



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE:

INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA: Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción de pollo en pie en la Parroquia de Pacto y su comercialización en el D.M. de Quito.

AUTOR/ A: Mónica Patricia Almeida Tixilema.

TUTOR/ A: MsC. César Homero Vinuesa Ludeña.

AÑO: 2016



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL.

PROYECTO INTEGRADOR DE CARRERA.

Carrera: Administración de Empresas.

Tema: Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción de pollo en pie en la Parroquia de Pacto y su comercialización en el D.M. de Quito.

Estudiante: Mónica Patricia Almeida Tixilema.

Tutor: PHD. Jesús F. González Alonso.

Tutor Técnico: MsC. César Homero Vinuesa Ludeña.

Año 2016.

DEDICATORIA

Este trabajo le dedico a Dios quien supo guiarme por el camino correcto, dándome la fuerza necesaria para seguir adelante y no flaquear con los problemas que día a día atravesaba, enseñándome a salir de cada adversidad que se presentaba y permitiéndome haber llegado a este momento tan importante de mi formación profesional.

A mis padres quien por ellos soy lo que soy en la actualidad con su apoyo y su ejemplo siempre he salido adelante siendo mi motor fundamental para seguir luchando por mis objetivos, cuando decline y desistía ellos eran mi fuerza para no decaer,

Dedico de manera especial a mi hermano por ser un pilar fundamental en mi vida y gracias por el apoyo incondicional en todos los aspectos que siempre me brindo.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme estar aquí.

De la misma manera a la universidad Israel por brindarme la oportunidad de terminar mi carrera en Ingeniería en Administración de Empresas.

Al finalizar un trabajo tan arduo y lleno de dificultades como es el trabajo de titulación, agradezco a mis padres y a mi hermano por su apoyo tanto moral como económico para cumplir con mis objetivos trazados y uno de ellos era seguir estudiando y poder culminar mi carrera y ser el orgullo de mi familia.

Gracias a mis tutores por ser guía en mi trabajo de titulación porque sin su orientación, sus correcciones, no hubiera sido posible finalizar con mi trabajo.

ÍNDICE.

No	Temática.	Páginas
I	Resumen.	Pág. 1
II	Introducción.	Pág. 3
2.1	Mapa de la Parroquia de Pacto	Pág. 4
2.2	Habitantes de la Parroquia de Pacto.	Pág. 5
III	Marco Teórico y Metodológico.	Pág. 8
3.1	Habitantes de la Ciudad de Quito	Pág. 17
3.2	Calculo de la muestra	Pág. 19
IV	Resultados de los Objetivos.	Pág. 21
4.1	Primero.- Identificar las principales estrategias para la comercialización de pollo en pie.	Pág. 21
4.1.1	Matriz F.O.D.A	Pág. 22
4.1.2	Análisis Interno – Fortalezas	Pág. 23
4.1.3	Análisis Interno – Debilidades	Pág. 24
4.1.4	Análisis Externo – Oportunidades	Pág. 24
4.1.5	Análisis Externo – Amenazas	Pág. 25
4.2	Segundo.- Desarrollar un estudio de mercado para determinar nuestra demanda.	Pág. 26
4.2.1	Análisis de la pregunta No 1	Pág. 28

4.2.2	Análisis de la pregunta N <u>o</u> 2	Pág. 29
4.2.3	Análisis de la pregunta N <u>o</u> 3	Pág. 30
4.2.4	Análisis de la pregunta N <u>o</u> 4	Pág. 31
4.3.	Tercero.- Realizar un estudio económico y financiero para la creación de la granja avícola, producción y comercialización de pollo en pie.	Pág. 32
4.3.1	Activos Fijos.	Pág. 32
4.3.2	Depreciación de Activos Fijos	Pág. 33
4.3.3	Activos Intangibles.	Pág. 34
4.3.4	Amortización Activos Intangibles	Pág. 34
4.3.5	Capital de trabajo.	Pág. 35
4.3.6	Descripción del crédito.	Pág. 36
4.3.7	Tabla de amortización del Crédito	Pág. 37
4.3.8	Costos de construcción del galpón.	Pág. 38
4.3.9	Alimentación de aves	Pág. 39
4.3.10	Costo de equipo y herramientas.	Pág. 40
4.3.11	Costo de los pollitos bebé.	Pág. 41
4.3.12	Servicios básicos.	Pág. 41

4.3.13	Datos técnicos sobre la cascarilla.	Pág. 42
4.3.14	Costos de sanidad y vacunación.	Pág. 42
4.3.15	Transporte de movilización para la venta.	Pág. 42
4.3.16	Precio de venta de los 5000 pollos.	Pág. 43
4.3.17	Venta de gallinaza.	Pág. 43
4.3.18	Salario Operativo.	Pág. 44
4.3.19	Salario veterinario.	Pág. 44
4.3.20	Salarios administrativo	Pág. 44
4.3.21	Estado de resultados.	Pág. 45
4.3.22	Flujo de Efectivo.	Pág. 47
4.3.23	El valor actual neto y la tasa interna de retorno.	Pág. 48
4.3.24	Inflación	Pág. 48
V	Conclusiones.	Pág. 50
VI	Recomendaciones.	Pág. 51
VII	Bibliografía.	Pág. 52
VIII	Anexos.	
8.1	Formato de la Encuesta.	Pág. 53

8.2	Vista Frontal del Galpón	Pág. 54
8.3	Vista Posterior del Galpón	Pág. 55
8.4	Vista en planta del Galpón	Pág. 56
8.5	Vista Lateral del Galpón	Pág. 57
8.6	Cubierta del Galpón	Pág. 54

ABSTRAC

Summary.

This integrative career project was made to evaluate an economic study for the creation and production of a poultry farm located in the sector Pacto, oriented at Northwestern of Pichincha, and subsequent commercialization in the city of Quito; with this study is to benefit and get started of such poultry farm in an area of land that is currently totally vacated.

The integrative career project has been planned according to the technical conditions and needs of the sector and at the same time taking into account the benefits offered by this area of the province. It consists of four parts which are:

As the first aspect we have the introduction which states the description of the study area.

The second aspect is the theoretical framework in which we have concepts of several authors that supports the integration career project .

Third aspect are the objectives for which we believe it convenient for Three:

The First objective are the strategies to perform a feasibility study, some marketing strategies are described to take possession as soon as possible of the market within these we have the price differentiation strategy.

The second objective is a market study is done to determine the commercial viability of the economic activity, likes, preferences and needs in the supply, demand and also we elaborated a market segmentation

The Third objective economic study was conducted to assess whether the project is viable or not, with the financial study analyzed the coefficients of financial valuation such as Net Present Value (NPV) and Internal Rate of Return (IRR),

these coefficients evaluation financial help us measure the profitability of the project to a Passive Referential rate. With the results of the economic and financial situation to be gained from the study and development of the above parties, it will be demonstrated if the integrative career project will be feasible in the 5-year life from the execution of the poultry farm in the parish of Pacto and subsequent commercialization in the city of Quito.

I. Resumen.

Este proyecto integrador de carrera se realizó con el fin de evaluar un estudio económico para la creación y producción de una granja avícola ubicada en el sector de Pacto, orientado al Noroccidente de Pichincha, y posterior comercialización en la ciudad de Quito; con este estudio se quiere beneficiar y poner en marcha dicha granja avícola en un espacio de terreno que actualmente está en la desocupación total.

El proyecto integrador de carrera se ha planteado de acuerdo a las condiciones técnicas y necesidades que tiene el sector y a su vez tomando en cuenta las bondades que brinda esta zona de la provincia. Está conformado por cuatro partes que son:

Como primer aspecto tenemos la Introducción donde señala la descripción de la zona de estudio.

El segundo aspecto es el Marco Teórico en el cual tenemos conceptos de varios autores que sustentan el proyecto integrador de carrera.

Tercer aspecto son los Objetivos, para los cuales hemos creído conveniente tres:

El primero son las estrategias para realizar un estudio de factibilidad, se describen algunas estrategias de comercialización para posesionarnos lo más pronto posible en el mercado dentro de estas tenemos la estrategia por diferenciación de precio.

El segundo objetivo se realiza un estudio de mercado para conocer la viabilidad comercial de una actividad económica, sus gustos, preferencias y necesidades en el que se analiza la oferta, demanda y también se elabora una segmentación de mercado.

En tercer objetivo se realizará el estudio económico para evaluar si el proyecto es viable o no, con el estudio financiero analizamos los coeficientes de valuación financiera como son el Valor Actual Neto (V.A.N.) y Tasa Interna de Retorno (T.I.R.), estos coeficientes de evaluación financiera nos ayuda a medir la

rentabilidad del proyecto a una Tasa Pasiva Referencial. Con los resultados obtenidos de la situación económica y financiera que se obtendrán del estudio y el desarrollo de las partes antes mencionadas se demostrará si el proyecto integrador de carrera será factible en los 5 años de vida útil de la ejecución de la granja avícola en la parroquia de Pacto y posterior comercialización en la ciudad de Quito.

II. Introducción.

La República de Ecuador como país ha desarrollado el programa del cambio de la matriz productiva que actualmente está apoyando a la creación de nuevos proyectos e incentivando a sus habitantes para que sean personas productiva por lo que está promoviendo capacitaciones para que de esta manera el país salga adelante y así pueda generar nuevas fuentes de empleo.

Por esta razón se propone realizar el estudio de factibilidad de una granja avícola para la producción y comercialización de pollo en pie con el fin de cubrir la demanda existente, aprovechando las políticas del actual gobierno de cambio de la matriz productiva, las posibilidades de financiamiento contando con tasas de interés adaptativas, créditos de la Corporación Financiera Nacional (C.F.N.) para que sus clientes sean personas que generen fuentes de empleo.

Para esta parroquia la actividad agrícola es una alternativa y oportunidad para impulsar su crecimiento económico, lo que sin duda, contribuirá a incrementar la calidad y desarrollo de la zona.

Tomando en cuenta que en el país el gobierno nacional actualmente impulsa a proyectos que van relacionadas con el sector rural, con perfil de granjas productivas, turismo comunitario o que de alguna manera den crecimiento a las parroquias, gracias a éstas políticas que se han adoptado para beneficio de este sector se incursionará por estos perfiles.

El proyecto se encuentra ubicado a ochenta y cuatro kilómetros de Quito, en el noroccidente del Distrito Metropolitano, Pacto se distribuye en treinta y dos comunidades y la cabecera parroquial que es el único asentamiento de la parroquia con rasgos urbanos, posee una vía asfaltada de primer orden, una buena parte de la población trabaja en la prestación de servicios, comercio y cargos administrativos.

En las treinta y dos comunidades restantes, predomina el modo de vida rural, de manera que las actividades cotidianas de los habitantes están vinculadas al agro. La población de estas comunidades está dispersa en fincas, haciendas y asentamientos humanos muy pequeños. La mayoría de los asentamientos humanos están concentrados en la parte centro-oriental de la parroquia, en torno a la cabecera parroquial.

Este patrón de distribución obedece por una parte, a las facilidades de movilidad que ofrece la vía Pacto - La Armenia, y por otra, a la centralidad político-administrativa de la cabecera.

El objetivo de la investigación es determinar la factibilidad de una granja avícola para la producción y comercialización de pollo en pie en el sector de Pacto. Se determinan los estudios correspondientes en donde se proyectan los resultados tanto de la oferta como la demanda de dicho proyecto.

2.1 Gráfico: Mapa de la Parroquia de Pacto



Fuente: commons.wikimedia.org

Figura N° 1. En este gráfico nos muestra la Parroquia de Pacto y sus parroquias colindantes.

La parroquia cuenta con 4.806 habitantes para el año 2010, según la página web <http://www.gvillacism.blogspot.com> forma parte de la sub-región territorial del Noroccidente de Pichincha, que se conforma por las siguientes parroquias: Gualea, Pacto, Nanegal y Nanegalito. Pacto es la parroquia que alberga la mayor cantidad de habitantes en la zona noroccidental de Pichincha.

2.2 Tabla N°1 Habitantes en la Parroquia de Pacto.

PARROQUIAS	POBLACIÓN	TASA DE CRECIMIENTO ANUAL
Nono	1 455	1.69
Nanegalito	2 462	0.77
Nanegal	2 504	0.46
Gualea	2 123	0.19
Pacto	4 806	0.80

Fuente: www.gvillacism.blogspot.com
Elaborado: Grace Villacis Mora

En esta tabla nos indica los datos de la población de las 5 parroquias del Noroccidente de Pichincha.

2.3 Datos de Técnicos de la Parroquia de Pacto.

Su ubicación se encuentra al extremo noroccidental del Distrito Metropolitano de la ciudad de Quito, la parroquia de Pacto limita al Norte con la parroquia de García Moreno que pertenece a la provincia de Imbabura, al Sur con el Cantón San Miguel de los Bancos y Parroquia Gualea, al Este con la Parroquia de Gualea y al Oeste con el Cantón Pedro Vicente Maldonado, su clima es templado humero las temperaturas oscilan entre los 17° y 20° C, su altitud está en los 1200 metros sobre el nivel del mar.

2.4 Formulación del problema.

En Pacto, se ha podido observar que es una parroquia dedicada a la agricultura, con este proyecto integrador de carrera se busca el aprovechamiento del terreno, esto a su vez generará fuentes de empleo temporal y permanente, por tal motivo se va a realizar un estudio de mercado para conocer y dictaminar las mejores estrategias entre la oferta y demanda con la finalidad de establecer la factibilidad o no de la puesta en marcha de este proyecto.

2.5 Objetivos.

2.5.1 Objetivo General:

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción de pollo en pie en la Parroquia de Pacto y su comercialización en el Distrito Metropolitano de Quito.

2.5.2 Objetivos Específicos:

- Identificar las principales estrategias para la comercialización de pollo en pie.
- Desarrollar un estudio de mercado para dictaminar cuáles serán las estrategias entre la oferta y demanda existente para nuestro producto.
- Realizar un estudio económico y financiero para la creación de la granja avícola, producción y comercialización de pollo en pie.

2.6 Justificación.

Este proyecto servirá a la Universidad Tecnológica Israel, especialmente a la Escuela de Administración, para que futuras generaciones de estudiantes, inversionistas, profesores lo puedan ejecutar y solucionar problemas existentes.

Esta investigación también servirá a la Parroquia de Pacto para solucionar problemas de desocupación en la zona.

El acceso a la información es viable ya que textos en administración y economía las encontramos en las principales universidades de la ciudad de Quito, así como otras fuentes de información tales como; el internet, Ministerio de Economía, periódicos y revistas, etc.

Quito es una ciudad con alta concentración de personas debido a que es la capital del Ecuador por este motivo se a pensando realizar este proyecto en un lugar cercano a Quito como es la Parroquia de Pacto, es un terreno que cuenta con las condiciones acordes y necesarias para la creación de una granja avícola con la finalidad de producir y comercializar pollo en pie, además se analizará la factibilidad de este proyecto integrador de carrera para entrar a competir en los mercados del D.M. de Quito, ofertando pollo en pie a los principales distribuidores mayoristas de los principales mercados capitalinos en las condiciones que lo requieren de acuerdo al estudio de mercado, tanto en precio, tamaño y calidad.

Además de presentar el estudio económico que demuestre que el proyecto integrador de carrera es rentable y sustentable, este proyecto se le dará mejor uso al terreno así como mejores beneficios no solamente a los dueños del terreno sino también fomentando fuentes de empleo en los alrededores de la zona del proyecto.

III. Marco Teórico y Metodológico.

Marco Teórico.

El estudio de factibilidad es un paso importante para determinar si un proyecto tiene las condiciones necesarias para ser operado y ejecutado, otorgando al investigador las pautas necesarias para plantear las estrategias correctas para el adecuado funcionamiento del proyecto.

Para un proyecto de inversión que conlleva a la producción y comercialización de un producto determinado es importante analizar diversos parámetros, como por ejemplo el citado a continuación:

El estudio de factibilidad es un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto y corresponde a la última fase de la etapa pre-operativa o de formulación dentro del ciclo del proyecto. Se formula con base en información que tiene la menor incertidumbre posible para medir las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión, apoyándose en él se tomará la decisión de proceder o no con su implementación. (MIRANDA, 2005)

El autor denota que el estudio de factibilidad ayuda a tomar las decisiones correctas para la ejecución de un proyecto, disminuyendo la incertidumbre que genera la fase investigativa, en la presente investigación es importante determinar si la producción de pollo es factible dentro del sector seleccionado.

El estudio de factibilidad otorga:

- a. Verificación de la existencia de un mercado potencial o de una necesidad no satisfecha.

- b. Demostración de la viabilidad técnica y la disponibilidad de los recursos humanos, materiales, administrativos y financieros.
- c. Corroboración de las ventajas desde el punto de vista financiero, económico, social o ambiental de asignar recursos hacia la producción de un bien o la prestación de un servicio. (Gestiopolis, 2016)

Estos elementos son de vital importancia para la aplicación del presente proyecto integrador de carrera ya que permite determinar un mercado adecuado para la comercialización, la viabilidad técnica y disposición de recursos necesarios.

La Microempresa es una alternativa adecuada para producir bienes y servicios limitados; el autor Julián Pérez, en el año 2009 cita en su libro Generación de Micro Empresas lo siguiente: “..una microempresa es una empresa de tamaño pequeño, su definición varía de acuerdo a cada país, aunque, en general, puede decirse que una microempresa cuenta con un máximo de diez empleados y una facturación acotada, el dueño de la microempresa suele trabajar en la misma”. (Pérez, 2009).

Mientras que (Revelo, 2011) afirma:

“...la microempresa puede ser una salida laboral para un desempleado o un ama de casa. La elaboración de artesanías, la gastronomía a pequeña escala y la consultoría profesional son algunos de los campos más usuales en el desarrollo de micro empresas...”. (pág. 8).

Es muy común observar que las microempresas son generadas en comunidades o parroquias, ofertando pequeñas fuentes de empleo; a lo largo del tiempo los microempresarios se han preguntado el alcance de su microempresa, para lo cual es importante analizar el siguiente enunciado: “Con el tiempo, una micro empresa exitosa puede convertirse en una pyme de mayor envergadura”. (Merino, 2013); Lo que afirma la autora es un preámbulo alentador para un microempresario, ya

que con el tiempo esta micro empresa puede llegar a convertirse en una empresa de mediana economía, augurando un futuro provechoso para la misma.

La producción de pollo para su comercialización se enfrasca en una micro empresa, pero con la correcta comercialización y la consecución de mercados potenciales a un futuro cercano se podrá consolidar una empresa mediana con una economía estable y generando fuentes de empleo para la localidad.

En nuestro país se han implementado las creaciones de microempresas en gran escala, para (Gutiérrez, 2012) es importante recalcar: “La creación de empresas en el país ha permitido dar solución a problemas locales, fomentando la diversificación económica y la generación de nuevas fuentes de empleo”. (pág. 82).

Los elementos sujetos a análisis para efectuar un correcto estudio de factibilidad podrán determinar si la producción y comercialización de pollo es adecuada y están enmarcados en los siguientes enunciados:

El estudio de mercado determina la relación oferta vs demanda y permite verificar la segmentación correcta para la comercialización del producto, citando a dos autores importantes sobre estudio de mercado y segmentación de mercados cuyos enunciados afirman:

- Para Kotler, Bloom y Hayes, el estudio de mercado "*consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización*".

- Randall, define el estudio de mercado de la siguiente manera: "*La recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing*".
- Según Malhotra, los *estudios de mercado* "*describen el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor*". (Thompson, 2016).

Estas definiciones concretan una alianza entre oferta y demanda de un producto en el mercado, utilizando herramientas de marketing que permitan una introducción del producto en las mentes de los beneficiarios.

El autor (Molina, 2015) en su artículo menciona: "En los estudios de mercado se investiga el mercadeo desde la perspectiva del preparador del proyecto, es decir, se estudian los aspectos y las técnicas generales de la comercialización, también los aspectos económicos específicos que repercuten de una u otra forma, en la composición del flujo de caja del proyecto".

Comprendiendo que una segmentación de mercado aportará significativamente en la consecución del proyecto, se debe considerar lo siguiente.

La segmentación divide al mercado en grupos con características y necesidades semejantes para poder brindar una oferta diferenciada y adaptada a cada uno de los grupos objetivo. Esto permite optimizar recursos y utilizar eficazmente nuestros recursos de marketing.

Existen diferentes variables para segmentar el mercado, dependiendo de cada empresa se utilizará una combinación diferente. Las variables de segmentación de mercado se encuentran agrupadas en geográficas, demográficas, psicográficas y de conducta. (Espinoza, 2016).

Lo analizado anteriormente permitirá emplear el estudio de factibilidad de acuerdo a sus elementos en la aplicación de técnicas de recolección de información para determinar las condiciones necesarias para implementar una granja avícola en el sector de Pacto que permita producir y comercializar pollo en los mercados idóneos y de esta manera contemplar una economía dinamizada en la parroquia y en la ciudad de Quito.

ESTRATEGIA DE VENTAS

En la situación actual del país el emprendimiento juega un papel fundamental para el sostenimiento económico. Han sido los emprendimientos que han sacado adelante las economías mediante desarrollo de nuevas ideas o el mejoramiento de ideas o proyectos ya existentes. Dentro del mercado la crianza de pollos se ha desempeñado desde las maneras más tradicionales hasta las más tecnificadas siempre constituyéndose una fuente de ingresos para quienes la realizan, sea de manera unipersonal o como una empresa más desarrollada; generando fuentes de trabajo y mostrándose como un tipo de negocio atractivo y sostenible con los recursos necesarios, enfocándose en la calidad del producto, las técnicas de la crianza y la manera de comercializar.

La propuesta de valor de la empresa avícola P.A.S.A., se resume en su lema “alimentos sanos, gente sana, planeación sana” implica hacer algo más que simplemente vender pollos en pie. Significa por preocuparse por el bienestar y la calidad de vida de todos los socios de la empresa, desde clientes, empleados y proveedores hasta abarcar las amplias comunidades donde opera.

Su preocupación por los clientes es profunda “realizamos grandes esfuerzos para satisfacer y encantar a nuestros clientes”, “queremos superar sus expectativas cada vez que compran” pollo en pie. También nos preocupamos por los empleados y proveedores, “consideramos a nuestros socios comerciales como aliados para atender a nuestros accionistas. Los tratamos con respeto, justicia e integridad, y esperamos lo mismo a cambio.”. Para respaldar eso la compañía

apoya las prácticas de pecuaria sustentable y ecológico y vende pollo 100% orgánico y la carne no contiene hormonas.

Avícola P.A.S.A., se preocupa por la comunidad, proporciona apoyo financiero a empleados que realizan servicio comunitario voluntario, invierte en la conservación del medio ambiente local. Sus galpones, obtienen toda su energía eléctrica a partir de paneles solares instalados en los techos. La luz se obtendrá mediante un sistema eléctrico especial cuyas características permiten ahorrar energía. Quizás el mayor compromiso de la avícola P.A.S.A. hacia la comunidad es que donará el 5 % de sus utilidades después de impuestos a organizaciones sin fines de lucro.

MIX DE MARKETING.

Relaciones Públicas.- Crear buenas relaciones con los diversos clientes de la compañía mediante la obtención de publicidad favorable, la creación de una buena imagen corporativa, y el manejo o bloqueo de rumores anécdotas o sucesos desfavorables ante la calidad del producto.

Publicidad.- Se creará publicidad masiva en medios electrónicos principalmente usando anuncios gratuitos en páginas de promoción y de comercialización donde se destacará las ventajas comparativas de precio, calidad y el servicio de entrega con la cual llegaremos a un mayor impacto y de manera directa al comprador interesado.

Marketing Directo.- Comunicación directa con los consumidores individuales, seleccionados cuidadosamente, con el fin de obtener una respuesta inmediata y crear relaciones duraderas con ellos mediante el uso del teléfono, correo, fax, correo electrónico, internet y de otras herramientas para comunicarse directamente con consumidores específicos.

Precio.- Un problema frecuente de las empresas es que reducen los precios para captar clientes en vez de convencer a los compradores de que su producto tiene mayor valor y que el precio más alto vale la pena, pero no siempre es así.

Algunos directores consideran que la fijación de precio es un dolor de cabeza y prefieren enfocarse en otros elementos de la mezcla de marketing. Sin embargo, los directores inteligentes tratan a los precios como una herramienta estratégica clave para crear y captar el valor del cliente. Los precios tienen un impacto directo en el balance final de una empresa.

El precio de la libra de pollo en pie de nuestro proyecto integrador de carrera es de USD 1 (un dólar) la libra de pollo en pie.

Estrategias de Ajustes de Precios

Una de las muchas formas de descuento en una empresa es el descuento en efectivo: “una reducción del precio para los compradores que pagan sus cuentas con prontitud”. Un ejemplo típico es aunque la factura se vence en 30 días, el comprador puede restar un 2% si paga antes de diez días o del tiempo establecido. Un descuento por cantidad es una reducción en el precio para los compradores que adquieren grandes volúmenes.

CANALES DE MARKETING.

Proporcionar especialización y división de trabajo

Los canales de marketing también pueden lograr economías de escala por medio de la especialización y división del trabajo al ayudar a los productores que carecen de motivación, financiamiento y expandirse para comercializar de forma directa con los consumidores.

Superar las Discrepancias

Para que la avícola P.A.S.A., brinde una satisfacción máxima se requiere de una variedad de productos como huevos, pollo en filete, etc. La producción en masa requiere de un gran número de probables compradores, los mercados por lo general están esparcidos a largo de grandes regiones geográficas y así se crea una Discrepancia Espacial. Con frecuencia se requiere mercados globales, o al

menos nacionales, para absorber la producción de los fabricantes en masa. Los canales de marketing superan las discrepancias espaciales al tener disponibles los productos en ubicaciones convenientes para los consumidores.

ESTRATEGIA

Es uno de los primeros ejercicios de toma de decisiones que debe hacer el emprendedor para alcanzar los objetivos empresariales. Las estrategias definidas en el Plan de Empresa van a conformar los primeros pasos en el mercado: el lanzamiento de la actividad, la imagen de la empresa y de los productos o servicios que oferte, el modo de entrada en el mercado y, en definitiva, su posicionamiento inicial en éste. De ahí que la primera estrategia sea la de Posicionamiento y un estudio de mercado que va a condicionar a las restantes.

Entendiéndose que se va trabajar de la misma manera que se vienen desempeñando los actuales proveedores competidores, entregando su producto en canastas con determinado número de pollos al comprador en su punto de comercialización dentro de los mercados de Quito DM pero con la diferenciación principalmente en sus precios de venta de acuerdo a la información arrojada del estudio de mercado.

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

El estudio de factibilidad de esta avícola P.A.S.A., está determinado sobre el segmento de mercado con el cual vamos a trabajar que son directamente los comercializadores de pollo en pie para posteriormente faenarlo y comercializarlo. La manera que nos ajustaremos a este segmento de mercado es haciendo la diferenciación en el precio para la introducción y posteriormente con calidad comprobada en tamaño y consistencia del producto, establecer un consumo mayor de compra venta.

PROPUESTA DE VALOR

Nuestra propuesta de valor de la avícola P.A.S.A., es propiamente el producto en sí, será de buena consistencia, saludable y con el peso que requiere el cliente, el producto será de excelente calidad.

CANALES

Los canales de comunicación, distribución y venta establecen el contacto entre la empresa y los clientes. Son puntos de contacto con el cliente que desempeñan un papel primordial en su experiencia. El único canal de comercialización será directo entre el cliente y nosotros como productores abasteciendo en el lugar de recepción del cliente.

RELACIÓN CON CLIENTES.

Las empresas deben definir el tipo de relación que desean establecer con cada segmento de mercado, puede ser personal o automatizada. Las relaciones con los clientes pueden estar basadas en los fundamentos siguientes; captación de clientes, fidelización de cliente, estimulación de las ventas (venta sugestiva). La venta se realiza de manera directa entre cliente y productor, tanto como la fijación de la cantidad a comprar como la comprobación del producto al momento de la entrega de acuerdo a lo solicitado.

RECURSOS CLAVES

La manera de llegar a los clientes será con la implementación de un transporte desde la granja de producción hasta la entrega a los clientes. A su vez para cada entrega se lo hará en canastos cerrados adecuados para las aves durante toda la transportación.

ASOCIACIONES CLAVES

Se buscará trabajar en principio con la mayor cantidad de clientes posibles que al momento de llevar la carga se logre evacuar toda la producción. Posteriormente

se espera alcanzar clientes claves que sean quienes afiancen la cantidad de producción requerida pero con la constancia que los pagos sean de manera efectiva.

TIPOS DE ESTRATEGIA

ESTRATEGIA DE PRECIOS BAJOS.

Para la introducción al mercado de la avícola P.A.S.A., se va a realizar la estrategia de diferenciación de costos, el precio al mercado será de un dólar la libra de pollo en pie, siendo este un valor accesible a los consumidores, la avícola se va a caracterizar por ofertar siempre productos a bajo precio y de buena calidad.

ESTRATEGIA BASADA EN LA DIFERENCIACIÓN

Posteriormente trabajaremos con estrategia de diferenciación, otorgando el producto con el peso y la calidad óptima que requiere el cliente, con solo esas características. No otorgándole variaciones entre el producto que desea con el peso que requiere y ciertas cantidades del peso que no desea pero que también actualmente le entregan. Solamente sujetos a cumplir las peticiones del cliente en el peso que requiere su producto.

MARCO METODOLÓGICO.

Técnicas de Investigación.

Los métodos de investigación utilizados en este proyecto integrador son: la encuesta y la observación directa de campo.

Población.

La población de la ciudad de Quito, es de 2,151.993 habitantes según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, con esos datos se realizó el cálculo de la muestra que nos representa un total de 384 personas encuestadas.

3.1 Tabla N°2 Habitantes en la Ciudad de Quito

CAPITALES MAS POBLADAS AL 2010		
UBICACIÓN	CIUDAD	N° DE HABITANTES
1	Guayaquil	2.306.479
2	Quito	2.151.993
3	Cuenca	485.776
4	Machala	266.023
5	Santo Domingo	326.581*
6	Portoviejo	274.330
7	Ambato	344.329
8	Riobamba	220.919
9	Laja	193.047
10	Ibarrá	187.706
11	Esmeraldas	188.694
12	Latacunga	174.376
13	Babahoyo	159.071
14	Santa Elena	123.329*

Fuente: I.N.E.C.

El total de habitantes de la población de Quito es de 2,151.993 según los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos que se realizó en el 2010, es la segunda ciudad más poblada de nuestro país.

La porción planteada de la población a ser tomada en cuenta para la investigación es la cantidad de habitantes del mercado que alcanzarían a cubrir las personas dentro de la población de la ciudad de Quito y que en este caso serán nuestros potenciales compradores.

Muestra.

La muestra es el número de personas que se va a realizar la encuesta en nuestro caso, el número es de 384 personas.

3.2 CÁLCULO DE LA MUESTRA.

La población de la ciudad de Quito, es de 2,151.993 habitantes según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, la muestra nos representa un total de 383 personas encuestadas. Para la cual se utilizará la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{NE^2 + Z^2 p \cdot q}$$

n = Tamaño de la muestra que queremos calcular.

N = Tamaño del universo.

Z = Nivel de confianza 95% = 1.96

e = Margen de error.

p = Probabilidad a favor.

q = Probabilidad en contra.

Utilizando la formula antes mencionada tenemos los siguientes datos:

N = 2,151.993

Z = 1.96

e = 0.05

p = 0.50

q = 0.50

n = ?

Reemplazando Valores.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{NE^2 + Z^2 p \cdot q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2(0.50)(0.50)(2,151.993)}{(2,151.993)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.50)(0.50)}$$

n= 384

La muestra calculada es igual a 384 personas que son encuestadas en los mercados del D.M. de la ciudad de Quito.

Con esta fórmula se calcula la muestra, se ha reemplazado los datos el cual hemos obtenido una muestra de 384 personas para el presente estudio, que será parte de la población sobre la cual se realizará la investigación, de los cuales se podrá realizar inferencias que permitan determinar características específicas de la parte estudiada y establecerlas como el comportamiento de la demanda de los compradores.

Las encuestas estaban dirigidas a potenciales compradores que se dedican a la venta de pollos faenados. Los lugares donde se efectuaron las encuestas fueron: Mercado Mayorista, Mercado San Roque.

La encuesta se diseñó para analizar el estudio de factibilidad de la creación de la granja avícola en el sector de Pacto.

La encuesta está diseñada para analizar y dictaminar las mejores estrategias a utilizarse en la relación que existe entre oferentes y demandantes de la comercialización del pollo en pie; y con la observación directa nos servirá para evaluar y establecer la operatividad para interactuar entre los comercializadores del producto.

IV. RESULTADO DE LOS TRES OBJETIVOS PLANTEADOS.

1.- IDENTIFICAR LAS PRINCIPALES ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN PARA UNA GRANJA AVÍCOLA DE POLLO EN PIE.

ANÁLISIS F.O.D.A.

Es una herramienta utilizada en la gerencia y también en la formulación de la estrategia, la cual aplicando un análisis F.O.D.A. permite reconocer cuales son las oportunidades de mercado y las amenazas externas para la empresa de igual manera cuáles son sus fortalezas de los recursos, competencias y sus debilidades competitivas.

Las oportunidades y las amenazas se refieren al entorno externo dentro de estos pueden estar el Microambiente: Proveedores, competidores, los canales de distribución, los consumidores etc., y en el ámbito Macro ambiente puede estar la economía, ecología, demografía, etcétera) son factores externos a los cuales se enfrenta una empresa son factores claves de una estrategia, mientras que las fortalezas y las debilidades está relacionado con el ambiente interno dentro de estos tenemos los recursos humanos, técnicos, financieros, tecnológicos, etc., están relacionadas con el ambiente interno de una empresa el cual podemos tener una fortaleza de nuestra empresa como una ventaja competitiva en el mercado.

4.1.1 ANÁLISIS F.O.D.A.

Tabla N°3 Matriz F.O.D.A.

MATRIZ F.O.D.A.	
<p style="text-align: center;">FORTALEZA</p> <ul style="list-style-type: none">• Experiencia en el mercado que atiende.• Personal con práctica y experiencia para desarrollar el trabajo.• Precios más bajos que los de la competencia.• Cupos fijos de abastecimiento de pollos con sus respectivos proveedores.• Calidad en el producto que se vende.	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">• No lleva contabilidad formal.• Infraestructura inadecuada.• Desperdicios de recursos humanos y materiales.• No existe estructura organizacional.• Corto tiempo de vida útil del proyecto.• Resistencia al cambio.
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">• Capacitación a pequeños y medianos avicultores en crianza de, medidas sanitarias y manejo de desechos.• Proveedores calificados y competentes para el sector avícola.• Tecnología de punta certificado por normas.	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none">• Escases de maíz para la elaboración del balanceado.• Alto costo de la materia prima• Enfermedades que afecten la salud de los pollos.• Aumento de consumo y disminución de precios de carne de pollo• Competencia con comercializadoras ya establecidas.

En esta matriz nos indica cuáles van hacer las fortalezas y debilidades de nuestra avícola P.A.S.A, del mismo modo sus oportunidades y amenazas en lo que se refiere al factor externo.

A continuación se va a realizar la ponderación del análisis Interno como el análisis externo.

ANÁLISIS INTERNO.

4.1.2 Tabla N°4 Análisis de Fortalezas

AVÍCOLA P.A.S.A.			
FORTALEZAS	CLASIFICACIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO PONDERADO
Experiencia en el mercado.	0.51	5	2.5
Personal con práctica y experiencia.	0.21	4	0.8
Precios bajos.	0.15	3	0.42
Cupos fijos de abastecimiento.	0.07	2	0.14
Producto de calidad.	0.06	1	0.06
Total.	1	15	3.92

Análisis de Fortalezas.- Este cuadro de fortalezas se calcula de la siguiente manera: la ponderación aquí se realiza según el orden de importancia del 1 - 5, siendo el quinto lugar el más importante. Mientras que la calificación es en un rango del 0 -1 nuestra fortaleza principal es la experiencia que se tiene en el mercado y como segunda fortaleza personal con practica y experiencia en la crianza de pollos.

Debilidades.

4.1.3 Tabla N^o5 Análisis de Debilidades

AVÍCOLA P.A.S.A.			
DEBILIDADES	CLASIFICACIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO PONDERADO
No llevan contabilidad.	0.35	5	1.75
Infraestructura inadecuada.	0.29	4	1.16
Desperdicios de recursos humanos y materiales.	0.19	3	0.57
No existe estructura organizacional.	0.11	2	0.22
Corto tiempo de vida útil del proyecto.	0.06	1	0.06
TOTAL.	1	15	3.76

Análisis Interno de las debilidades se calcula de la siguiente manera: la ponderación aquí se realiza según el orden de importancia del 1 - 5, siendo el quinto lugar el más importante. Mientras que la calificación en lo que se refiere a la clasificación se lo realiza en un rango del 0 -1, siendo su debilidad con mayor puntaje el no llevar contabilidad mensualmente como lo realiza su competencia, como segunda debilidad tenemos que su infraestructura no es la adecuada por lo que no puede introducir en el mercado producto de buena calidad.

ANÁLISIS EXTERNO – ENTORNO.

Oportunidades.

4.1.4 Tabla N^o6 Análisis de Oportunidades

AVÍCOLA P.A.S.A.			
OPORTUNIDADES	CLASIFICACIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO PONDERADO
Capacitación de pequeños y medianos avicultores.	0.58	5	2.9
Proveedores calificados y competentes.	0.21	5	0.84
La producción de aves tiene un crecimiento importante.	0.12	5	0.36
TOTAL.	0.91	15	4.1

En el análisis externo sobre las oportunidades que tenemos en el mercado podemos determinar cuáles son los factores del entorno que nos puede beneficiar de forma directa para la empresa avícola P.A.S.A., la ponderación con mayor puntaje es sobre la Capacitación de pequeños y medianos avicultores, ya que podemos ofrecer un producto de mejor calidad en el mercado y en segundo lugar tenemos proveedores calificados y competentes.

Amenazas.

4.1.5 Tabla N°7 Análisis de Amenazas.

AVÍCOLA P.A.S.A.			
AMENAZAS	CLASIFICACIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO PONDERADO
Enfermedades que afecten la salud de los pollos.	0.30	5	1.50
Alto costo de la materia prima.	0.25	4	1.00
Escases de maíz para la elaboración del balanceado	0.20	3	0.60
Aumento de consumo y disminución de precios de carne de pollo.	0.15	2	0.30
Competencia con comercializadoras ya establecidas.	0.10	1	0.10
TOTAL.	1	15	3.50

Dentro del análisis externo tenemos las amenazas para la avícola P.A.S.A., con un porcentaje alto son las enfermedades que afecten a la salud de los pollos que representaría una pérdida total para la empresa avícola P.A.S.A. y como segunda amenaza alto costo de materia prima, esto afectaría porque mientras mayor sea el costo de la materia prima el producto tendría que subir su precio.

4.2 DESARROLLO DEL ESTUDIO DE MERCADO PARA DETERMINAR NUESTRA DEMANDA.

El proyecto sobre la creación de esta granja avícola tiene como objetivo proporcionar a la parroquia de Pacto pollos en pie que abastezca al sector y a los mercados capitalinos del D.M. DE QUITO.

El Estudio de Mercado representa una pieza importante en la elaboración de un proyecto, porque es el instrumento por medio del cual se obtiene la información adecuada y precisa que dará como resultado conocer los requerimientos y necesidades de los consumidores así como las fortalezas y debilidades de la competencia, con la finalidad y objetivo primordial de conocer la aceptación del producto en el mercado. Además el Estudio de Mercado analizará varias acciones que ayudarán a determinar la viabilidad del proyecto:

Procesos de Investigación de Mercado.

Para la realización del proyecto de la creación de una granja avícola en el sector de Pacto se requiere del seguimiento de un proceso que ayudará a recopilar datos, para posteriormente interpretarlos y hacer uso de ellos en una adecuada toma de decisiones.

El proceso de Investigación de mercado comprende:

- 1- Objetivos y necesidades de información.
- 2- Diseño de la investigación y fuentes de información.
- 3- Recopilación de la información.
- 4- Preparación y análisis de los datos.
- 5- Presentación de los resultados.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

Para el análisis de la demanda del proyecto de la granja avícola se requirió la información de diferentes fuentes directas e indirectas a los consumidores e información real en los mercados de Quito, por lo que se realizó el levantamiento de las encuestas.

Identificación del productor.

El producto a comercializarse es el pollo en pie a las 7 semanas y después serán entregados en los diferentes mercados de la capital.

Los métodos utilizados en el presente trabajo fueron esencialmente:

- El método histórico-lógico que consistió en la introducción y los antecedentes de la conceptualización, definir lo histórico del lugar donde se desarrolló el trabajo y abordar la secuencia de la conceptualización de la factibilidad.
- El método de análisis y síntesis que facilitó descomponer en sus partes la problemática abordable y luego sintetizar los elementos componentes de la propuesta.

ENCUESTAS.

Se realizó 384 encuestas las cuales se realizó en el Distrito Metropolitano de Quito, en el mercado mayorista y en el mercado de San Roque a los posibles compradores que se dedican a la comercialización de pollo en pie.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Pregunta N°1.

Resultados.

En la siguiente tabla se muestra los resultados obtenidos en esta pregunta:

4.2.1 Tabla N° 8 ¿Ud compra pollos en pie?.

PARÁMETROS	NÚMERO	PORCENTAJE
SI	365	95%
NO	19	5%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Mónica Patricia Almeida Tixilema

Gráfico.

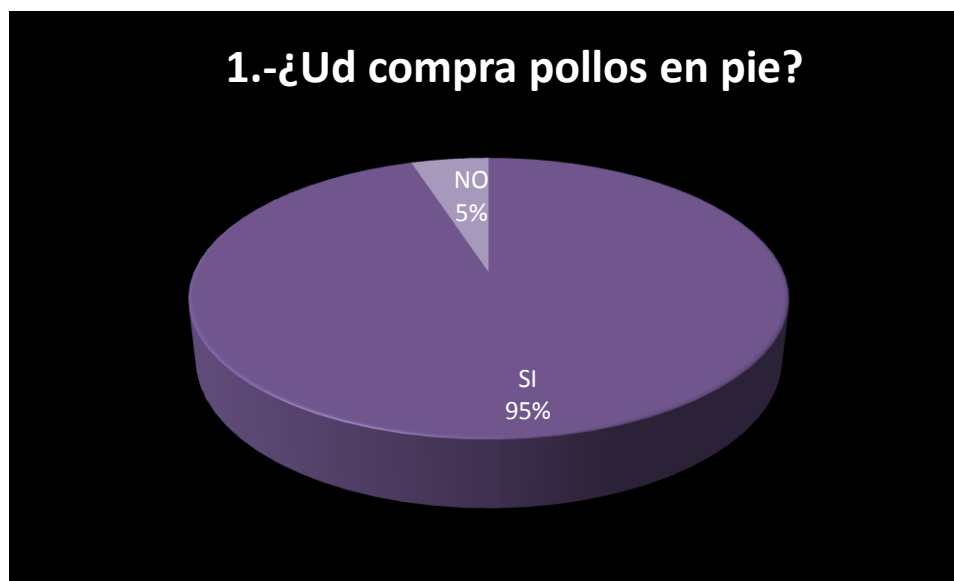


Figura 1. El resultado de la pregunta número uno nos arroja que el 95% de potenciales compradores que se les realizó las encuestas compran pollos en pie para sus negocios, puede ser también para consumo, mientras que en 5% fueron personas que no compran pollos en pie sino faenados debido a que no pueden ver como mueren las aves.

Pregunta N° 2.

Resultados.

En la siguiente tabla se muestra los resultados obtenidos en esta pregunta:

4.2.2 Tabla. N°9 ¿A qué precio compra la libra de pollo en pie?

PARÁMETROS	NÚMERO	PORCENTAJE
\$1.00	65	17%
\$1.10	269	70%
\$1.20	31	8%
\$1.25	19	5%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Mónica Patricia Almeida Tixilema

Gráfico



Figura 2. Los datos obtenidos de nuestra encuesta sobre cuál sería el precio que compra del potencial comprador teniendo como primer valor del 70% al precio de \$1,10 dólares como el precio que adquiere actualmente el comprador en el mercado. Y en segunda opción tenemos el precio de \$1,00 con un porcentaje del 17%. Como tercera opción el 8% con un precio de \$1.20.

Pregunta 3.

Resultados.

En la siguiente tabla se muestra los resultados obtenidos en esta pregunta:

4.2.3 Tabla. N°-10 ¿Seleccione el peso adecuado del pollo en pie que desea comprar para su consumo?

PARÁMETROS	NÚMERO	PORCENTAJE
5 - 5,5 libras	0	0%
5,5 - 6,5 libras	46	12%
6,5 - 7 libras	307	80%
7 - o más libras	31	8%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta.

Elaboración: Mónica Patricia Almeida Tixilema.

Gráfico

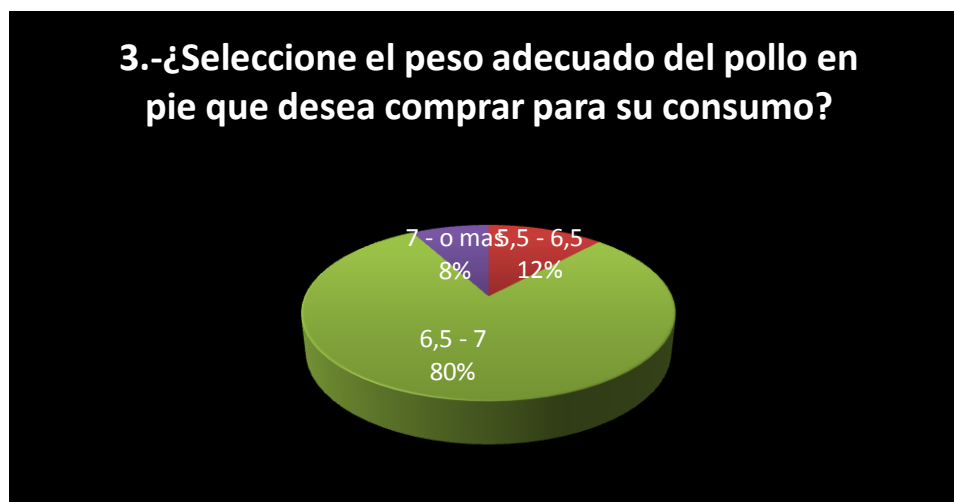


Figura 3. Con los datos obtenidos de las encuestas realizadas en la pregunta No 3 ¿De qué peso lo compra el pollo?, la mayoría de las potenciales compradores están en un rango de 6.5 libras a 7 libras aproximadamente. Es un peso ideal para después ser faenado, con un porcentaje del 80%. Como segunda opción tenemos en 12% que es el peso de 5.5 a 6.5 libras.

Pregunta N^o 4.-

Resultado.

En la siguiente tabla se muestra los resultados obtenidos en esta pregunta:

4.2.4 Tabla. N^o 11 ¿Si Ud. tendría que comprar pollo en grandes cantidades como lo haría?.

PARÁMETROS	NÚMERO	PORCENTAJE
FAENADO	38	10%
POLLOS EN PIE	346	90%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta.

Elaboración: Mónica Patricia Almeida Tixilema.

Gráfico.



Figura 4. Mediante los datos obtenidos en la encuesta en la pregunta No. 4 ¿Si Ud. tendría que adquirir pollos en grandes cantidades como lo haría? Los datos arrojados nos muestran que el 90% de la población compra carne de pollo en pie para después ser faenado lo cual representa 345 personas de los encuestados mientras que el 10% lo hacen faenado.

4.3- ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO PARA LA CREACIÓN DE LA GRANJA AVÍCOLA.

Estados Financiero: Tasa interna de retorno (T.I.R.), valor actual neto (V.A.N.), costo – beneficio.

4.3.1 ACTIVOS FIJOS.

A continuación se muestra la tabla que refleja los activos fijos.

Tabla. Nº 12 Activos Fijos.

ACTIVOS FIJOS	
Terreno (5 ha).	25,000.00
Galpón de Producción.	20,000.00
Vivienda y Guardianía.	15,000.00
Bodegas.	5,000.00
Equipos y Herramientas.	3,647.50
Muebles y enseres.	1,000.00
Vehículos y Transporte.	20,000.00
Equipos de cómputo.	2,000.00
Total Activos Fijos.	91,647.50

La propiedad, planta y equipo con los que cuenta nuestra empresa son de USD \$ 91,647.50 los mismos que son financiados con crédito de la Corporación Financiera Nacional. La base para la implementación del proyecto que es el terreno así como el resto de infraestructura para poner en marcha el proyecto.

4.3.2 Tabla. N^o 13 Depreciación.

ACTIVOS FIJOS		Vida Útil	% Anual	Depreciación Año 1	Depreciación Año 2	Depreciación Año 3	Depreciación Año 4	Depreciación Año 5	Total de la Depreciación Año 5	Recuperación
Terreno (5 ha)	25,000.00									
Galpón de Producción	20,000.00	15	7%	1,333.33	1,333.33	1,333.33	1,333.33	1,333.33	6,666.67	13,333.33
Vivienda y Guardianía	15,000.00	15	7%	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	5,000.00	10,000.00
Bodegas	5,000.00	10	10%	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	2,500.00	2,500.00
Equipos y Herramientas	3,647.50	5	20%	729.50	729.50	729.50	729.50	729.50	3,647.50	-
Muebles y enseres	1,000.00	5	20%	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	1,000.00	-
Vehículos y Transporte	20,000.00	5	20%	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	20,000.00	-
Equipos de cómputo	2,000.00	3	33%	666.67	666.67	666.67	-	-	2,000.00	0.00
Total Activos Fijos	91,647.50			\$ 8,429.50	\$ 8,429.50	\$ 8,429.50	\$ 7,762.83	\$ 7,762.83		\$25,833.34

Esta tabla nos indica la depreciación de los Activos Fijos en un período de cinco años, cuál es su vida útil de cada activo fijo y de la misma manera su recuperación en este período.

4.3.3 ACTIVOS INTANGIBLES.

Tabla. N^o 14 Activos Intangibles.

<u>ACTIVOS INTANGIBLES</u>	
Software.	300.00
Capacitación al personal.	500.00
Gastos de organización.	500.00
Consultoría Técnica.	150.00
Total Activos Intangibles.	1,450.00

Dentro de los activos intangibles tenemos el software, las capacitaciones que se les brinda al personal, la consultoría técnica y todos los gastos de la organización, lo cual nos da un valor de 1,450 dólares. Considerando aquí toda la parte adquirida del conocimiento, la parte técnica y de experiencia para el proyecto que no tiene más que un valor de pago referencial de inversión.

4.3.4 Tabla. N^o 15 Amortización.

<u>ACTIVOS INTANGIBLES</u>		Vida Útil	% Anual	Amortización Año 1	Amortización Año 2	Amortización Año 3
Software	300.00	3	33%	100.00	100.00	100.00
Capacitación al personal	500.00	3	33%	166.67	166.67	166.67
Gastos de organización	500.00	3	33%	166.67	166.67	166.67
Consultoría Técnica	150.00	3	33%	50.00	50.00	50.00
Total Activos Intangibles	1,450.00			483.34	483.34	483.34

4.3.5 CAPITAL DE TRABAJO

Tabla. Nº 16 Capital de Trabajo

<u>CAPITAL DE TRABAJO</u>	
<i>MATERIA PRIMA</i>	
Pollos	3,000.00
Alimentación (Balanceado)	15,374.15
Total Materia Prima	18,374.15
Cascarilla	50.00
Sanidad y Vacunación	942.00
Servicios Básicos	135.00
Transporte y Movilización	397.17
Arriendo	400.00
Contabilidad	114.00
S. Operarios (1)	471.44
S. Veterinario (1)	753.37
S. Administrativos (1)	994.33
Total Capital de Trabajo	22,631.46
<u>TOTAL INVERSIÓN</u>	\$ 115,728.96

El capital del trabajo es el recurso que necesitamos para comenzar a funcionar nuestra empresa, para ello necesitamos contar con USD \$ 22,631.46 dólares. Valorando como nuestra materia prima todo lo necesario dentro del capital de trabajo para producir el primer lote o primera camada de nuestro producto a ser comercializado.

El total de la inversión de nuestro proyecto será de \$115,728.96 dólares.

Para iniciar este proyecto se necesita realizar un crédito a continuación se presenta la tabla de amortización.

4.3.6 Tabla. N^o 17 Crédito.

Capital.	\$ 70,000	
Tasa.	11.15%	
Plazo.	60	Meses
Cuota mes.	\$ 1,527.21	
Valor Final.	\$ 91,632.68	

Para Capital de Trabajo.	\$ 30,000.00
Para Infraestructura.	\$ 40,000.00
Total Financiado.	\$ 70,000.00

Se efectuará el crédito con la corporación financiera nacional por el monto de USD \$70,000.00 dólares, la tasa de interés que debemos pagar es de 11.15%, se cancelarán cuotas mensuales de USD \$1,527.21 dólares, el mismo que se financiara a 60 meses plazo, el valor a pagar por la totalidad del crédito efectuado será de USD \$91,632.68 dólares.

Con el crédito de los USD \$70,000.00 dólares el cual va a ser distribuido en los \$30,000.00 dólares para el capital de trabajo mientras que la diferencia para la infraestructura del de la avícola P.A.S.A.

4.3.7 Tabla. N^o 18 Tabla de Amortización del Crédito.

PERIODO	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN.	SALDO	SALDO
0				\$ 70,000.00	\$ 91,632.68
1	\$ 1,527.21	\$ 650.42	\$ 876.79	\$ 69,123.21	\$ 90,105.47
2	\$ 1,527.21	\$ 642.27	\$ 884.94	\$ 68,238.26	\$ 88,578.25
3	\$ 1,527.21	\$ 634.05	\$ 893.16	\$ 67,345.10	\$ 87,051.04
4	\$ 1,527.21	\$ 625.75	\$ 901.46	\$ 66,443.64	\$ 85,523.83
5	\$ 1,527.21	\$ 617.37	\$ 909.84	\$ 65,533.80	\$ 83,996.62
6	\$ 1,527.21	\$ 608.92	\$ 918.29	\$ 64,615.50	\$ 82,469.41
7	\$ 1,527.21	\$ 600.39	\$ 926.83	\$ 63,688.68	\$ 80,942.20
8	\$ 1,527.21	\$ 591.77	\$ 935.44	\$ 62,753.24	\$ 79,414.99
9	\$ 1,527.21	\$ 583.08	\$ 944.13	\$ 61,809.11	\$ 77,887.78
10	\$ 1,527.21	\$ 574.31	\$ 952.90	\$ 60,856.21	\$ 76,360.56
11	\$ 1,527.21	\$ 565.46	\$ 961.76	\$ 59,894.46	\$ 74,833.35
12	\$ 1,527.21	\$ 556.52	\$ 970.69	\$ 58,923.76	\$ 73,306.14
13	\$ 1,527.21	\$ 547.50	\$ 979.71	\$ 57,944.05	\$ 71,778.93
14	\$ 1,527.21	\$ 538.40	\$ 988.81	\$ 56,955.24	\$ 70,251.72
15	\$ 1,527.21	\$ 529.21	\$ 998.00	\$ 55,957.24	\$ 68,724.51
16	\$ 1,527.21	\$ 519.94	\$ 1,007.28	\$ 54,949.96	\$ 67,197.30
17	\$ 1,527.21	\$ 510.58	\$ 1,016.63	\$ 53,933.33	\$ 65,670.09
18	\$ 1,527.21	\$ 501.13	\$ 1,026.08	\$ 52,907.24	\$ 64,142.87
19	\$ 1,527.21	\$ 491.60	\$ 1,035.61	\$ 51,871.63	\$ 62,615.66
20	\$ 1,527.21	\$ 481.97	\$ 1,045.24	\$ 50,826.39	\$ 61,088.45
21	\$ 1,527.21	\$ 472.26	\$ 1,054.95	\$ 49,771.44	\$ 59,561.24
22	\$ 1,527.21	\$ 462.46	\$ 1,064.75	\$ 48,706.69	\$ 58,034.03
23	\$ 1,527.21	\$ 452.57	\$ 1,074.64	\$ 47,632.05	\$ 56,506.82
24	\$ 1,527.21	\$ 442.58	\$ 1,084.63	\$ 46,547.42	\$ 54,979.61
25	\$ 1,527.21	\$ 432.50	\$ 1,094.71	\$ 45,452.71	\$ 53,452.40
26	\$ 1,527.21	\$ 422.33	\$ 1,104.88	\$ 44,347.83	\$ 51,925.18
27	\$ 1,527.21	\$ 412.07	\$ 1,115.15	\$ 43,232.68	\$ 50,397.97
28	\$ 1,527.21	\$ 401.70	\$ 1,125.51	\$ 42,107.17	\$ 48,870.76
29	\$ 1,527.21	\$ 391.25	\$ 1,135.97	\$ 40,971.21	\$ 47,343.55

30	\$ 1,527.21	\$ 380.69	\$ 1,146.52	\$ 39,824.69	\$ 45,816.34
31	\$ 1,527.21	\$ 370.04	\$ 1,157.17	\$ 38,667.51	\$ 44,289.13
32	\$ 1,527.21	\$ 359.29	\$ 1,167.93	\$ 37,499.59	\$ 42,761.92
33	\$ 1,527.21	\$ 348.43	\$ 1,178.78	\$ 36,320.81	\$ 41,234.70
34	\$ 1,527.21	\$ 337.48	\$ 1,189.73	\$ 35,131.08	\$ 39,707.49
35	\$ 1,527.21	\$ 326.43	\$ 1,200.78	\$ 33,930.30	\$ 38,180.28
36	\$ 1,527.21	\$ 315.27	\$ 1,211.94	\$ 32,718.35	\$ 36,653.07
37	\$ 1,527.21	\$ 304.01	\$ 1,223.20	\$ 31,495.15	\$ 35,125.86
38	\$ 1,527.21	\$ 292.64	\$ 1,234.57	\$ 30,260.58	\$ 33,598.65
39	\$ 1,527.21	\$ 281.17	\$ 1,246.04	\$ 29,014.54	\$ 32,071.44
40	\$ 1,527.21	\$ 269.59	\$ 1,257.62	\$ 27,756.92	\$ 30,544.23
41	\$ 1,527.21	\$ 257.91	\$ 1,269.30	\$ 26,487.62	\$ 29,017.01
42	\$ 1,527.21	\$ 246.11	\$ 1,281.10	\$ 25,206.52	\$ 27,489.80
43	\$ 1,527.21	\$ 234.21	\$ 1,293.00	\$ 23,913.52	\$ 25,962.59
44	\$ 1,527.21	\$ 222.20	\$ 1,305.01	\$ 22,608.51	\$ 24,435.38
45	\$ 1,527.21	\$ 210.07	\$ 1,317.14	\$ 21,291.37	\$ 22,908.17
46	\$ 1,527.21	\$ 197.83	\$ 1,329.38	\$ 19,961.99	\$ 21,380.96
47	\$ 1,527.21	\$ 185.48	\$ 1,341.73	\$ 18,620.26	\$ 19,853.75
48	\$ 1,527.21	\$ 173.01	\$ 1,354.20	\$ 17,266.06	\$ 18,326.54
49	\$ 1,527.21	\$ 160.43	\$ 1,366.78	\$ 15,899.28	\$ 16,799.32
50	\$ 1,527.21	\$ 147.73	\$ 1,379.48	\$ 14,519.80	\$ 15,272.11
51	\$ 1,527.21	\$ 134.91	\$ 1,392.30	\$ 13,127.50	\$ 13,744.90
52	\$ 1,527.21	\$ 121.98	\$ 1,405.23	\$ 11,722.26	\$ 12,217.69
53	\$ 1,527.21	\$ 108.92	\$ 1,418.29	\$ 10,303.97	\$ 10,690.48
54	\$ 1,527.21	\$ 95.74	\$ 1,431.47	\$ 8,872.50	\$ 9,163.27
55	\$ 1,527.21	\$ 82.44	\$ 1,444.77	\$ 7,427.73	\$ 7,636.06
56	\$ 1,527.21	\$ 69.02	\$ 1,458.20	\$ 5,969.54	\$ 6,108.85
57	\$ 1,527.21	\$ 55.47	\$ 1,471.74	\$ 4,497.79	\$ 4,581.63
58	\$ 1,527.21	\$ 41.79	\$ 1,485.42	\$ 3,012.37	\$ 3,054.42
59	\$ 1,527.21	\$ 27.99	\$ 1,499.22	\$ 1,513.15	\$ 1,527.21
60	\$ 1,527.21	\$ 14.06	\$ 1,513.15	-\$ 0.00	\$ 0.00
TOTAL		\$ 21,632.68		-\$ 0.00	\$ 0.00

Con este crédito con la Corporación Financiera Nacional (C.F.N) el proyecto se podrá llevar a cabo la avícola P.A.S.A.

4.3.8 Tabla. N^o 19 Costos de construcción del galpón.

COSTOS DE LAS CONSTRUCCIÓN DE UN GALPÓN				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD METROS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Construcción galpón 5000 aves	500	mts 2	\$ 40.00	\$ 20,000.00

La construcción del galpón nos costara USD \$20,000.00 dólares americanos para la creación de esta granja avícola P.A.S.A.

4.3.9 Tabla. N^o 20 Costos de alimentación de los pollitos en siete semanas.

ALIMENTACIÓN										
SEMANAS	PESO GRAMOS	PESO LIBRAS	CONSUMO SEMANAL GR	CANTIDAD POLLOS	MORT %	MORT No	QUINTALES (40 KG)	COSTO QUINTAL	COSTO LOTE	COSTO ANUAL
1	162	0.36	139	4965	0.7	35	17.38	\$ 24.00	\$ 417.00	\$ 2,085.00
2	422	0.93	323	4940	0.5	25	40.09	\$ 24.00	\$ 962.22	\$ 4,811.09
3	795	1.75	562	4915	0.51	25	69.41	\$ 24.00	\$1,665.83	\$ 8,329.14
4	1279	2.82	825	4895	0.41	20	101.37	\$ 23.50	\$2,382.23	\$ 11,911.15
5	1826	4.02	1028	4875	0.41	20	125.80	\$ 23.00	\$2,893.33	\$ 14,466.67
6	2400	5.29	1198	4840	0.72	35	146.00	\$ 23.00	\$3,357.98	\$ 16,789.89
7	2968	6.54	1328	4799	0.83	40	160.68	\$ 23.00	\$3,695.57	\$ 18,477.83
Total	2968	6.54	5403	4799	4.08	201	660.72	\$ 313.76	\$ 15,374.15	\$ 76,870.75

Este cuadro nos explica los parámetros nutricionales de las aves, el balanceado para diferentes edades como son los 3 tipos de balanceados que se les provee que es el inicial, crecimiento y engorde, el mismo que es de excelente calidad para asegurar la salud y el desarrollo, el balanceado para nuestro proyecto será de marca iris.

4.3.10 Tabla. Nº 21 Costos de equipo y herramientas.

COSTOS DE EQUIPO Y HERRAMIENTAS									
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD EQUIPO	AÑOS DE VIDA ÚTIL	CRIANZAS AL AÑO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	COSTO DIARIO	COSTO MENSUAL	COSTO CRIANZA	COSTO ANUAL
Bebedores de galón (1/100 pollos)	50	5	5.5	\$ 3.20	\$ 160.00	0.09	2.67	5.79	32.00
Bandejas BB (1/100 pollos)	50	5	5.5	\$ 4.50	\$ 225.00	0.12	3.75	8.14	45.00
Bebedores automáticos (1/100 pollos)	50	5	5.5	\$ 15.00	\$ 750.00	0.41	12.50	27.12	150.00
Comederos plástico 18 kg (1/40 pollos)	125	5	5.5	\$ 12.50	\$1,562.50	0.86	26.04	56.51	312.50
Criadora de pollos	5	5	5.5	\$ 100.00	\$ 500.00	0.27	8.33	18.08	100.00
Tanque gas industrial 15 kg (2/1000)	10	5	5.5	\$ 45.00	\$ 450.00	0.25	7.50	16.27	90.00
COSTO TOTAL					\$3,647.50	2.00	60.80	131.91	729.50
Termómetro avícola	2	10	20						

En este cuadro nos detalla los materiales que se va a utilizar para la creación de esta granja avícola, como son los bebederos, bandejas, comederos. Termómetro etc.

4.3.11 Tabla. N^o 22 Costos anuales de los pollos bebé.

COSTOS DE LOS POLLITOS BB				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	COSTO ANUAL
Cantidad de 100 pollitos BB	50	\$ 60.00	\$ 3,000.00	\$ 15,000.00
COSTO TOTAL			\$ 3,000.00	\$ 15,000.00

Caja de 100 pollos bebe tiene un costo de \$60,00 dólares americanos en los 5000 pollos que se sacara cada remesa tendrá un costo de \$3,000.00 dólares americanos en las siete semanas

4.3.12 Tabla. N^o 23 Servicios Básicos

SERVICIOS BÁSICOS				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO LOTE	COSTO ANUAL
Gas 15 kg /300gr por pollo	100	\$ 0.90	\$ 90.00	\$ 450.00
Agua	1	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 100.00
Luz	1	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 125.00
COSTO TOTAL		\$ 2.05	\$ 135.00	\$ 1,620.00

En este cuadro podemos observar los servicios básicos que necesitamos para la creación de la granja avícola como son; la luz, agua, el gas para las calentadoras etc.

4.3.13 Tabla. N^o 24 Cascarilla.

DATOS TÉCNICOS						
DESCRIPCIÓN	ÁREA	UNIDAD	Total	COSTO UNITARIO	COSTO LOTE	COSTO ANUAL
Cascarillas	500 m ²	m ³	10	\$ 5.00	\$ 50.00	\$ 250.00
COSTO TOTAL					\$ 50.00	\$ 250.00

La cascarilla se utiliza para hacer la cama para los pollos y solo una vez se compra en las siete semanas, hasta que los pollos sean consumidos.

4.3.14 Tabla. N^o 25 Costos de Sanidad y vacunación.

SANIDAD Y VACUNACIONES					
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO LOTE	COSTO ANUAL
Mayvit	Sobre 100 gr	10	\$ 7.50	\$ 75.00	\$ 375.00
Tylofarm	Sobre 100 gr	5	\$ 15.00	\$ 75.00	\$ 375.00
Fosfomicina	Sobre 250 gr	5	\$ 17.00	\$ 85.00	\$ 425.00
Vacuna Combinada	1000 dosis	10	\$ 7.50	\$ 75.00	\$ 375.00
Vacuna Gumboro	1000 dosis	10	\$ 8.95	\$ 89.50	\$ 447.50
Enrofloxacin	Litros	5	\$ 40.00	\$ 200.00	\$ 1,000.00
Flu 500	Litros	5	\$ 10.00	\$ 50.00	\$ 250.00
Glutardehido	Litros	5	\$ 15.00	\$ 75.00	\$ 375.00
Yodo	Litros	5	\$ 15.00	\$ 75.00	\$ 375.00
Complejo B	Litros	5	\$ 16.50	\$ 82.50	\$ 412.50
Viruta	Metros	20	\$ 3.00	\$ 60.00	\$ 300.00
COSTO TOTAL			\$ 14.27	\$ 942.00	\$ 4,710.00

En este cuadro nos muestra lo importante que es la vacunación para el desarrollo de los pollos y así poder vender en el mercado pollos de buena calidad y con el peso adecuado.

4.3.15 Tabla. N^o 26 Transporte y movilización para la venta.

DATOS TÉCNICOS				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	C. UNIT.	COSTO LOTE	COSTO ANUAL
Mantenimiento por movilización	660.72	\$ 0.02	\$ 3.21	\$ 66.07
Transporte pollos (100 km)	4799	\$ 0.08	\$ 83.96	\$ 1,919.80
COSTO TOTAL		\$ 8.11	\$ 97.17	\$ 1,985.87

El transporte que se necesita para el traslado de los pollos de cada camada y en el año representa un gasto de USD \$1,985.87 dólares.

4.3.16 Tabla. N^o 27 Venta de pollos en las siete semanas.

VENTA DE POLLOS EN PIE						
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	PRECIO UNIT.	PESO EN LIBRAS	NÚMERO DE AVES	TOTAL DE VENTAS EN 7 SEMANAS	COSTO TOTAL ANUAL
Venta de pollos en pie	Libras	\$ 1.00	6.54	4799	\$ 31,376.42	\$156,882.09

En este cuadro nos refleja que el precio que se va a vender en el mercado será de un dólar y cada pollo su peso aproximado será de 6.54 libras.

4.3.17 Tabla. N^o 28 Venta de gallinaza.

VENTA DE LA GALLINAZA					
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VENTA DE LOTE	VENTA ANUAL
Venta de sacos de gallinaza	Quintales	500	\$ 1.00	\$ 500.00	\$ 2,500.00

En este cuadro nos explica el precio del abono orgánico producido por las aves llamada gallinaza, cuyo valor es de un dólar el saco.

4.3.18 Tabla. N^o 29 Sueldo Operativo.

Sueldo Operario		\$ 366.00
+ Aporte Patronal IESS (12,15%)	12.15%	\$ 44.47
+ Décimo Tercero mensualizado	8.33%	\$ 30.49
+ Décimo Cuarto mensualizado	8.33%	\$ 30.49
Total mensualizado		\$ 471.44

El sueldo de un operario es de \$366.00 dólares líquidos pero con todos los requisitos de ley llega a USD \$471.44 dólares.

4.3.19 Tabla. N^o 30 Sueldo veterinario.

Sueldo Veterinario		\$ 600.00
+ Aporte Patronal IESS (12,15%)	12.15%	\$ 72.90
+ Décimo Tercero mensualizado	8.33%	\$ 49.98
+ Décimo Cuarto mensualizado	8.33%	\$ 30.49
Total mensualizado		\$ 753.37

El sueldo del veterinario que se le va a pagar en la avícola P.A.S.A. es de \$600 dólares líquidos, pero con los requisitos de ley que el estado ecuatoriano exige asciende a USD \$753.37 dólares.

4.3.20 Tabla. N^o 31 Sueldo administrativo.

Sueldo Administrativo		\$ 800.00
+ Aporte Patronal IESS (12,15%)	12.15%	\$ 97.20
+ Décimo Tercero mensualizado	8.33%	\$ 66.64
+ Décimo Cuarto mensualizado	8.33%	\$ 30.49
Total mensualizado		\$ 994.33

El sueldo del administrador de la granja avícola PASA, es de \$800.00 dólares pero con los requisitos de ley asciende a \$994.33 dólares.

4.3.21 Tabla. N^o 32 ESTADO DE RESULTADOS

ESTADO DE RESULTADOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	159,382.09	171,319.81	184,151.66	197,944.62	212,770.67
Pollos en pie	156,882.09	168,632.56	181,263.13	194,839.74	209,433.24
Gallinaza	2,500.00	2,687.25	2,888.53	3,104.88	3,337.43
Costo de Ventas	96,830.75	98,360.68	99,914.78	101,493.43	103,097.03
Balanceado	76,870.75	78,085.31	79,319.06	80,572.30	81,845.34
Pollos BB	15,000.00	15,237.00	15,477.74	15,722.29	15,970.71
Cascarilla	250.00	253.95	257.96	262.04	266.18
Sanidad y Vacunación	4,710.00	4,784.42	4,860.01	4,936.80	5,014.80
Utilidad Bruta en Ventas	62,551.33	72,959.13	84,236.88	96,451.19	109,673.64
Gastos de Operación	54,831.89	55,698.23	56,578.27	56,965.59	57,865.65
Sueldos	26,629.68	27,050.43	27,477.83	27,911.98	28,352.99
Servicios Básicos	1,620.00	1,645.60	1,671.60	1,698.01	1,724.84
Equipos y suministros	3,647.50	3,705.13	3,763.67	3,823.14	3,883.54
Transporte y Movilización	1,985.87	2,017.25	2,049.12	2,081.49	2,114.38
Materiales y Equipos de of.	360.00	365.69	371.47	377.34	383.30
Arriendo	4,800.00	4,875.84	4,952.88	5,031.13	5,110.63
Gastos Administrativos	720.00	731.38	742.93	754.67	766.59
Contabilidad	6,156.00	6,253.26	6,352.07	6,452.43	6,554.38
Depreciaciones	8,429.50	8,562.69	8,697.98	8,835.40	8,975.00
Amortización	483.34	490.98	498.73		
Utilidad Operacional	7,719.44	17,260.89	27,658.61	39,485.60	51,808.00
Intereses Financieros	7,250.30	5,950.19	4,497.47	2,874.24	1,060.48
Gastos bancarios	30.00	30.47	30.96	31.44	31.94
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	439.14	11,280.23	23,130.19	36,579.91	50,715.58
Utilidad Empleados (15%)	65.87	1,692.03	3,469.53	5,486.99	7,607.34
Impuesto a la Renta (22%)	82.12	2,109.40	4,325.34	6,840.44	9,483.81
UTILIDAD NETA	291.15	7,478.79	15,335.31	24,252.48	33,624.43

En el estado de resultados nos muestra de manera detallada las ventas obtenidos durante los 5 años que se ha proyectado, de la misma manera los costos de venta, los gastos operacionales del proyecto.

Las ventas año a año tendrán un incremento fijado por el valor de la libra de pollo aumentado el porcentaje de la inflación y el impacto de la valoración pasiva del dinero, a su vez los costos de ventas y los gastos operacionales están dispuestos de la misma manera demostrando así una sostenibilidad y estabilidad del proyecto que sus variables de impacto están controladas lo que deja ver que la Utilidad operacional del proyecto siempre estará en crecimiento casi constante y sostenible y a medida que los costos financieros disminuyen y los impuestos se mantienen en el porcentaje respectivo, la utilidad neta aumenta sosteniblemente presentándose así como un proyecto sostenible.

4.3.22 Tabla. Nº 33 FLUJO DE EFECTIVO.

FLUJO DE CAJA						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	70,000.00	159,382.09	171,319.81	184,151.66	197,944.62	212,770.67
Pollos en pie		156,882.09	168,632.56	181,263.13	194,839.74	209,433.24
Gallinaza		2,500.00	2,687.25	2,888.53	3,104.88	3,337.43
Préstamo Bancario	70,000.00					
Costo de Ventas		96,830.75	98,360.68	99,914.78	101,493.43	103,097.03
Balanceado		76,870.75	78,085.31	79,319.06	80,572.30	81,845.34
Pollos BB		15,000.00	15,237.00	15,477.74	15,722.29	15,970.71
Cascarilla		250.00	253.95	257.96	262.04	266.18
Sanidad y Vacunación		4,710.00	4,784.42	4,860.01	4,936.80	5,014.80
Utilidad Bruta en Ventas		62,551.33	72,959.13	84,236.88	96,451.19	109,673.64
Gastos de Operación		54,831.89	55,698.23	56,578.27	56,965.59	57,865.65
Sueldos		26,629.68	27,050.43	27,477.83	27,911.98	28,352.99
Servicios Básicos		1,620.00	1,645.60	1,671.60	1,698.01	1,724.84
Equipos y suministros		3,647.50	3,705.13	3,763.67	3,823.14	3,883.54
Transporte y Movilización		1,985.87	2,017.25	2,049.12	2,081.49	2,114.38
Materiales y Equipos de of.		360.00	365.69	371.47	377.34	383.30
Arriendo		4,800.00	4,875.84	4,952.88	5,031.13	5,110.63
Gastos Administrativos		720.00	731.38	742.93	754.67	766.59
Contabilidad		6,156.00	6,253.26	6,352.07	6,452.43	6,554.38
Depreciaciones		8429.50	8562.69	8697.98	8835.40	8975.00
Amortización		483.34	490.98	498.73		
Utilidad Operacional		7,719.44	17,260.89	27,658.61	39,485.60	51,808.00
Intereses Financieros		7,250.30	5,950.19	4,497.47	2,874.24	1,060.48
Gastos bancarios		30.00	30.47	30.96	31.44	31.94
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		439.14	11,280.23	23,130.19	36,579.91	50,715.58
Utilidad Empleados (15%)		65.87	1,692.03	3,469.53	5,486.99	7,607.34
Impuesto a la Renta (22%)		82.12	2,109.40	4,325.34	6,840.44	9,483.81
UTILIDAD NETA		291.15	7,478.79	15,335.31	24,252.48	33,624.43
- PART. TRABAJADORES (15%)		43.67	1,121.82	2,300.30	3,637.87	5,043.66
= UTILIDAD ANTES IR		334.83	8,600.61	17,635.61	27,890.35	38,668.09
- IMPUESTO A LA RENTA (22%)		73.66	1,892.13	3,879.83	6,135.88	7,397.37
= UTILIDAD DESPUES DE IMP.		408.49	10,492.75	21,515.44	34,026.23	46,065.47
Préstamo (Capital)	- 70,000.00					
+ DEPRECIACIÓN		8,429.50	8,562.69	8,697.98	8,835.40	8,975.00
AMORTIZACIÓN		483.34	490.98	498.73		
RECUPERACIÓN						25,833.34
= FLUJO DE CAJA	- 70,000.00	9,203.99	16,532.45	24,532.02	33,087.89	68,432.77

El flujo de efectivo es un estado financiero que muestra las entradas y salidas de dinero de la empresa avícola P.A.S.A., va con el (coeficiente de evaluación financiera) este coeficiente de evaluación mide la rentabilidad del proyecto por medio del flujo de efectivo.

4.3.23 Tabla. N^o 34 T.I.R y V.A.N.

Tasa interna de retorno (T.I.R.).	23.06%
Valor actual neto (V.A.N.).	\$ 113,065.22

El valor actual neto es de UDS. \$ 113,065.22 si el valor actual neto es mayor a cero la creación del proyecto es rentable de la planta avícola P.A.S.A que producirá 25000 pollos en el año, durante la vida útil del proyecto de 5 años. El proyecto nos ofrecerá un excedente de \$ \$ 113,065.22 sobre una tasa pasiva referencial 8% actual si se invirtiera el mismo monto en cualquier banco del sistema financiero nacional.

Tasa interna de retorno es una herramienta que mide la rentabilidad de un proyecto. Las tasas referenciales que se utilizó en el proyecto, estos datos se obtuvieron del banco central del Ecuador.

4.3.24 Tabla. N^o 35 Inflación.

Inflación Anual	1.58%
Tasa Pasiva	5.91%
SUMA	7.49%
Riesgo País	8.50%

Fuente: Banco central de Ecuador.

La tasa interna (TIR) de este proyecto presenta una tasa del 23%. Esto representa que sobra las tasas presentadas en el cuadro anterior, su sumatoria, considerando además el valor mayor que actualmente tiene una tasa pasiva en el país y de

acuerdo a la cantidad a invertir del proyecto se afirmaría que es factible por todo lo desarrollado y con una buena tasa interna de retorno.

Los porcentajes que se tomó para los respectivos análisis son de fuentes bibliográficas del Banco central del Ecuador.

El periodo de recuperación es el tiempo que requiero para recuperar mi inversión, será de 4 años (año1 (9.203,99) + año2 (16.532,45) + año3 (24.532,02) + años4 (33.087,89) = 83.356,36), por lo tanto el período de recuperación será a partir del cuarto (70.000,00 -83.356,36 = 13.356,36), en el cuarto año existe un excedente de 13.356,36 nuestro período de recuperación es a partir del cuarto año una vez que se haya cancelado el crédito de los 70.000,00.

V CONCLUSIONES

- Las estrategias que se aplicará para la introducción al mercado es la estrategia de diferenciación de costos, a su vez, la de bajo costo, de acuerdo a lo concebido en la encuesta se ajusta a nuestra proyección de factibilidad ofertar nuestro producto al precio más bajo que actualmente están los clientes adquiriendo este tipo de producto; posteriormente se aplicará la estrategia de diferenciación de producto otorgando el producto con el peso y la calidad óptima que requiere el cliente.
- De acuerdo al levantamiento de la encuesta realizada en los principales mercados de en el D.M. de Quito, al efectuarse el estudio de mercado para saber nuestra relación y demanda de compra de pollo en pie, los datos de las encuestas nos da como resultado que el 90% de la población desearía adquirir nuestro producto.
- Los resultados del estudio económico y financiero demuestran que es factible la creación de la granja Avícola P.A.S.A por lo que el Valor actual neto (VAN) mayor a cero proyecta un excedente de USD. \$ 113,065.22. Hace rentable la creación de una planta avícola que producirá y comercializará pollos en pie por la cantidad de 25000 pollos / año en la vida útil de 5 años a una tasa pasiva referencial del 5.91%. La tasa Interna de retorno (T.I.R.) (Coeficiente de Evaluación Financiera) instrumento de mide la rentabilidad de un proyecto es La tasa interna de retorno (T.I.R.) igual a 23.% mayor a la Tasa Pasiva Referencial de 5.91%.

VI. RECOMENDACIONES.

- Los dueños del avícola P.A.S.A., a través del Análisis Situacional deberán tomar sus fortalezas y oportunidades para aprovecharlas y sus debilidades y amenazas para trabajarlas, permitiendo a este negocio ser más eficiente y competente en el mercado.

- Se debe suministrar un constante entrenamiento, porque la calidad empieza y termina con el desarrollo del personal. No se puede exigir mejoras sin dar herramientas y el asesoramiento necesario para continuar con el cambio.

- Con la creación de nuevas avícolas en diferentes lugares del Ecuador debemos tomar conciencia y tener en cuenta el cuidado del medio ambiente por tal motivo se debe ejecutar ciertas precauciones para que no afecte de ninguna manera.

VII BIBLIOGRAFÍA

Amstrong, P. (2008). Factibilidad de proyectos de inversión. Canada: Krumer.

Espinoza, R. (2013). Welcome to the new marketin de <http://robertoespinoza.es>

Gestiopolis. (2016). Estudio de factibilidad de un proyecto de <http://www.gestiopolis.com>

Gutierrez, M. (2012). El Ecuador y las Empresas. Quito, Ecuador: Abya Yala.

Merino, M. (2013). La Sociedad y la Micro Empresa. Lima, Perú: Nuñez Grafic.

Miranda, J. (2005). Gestión de Proyectos. Madrid, España: MMEditores.

Molina, F. (2015). Emprendimiento y Liderazgo. Madrid, España: Conecta.

Pérez, J. (2009). Generación de Micro Empresas. Guadalajara, Mexico: Arielgd.

Revelo, D. (2011). Administración de Microempresas. Guayaquil, Ecuador:
Noguera&Noguera Imp.

Thompson, I. Promonegocios.net de

<http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>

VIII ANEXO.

ANEXO No. 1

8.1 Formato de la Encuesta

Encuesta a Empresarios

Este cuestionario se refiere a un estudio de mercado, para la creación de una granja avícola. Estos datos servirán para la elaboración de un proyecto.

Encierre en un círculo la respuesta que Ud. crea conveniente.

1.-¿Ud. compra pollo en pie?

Ud. compra pollo en pie?	1	2
Alternativas.	Si	No

2.-¿A qué precio compra la libra de pollo en pie?

Precio de la libra de pollo.	1	2	3	4
Alternativas	\$1	\$1,10	\$1.20	\$1.25

3.-¿Seleccione el peso adecuado del pollo en pie que desea comprar para su consumo?

Peso	1	2	3	4
Peso (libras) de pollo en pie.	5-5.	5.5-6.5	6.5-7	7 o mas

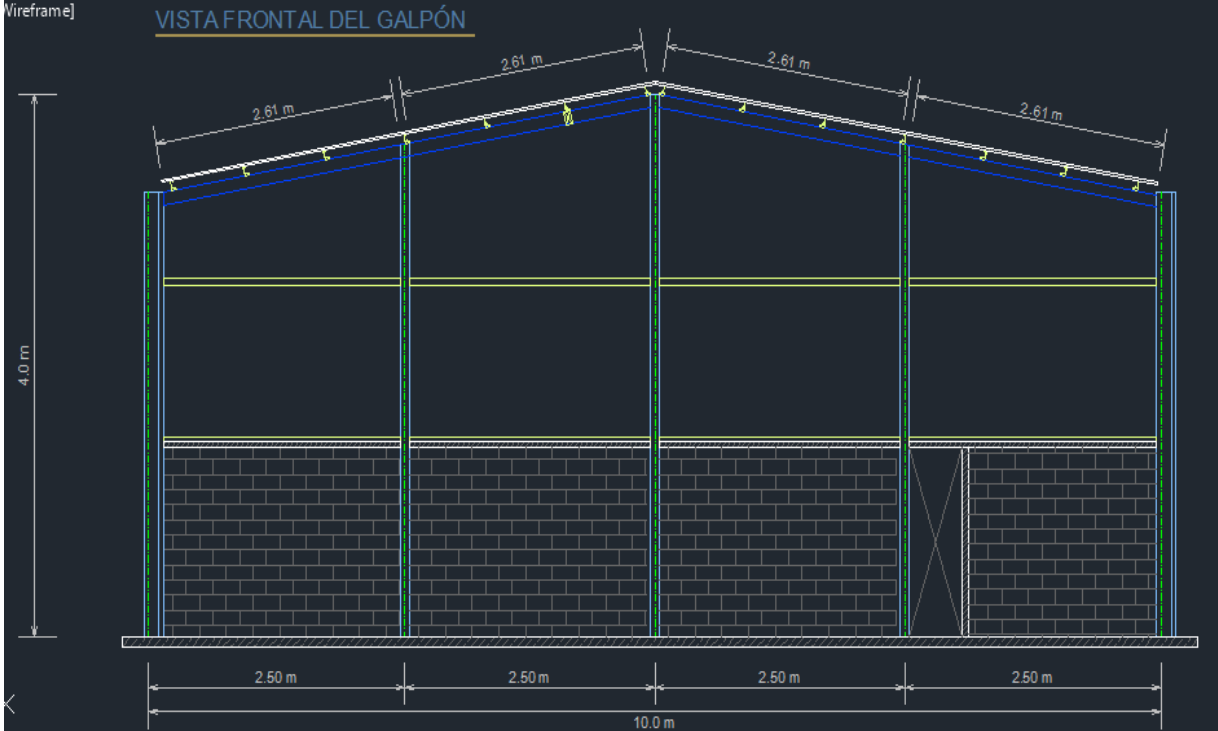
4.-¿Si Ud. tendría que adquirir pollos en grandes cantidades como lo haría?

	1	2
Compra de pollos en grandes cantidades	Faenado	En pie

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

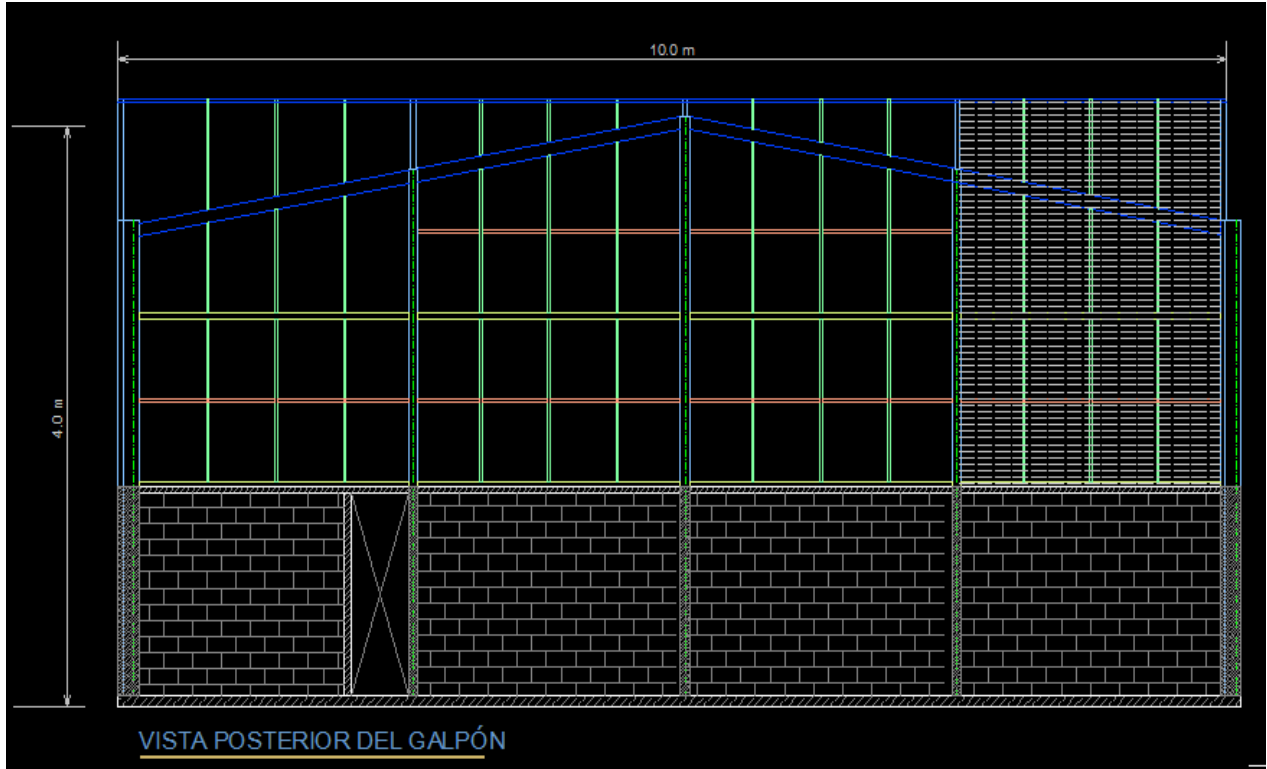
ANEXO No. 2

8.2 Vista Frontal del Galpón



ANEXO No. 3

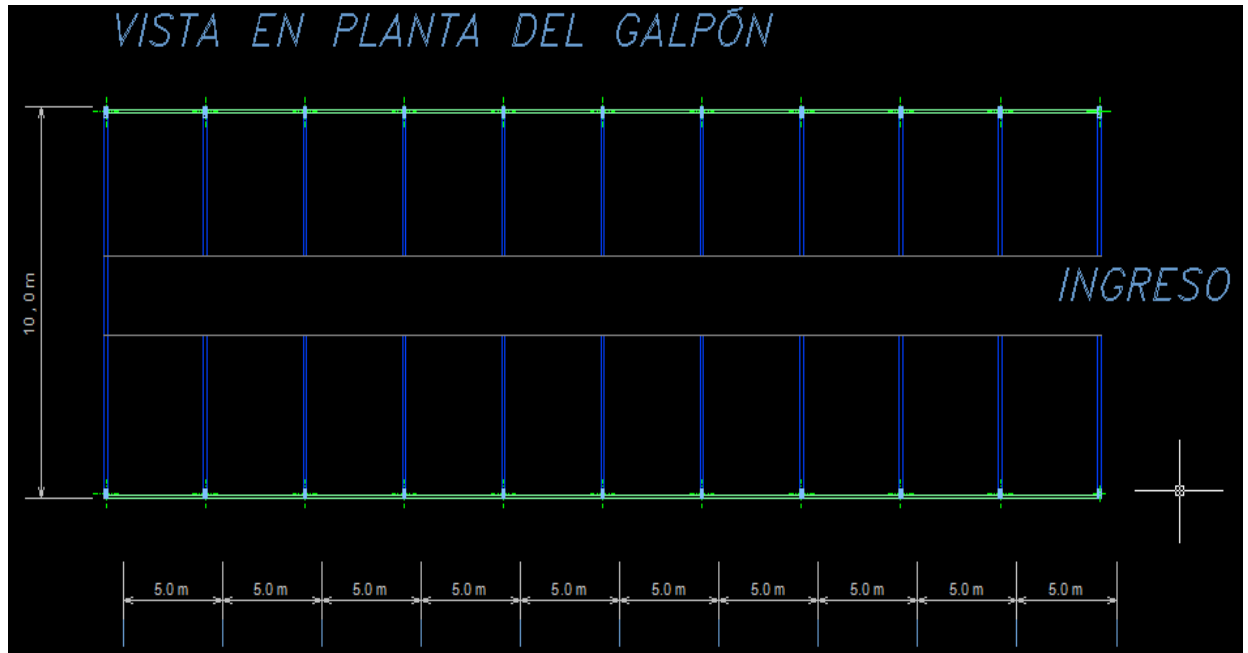
8.3 Vista Posterior del Galpón



La vista frontal y posterior tendrá la misma geometría y además la misma disposición de materiales: es decir hasta una altura 1.50 metros se colocará mampostería de bloque que ayudará a rigidizar la pared y la restante ira de malla electro-soldada para ayudar a la ventilación.

ANEXO No. 4

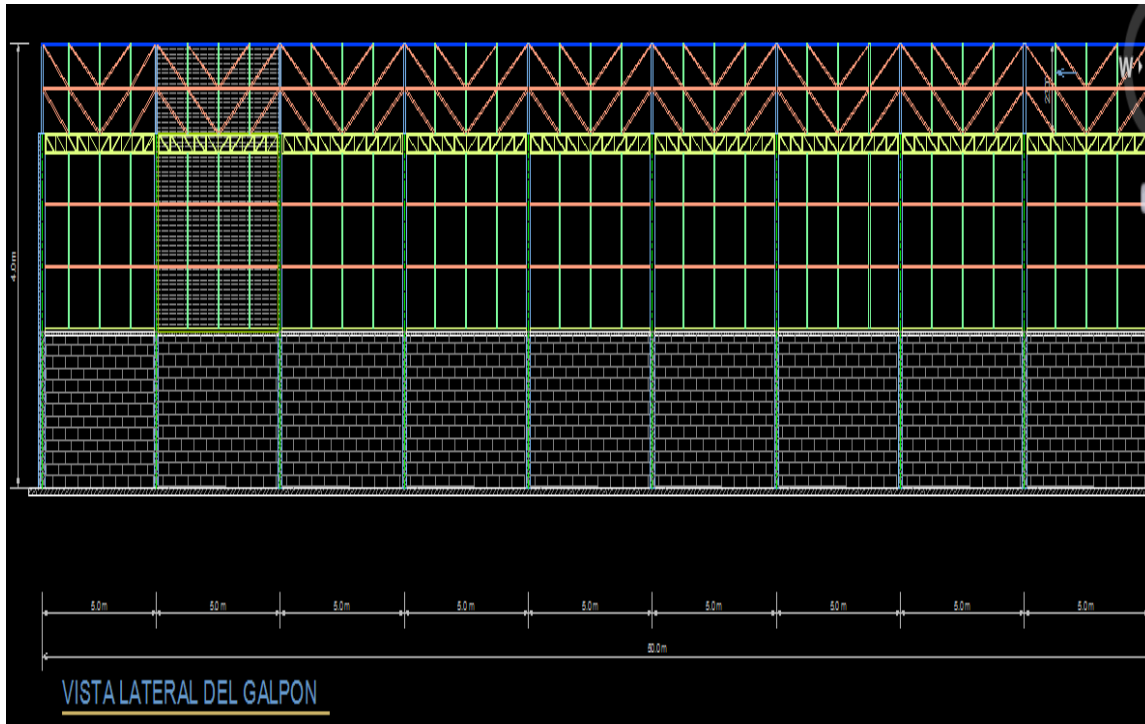
8.4 Vista en planta del Galpón



En las vista en planta podemos observar como ira la distribución de los espacios para la colocación de los pollos.

ANEXO No. 5

8.5 Vista Lateral del Galpón



Esta vista lateral al igual que la vista de la fachada posterior y frontal tendrá la misma disposición de materiales, solo que en ella podemos observar la longitud y altura de galpón con todo y acabo.

ANEXO No. 6

8.6 Cubierta del Galpón



Esta cubierta ira conformada de steel panel AR 2000 y tambien tendra una distribucion de traslucidos OPAL; los mismos que en el dia ayudarán con la iluminacion y asi evitar gastos de consumo de energia electrica innecesario.



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL.

Fecha: Quito DM, 15, Septiembre del 2016.

Certificación del Asesor Técnico.

Yo, MsC: César Homero Vinuesa Ludeña, en calidad de asesor técnico del Proyecto Integrador de Carreras designado por el área del conocimiento Administración de Empresas, de la Universidad Tecnológica Israel de la República del Ecuador, **CERTIFICO** que el tema del Proyecto Integrador de Carrera: Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción de pollo en pie en la parroquia de Pacto y su comercialización en la ciudad de Quito Distrito Metropolitano, del estudiante: Mónica Patricia Almeida Tixilema, cumple con los requisitos técnicos planteados en la investigación exigido por la misma y que aprueba.

Es todo lo que puedo expresar en honor a la verdad, facultando al estudiante a ejecutar uso del presente proyecto integrador de carrera, así como se autoriza la presentación del mismo para defensa y evaluación por el tribunal respectivo.



MSc. César Homero Vinuesa Ludeña.



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL.

Fecha: Quito DM, 18, Octubre del 2016.

Certificación del Tutor.

Yo, PhD: Jesús Francisco González Alonso, en calidad de tutor del Proyecto Integrador de Carreras designado por el área del conocimiento Administración de Empresas, de la Universidad Tecnológica Israel de la República del Ecuador, **CERTIFICO** que Tema del Proyecto Integrador de Carrera: Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción de pollo en pie en la parroquia de Pacto y su comercialización en la ciudad de Quito Distrito Metropolitano, del estudiante: Mónica Patricia Almeida Tixilema, cumple con los requisitos metodológico planteado en la investigación exigido por la misma que aprueba el mismo.

Es todo lo que puedo expresar en honor a la verdad, facultando al estudiante a ejecutar uso del presente proyecto integrador de carrera, así como se autoriza la presentación del mismo para defensa y evaluación por el tribunal respectivo.

PhD: Jesús Francisco González Alonso.

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Mónica Patricia Almeida Tixilema, CI 1720013083 autor/a del trabajo de graduación:

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción de pollo en pie en la Parroquia de Pacto y su comercialización en el D.M. de Quito, previo a la obtención del título de **Ingeniería en Administración de Empresas** en la UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de difundir el respectivo trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, 18 Octubre del 2016

Atentamente.



Mónica Patricia Almeida Tixilema.
C.I. 1720013083



Fecha: 2016-09-14 12:53 UTC

* Todas las fuentes 88 | Fuentes de internet 88

- [0] www.pacto.gob.ec/index.php/ct-menu-item-13/ct-menu-item-29
1.3% 9 resultados
1 documento con coincidencias exactas

- [2] www.gestiopolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/
0.8% 7 resultados

- [3] repositorio.ute.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/5372/47574_1.pdf;sequence=1
0.6% 12 resultados

- [4] <https://prezi.com/epfakppvkl/sistema-empresarial-mexicano/>
0.1% 6 resultados

- [5] repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/149/2/03_AGP_63_TESIS.pdf
0.6% 11 resultados

- [6] <https://alvaradoceci0908.wordpress.com/proyecto-microempresa/>
0.0% 4 resultados

- [7] detodounpoco-pcg3.blogspot.com/2011/11/definicion-de-micro-empresa.html
0.0% 4 resultados
2 documentos con coincidencias exactas

- [10] dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/223/1/TUAA048-2015.pdf
0.7% 9 resultados

- [11] dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/1089/1/TUBADM008-2015.pdf
0.5% 10 resultados

- [12] definicion.de/micro-empresa/
0.0% 4 resultados
1 documento con coincidencias exactas

- [14] <https://prezi.com/ei-nooap-fsk/factibilidad-de-un-proyecto/>
0.2% 7 resultados

- [15] <https://www.clubensayos.com/Negocios/MERCADOTECNIA/2463456.html>
0.5% 4 resultados

- [16] www.tknika.eus/liferay/web/aldizkaria/14-zenbakia/el-lienzo-del-modelo-de-negocio
0.6% 6 resultados

- [17] repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/2458/1/663_ING.pdf
0.5% 7 resultados

- [18] administraciondenegociosint.blogspot.com/2013/11/segmentacion-del-mercado.html
0.6% 4 resultados

- [19] <https://prezi.com/snmv6r0ibvy/comunicacion-en-la-mercadotecnia/>
0.6% 3 resultados

- [20] <https://es.scribd.com/doc/312958545/Que-Es-Una-Microempresa>
0.0% 4 resultados

- [21] <https://administration21.files.wordpress.com/2013/08/comunicacion3b3n.pdf>
0.6% 2 resultados

- [22] www.monografias.com/trabajos82/creacion-...planta-stevia3.shtml
0.3% 9 resultados

- [23] [repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10410/1/proyecto_lupe_okkk_\(1\).pdf](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10410/1/proyecto_lupe_okkk_(1).pdf)
0.5% 6 resultados

- [24] <https://sites.google.com/site/informacionessobremarketing/word-of-the-week>
0.5% 2 resultados

- [25] es.slideshare.net/migueltentor/guia-meto...trabajosdetitulacion
0.4% 5 resultados

- [26] repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/5988/T-PUCE-6256.pdf;sequence=1
0.4% 5 resultados

- [documents.mydocuments/guia-metodologia...5678648hr57es.html](#)

- [27] [documents.mx/documents/guia-metodologica...0-001-0040003/aa.html](#)
0.4% 5 resultados

- [28] <https://prezi.com/m4-gi1itnoxt/microempresa-y-pequena-empresa/>
0.0% 3 resultados

- [29] [es.slideshare.net/emprendedorlug/como-elaborar-un-plan-de-negocio-gustavo-samaniego](#)
0.4% 4 resultados

- [30] [www.youblisher.com/p/442398-Publicidad/](#)
0.4% 2 resultados

- [31] [roa.uveg.edu.mx/repositorio/licenciatura...ldeMercadotecnia.pdf](#)
0.4% 2 resultados

- [32] [mezclapromocionalisaac.blogspot.com/](#)
0.4% 2 resultados
1 documento con coincidencias exactas

- [34] [www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/6585/1/T-UCE-0004-021.pdf](#)
0.3% 4 resultados

- [35] [www.depanzazono.org/ujat/mod/book/view.php?id=145&chapterid=153](#)
0.3% 2 resultados

- [36] [documents.mx/documents/estadisticas-ambiente-lcl2348e.html](#)
0.3% 5 resultados

- [37] [parainformatica12.blogspot.com/2014/06/48-canales-de-distribucion-en-el.html](#)
0.3% 3 resultados

- [38] [myslide.es/education/instituto-tecnologico-sudamericano-ivan-bueno.html](#)
0.3% 2 resultados

- [39] <https://es.scribd.com/doc/314735353/Que-Es-El-Estudio-de-Factibilidad-en-Un-Proyecto>
0.3% 2 resultados

- [40] [www.megatareas.com/doc/6887/canales-mercadotecnia-distribucion-fisica.html](#)
0.3% 3 resultados

- [41] [es.slideshare.net/DieFataMorgana/saia-stefani](#)
0.0% 2 resultados

- [42] [es.slideshare.net/OsoBueno/instituto-tecn...ecnologia-ivan-bueno](#)
0.3% 2 resultados

- [43] [aalg26.blogspot.com/2012/08/que-es-un-modelo-de-negocios-y-como.html](#)
0.3% 3 resultados

- [44] <https://www.scribd.com/doc/312691187/Foda>
0.3% 4 resultados

- [45] <https://www.clubensayos.com/Negocios/Imp...ribucion/362456.html>
0.3% 3 resultados

- [46] [aalg26.blogspot.com/2012_08_01_archive.html](#)
0.3% 3 resultados

- [47] [apuntesduoc.pbworks.com/f/Matriz_FODA.pdf](#)
0.3% 4 resultados

- [48] [1174administracion.blogspot.com/2011/12/precio.html](#)
0.2% 2 resultados

- [49] https://issuu.com/creandodifusion/docs/g..._alexander_oster/29
0.2% 2 resultados
1 documento con coincidencias exactas

- [51] [1174administracion.blogspot.mx/2011_12_21_archive.html](#)
0.2% 2 resultados

- [52] [www.monografias.com/trabajos82/creacion-...planta-stevia2.shtml](#)
0.2% 4 resultados

- [53] <https://es.scribd.com/doc/143884125/Unidad-5-canales-de-distribucion-lidia>
0.3% 3 resultados

- [54] [armandolozanobuap.blogspot.com/](#)
0.3% 4 resultados

- [55] <https://es.scribd.com/doc/72325397/IMPOR...STRACION-ESTRATEGICA>
0.3% 4 resultados

- [57] [www.1000documentos.com](#)
 2 documentos con coincidencias exactas
-
- [58] [www.academia.edu/15370584/CANALES_DE_DISTRIBUCION](#)
 0.2% 3 resultados
-
- [59] [https://www.powtoon.com/online-presentat...objetivo-de-mercado/](#)
 0.2% 2 resultados
-
- [60] [https://es.scribd.com/doc/313405946/Business-Canvas-Model-Para-StartUps](#)
 0.2% 2 resultados
-
- [61] [https://prezi.com/5_wylym9s6q6/matriz-de...bilidades-y-fuerzas/](#)
 0.2% 4 resultados
-
- [62] [https://prezi.com/vr1oo3g84w1c/fijacion-...ciones-estrategicas/](#)
 0.1% 2 resultados
-
- [63] [abcdelemprendedor.blogspot.com/2014/03/metodo-canvas.html](#)
 0.2% 2 resultados
-
- [64] [https://es.scribd.com/doc/23417185/CAPIT...ciones-y-estrategias](#)
 0.1% 2 resultados
-
- [65] [https://www.scribd.com/document/321028555/Herramientas-de-Diseño](#)
 0.2% 2 resultados
-
- [66] [www.innova-cs.com/Pages/EstrategiasdelNegocio.aspx](#)
 0.2% 3 resultados
-
- [67] [https://pt.scribd.com/doc/315365882/Canvas-lbero](#)
 0.2% 2 resultados
-
- [68] [documents.mx/documents/disenonstruccion-e-implementacion-de-un-tablero-elepdf.html](#)
 0.2% 4 resultados
-
- [69] [repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/4...ABAJO COMPLETO.pdf](#)
 0.2% 1 resultados
-
- [70] [https://www.scribd.com/doc/315259152/Gui...abajos-de-Titulacion](#)
 0.2% 2 resultados
-
- [71] [repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10...20en Guayaquil.pdf](#)
 0.2% 2 resultados
-
- [72] [repositorio.uct.edu.ec/handle/123456789/593](#)
 0.1% 1 resultados
-
- [73] [documents.mx/documents/tesis-campana-publicitaria-vive-un-nuevo-aire.html](#)
 0.1% 2 resultados
-
- [74] [www.unav.edu/matrimonioyfamilia/observat...ion-familia-2012.pdf](#)
 0.2% 2 resultados
-
- [75] [https://www.scribd.com/doc/309196779/proyecto-dannyraul](#)
 0.2% 2 resultados
 1 documento con coincidencias exactas
-
- [77] [https://pt.scribd.com/doc/312116241/Tesis-APH](#)
 0.1% 2 resultados
-
- [78] [www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/3686/2/8225.doc](#)
 0.1% 3 resultados
-
- [79] [https://issuu.com/pucesd/docs/jacqueline_magdalena](#)
 0.1% 1 resultados
-
- [80] [myslide.es/documents/1-resumen-ejecutivo-eia-138-kv.html](#)
 0.1% 2 resultados
-
- [81] [es.slideshare.net/alvarocortesr/reporte-tv-docencia-2](#)
 0.1% 2 resultados
-
- [82] [comunidaddepractica.bligoo.cl/media/users/9/496740/files/43648/Clases_N_...ppt](#)
 0.1% 2 resultados
-
- [83] [https://www.clubensayos.com/buscar/Perce...miento/pagina40.html](#)
 0.1% 1 resultados
-
- [84] [www.seguridad-privada-costa-rica.info/PagarServicios.aspx](#)
 0.0% 1 resultados

- [85] www.youtube.com/watch?v=Qo66UD2WFwk
0.1% 1 resultados

- [86] es.slideshare.net/grupo102058_205/proyecto-creacion-de-empresa-pollos-de-engorde
0.0% 1 resultados

- [87] <https://sites.google.com/site/portatrosalesmuebleria/home>
0.1% 1 resultados

- [88] https://issuu.com/pucesd/docs/_119_plan_estrat_gico_para_la_come/65
0.0% 1 resultados

- [89] https://issuu.com/pucesd/docs/tesis_de_grado
0.0% 1 resultados

- [90] www.youtube.com/watch?v=m-6oZ0iro4E
0.1% 1 resultados

- [91] es.slideshare.net/grupo102058_205/diseo-de-proyectos-empresa-de-pollos-de-engorde
0.0% 1 resultados

- [92] https://issuu.com/pucesd/docs/_119_plan_estrat_gico_para_la_come/64
0.0% 1 resultados

- [93] es.slideshare.net/jesuscornejosaravia/presentacin-de-avance-de-tesis
0.0% 1 resultados

- [94] https://issuu.com/lilianagarzon/docs/tabulaci_n_y_an_lisis_de_las_encu/8
0.0% 1 resultados

- [95] bibing.us.es/proyectos/abreproy/70456/fi...O ECONÓMICO.pdf
0.0% 1 resultados

- [96] https://issuu.com/pucesd/docs/_119_plan_estrat_gico_para_la_come/60
0.0% 1 resultados
+ 3 documentos con coincidencias exactas

67 páginas, 14588 palabras

Nivel del plagio: **seleccionado** / en total

112 resultados de 100 fuentes, de ellos 100 fuentes son en línea.

Configuración

Directiva de data: *Comparar con fuentes de internet*

Sensibilidad: *Media*

Bibliografía: *Considerar Texto*

Detección de citas: *Reducir PlagLevel*

Lista blanca: --