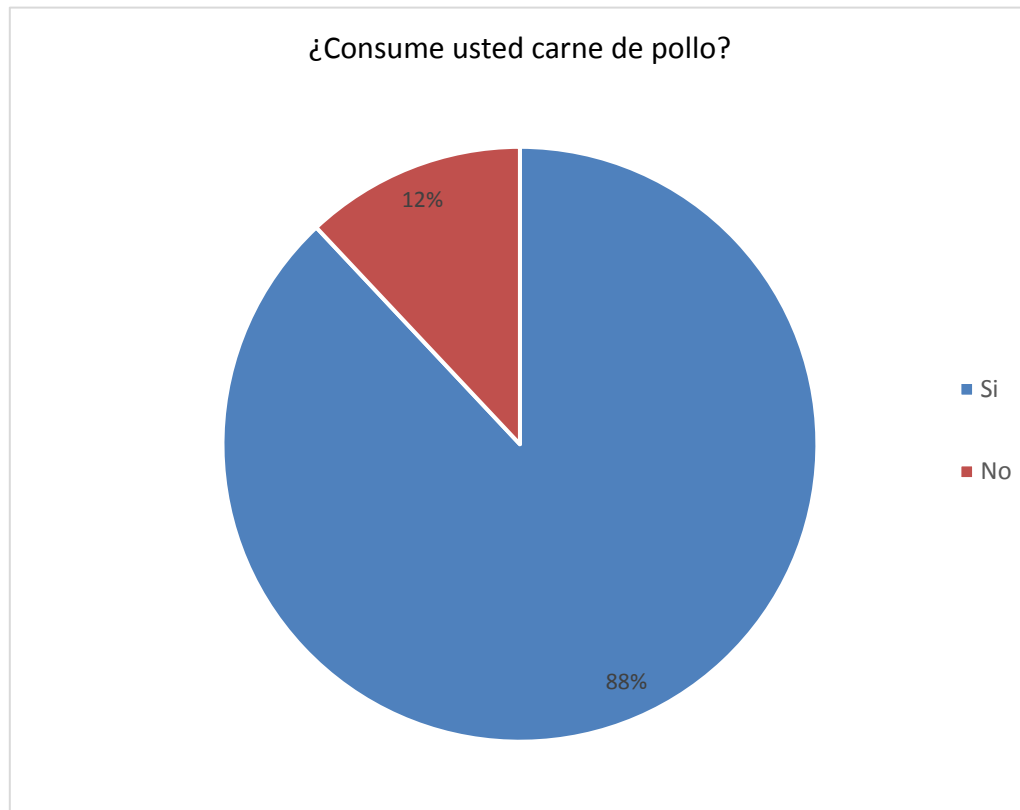
d) Otros

- 5. ¿Usted tiene conocimiento de la procedencia de la carne de pollo en nuestra localidad?**
- a) Si
 - b) No
- 6. ¿Usted conoce los beneficios de la carne de pollo?**
- a) Si
 - b) No
- 7. ¿En su familia quien realiza las compras?**
- a) Hijos
 - b) Madre
 - c) Padre
 - d) Hermanos
- 8. ¿Le gustaría comer pollos que sean criados y comercializados en la localidad?**
- a) Si
 - b) No
 - c) No responde
- 9. Si se implementara una microempresa de crianza, comercialización y distribución de pollos en la localidad, ¿Usted Compraría?**
- a) Si
 - b) No

RESULTADO DEL TRABAJO DE CAMPO

Es la recopilación de datos del estudio de mercado en base a las encuestas aplicadas y a la observación realizada, se obtuvieron los datos que serán descritos a continuación.

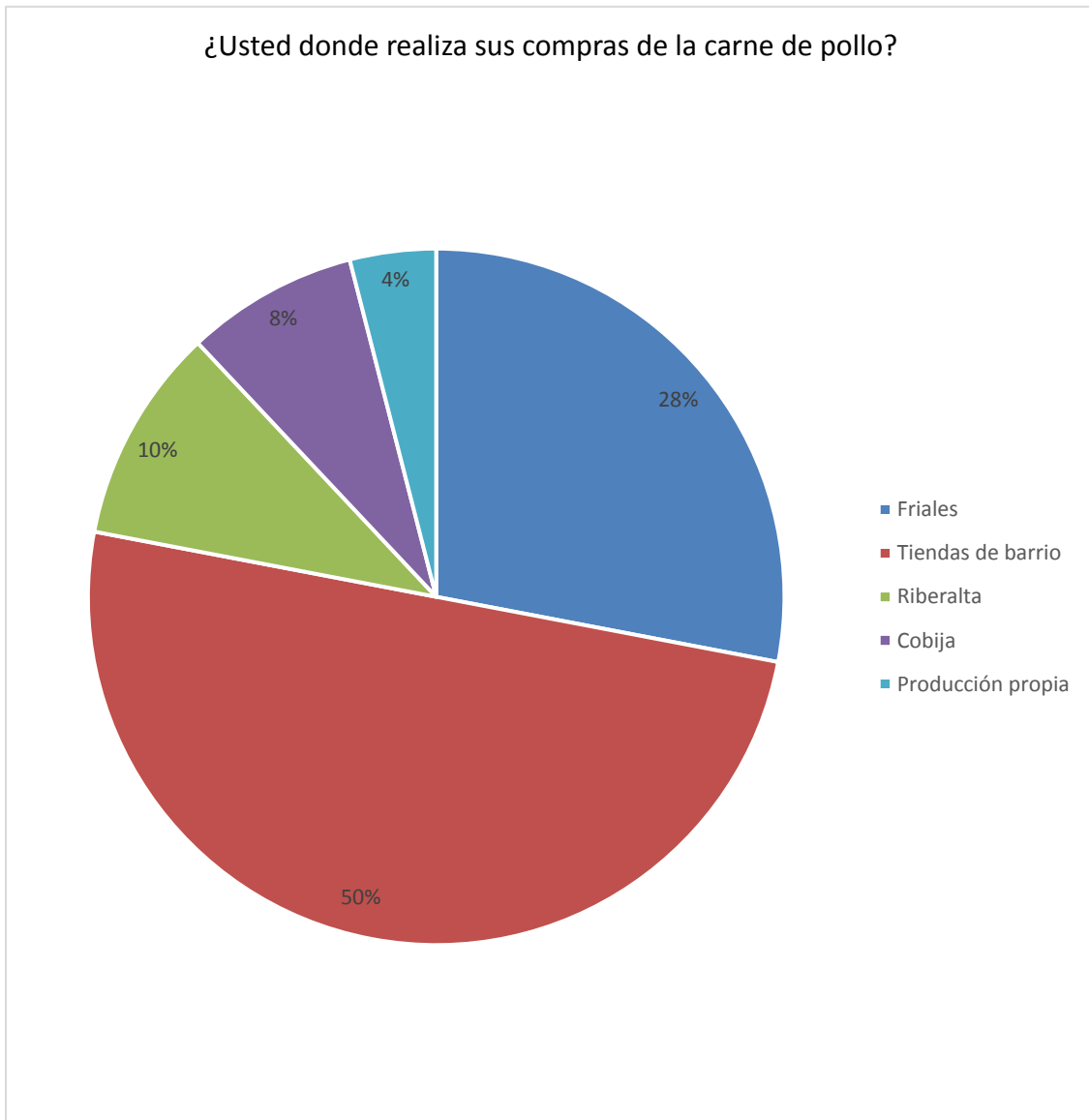
1. ¿Usted consume carne de pollo?



Análisis

De acuerdo a las encuestas realizadas se puede determinar que el 88% de las personas si consumen la carne de pollo, y el 12% optan por consumir otro tipo de carne.

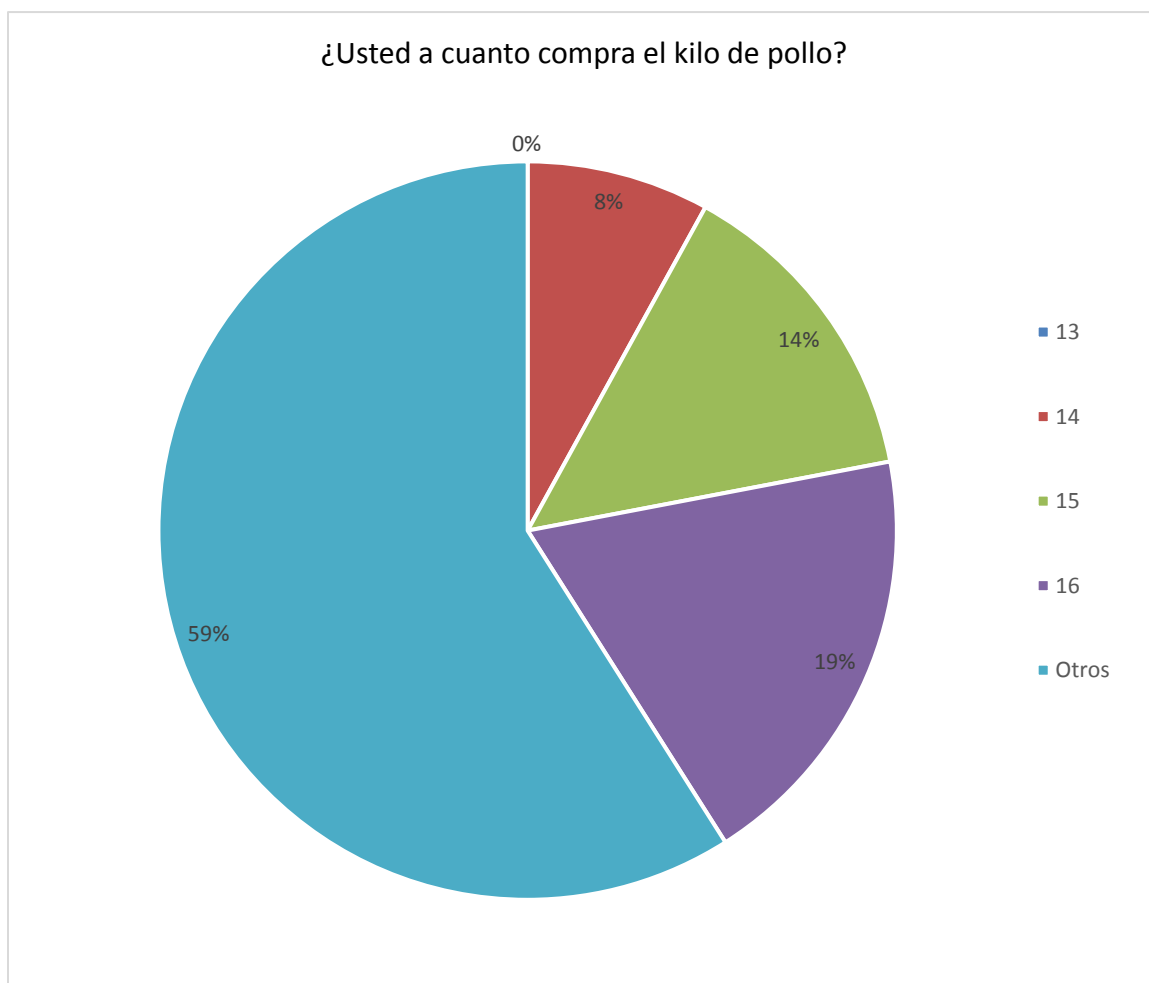
2. ¿Usted de donde realiza sus compras de la carne de pollo?



Análisis

Se pudo obtener los resultados de la encuesta que el 50% de las personas compran la carne de en tiendas de barrio, y el 28% de los friales, el 10% se abastecen de la ciudad de Riberalta, el 8% de las ferias que se hacen en la ciudad de Cobija, y el 4% tienen producción propia.

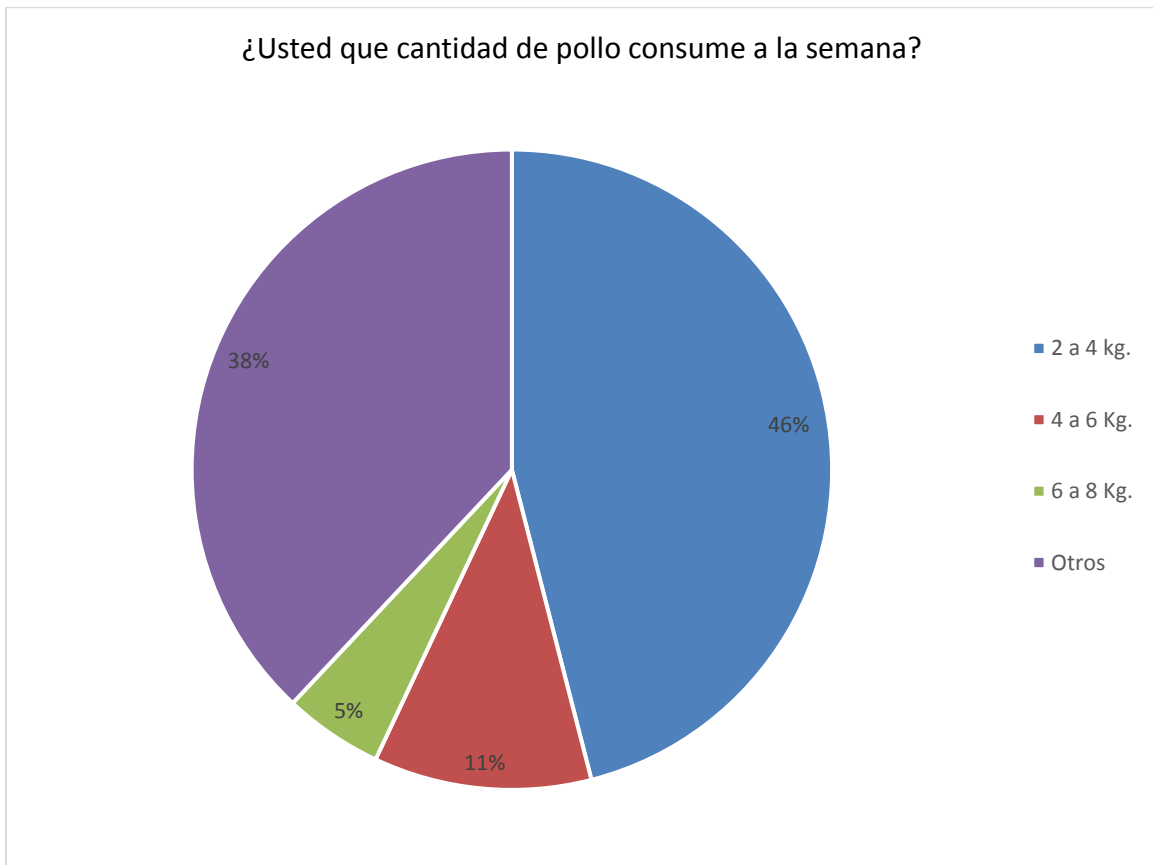
3. ¿Usted a cuanto compra el kilo de pollo?



Análisis

Se identificó que el 59% de las personas compran el kilo de carne de pollo a un precio mayor a 16 Bs, el 19% a 16 Bs, mientras el 14% adquieren a un precio de 15 Bs, y el 8% a 14 Bs.

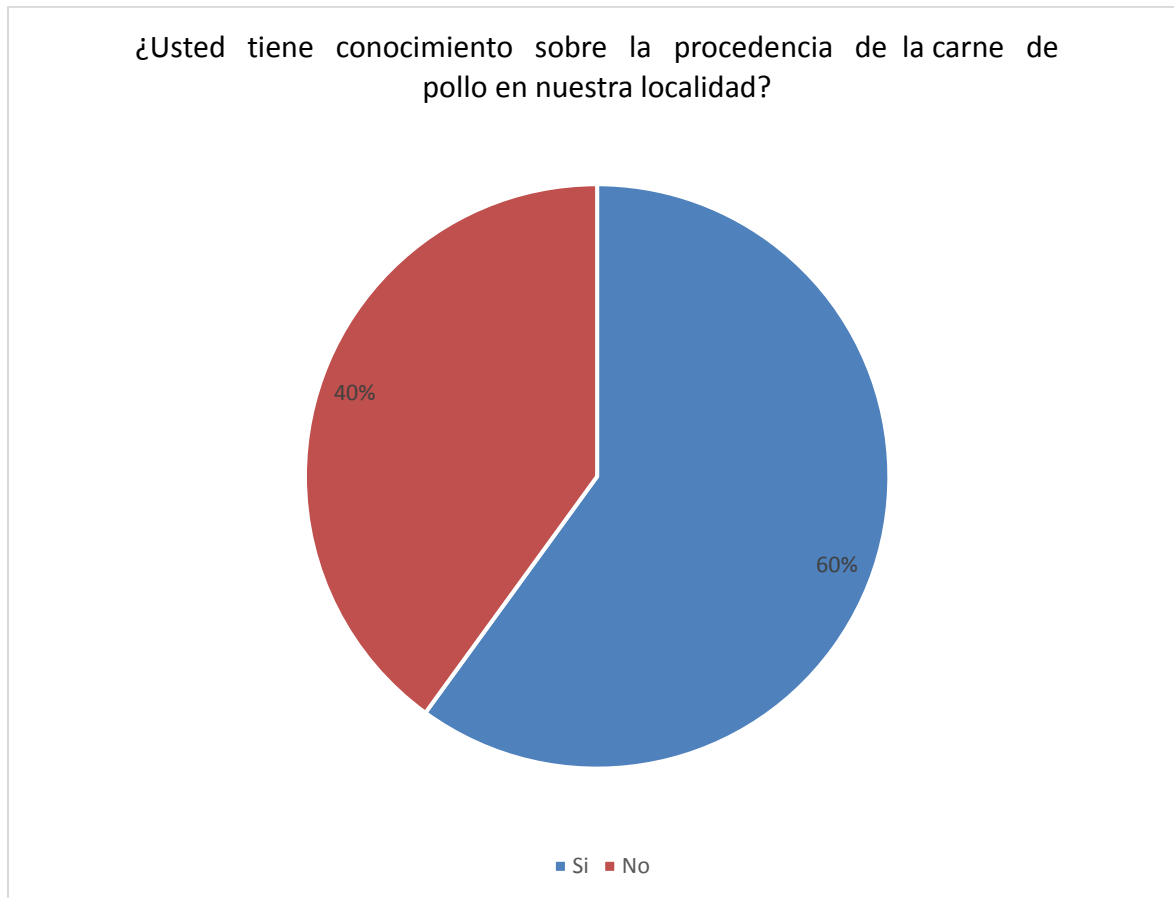
4. ¿Usted qué cantidad de pollo consume a la semana?



Análisis

Los resultados de la encuesta nos brindan los siguientes datos el 46% de personas consumen de 2 a 4 kilos de pollo, el 38% consumen carne de pollo moderadamente, también el 11% consumen de 4 a 6 kilos de carne de pollo, Y el 5% consumen de 6 a 8 kilos de pollo a la semana.

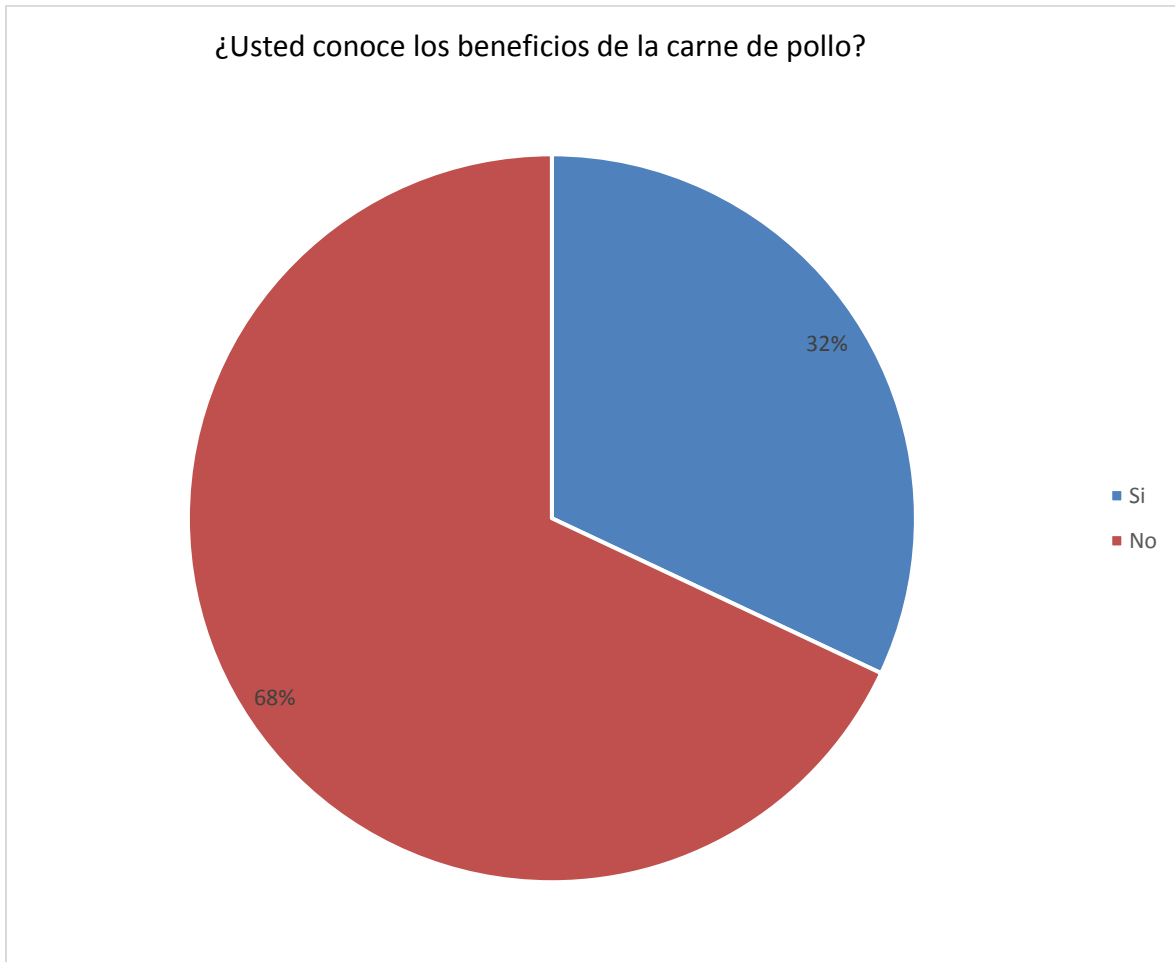
5. ¿Usted tiene conocimiento sobre la procedencia de la carne de pollo en nuestra localidad?



Análisis

En cuanto al conocimiento de la procedencia se pudo determinar que el 60% de las personas si saben la procedencia de la carne de pollo, y solo el 40% no tienen información.

6. ¿Usted conoce los beneficios de la carne de pollo?



Análisis

Según los datos analizados de la encuesta realizado se ha determinado que un 68% de la población no tienen conocimientos sobre los beneficios que tiene la carne de pollo, el 32% de la población si tiene el conocimiento sobre los beneficios que tiene la carne de pollo.

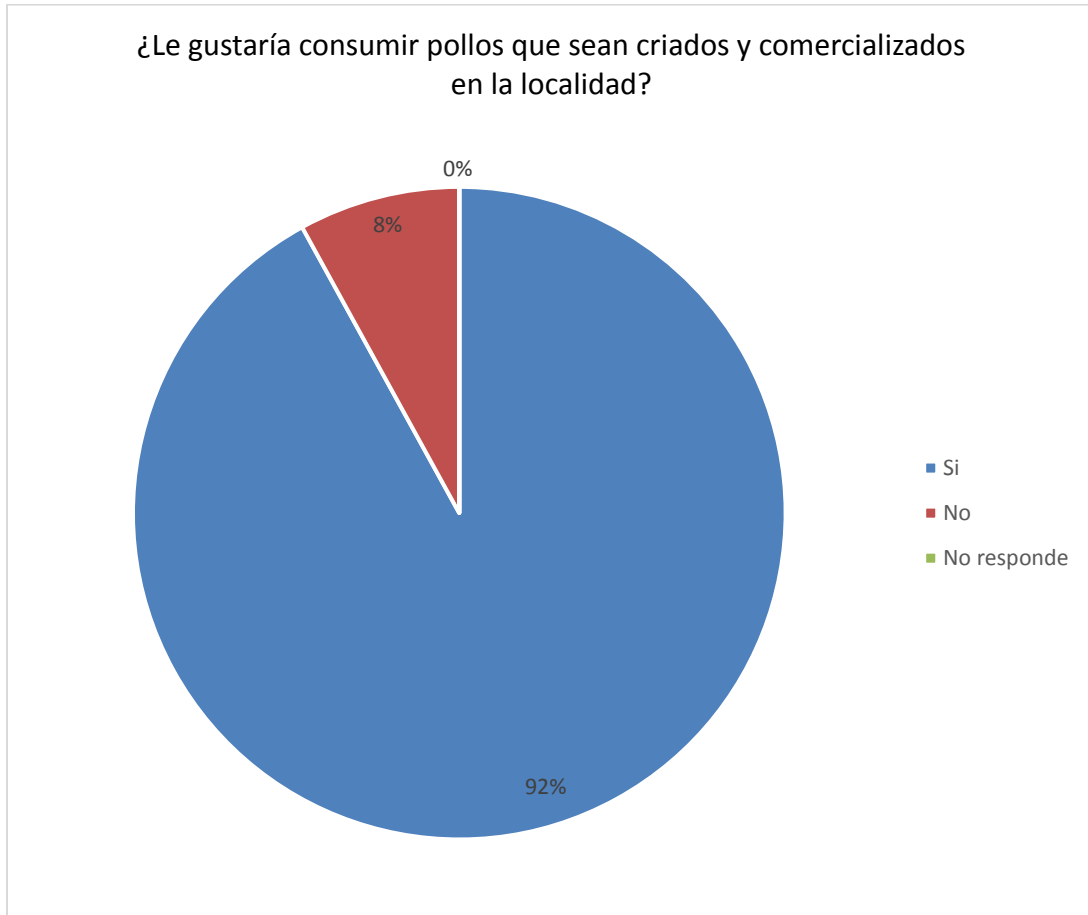
7. ¿En su familia quien realiza las compras?



Análisis

Luego de analizar los datos en la encuesta realizada se ha podido evidenciar que un 78% las compras lo realizan las mamás a comparación que un 12% lo realizan los padres de familia y tan un 7% lo realizan los hijos, teniendo en cuenta también que un 3% lo realizan las compras otras personas.

8. ¿Le gustaría consumir pollos que sean criados y comercializados en la localidad?



Análisis

Según los datos analizados de la encuesta realizada se ha determinado que un 92% de la población le gustaría consumir pollos criados y comercializados en la localidad, un 8% de la población dijo que no, que ellos prefieren criar sus animales y consumir su propio producto.

9. ¿Si se implementara una microempresa de crianza, distribución y comercialización de pollos usted la adquiriría?



Análisis

Luego de analizar los datos en la encuesta realizada se ha podido evidenciar que un 97% de las personas si comprarían nuestros productos si se llegara a implementar la microempresa y solo el 3% de la población no adquiriría nuestros productos.

BOLETIN INFORMATIVO



CARNE DE POLLO

PRODUCCIÓN

Para el 2013, de acuerdo datos del Ministerio de desarrollo Rural y Tierra (MDRyT), se estima que la producción de la carne llegará a las 401.997 toneladas métricas (Tm), un 8% más con relación a 2012, cuando la producción alcanzó los 373.898 Tm.

PARTICIPACIÓN EN LA PRODUCCIÓN DE: CARNE DE POLLO, POR DEPARTAMENTO (EN PORCENTAJE)



PRODUCCIÓN DE POLLOS PARRILLEROS Y RENDIMIENTO DE CARNE DE POLLO

Carne de pollo (Tm) — Pollos parrilleros (En millones de unidades)

MEOMORIA FOTOGRAFICA

