

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO

UNIDAD ACADÉMICA EL SENA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



“ESTUDIO ECONOMICO PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA GRANJA AVÍCOLA EN EL MUNICIPIO DE EL SENA ”

Modalidad Proyecto de Grado

Presentado Por: Yissar Chipana Chao

Para Optar El Título De Licenciatura Administración de Empresas

Tutor: Lic. Gerardo Saúl Rojas Mendoza

El Sena - Pando - Bolivia

2023

DEDICATORIA

Mi presente trabajo de grado es dedicado primeramente a Dios por que el medio la vida y la fortaleza de seguir luchando para cumplir mi meta.

A mi compañero de vida que siempre estuvo en los momentos buenos y malos en esta larga travesía.

A mis amados hijos Alex y Roly Yais quienes me brindaron su amor incondicional la cual su apoyo y comprensión, para llegar a culminar esta carrera profesional.

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios por darme la vida y poder culminar el trabajo de grado con éxito.

A mi padre y madre quienes me dieron amor y me enseñaron a hacer una persona de bien para alcanzar mi formación profesional

Agradezco a mi docente de trabajo de grado Lic. Mario Rene quien tuvo la paciencia de impartirme su conocimiento durante estos cinco años y darme motivación de seguir adelante con sus palabras de aliento

Agradezco a la UNIDAD ACADÉMICA EL SENA dependiente de la UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO por darme la oportunidad de estudiar y acogerme en su casa superior de estudio y culminar con título profesional También a todos los docentes que me brindaron su experiencia profesional que han aportado en mi formación profesional.

ÍNDICE

	Pág.
CAPITULO I PRESENTACION DEL PROBLEMA	1
1.1. TITULO DE LA PROPUESTA	2
1.2 ANTECEDENTES	2
1.3 NOMBRE DE LA ENTIDAD BENEFICIARIA	3
1.4 REFERENCIA GEOGRAFICA DEL PROYECTO	3
1.5 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	4
1.6.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	5
1.7.- JUSTIFICACION	5
1.8.- OBJETIVOS	6
6.1.- Objetivo General	6
6.2.- Objetivos Específicos	6
CAPITULO II SUSTENTACIÓN TEÓRICA	7
2.1. MARCO TEORICO	8
2.1.1 La Evaluación de proyectos	8
2.1.2 Mercado	9
2.1.2.1 Estudio de mercado	9
2.1.2.2 Tipos de Mercados	9
2.1.2.3 Mercado Proveedor	9
2.1.2.4 Mercado Competidor	10
2.1.2.5 Mercado Distribuidor	10
2.1.2.6 Mercado Consumidor	10
2.1.3 Demanda	11
2.1.3.1 Demanda del Producto	11
2.1.4 Oferta	11
2.1.4.1 Oferta del Producto	12
2.1.4.2 Oferta Competitiva	12
2.1.4.3 Oferta Oligopólica	12
2.1.4.4 Oferta Monopólica	12

2.1.5 Competencia	12
2.1.6 Estudio Técnico	13
2.1.7 Localización del Proyecto	13
2.1.8 Estudio Económico-Financiero	13
2.1.9 La Evaluación Económica-Financiera	13
2.1.10 Componentes de la Inversión	14
2.1.11 Elementos de Infraestructura y Estructura	14
2.1.12 La Maquinaria y Equipo de Producción	14
2.1.13 Rubros de Activos Fijos	14
2.1.14 Rubros de los Otros Activos	15
2.1.15 Rubro del Capital de Trabajo	15
2.1.16 Estudios y proyectos	15
2.1.17 Inversión Total	15
2.2 MARCO REFERENCIAL	16
2.2.1 Antecedentes del tema de investigación	16
CAPITULO III MARCO METODLOGICO	20
3.- METODOLOGIA	19
3.1.1. Tipo de Investigación	19
3.1.2. Enfoque	19
3.1.3. Método	19
3.1.4. Población y Muestreo	19
3.1.5. Técnica e Instrumento de la Investigación	23
CAPITULO IV PROPUESTA CENTRAL	25
4.1 ESTUDIO DE MERCADO	26
4.1.1 Introducción al Estudio de mercado	26
4.1.2 Servicio	26
4.1.3 Usuario	26
4.1.4 Delimitación y descripción del mercado	26
4.1.5 Población Objetiva	27
4.1.6 Muestra	27

4.1.7 Cálculo de la muestra (Tamaño Y Diseño)	27
4.1.8 Análisis de la demanda	28
4.1.8.1 Demanda potencial	29
4.1.8.2 Demanda real	30
4.1.9 Análisis de la oferta	30
4.1.10 Enfoque	31
4.1.11 Balance Oferta – Demanda	31
4.1.12 Participación de mercado	32
4.1.12.1 Potencial de ventas	32
4.1.12.2 Pronóstico de ventas	32
4.1.12.3 cliente objetivo	33
4.1.12.4 Comportamiento del consumidor	33
4.1.12.4.1 Influencias externas	34
4.1.12.4.2 Influencias internas	34
4.1.12.4.3 Enfoques de decisión de compra	34
4.1.13 Objetivos de marketing	34
4.1.13.1 Estrategia de marketing	34
4.1.13.2 Producto	34
4.1.13.3 El Logotipo	35
4.1.13.4 La Marca	35
4.1.13.5 Lema	35
4.1.13.6 Precio	35
4.1.13.7 Distribución	36
4.1.13.8 Promoción	36
4.1.13.9 La estrategia del ingreso	36
4.1.13.10 El posicionamiento	37
4.1.13.11 Ciclo de vida del producto	37
4.2 ESTUDIO TÉCNICO	37
4.2.1 Introducción al estudio técnico	37
4.2.1.1 Diseño y desarrollo del producto	38

4.2.1.2 Descripción técnica y funcional del producto	38
4.2.1.3 Características de la calidad del producto	38
4.2.2 Enfoque	38
4.2.2.1 Beneficios	39
4.2.2.2 Necesidades a Satisfacer	39
4.2.3 Proceso de producción	39
4.2.3.1 Tipo de proceso	40
4.2.3.2 Diagrama de flujos de procesos	40
4.2.3.3 Diagrama del proceso productivo	41
4.2.4 Materia prima, materiales e insumos para la producción	42
4.2.4.1 Materia Prima	42
4.2.4.2 Descripción de las maquinarias	43
4.2.4.3 Campana convencional	43
4.2.4.4 Termómetro	44
4.2.4.5 Bebederos	44
4.2.4.6 Comedor	45
4.2.4.7 Bolsas de empaque	46
4.2.4.8 Cama de pollos	47
4.2.4.9 Reservorios de agua	47
4.2.4.10 Escaldadora y desplumadora	48
4.2.4.11 Selladora	48
4.2.4.12 Carrito de Carga	49
4.2.4.13 Vehículo	49
4.2.4.14 Ventiladores	50
4.2.5 Espacios y locaciones para la producción	50
4.2.6 Ropa de trabajo	51
4.2.7 Insumos	52
4.2.8 Proveedores	53
4.2.9 Programación de producción	53
4.2.10 Definición del proceso de producción del servicio del proyecto	53

4.2.11	Determinación de la capacidad de producción	56
4.2.12	Localización de la planta	57
4.2.13	Distribución de las instalaciones	57
4.2.14	Criterios	57
4.2.15	Definición del negocio	59
4.2.16	Naturaleza de la empresa	59
4.2.17	Esencia del negocio	60
4.2.17.1	Misión	60
4.2.17.2	Visión	61
4.2.17.3	Principios y Valores Organizacionales	61
4.2.17.4	Principios Organizacionales	61
4.2.17.5	Valores	61
4.2.17.6	Organigrama Estructural	62
4.2.17.7	Organigrama Organizacional	62
4.2.17.8	Manual de funciones	63
4.2.17.9	Gestión empresarial	66
4.2.17.10	Beneficios sociales	66
4.2.17.11	Beneficios económicos	66
4.2.17.12	Beneficios Ambientales	67
4.3	ESTUDIO FINANCIERO	68
4.3.1	Inversiones y Financiamiento	68
4.3.1.1	Propiedad, planta y equipo	68
4.3.1.2	Capital de Trabajo	72
4.3.1.3	Costo de Producción	72
4.3.1.4	Costos indirectos de fabricación	74
4.3.1.5	Depreciación de los activos fijos	75
4.3.2	Gastos Administrativos	77
4.3.2.1	Sueldos y Salarios	77
4.3.2.2	Servicios Básicos	78
4.3.3	Resumen Capital de Trabajo	79

4.3.4 Determinación del precio de venta	79
4.3.5 Fuente de financiamiento	81
4.3.6 Flujo de Efectivo (Caja)	82
4.4 EVALUACIÓN FINANCIERA	83
4.4.1 Valor Actual Neto (Van)	83
4.4.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)	83
4.4.3 Evaluación financiero	83
4.4.4 Índice de rentabilidad	84
4.4.5 Periodo de recuperación del capital	84
CAPITULO V PRESUPUESTO Y CRONOGRAMA	85
5.1 Presupuesto de inversión	86
5.2 Cronograma de actividades del desarrollo de la investigación	87
CAPITULO VI CONCLUSION Y RECOMENDACION	88
6.1 Conclusiones	89
6.2 Recomendaciones	89
BIBLIOGRAFIA	90

INDICE DE TABLA

Tabla 1 Proyección de la Población en Familia	21
Tabla 2 Proyección de la Población en Familia	29
Tabla 3 Demanda Potencial	29
Tabla 4 Demanda Real	30
Tabla 5 Cantidad de Importación de los Competidores	31
Tabla 6 Proyección de la Oferta Anual	31
Tabla 7 Balance Oferta y Demanda	32
Tabla 8 Incremento de las Ventas del Producto	33
Tabla 9 Precio de Nuestro Producto	36
Tabla 10 Proveedores	53
Tabla 11 Características	60
Tabla 12 Identificación del Cargo de Gerente	63
Tabla 13 Identificación del Cargo de jefe de Producción	64
Tabla 14 Identificación del Cargo de Asistencia Técnica	65
Tabla 15 Valor del Terreno	68
Tabla 16 Valor de la Infraestructura	68
Tabla 17 Equipos	69
Tabla 18 Maquinarias	69
Tabla 19 Equipo de Computación	70
Tabla 20 Vehículo	70
Tabla 21 Muebles y Enceres	70
Tabla 22 Resumen Activos Fijos	71
Tabla 23 Materia Prima directa	72
Tabla 24 Mano de Obra Directa	73
Tabla 25 Valor Costos Indirectos de Fabricación	74
Tabla 26 Resumen de Costos de Producción	75
Tabla 27 Depreciación de Activos	76
Tabla 28 Mano de Obra Indirecta	77
Tabla 29 Energía Eléctrica	78

Tabla 30 Valor de Agua Potable	78
Tabla 31 Resumen de servicios básicos	78
Tabla 32 Gastos de Constitución	78
Tabla 33 Valor Total del Capital de Trabajo	79
Tabla 34 Valor Inversión Total del Proyecto	79
Tabla 35 Determinación de Precio de Venta	80
Tabla 36 Precio de venta	80
Tabla 37 Venta Anual	80
Tabla 38 Proyección de Ingreso de ventas	80
Tabla 39 Financiamiento de los Socios	81
Tabla 40 Estado de Flujo de Efectivo	82
Tabla 41 Índice de Rentabilidad	84
Tabla 42 Periodo de Recuperación del Capital (PRC)	84
Tabla 43 Presupuesto de Inversión Final	86
Tabla 44 Cronograma de actividades	87

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Mapa geográfico del Municipio Sena	4
Figura 2: Logotipo	35
Figura 3: Diagrama del proceso productivo	41
Figura 4: Materia prima directa	42
Figura 5: Campana para la cría de pollos	43
Figura 6: Equipo para la medición de temperatura y humedad	44
Figura 7: Bebederos de pollos	44
Figura 8: Comedero para pollos	45
Figura 9: Presentación del pollo empaquetado	46
Figura 10: Presentación de cama de pollos	47
Figura 11: Tanque de agua para reservorios	47
Figura 12: Escaldadora y desplumadura	48
Figura 13. Selladora al vacío	48
Figura 14: Carrito de carga	49
Figura 15: Camión frigorífico	49
Figura 16: Ventilador de galpones	50
Figura 17: Ropa de trabajo	52
Figura 18: Plano de la microempresa	58
Figura 19: Plano de la microempresa	62
Figura 20: Consumo carne de pollo	96
Figura 21: Donde obtiene la carne de pollo	96
Figura 22: Precio de adquisición	97
Figura 23: Cantidad de consumo	97
Figura 24: Aspectos considerados de compra	98
Figura 25: Le gustaría consumir pollos del municipio	98
Figura 26: Implementación de una microempresa	99
Figura 27: Medios de promoción del producto	99

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 YIYÍ 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 micro- empresarial y por ende se reduce la migración de los habitantes del Municipio.

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 ECONOMICO PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA GRANJA AVÍCOLA EN EL MUNICIPIO DEL SENA”**.

Es importante considerar el aporte económico que con el presente proyecto de inversión se realizará, en un primer plano a los pobladores del Municipio, 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 Desarrollar un Estudio Económico para Implementación de una Granja Avícola en el Municipio 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. 825,319.51 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. 184,602.37. mientras que el TIR será de 17% 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 4 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.

ABSTRACT

This degree project aims to dedicate itself to the production and marketing of chicken meat, this due to the sustainable growth in both production and consumption of the product.

The microenterprise "Pollos YIYÍ S.R.L.", sees as 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 chickens of excellent quality.

By developing a new investment project in the Municipality of the Seine, wealth is generated since new sources of employment are established and most importantly it seeks to adequately satisfy consumers, in this way it allows to improve the quality of life of the inhabitants of the locality generating jobs, in addition to encouraging micro-business development and therefore reducing the migration of the inhabitants of the Municipality.

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 contributes to generate value in organizations, to the diversification and reactivation of the economy that generates social welfare. Taking into consideration the: "ECONOMIC STUDY FOR THE IMPLEMENTATION OF A POULTRY FARM IN THE MUNICIPALITY OF SEINE".

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

The main objective of this project was to develop an Economic Study for the Implementation of a Poultry Farm in the Municipality of Sena., among the specific objectives, a market study was carried out where it was determined that 97% of people surveyed accept the implementation of the microenterprise producer and marketer of chicken meat, because the supply of this essential product in the diet of Sena families, is brought from other cities

including Cobija and Riberalta, which export the product from the neighboring country of Brazil, when executing the technical study was determined an installed capacity of 24,000 chickens per year, 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. 825,319.51, which consist of an own capital of 70% and the rest will be contributions from external partners.

According to the financial indicators, it was determined that the NPV will be Bs. 184,602.37. while the IRR will be 17% 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 4 years, time that is below the five years of useful life proposed for the project.

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

PRESENTACIÓN DEL

PROBLEMA

1.1 TITULO DE LA PROPUESTA

ESTUDIO ECONÓMICO PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA GRANJA AVÍCOLA EN EL MUNICIPIO DE EL 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 el incremento de las producciones avícolas en los últimos años, se ha desarrollado conforme al crecimiento poblacional en diferentes países, aumentando la demanda de la carne de pollo a nivel global. Bolivia actualmente tiene una producción anual de 442,998 toneladas de pollo en peso vivo. (Instituto Cruceño de Estadísticas -ICE).

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 EL Municipio del Sena.

1.4 REFERENCIA GEOGRAFICA DEL PROYECTO

Sena (o conocido también como El Sena) es un 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.

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.

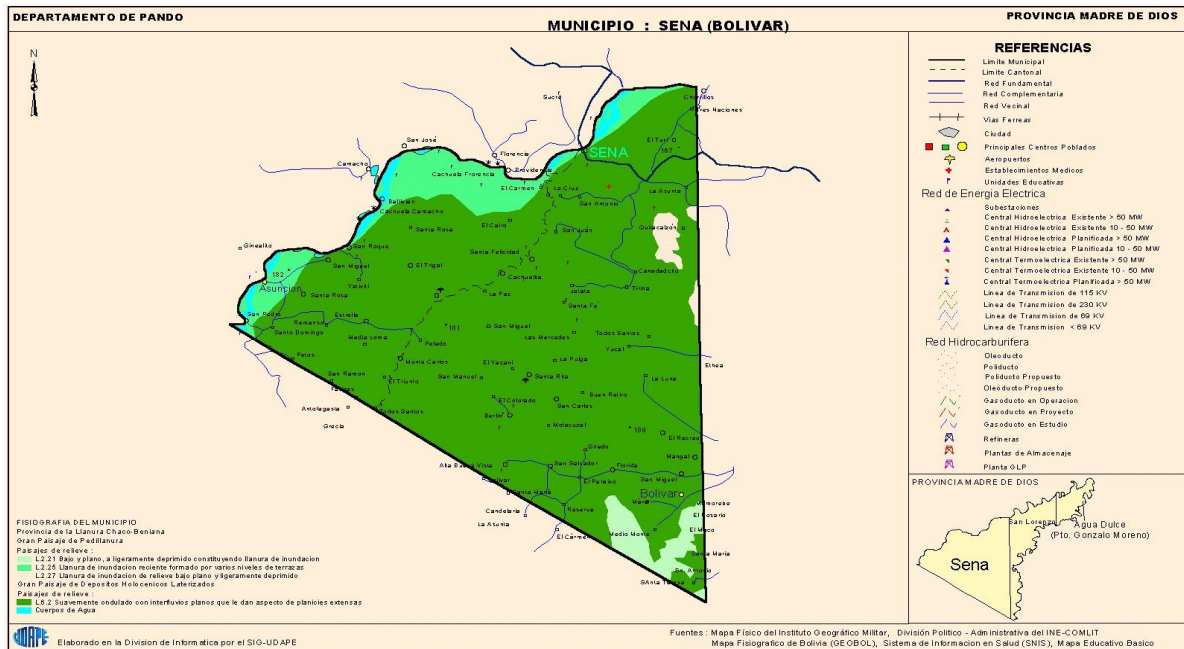


Figura 1: Mapa geográfico del Municipio Sena
 Fuente: Google Maps

1.5 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

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

El origen de la problemática radica en el Municipio del Sena departamento de Pando, el cual permite por su ubicación y climatología su adecuado desarrollo, garantizando empleo a la población vulnerable de la región.

Se ha evidenciado que en el Municipio 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.

Se considera una problemática por la baja proyección de módulos avícolas que hace nacer la falta 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

¿Cuál es la viabilidad Económica para la Implementación de una Granja Avícola en el Municipio Sena?

1.7 JUSTIFICACIÓN

La presente investigación tiene como objeto principal verificar el grado de viabilidad económica para la implementación de la Granja Avícola en el Municipio del Sena, con una estructura organizativa adecuada con el fin de lograr un mejor aprovechamiento del entorno. Buscando proveedores de aves que cuenten con un óptimo estado sanitario, reduciendo la posibilidad de enfermarse y permitiendo así expresar su máximo potencial zootécnico a partir de un desarrollo corporal adecuado, obteniendo finalmente un producto en cantidad y de buena calidad, que pueda competir en el mercado Municipal.

Así proveeremos al municipio con un alimento nutritivo y económico, y además, estaremos contribuyendo con el desarrollo de una región ; brindando también la oportunidad de utilizar la tecnología; talento humano; capacidad y el capital adecuado para ofrecer al mercado un producto calificado para el consumo de la población con un menor costo, menor tiempo, y un mayor grado de calidad y confianza.

Este estudio se realizara con la finalidad de crear un emprendimiento para satisfacer la demanda del mercado local, ya que 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 ciudad 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 implementación de una granja avícola en el Municipio 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

Desarrollar un Estudio Económico para Implementación de una Granja Avícola en el Municipio 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 el estudio técnico donde se determinen los requerimientos humanos, maquinarias, equipos y materias primas.
- Ejecutar los análisis económicos y financieros que determinen la viabilidad económica del proyecto a través de los indicadores financieros.

CAPÍTULO II

SUSTENTO TEÓRICO

2.1. 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

2.1.1 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)

2.1.2 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.

2.1.2.1 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).

2.1.2.2 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.

2.1.2.3 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)

2.1.2.4 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)

2.1.2.5 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)

2.1.2.6 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.

2.1.3 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.

2.1.3.1 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.

2.1.4 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 de mercado 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.

2.1.4.1 Oferta del Producto

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. (Delgado, Bermúdez, & Pinto Aguilar, 2004, pág. 26)

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

2.1.4.2 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.

2.1.4.3 Oferta Oligopólica

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

2.1.4.4 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.

2.1.5 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.

2.1.6 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)

2.1.7 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)

2.1.8 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 económicafinanciera y la evaluación de los resultados. (Delgado, Bermúdez, & Pinto Aguilar, 2004, pág. 45)

2.1.9 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)

2.1.10 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)

2.1.11 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.

2.1.12 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)

2.1.13 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.

2.1.14 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.

2.1.15 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).

2.1.16 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.

2.1.17 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.

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

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 de 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 PRODUCTOR 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

MARCO

METODOLÓGICO

3.1 METODOLOGÍA

3.1.1 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.

3.1.2 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.

3.1.3 Método

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

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

3.1.4 Población y muestra

Segmentación geográfica

La microempresa “**POLLOS YIYÍ SRL**”, se orientará como medio de distribución a los mercados centrales del Municipio Sena como: 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.

Población Objetiva

La población objetiva que tomaremos es la tercera sección de la provincia Madre de Dios, el cual es el Municipio del Sena, quien tiene 9.167 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.

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.

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:

- Definir la población, confeccionar una lista de todos los elementos, asignándoles número consecutivos desde 1 hasta “n”.

- La unidad de base de la muestra debe ser la misma.
- Definir el tamaño de la muestra.
- Extraer al azar los elementos.

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.

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 9.167 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 2.292 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 2.292, aplicando la fórmula que se describe a continuación y la presente tabla con las proyecciones finales hasta el año de vida del proyecto.

Formula:

$$P = (\text{Poblacion final} \times \text{tasa de crecimiento}) + \text{población final}$$

$$P = (9.167 \times 1.05\%) + 9.167 \quad P = 9.263 \text{ habitantes.}$$

Tabla 1
Proyección de la Población en Familia

AÑOS	POBLACIÓN PROYECTADA POR AÑO
2022	2,292
2023	2,316
2024	2,340
2025	2,365
2026	2,390
2027	2,415

Fuente: Elaboración propia

Datos:

N = Tamaño de la Población o Universo = 2,292
P = Si Ocurrencia = 50% - 0,5
Q = No Ocurrencia = 50% - 0,5
Z = Margen de Confianza = 90% - 1.65
E= Margen de error = 10% - 0.10
n =?

Formula:

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

Desarrollo de la Fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$
$$n = \frac{(1,65)^2 * (0,5) (0,5) (2.292)}{(0,05)^2 (2.292 - 1) + (1,65)^2(0,5) (0,5)}$$
$$n = \frac{(2.7225) (0,25) (2.292)}{(0,0025) (2.291) + (2.7225) (0,25)}$$
$$n = \frac{1,559.99}{5.7275 + 0.680625}$$
$$n = \frac{1,559.99}{6.408125}$$

n =243 encuestas

Para este estudio se ha tomado como referencia al municipio del Sena, donde a las personas segmentado por familias 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 donde serán encuestados y analizados sus puntos de vista.

3.1.5. Técnica e instrumento de la investigación

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.

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.

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).

CAPÍTULO IV

PROPUESTA CENTRAL

4.1 ESTUDIO DE MERCADO

4.1.1 Introducción al Estudio de mercado

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. (Proaño, 2016).

El presente proyecto está dirigido al mercado de bienes de consumo final y se trata de un bien habitual, con una cobertura a nivel municipal, con interés de ampliar el servicio a otros municipios colindantes.

4.1.2 Servicio

El servicio a brindar, es la comercialización de pollos en el Municipio Sena, sugiriendo la venta del pollo eviscerado y entero, ya que las personas pertenecientes a este sector y lugares limítrofe 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

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 el Municipio Sena, tomando un papel de mayor importancia 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 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 Iturralde del departamento de La Paz.

El presente proyecto tiene como objetivo de mercado, al municipio Sena, 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.

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, que tiene 9.167 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

Para la muestra se tomó en cuenta a las familias del Municipio Sena con sus respectivas zonas, haciendo un número total de 2.292 familias.

4.1.7 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.

Formula:

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

Desarrollo de la Fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$
$$n = \frac{(1,65)^2 * (0,5) (0,5) (2.292)}{(0,05)^2 (2.292 - 1) + (1,65)^2(0,5) (0,5)}$$
$$n = \frac{(2.7225) (0,25) (2.292)}{(0,0025) (2.291) + (2.7225) (0,25)}$$
$$n = \frac{1,559.99}{5.7275 + 0.680625}$$
$$n = \frac{1,559.99}{6.408125}$$
$$n = 243 \text{ encuestas}$$

4.1.8 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 243 personas por familias, que equivale a 2.292 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 utilizo fue la de 1.05% que vendría a ser la tasa de crecimiento anual de la localidad.

Tabla 2
Proyección de la Población en Familia

AÑOS	POBLACIÓN PROYECTADA POR AÑO
2022	2,292
2023	2,316
2024	2,340
2025	2,365
2026	2,390
2027	2,415

Fuente: Elaboración propia

4.1.8.1 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= 2,292 *90% =2,063

Tabla 3
Demanda Potencial

PERIODO	AÑOS	POBLACION TOTAL	DEMANDA POTENCIAL
		1.05%	90%
0	2022	2,292	2,063
1	2023	2,316	2,084
2	2024	2,340	2,106
3	2025	2,365	2,128
4	2026	2,390	2,151
5	2027	2,415	2,173

Fuente: Elaboración propia

4.1.8.2 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 el Municipio.

Para obtener los datos de Demanda Real tomamos:

DR= Demanda Potencial * Porcentaje

DR= 2,063* 92% = 1,898

Tabla 4
Demanda Real

PERIODO	AÑOS	POBLACION TOTAL	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA REAL	CONSUMO PROMEDIO	DEMANDA FUTURA
		1.05%	90%	92%	35Kg	
0	2022	2,292	2,063	1,898	35	66,422
1	2023	2,316	2,084	1,918	35	67,120
2	2024	2,340	2,106	1,938	35	67,824
3	2025	2,365	2,128	1,958	35	68,537
4	2026	2,390	2,151	1,979	35	69,256
5	2027	2,415	2,173	2,000	35	69,983

Fuente: Elaboración propia

4.1.9 Análisis de la oferta

Para realizar el análisis de la oferta del proyecto que consiste en la implementación de una granja avícola en el Municipio 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 el Municipio.

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 5
Cantidad de Importación de los Competidores

COMPETIDORES	POLLOS AL MES	POLLOS AL AÑO
Nutriza	1,750.00	21,000.00
Añambi	1300.00	15,600.00
Ave Norte	1150.00	13,800.00
Sofía	920.00	11,040.00
TOTAL	5,120.00	61,440.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 6
Proyección de la Oferta Anual

AÑOS	OFERTA
0	61,440.00
1	62,085.12
2	62,737.01
3	63,395.75
4	64,061.41
5	64,734.05

Fuente: Elaboración Propia

3.1.10 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.

4.1.11 Balance Oferta – Demanda

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

Tabla 7
Balance Oferta y Demanda

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
0	66,422	61,440.00	4,982.16
1	67,120	62,085.12	5,034.47
2	67,824	62,737.01	5,087.33
3	68,537	63,395.75	5,140.75
4	69,256	64,061.41	5,194.73
5	69,983	64,734.05	5,249.27

Fuente: Elaboración Propia

Para realizar el análisis de la oferta del proyecto en el municipio del Sena, tome en consideración la demanda futura, frente a la oferta anual del producto en el mercado.

4.1.12 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.

4.1.12.1 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.

4.1.12.2 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 8
Incremento de las Ventas del Producto

AÑOS	VENTAS	AUMENTO DEL 10% EN LAS VENTAS
1	66,422	73,064.38
2	67,120	73,831.55
3	67,824	74,606.78
4	68,537	75,390.15
5	69,256	76,181.75

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.

4.1.12.3 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.

4.1.12.4 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.

4.1.12.4.1 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.

4.1.12.4.2 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.

4.1.12.4.3 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.

4.1.13 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.

4.1.13.1 Estrategia de marketing

4.1.13.2. 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 YIYÍ 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:

4.1.13.3 El Logotipo



Figura 2: Logotipo
Fuente: Elaboración propia

4.1.13.4 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.

4.1.13.5 Lema

“POLLOS YIYÍ DE CALIDAD PARA UNA EXELENTE ALIMENTACIÓN”

4.1.13.6 Precio

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 9
Precio de Nuestro Producto

PRODUCTO	UNIDAD	PRECIO
Pollo (entero)	kilo	33.80
Pollo (por kilo)	kilo	16.90

Fuente: Elaboración Propia

4.1.13.7 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 frío y de esa manera poder garantizar la calidad del producto.

4.1.13.8 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.

4.1.13.9 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.

4.1.13.10 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.

4.1.13.11 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 16,90 Bs. el kilo y con una producción de 2.500 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.

4.2 ESTUDIO TÉCNICO

4.2.1 Introducción al estudio técnico

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.

4.2.1.1 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 del Municipio Sena.

4.2.1.2 Descripción técnica y funcional del producto

Los pollos serán producidos en el Municipio 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 en la región y suplementos del interior del país de manera que se pueda satisfacer las necesidades de la población, con un producto más sano.

4.2.1.3 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.

3.1.2 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.

4.2.2.1 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.

4.2.2.2 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.

4.2.3 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.

4.2.3.1 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.

4.2.3.2 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.

4.2.3.3 Diagrama del proceso productivo

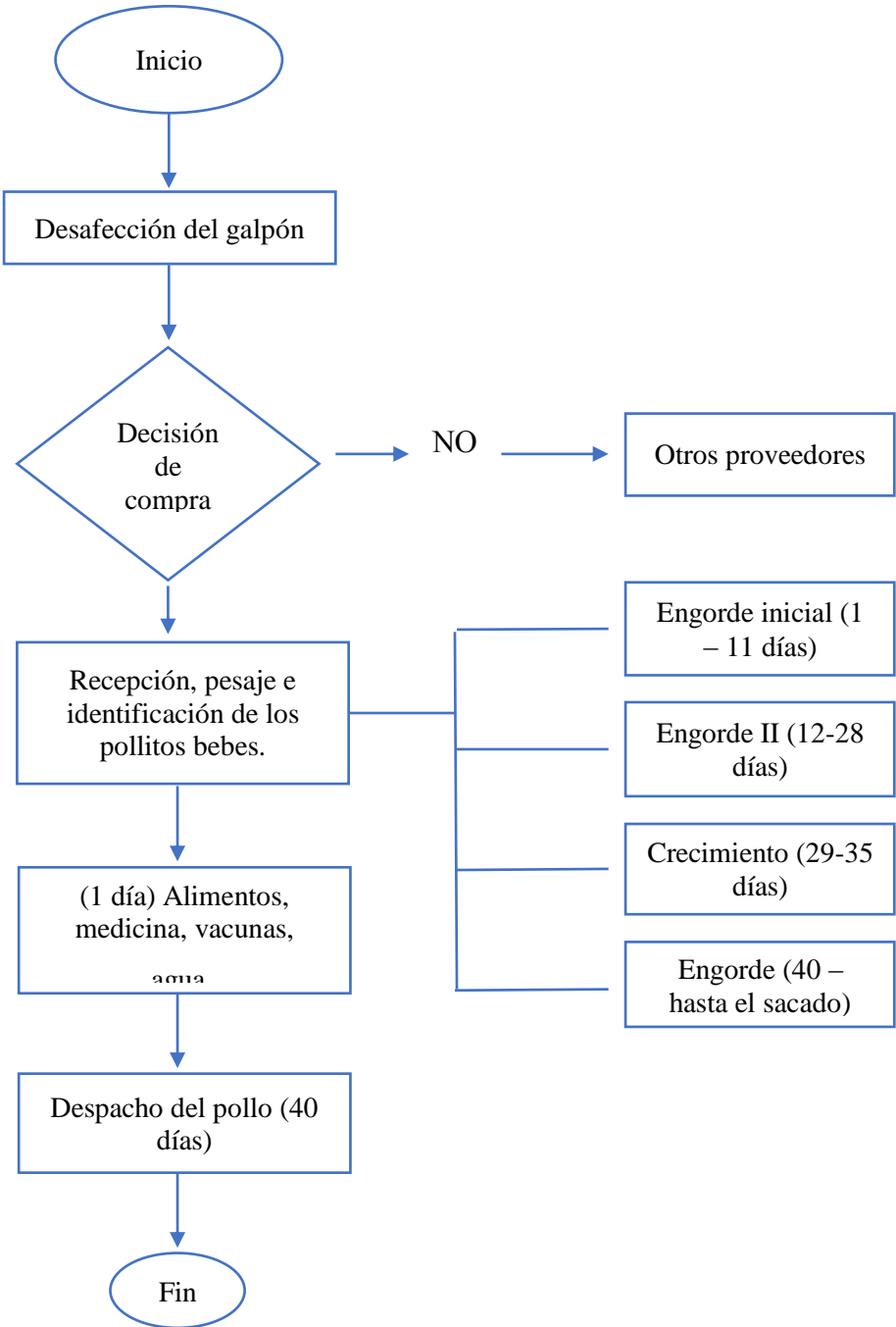


Figura 3: Diagrama del proceso productivo
Fuente: Elaboración propia

4.2.4 Materia prima, materiales e insumos para la producción

4.2.4.1 Materia Prima



Figura 4: Materia prima directa

Fuente: Elaboración propia

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 YIYÍ 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.

4.2.4.2 Descripción de las maquinarias

4.2.4.3 Campana convencional



Figura 5: Campana para la cría de pollos.
Fuente: Elaboración propia

Las campanas son una fuente de calor, 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. (Morejón, 2018).

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.

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

Función. – Su función principal es de calentar el ambiente de la granja.

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

4.2.4.4 Termómetro



Figura 6: Equipo para la medición de temperatura y humedad.
Fuente: Elaboración propia

Para medir la temperatura ambiente y la humedad dentro del galpón se utilizará, el equipo HT30 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.

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.

4.2.4.5 Bebederos



Figura 7: Bebederos de pollos.
Fuente: Elaboración propia

Los bebederos que se utilizarán 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).

Descripción. - Tiene una capacidad de almacenar 12 litros de agua es fácil de limpiar

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.

4.2.4.6 Comedor



Figura 8: Comedero para pollos.
Fuente: Elaboración propia

Los comederos usados para la distribución del alimento dentro del galpón son clave para lograr el consumo adecuado para los pollos. AVESCA (2012).

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. Los comederos se deben limpiar y desinfectar antes de acomodarlos dentro del galpón, es necesario hacerlo al finalizar cada ciclo.

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.

4.2.4.7 Bolsas de empaque



Figura 9: Presentación del pollo empaquetado.

Fuente: Elaboración propia

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.

4.2.4.8 Cama de pollos



Figura 10: Presentación de cama de pollos.

Fuente: Elaboración propia

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 (Sanchez, 2015).

4.2.4.9 Reservorios de agua



Figura 11: Tanque de agua para reservorios.

Fuente: Elaboración propia

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.

4.2.4.10 Escaldadora y desplumadora



Figura 12: Escaldadora y desplumadora.
Fuente: Elaboración propia

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 (Fallas, 2012).

4.2.4.11 Selladora



Figura 13. Selladora al vacío.
Fuente: Elaboración propia

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.

4.2.4.12 Carrito de Carga



Figura 14: Carrito de carga.
Fuente: Elaboración propia

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.

4.2.4.13 Vehículo



Figura 15: Camión frigorífico
Fuente: Elaboración propia

El vehículo en el cual se comercializará la carne de pollo es una, vagoneta tipo frigorífico, que no permita romper la cadena de frío para mantener en óptimas condiciones de

consumo la carne de pollo; cabe mencionar que este vehículo se puede adquirir de segunda mano (figura 15).

4.2.4.14 Ventiladores

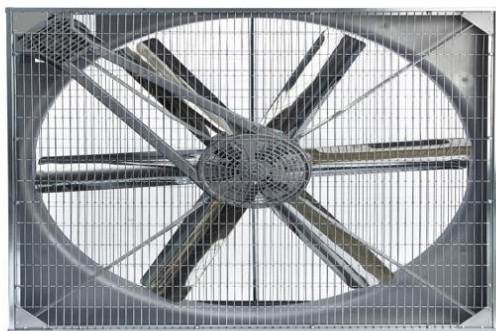


Figura 16: Ventilador de galpones

Fuente: Elaboración propia

Para la ventilación de los galpones, se utilizará ventiladores (figura 16) para que exista un intercambio de aire adecuado para el desarrollo de los pollos. Se instalarán 10 ventiladores de 36 pulgadas.

4.2.5 Espacios y locaciones para la producción

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. (Hernandez, 2015).

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:

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

4.2.6 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 17: Ropa de trabajo
Fuente: Elaboración propia

4.2.7 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.

4.2.8 Proveedores

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

Tabla 10
Proveedores

DESCRIPCIÓN DE MATERIAS E INSUMOS	PROVEEDOR
Nombre de la empresa distribuidora	PAULA
Dirección	Puente julio ligué –SANTA CRUZ DE LA SIERRA
Teléfono	79012843
Tecnología	Cuenta con buena tecnología
Precio	La caja de pollitos a 450 Bs.
Calidad	Buena calidad del producto.
Plazo de entrega	Entrega inmediata

Fuente: Elaboración propia

4.2.9 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.

4.2.10 Definición del proceso de producción del servicio del proyecto

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 faenamamiento. (Guamán, 2015).

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 deben 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. 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 debe 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 óptimas y deseables, estas pasarán al área de faenamiento, donde serán colgadas, aturdidas, desangradas, escaladas, peladas y evisceradas, para luego pasar al preenfriamiento, pesado y clasificado del pollo. (Cruz, 2015).

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 aturdido 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 ya 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 empaquetado 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.

4.2.11 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.

4.2.12 Localización de la planta

De acuerdo a sus dimensiones del Municipio el Sena la microempresa “**POLLOS YIYÍ SRL**” se encontrará ubicada en un lugar adecuado con fácil acceso de los clientes que aspiran a consumir nuestro producto que es la carne de pollo.

4.2.13 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.

4.2.14 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 CHIPANA SRL”

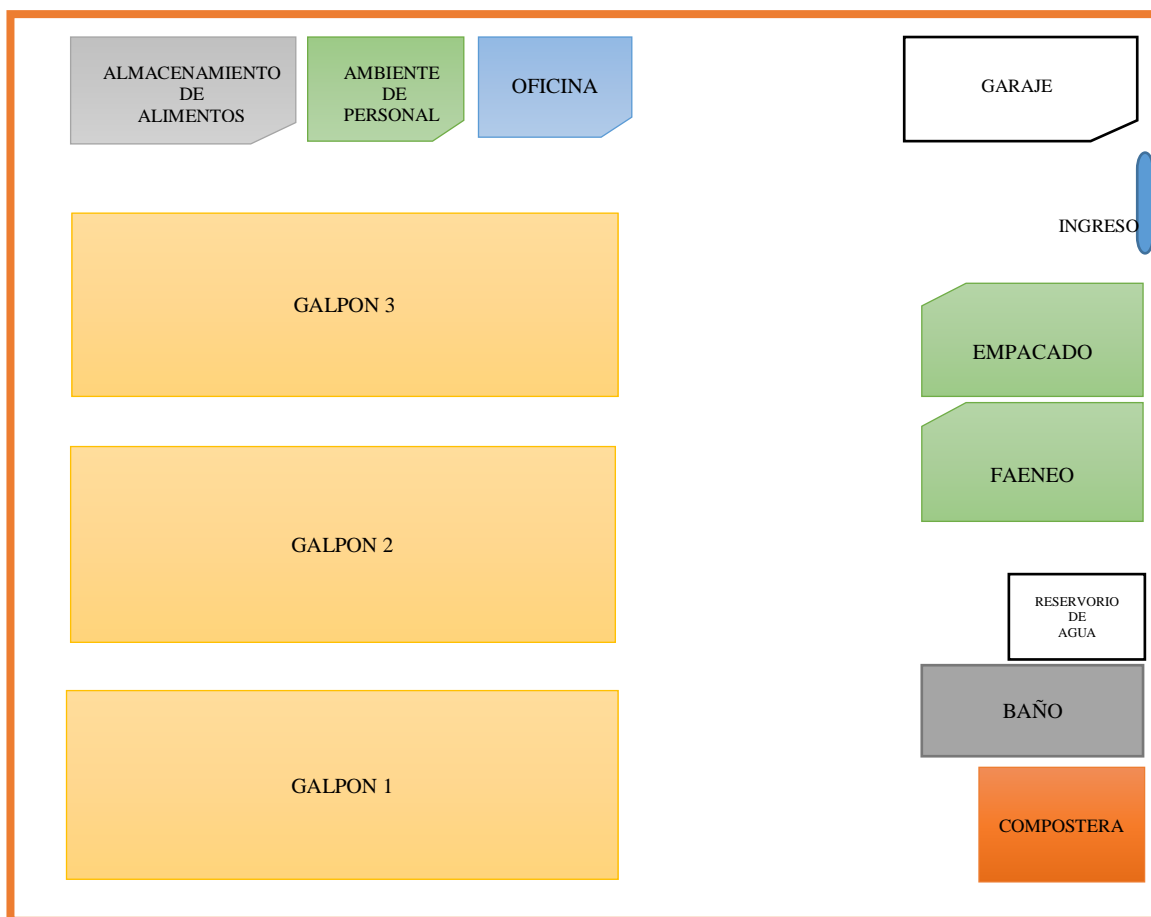


Figura 18: Plano de la microempresa

Fuente: Elaboración propia

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 hectáreas de extensión, con el valor de Bs. 60.000. distribuido de la siguiente manera:

- Galpón: Sus dimensiones son de 20 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 20,000 pollos anuales.

- Bodega de alimento: Sus dimensiones es de 6 metros de largo y 8 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 6 metro de largo y 5 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 12 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.

4.2.15 Definición del negocio

Por el tamaño del negocio “**POLLOS YIYÍ S.R.L.**”, será una microempresa dedicada al rubro de la avícola, la sociedad está compuesta por capitales con responsabilidades limitadas.

4.2.16 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.

Tabla 11
Características

Nombre:	Pollos YIYÍ 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.

Fuente: Elaboración propia

4.2.17 Esencia del negocio

La microempresa “**POLLOS YIYÍ 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.

4.2.17.1 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.

4.2.17.2 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.

4.2.17.3 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

4.2.17.4 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.

4.2.17.5 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 tipo psicológico, 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.

4.2.17.6 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.

4.2.17.7 Organigrama Organizacional

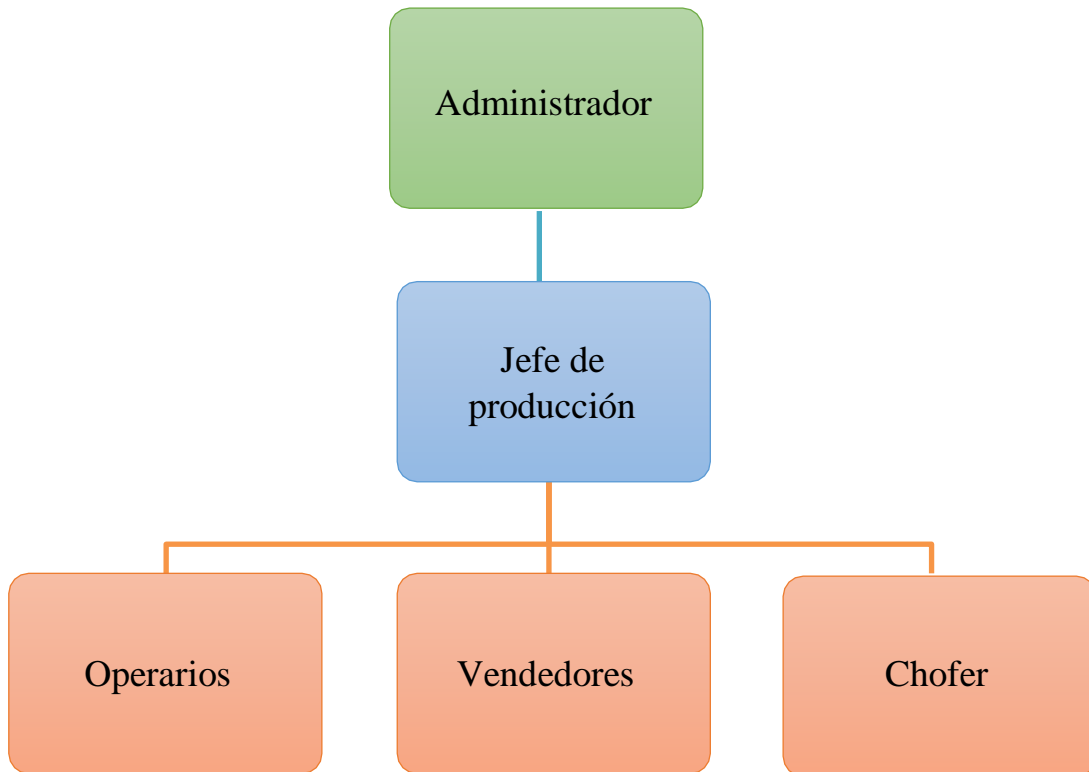


Figura 19: Plano de la microempresa
Fuente: Elaboración propia

4.2.17.8 Manual de funciones

Tabla 12
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.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13
Identificación del Cargo de jefe de Producción

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

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14
Identificación del Cargo de Asistencia Técnica

Identificación del cargo	
Unidad Técnica	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:	<p>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.</p>
Perfil:	<p>Formación: Bachiller Conocimientos en: Manejo y cuidado de aves.</p>
Competencias:	Buenas relaciones en equipo, disponibilidad de tiempo, tratar en forma cortés y efectiva al público en general.

Fuente: Elaboración propia

4.2.17.9 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.

4.2.17.10 Beneficios sociales

La microempresa “**POLLOS YIYÍ 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.

4.2.17.11 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.

4.2.17.12 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.

4.3 ESTUDIO FINANCIERO

4.3.1 Inversiones y Financiamiento

Para poder llevar a cabo el proyecto de implementación de la granja avícola en el Municipio 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:

Tabla 15
Valor del Terreno

TERRENO				
Nro.	DETALLE	CANTIDAD (M)	PRECIO (Bs.)	TOTAL (Bs.)
1	Terreno	1,800	12.00	21,600
SUMA TOTAL				21,600

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 16
Valor de la Infraestructura

INFRAESTRUCTURA				
Nro.	DETALLE	CANTIDAD (M)	PRECIO (Bs.)	TOTAL (Bs.)
1	Galpones 20x10 M	200	1,260.00	252,000.00
2	Área administrativa	98	1,260.00	123,480.00
3	Área operativa	54	1,260.00	68,040.00
4	Área comercial	30	1,260.00	37,800.00
SUMA TOTAL				481,320.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 17
Equipos

EQUIPO				
Nro.	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO (Bs.)	TOTAL (Bs.)
1	Termómetro avícola	1	150.00	150.00
2	Bebederos	25	80.00	2,000.00
3	Comedores	25	50.00	1,250.00
4	Ventiladores	10	1,280.00	12,800.00
5	Criaderos	10	750.00	7,500.00
6	Comedores plásticos para bebe	12	30.00	360.00
7	Bebederos plásticos para bebe	12	25.00	300.00
8	Balanza electrónica	1	550.00	550.00
9	Bomba de mochila	2	600.00	1,200.00
SUMA TOTAL				26,110.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 18
Maquinarias

MAQUINARIA				
Nro.	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO (Bs.)	TOTAL (Bs.)
1	Escaldadora	1	6,200.00	6,200.00
2	Desplumadora	1	5,400.00	5,400.00
3	Selladora	1	3,000.00	3,000.00
4	Carrito de carga	2	400.00	400.00
5	Frízer	3	2,100.00	6,300.00
SUMA TOTAL				21,300.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 19
Equipo de Computación

EQUIPO DE COMPUTACION				
Nro.	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO (Bs.)	TOTAL (Bs.)
1	Computadora	1	4.000,00	4.000,00
2	Impresora	1	2.800,00	2.800,00
SUMA TOTAL				6.800

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 20
Vehículo

VEHICULO				
Nro.	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO (Bs.)	TOTAL (Bs.)
1	Camión frigorífico	1	120.000,00	120.000,00
SUMA TOTAL				120.000

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 21
Muebles y Enceres

MUEBLES Y ENSERES				
Nro.	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO (Bs.)	TOTAL (Bs.)
1	Escritorio	2	800,00	1.600,00
2	Silla giratoria	2	140,00	280,00
3	Mesa	3	700,00	2.100,00
4	Sillas	12	90,00	1.080,00
5	Estante de madera	3	900,00	2.700,00
6	Vitrina	2	1.200,00	2.400,00
7	Bebedero	1	350,00	350,00
8	Utensilio	Set	500,00	500,00
SUMA TOTAL				11.010

Tabla 22
Resumen Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS		
Nro.	DETALLE	TOTAL (Bs.)
1	Terreno e Infraestructura	502.920,00
2	Equipos	26.110,00
3	Maquinaria	21.300,00
4	Equipo de computación	6.800,00
5	Muebles y Enseres	11.010,00
5	Vehículo	120.000,00
SUMA TOTAL		688.140,00

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

4.3.1.3 Costo de Producción

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

Tabla 23

Materia Prima directa

MATERIA PRIMA DIRECTA						
Nro.	DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO (Bs.)	TOTAL MENSUAL (Bs.)	TOTAL ANUAL (Bs.)
1	Pollos bebe	Unidad	2100	1.50	3,150.00	28,350.00
2	Alimento iniciación I	Saco x 50 Kg.	20	71.00	1,420.00	12,780.00
3	Alimento iniciación II	Saco x 50 Kg.	90	71.00	6,390.00	57,510.00
4	Alimento de engorde	Saco x 50 Kg.	100	71.00	7,100.00	63,900.00
SUMA TOTAL ANUAL					18,060.00	162,540.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 24
Mano de Obra Directa

MANO DE OBRA DIRECTA								
DETALLE	CANTIDAD	HABER BASICO MENSUAL	MESES	HABER BASICO ANUAL	AGUINALDO	APORTES PATRONALES (16.71)	TOTAL DE BENEFICIO	SUELDO TOTAL
Galponero	1	2,250.00	12	27,000.00	2,250.00	4,365.90	6,615.90	33,615.90
Faenero	1	2,250.00	12	27,000.00	2,250.00	4,365.90	6,615.90	33,615.90
SUMA TOTAL								67,231.80

Fuente: Elaboración propia.

Nota: 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:

4.3.1.4 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 25

Valor Costos Indirectos de Fabricación

INSUMOS						
Nro.	DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO (Bs.)	TOTAL POR LOTE(Bs.)	TOTAL ANUAL (Bs.)
1	Vacunas	Dosis	2	150.00	300.00	1,200.00
2	Vitaminas	Dosis	1	150.00	150.00	600.00
3	Medicamentos	Set	1	100.00	100.00	400.00
4	Desinfectante	Galón	1	50.00	50.00	200.00
5	Equipo de protección	Unidad	4	60.00	240.00	960.00
6	Cal	Saco	5	15.00	75.00	300.00
7	Cascarilla de arroz	Quintal	4	30.00	120.00	480.00
SUMA TOTAL ANUAL						4,140.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 26
Resumen de Costos de Producción

COSTO DE PRODUCCIÓN		
Nro.	DETALLE	TOTAL(Bs.)
1	Materia prima directa	209,322.54
2	Mano de obra directa	67,231.80
3	CIF	4,140.00
SUMA TOTAL		280,694.34

Fuente: Elaboración propia.

Nota: Se detalla el cuadro en resumen del valor total de costos de producción.

4.3.1.5 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 27
Depreciación de Activos

Nro.	DETALLE	PRECIO (Bs.)	VIDA UTIL	DEPRECIACION	VALOR EN LIBRO(Bs.)
				AÑOS 1-5 (Bs.)	
INFRAESTRUCTURA					
1	Infraestructura	481,320.00	20	24,066.00	360,990.00
EQUIPOS					
2	Termómetro avícola	150.00	8	18.75	56.25
3	Bebederos	2,000.00	8	250.00	750.00
4	Comedores	1,250.00	8	156.25	468.75
5	Ventiladores	12,800.00	8	1,600.00	4,800.00
6	Criaderos	7,500.00	8	937.50	2,812.50
7	Bomba de mochila	1,200.00	8	150.00	450.00
MAQUINARIA					
8	Escaldadora	6,200.00	5	1,240.00	-
9	Desplumadora	5,400.00	5	1,080.00	-
10	Selladora	3,000.00	2	1,500.00	
11	Carrito de carga	400.00	1	400.00	
12	Frízer	6,300.00	5	1,260.00	-
EQUIPO DE COMPUTACION					
13	Computadora	4,000.00	5	800.00	-
14	Impresora	2,800.00	5	560.00	-
VEHICULO					
15	Camión frigorífico	120,000.00	8	15,000.00	45,000.00
MUEBLES Y ENSERES					
16	Escritorio	1,600.00	10	160.00	800.00
17	Silla giratoria	280.00	5	56.00	-
18	Mesa	2,100.00	10	210.00	1,050.00
19	Sillas	1,080.00	10	108.00	540.00
20	Estante de madera	2,700.00	10	270.00	1,350.00
21	Vitrina	2,400.00	10	240.00	1,200.00
22	Bebedero	350.00	5	70.00	-
23	Utensilio	500.00	5	100.00	-
SUMA TOTAL		665,330.00		48,332.50	420,267.50

Fuente: Elaboración propia

4.3.2 Gastos Administrativos

4.3.2.1 Sueldos y Salarios

Tabla 28
Mano de Obra Indirecta

MANO DE OBRA INDIRECTA								
DETALLE	CANTIDAD	HABER BASICO MENSUAL	MESES	HABER BASICO ANUAL	AGUINALDO	APORTES PATRONALES (16.71)	TOTAL DE BENEFICIO	SUELDO TOTAL
Administrador financiero	1	4,800.00	12	57,600.00	4,800.00	9,624.96	14,424.96	72,024.96
Jefe de producción (Ing. Agropecuario o Zootecnista)	1	4,300.00	12	51,600.00	4,300.00	8,622.36	12,922.36	64,522.36
Vendedor	1	2,600.00	12	31,200.00	2,600.00	5,213.52	7,813.52	39,013.52
Chofer	1	2,250.00	12	27,000.00	2,250.00	4,511.70	6,761.70	33,761.70
SUMA TOTAL								209,322.54

Fuente: Elaboración propia.

4.3.2.2 Servicios Básicos

Tabla 29
Energía Eléctrica

Nro.	DETALLE	CONSUMO DE ENERGIA ELECTRICA (KWH/ANUAL)	GASTO KWH	GASTO TOTAL ANUAL
1	Electricidad	90.00	1.78	1,922.40
SUMA TOTAL				1,922.40

Fuente: Elaboración propia

Tabla 30
Valor de Agua Potable

Nro.	DETALLE	CANTIDAD	MES (Bs.)	ANUAL (Bs.)
1	Agua (m3)	1	30.00	360.00
SUMA TOTAL				360.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 31
Resumen de servicios básicos

SERVICIOS BASICOS				
Nro.	DETALLE	CANTIDAD	MES (Bs.)	ANUAL (Bs.)
1	Servicio de Agua	1	30.00	360.00
2	Servicio de Luz Eléctrica	1	160.20	1,922.40
3	Internet	1	200.00	2,400.00
SUMA TOTAL			390.20	4,682.40

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 32
Gastos de Constitución

GASTO DE CONSTITUCION		
Nro.	DETALLE	COSTO UNITARIO
1	Licencia de funcionamiento	2,500.00
2	Padrón Municipal	300
3	Carnet Sanitario	500
SUMA TOTAL		3,300.00

Fuente: Elaboración propia.

4.3.3 Resumen Capital de Trabajo

Tabla 33
Valor Total del Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO				
Nro.	DESCRIPCION	MENSUAL	PERIODO	TOTAL
1	Mano de Obra Directa	6,111.98	3	18,335.95
2	Mano de Obra Indirecta	19,029.32	3	57,087.97
3	Servicios Básicos	390.20	3	1,170.60
4	Materia Prima Directa	18,060.00	3	54,180.00
5	Materia Prima Indirecta	1,035.00	3	3,105.00
6	Gasto de Constitución	3,300.00	1	3,300.00
SUMA TOTAL		47,926.50		137,179.51

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 34
Valor Inversión Total del Proyecto

INVERSION TOTAL DEL PROYECTO		
Nro.	DESCRIPCION	VALOR (Bs)
1	Propiedad, planta y equipo	688,140.00
2	Capital de trabajo	137,179.51
SUMA TOTAL		825,319.51

Fuente: Elaboración propia.

El valor de la inversión inicial del proyecto será de 825,319.51, el cual contempla costos y gastos para la implementación de la granja avícola en la localidad del Sena.

4.3.4 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 margen de ganancia, precio que es determinado para la venta en el mercado lo cual se muestra en el siguiente cuadro.

Tabla 35
Determinación de Precio de Venta

DETERMINACIÓN DE PRECIO DE VENTA		
COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO	MARGEN DE GANACIA	PRECIO DE VENTA
11.70	22.07	33.77

Fuente: Elaboración propia

Margen de Utilidad 47%

Tabla 36
Precio de venta

PRODUCTO	UNIDAD	PRECIO
Pollo (entero)	kilo	33.77
Pollo (por kilo)	kilo	16.89

Fuente: Elaboración propia

Tabla 37
Venta Anual

DETALLE	CANTIDAD	VENTA ANUAL EN KG. (Bs)
Pollo	2,000.00	36,000.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 38
Proyección de Ingreso de ventas

AÑOS	PORCENTAJE 10% ANUAL	PROYECCIÓN DE INGRESO (Bs)
1		607,860.00
2	10%	668,646.00
3	10%	735,510.60
4	10%	809,061.66
5	10%	889,967.83

Fuente: Elaboración propia

4.3.5 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. 825,319.51 del cual el 70% será de capital propio y para el saldo se buscará a socios para su financiamiento.

Tabla 39
Financiamiento de los Socios

FINANCIAMIENTO DE LOS SOCIOS			
Nro.	FINANCIAMIENTO	%	TOTAL (Bs)
1	Capital propio	70	577,723.66
2	Socios	30	247,595.85
SUMA TOTAL		100	825,319.51

Fuente: Elaboración propia

4.3.1.2.9 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 40
Estado de Flujo de Efectivo

FLUJO DE CAJA						
Descripción	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
1.- Ingresos		607,860.00	668,646.00	735,510.60	809,061.66	889,967.83
Ventas		607,860.00	668,646.00	735,510.60	809,061.66	889,967.83
2.- Costos		499,549.24	499,549.24	499,549.24	499,549.24	499,549.24
Sueldos y Salarios		276,554.34	276,554.34	276,554.34	276,554.34	276,554.34
Materia Prima Directa e Insumo		166,680.00	166,680.00	166,680.00	166,680.00	166,680.00
Servicio Básico		4,682.40	4,682.40	4,682.40	4,682.40	4,682.40
Gasto de Constitución		3,300.00	3,300.00	3,300.00	3,300.00	3,300.00
Depreciaciones		48,332.50	48,332.50	48,332.50	48,332.50	48,332.50
3.- Utilidad Gravable (1-2)		108,310.76	169,096.76	235,961.36	309,512.42	390,418.59
4.- Impuesto (14,70% de 3)		15,921.68	24,857.22	34,686.32	45,498.33	57,391.53
Utilidad Neta (3-4)		92,389.08	144,239.54	201,275.04	264,014.09	333,027.05
Depreciaciones (+)		48,332.50	48,332.50	48,332.50	48,332.50	48,332.50
Recup. Capital de Trabajo (+)						137,179.51
Inversión ACTTIVOS (-)	688,140.00					
Capital de Trabajo (-)	137,179.51					
Flujo Neto	825,319.51	140,721.58	192,572.04	249,607.54	312,346.59	518,539.06

Fuente: Elaboración propia

4.4 EVALUACIÓN FINANCIERA

4.4.1 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.

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.

4.4.2 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".

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.

4.4.3 Evaluación financiero

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.

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 a cabo el proyecto

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

4.3.2.3.4 Índice de rentabilidad

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

Tabla 41
Índice de Rentabilidad

VAN	=	184,602.367873604	Tasa de Actualización	10%
TIR	=	17%		
RBC	=	1.22		
PRI		5to. Año		

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.

4.4.5 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 42
Periodo de Recuperación del Capital (PRC)

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VAN	697,390.80	538,240.36	350,706.52	137,369.59	184,602.37
TIR	0.83	0.42	-14%	3%	17%

Fuente: Elaboración propia

El periodo de recuperación se dará a los 4 años.

CAPÍTULO V
PRESUPUESTO
Y
CRONOGRAMA

5.1 Presupuesto de inversión

Tabla 43
Presupuesto de Inversión Final

INVERSIÓN	
ACTIVOS FIJOS	688.140,00
Terreno e Infraestructura	502.920,00
Equipos	26.110,00
Maquinaria	21.300,00
Equipo de computación	6.800,00
Muebles y Enseres	11.010,00
Vehículo	120.000,00
ACTIVOS DIFERIDOS	3,300.00
Gasto de Constitución	3,300.00
CAPITAL DE TRABAJO	133,879.51
Mano de Obra Directa	18,335.95
Mano de Obra Indirecta	57,087.97
Servicios Básicos	1,170.60
Materia Prima Directa	54,180.00
Materia Prima Indirecta	3,105.00
SUMA TOTAL DE INVERSIÓN	825,319.51

Fuente: Elaboración propia

5.2 Cronograma de actividades del desarrollo de la investigación

Tabla 44
Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	GESTION 2023																			
	Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Corrección del perfil																				
Elaboración de los instrumentos de investigación																				
Trabajo de campo																				
Análisis e interpretación de los resultados																				
Elaboración del documento final																				
Presentación del proyecto final																				
Corrección de las observaciones																				
Presentación y defensa del proyecto																				

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO VI

CONCLUSION Y

RECOMENDACION

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 el Municipio del Sena.

Mediante el estudio financiero, se pudo determinar que el proyecto es económicamente rentable, ya que posee una relación beneficio costo de 1.22., un VAN de 184,602.37 y un TIR del 17%, y un tiempo de recuperación de la inversión al cuarto 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). *Implementación 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://repositorio.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-pollosAmubre.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%20RUIZPOSGRADO%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.dscape.uce.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 faenamiento 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/TUCE-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

Nombre completo: Fecha ____ de ____ 2022

Sexo: Femenino () Masculino () Edad.....

1. ¿Usted consume carne de pollo?

- Si
- No

2. ¿Dónde obtiene usted la carne de pollo ?

- a) Tienda (pulperia)
- b) Fiales
- c) Riberalta
- d) Cobija
- e) Granja avicola
- f) Otros

3. ¿Cuál es el precio por el cual adquiere la carne de pollo?

R

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

- 2 a 4 Kg.
- 4 a 6 Kg.
- 6 a 8 Kg.
- Otros

5. ¿Qué aspectos considera que es importante al momento de comprar la carne de pollo?

- a) Precio
- b) Calidad
- c) Higiene
- d) Atención al cliente
- e) Otros

6. ¿Le gustaría consumir pollos que sean criados y comercializados en el municipio?

- Si
- No

¿Por que ?

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

- Si
- No

¿Por que ?

8.- ¿Porque medio le gusta recibir información de nuestro producto?

- a) Radio
- b) WhatsApp
- c) Facebook

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?

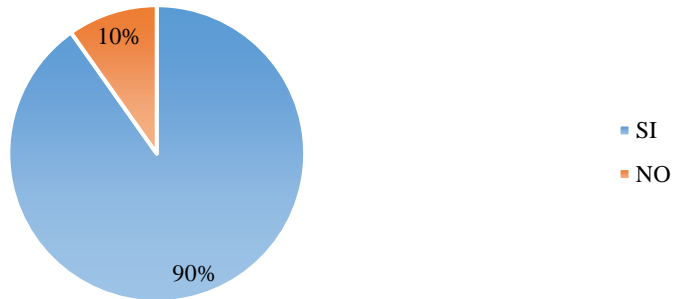


Figura 20: Consumo carne de pollo

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a las encuestas realizadas se puede determinar que el 90% de las personas si consumen la carne de pollo, y el 10% optan por consumir otro tipo de carne.

2.¿Dónde obtiene usted la carne de pollo ?

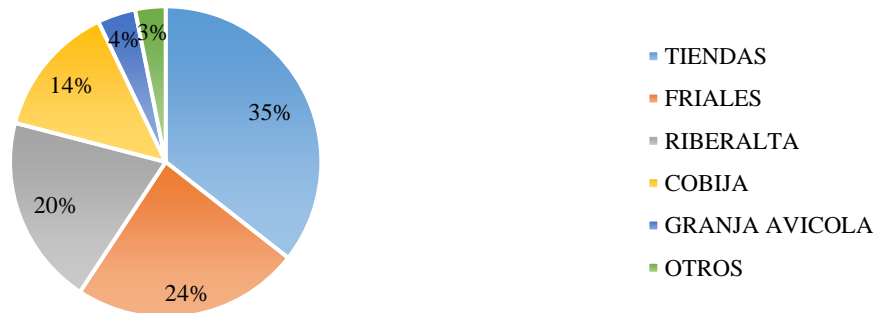


Figura 21: Donde obtiene la carne de pollo

Fuente: Elaboración propia

Se pudo obtener los resultados de la encuesta que el 35% de las personas compran la carne de en tiendas de barrio, y el 24% de los friales, el 20% se abastecen de la ciudad de Riberalta, el 14% de las ferias que se hacen en la ciudad de Cobija, el 4% tienen producción propia y el 3% la obtienen en otros lugares.

3. ¿Cuál es el precio por el cual adquiere la carne de pollo?

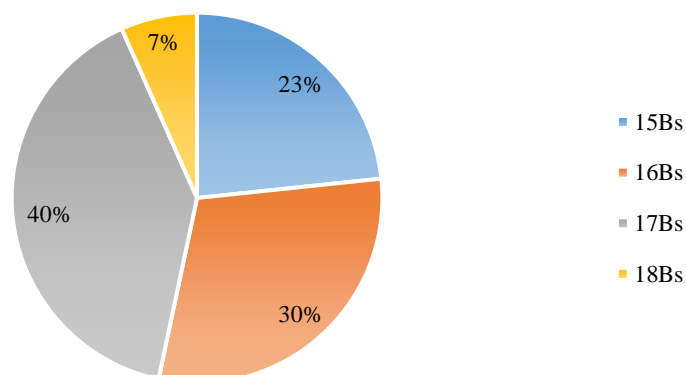


Figura 22: Precio de adquisición
Fuente: Elaboración propia

Se identificó que el 40% de las personas compran el kilo de carne de pollo a un precio mayor a 17 Bs, el 30% a 16 Bs, mientras el 23% adquieren a un precio de 15 Bs, y el 7% a 18 Bs.

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

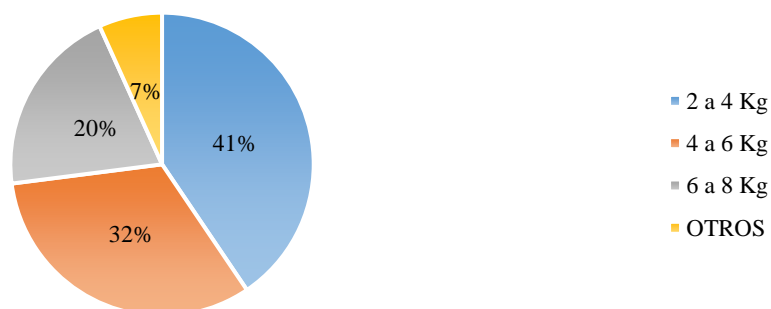


Figura 23: Cantidad de consumo
Fuente: Elaboración propia

Los resultados de la encuesta nos brindan los siguientes datos el 41% de personas consumen de 2 a 4 kilos de pollo, el 32% consumen carne de pollo moderadamente de 4 a 6 kilos, también el 20% consumen de 6 a 8 kilos de carne de pollo, Y el 7% consumen más de 8 kilos de pollo a la semana.

5. ¿Qué aspectos considera que es importante al momento de comprar la carne de pollo?

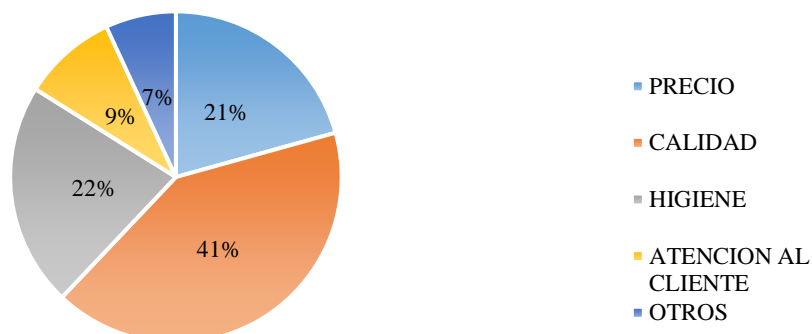


Figura 24: Aspectos considerados de compra
Fuente: Elaboración propia

Luego de analizar los datos en la encuesta realizada se ha podido evidenciar que un 41% que al momento de comprar consideran los aspectos de calidad a comparación que un 22% higiene, un 21% un 9% atención al cliente y un 7% otros aspectos.

6. ¿Le gustaría consumir pollos que sean criados y comercializados en el municipio?

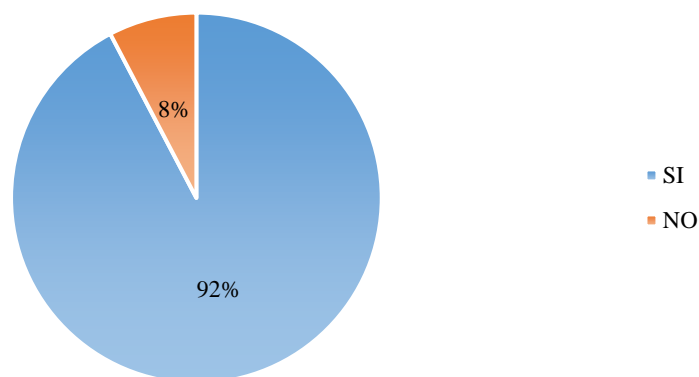


Figura 25: Le gustaría consumir pollos del municipio
Fuente: Elaboración propia

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 el municipio, un 8% de la población dijo que no, que ellos prefieren criar sus animales y consumir su propio producto.

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

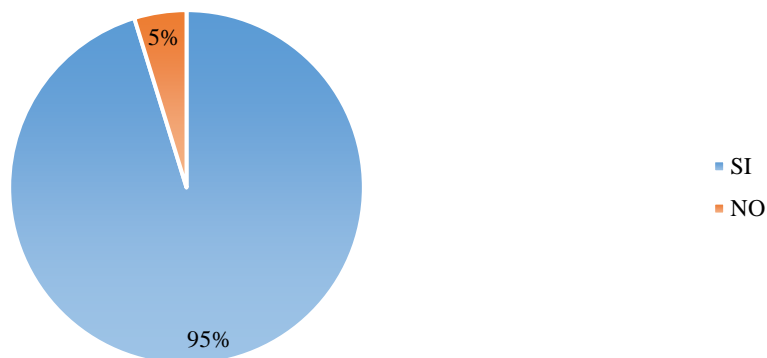


Figura 26: Implementación de una microempresa
Fuente: Elaboración propia

Luego de analizar los datos en la encuesta realizada se ha podido evidenciar que un 95% de las personas si comprarían nuestros productos si se llegara a implementar la microempresa y solo el 5% de la población no adquiriría nuestros productos.

8. ¿Porque medio le gusta recibir información de nuestro producto?

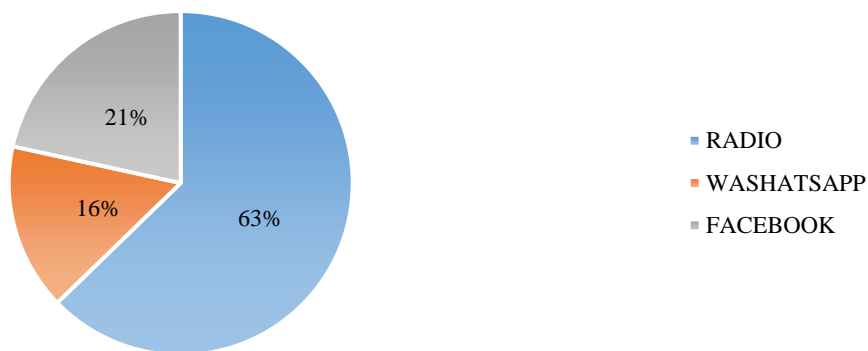


Figura 27: Medios de promoción del producto
Fuente: Elaboración propia

Según los datos analizados de la encuesta realizado se ha determinado que el municipio le gustaría recibir información de nuestro producto por medios de radio con un 63%, un 21 % por medios del washatsApp y un 16 % por medios del Facebook.