



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

SISTEMA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN FINANZAS Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

TÍTULO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

“Estudio de factibilidad para la creación de un prestador de servicios de sacrificio y faenamiento de aves en el cantón Bucay, año 2019”

ELABORADO POR:

Ing. Geovanna Lisbeth García Roldán

Previa a la obtención del Grado Académico de Magíster en Finanzas y Economía
Empresarial

TUTOR:

Econ. Juan Gabriel López Vera, MBA.

Guayaquil, a los 15 días del mes de mayo de 2021



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

SISTEMA DE POSGRADO

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por la Ing. Geovanna Lisbeth García Roldán, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de Magíster en Finanzas y Economía Empresarial.

Guayaquil, a los 15 días del mes de mayo de 2021.

DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Econ. Juan Gabriel López Vera, MBA.

REVISORES:

Econ. Carlos Francisco Martínez Murillo, Mgs.

Econ. Uriel Hitamar Castillo Nazareno, Mgs. PhD.

DIRECTOR DEL PROGRAMA

Econ. María Teresa Alcívar, Ph.D



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

SISTEMA DE POSGRADO

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Ing. Geovanna Lisbeth García Roldán

DECLARO QUE:

El trabajo de investigación titulado “Estudio de factibilidad para la creación de un prestador de servicios de sacrificio y faenamiento de aves en el cantón Bucay, año 2019” previa a la obtención del Grado Académico de Magíster, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del trabajo de titulación del Grado Académico en mención.

Guayaquil, a los 15 días del mes de mayo de 2021

EL AUTOR

Ing. Geovanna Lisbeth García Roldán



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

SISTEMA DE POSGRADO

AUTORIZACIÓN

Yo, Ing. Geovanna Lisbeth García Roldán

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del trabajo de titulación de la Maestría de Finanzas y Economía Empresarial: “Estudio de factibilidad para la creación de un prestador de servicios de sacrificio y faenamiento de aves en el cantón Bucay, año 2019”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 15 días del mes de mayo de 2021

EL AUTOR

Ing. Geovanna Lisbeth García Roldán

AGRADECIMIENTO

Quiero darle el primer lugar a Dios, agradecer su fidelidad, su sustento, cuidado de mi vida en este nuevo reto que asumí como profesional. Seguido, gracias a mis ángeles terrenales Geovanny y Maribel, mis padres, por la confianza en mí, ellos son mi principal motor de superación. Agradezco a mi tutor Eco, Juan López por toda la ayuda brindada en la elaboración de este trabajo de grado, porque a pesar de las dificultades que se presentaron este año a nivel mundial, supo guiarme y así poder culminar mi tesis.



Geovanna Lisbeth García Roldán

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a Dios, por ser mi sustento, sólo él conoce todo el esfuerzo que llevaron estos 2 años para obtener este título y cumplir uno de mis sueños como profesional. Dedico también este trabajo a mis padres Geovanny y Maribel, espero llenar sus corazones de orgullo. A mis hermanas Mabe, Ana Paula y Renata, espero y confío que siendo la primogénita vean en mí un espejo de superación, dedicación y esfuerzo. A mi novio por motivarme a confiar en mí, en que sí lograré obtener este título.

Nunca en la vida olvidemos que nada es fácil, y no solo basta soñar, hay que salir de la zona de confort, buscar los medios y ponerte metas. Los anhelos del corazón los conoce Dios y él es el mejor guía, debemos poner los sueños en sus manos, y él nos dará las herramientas necesarias, nos abrirá las puertas para lograrlo, así como lo hizo conmigo.



Geovanna Lisbeth García Roldán

INDICE

AGRADECIMIENTO	VI
DEDICATORIA.....	VII
RESUMEN	XVII
ABSTRACT	XVIII
INDICE.....	VIII
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1	3
Generalidades de la Investigación	3
Antecedentes	3
Situación Problemática	5
Pregunta Problema	7
Sistematización.....	7
Justificación del problema	8
Delimitación del tema:.....	9
Delimitación temporal.....	9
Objetivo General.....	9
Objetivos Específicos	9
Marco Conceptual.....	9
Herramientas teóricas para análisis de factibilidad.....	17
Administración estratégica.....	17
Análisis de factibilidad.....	18
Gestión de riesgos de proyectos	19
CAPÍTULO 2	21
Marco Teórico	21
Teoría de la empresa.....	21

Teoría neoclásica.....	22
Teoría de la empresa como sistema.....	24
Teoría de los costes de transacción	25
Externalidades y teoría del bienestar	28
Externalidades	28
Teoría del bienestar	29
Efecto de las externalidades en el mercado	31
CAPÍTULO 3	36
Marco Metodológico	36
Tipo de estudio.....	36
Tipo de enfoque	36
Fuentes de información.....	37
Población y muestra.....	37
Tipo de muestra	37
Población y tamaño de la muestra.....	37
Población.....	37
Muestra.....	37
Técnicas de recolección de datos:.....	37
Censo.....	37
Levantamiento de Información	38
Procesamiento de datos	38
Interpretación de los datos.....	38
Análisis financiero.....	38
Presentación, análisis e interpretación de los resultados.	38
Análisis externo de la empresa	58

Análisis PESTA.....	58
Análisis de las Fuerzas de Porter.....	66
Estudio del sector, dimensión del mercado, estimación del mercado meta.....	68
Perfil del consumidor	71
Análisis interno de la empresa	73
Análisis DAFO.....	73
Análisis CAME	75
Cadena de Valor	78
Diagnóstico	79
Matriz de crecimiento de Ansoff	79
Estrategias comerciales a desarrollar	79
Resumen.....	80
CAPÍTULO 4	82
Estudio Técnico y Financiero	82
Estructura Empresarial.....	82
Descripción de Actividades del Personal	83
Flujo del Proceso Productivo	87
Tecnología.....	89
Estudio del mercado	89
Estrategias de Marketing	90
Producto	91
Precio.....	91
Promoción	91
Plaza	92
Diseño Empresarial para Reducir el Impacto Ambiental	92

Inversión Inicial	94
Programa de Inversiones	94
Política de Financiamiento	95
Costo de Capital	95
Presupuesto de Ingreso	98
Presupuesto de Costos	99
Presupuesto de Gastos	99
Análisis de Punto de Equilibrio.....	100
Estados Financieros Proyectados.....	101
Estado de Resultado Integral.....	103
Estado de Flujo de Efectivo	105
Factibilidad Financiera	106
Análisis de ratios	108
Análisis de Sensibilidad	112
CONCLUSIONES.....	115
RECOMENDACIONES	117
BIBLIOGRAFÍA	119
ANEXOS	130

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de Variables	16
Tabla 2 Género de la Población de Proveedores de Aves en Pie en el Cantón Bucay	39
Tabla 3 Edad de la Población de Proveedores de Aves en Pie en el Cantón Bucay	40
Tabla 4 Nivel de Educación de la Población de Proveedores de Aves en Pie en el Cantón Bucay	41
Tabla 5 Años en la Actividad de la Población de Proveedores de Aves en Pie en el Cantón Bucay	42
Tabla 6 Ventas Mensuales en Unidades de la Población de Proveedores de Aves en Pie en el Cantón Bucay	43
Tabla 7 Ventas Mensuales en Dólares de la Población de Proveedores de Aves en Pie en el Cantón Bucay	44
Tabla 8 Actividad a la que se dedica la Población de Proveedores de Aves en Pie en el Cantón Bucay	45
Tabla 9 Conocimiento de la Población de Proveedores de Aves en Pie en el Cantón Bucay sobre uso de BPM e Inocuidad Alimentaria.....	47
Tabla 10 Consideración de la Población de Proveedores de Aves en Pie en El Cantón Bucay sobre uso de BPM e Inocuidad Alimentaria en sus Procesos.	48
Tabla 11 Impresión de la Población de Proveedores de Aves en Pie en el Cantón Bucay sobre la Ejecución del Nuevo Servicio.....	49
Tabla 12 Nivel de Impacto en la Sociedad según la Población de Proveedores de Aves en Pie en el Cantón Bucay ante la Ejecución del Nuevo Servicio.	50
Tabla 13 Aspecto con Mayor Control Según la Población De Proveedores de Aves en Pie en el Cantón Bucay ante la Ejecución del Nuevo Servicio	51
Tabla 14 Disposición a Proveer al Mercado según la Población de Proveedores de Aves en Pie en El Cantón Bucay ante la Ejecución del Nuevo Servicio.....	52
Tabla 15 Estimación de Nivel de Ventas Según la Población de Proveedores de Aves en Pie En El Cantón Bucay Ante La Ejecución Del Nuevo Servicio.....	53
Tabla 16 Análisis de Nivel de Productividad y Ventas según la Población de Proveedores de Aves en Pie en El Cantón Bucay ante la Ejecución del Nuevo Servicio.....	55

Tabla 17 Uso del Nuevo Servicio por Parte de la Población de Proveedores de Aves en Pie en el Cantón Bucay.....	56
Tabla 18 Índice de precios al Consumidor.....	61
Tabla 19 Tendencias que marcan la sociedad durante Coronavirus.....	62
Tabla 20 Provincias con Mayor Producción de Carne de Ave 2019.....	69
Tabla 21 Producción de Aves Mensuales, Proveedores Bucay.....	70
Tabla 22 Análisis FODA.....	73
Tabla 23 Matriz de crecimiento de Ansoff.....	79
Tabla 24 Descripción del Perfil y Actividades del Cargo.....	83
Tabla 25. Inversión.....	94
<i>Tabla 26 Costo de Capital.....</i>	<i>96</i>
Tabla 27 Tasa de Tributación.....	97
Tabla 28 Cálculo del WACC.....	98
Tabla 29 Presupuesto de Ingreso.....	98
Tabla 30 Presupuesto de Costos.....	99
Tabla 31 Presupuestos de Gastos.....	99
Tabla 32 Punto de Equilibrio.....	100
Tabla 33 Estado de Situación Financiera.....	101
Tabla 34 Estado de Resultado Integral.....	103
Tabla 35 Estado de Flujo de Efectivo.....	105
Tabla 36 Factibilidad Financiera.....	106
Tabla 37 Análisis de Ratios.....	108
Tabla 38 Valoración de Plan de Negocios.....	111
Tabla 39 Análisis de Sensibilidad.....	112
Tabla 40 Resultado de Escenarios.....	113
Tabla 41 Escenarios.....	114

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Generación de la población de proveedores de aves en pie del cantón Bucay. Adaptado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020.	39
Figura 2. Edad de la población de proveedores de aves en pie en el cantón Bucay. Adaptado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020	40
Figura 3. Nivel de educación de la población de proveedores de aves en pie en el cantón Bucay. Adaptado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020	41
Figura 4. Años en la actividad de la población de proveedores de aves en pie en el cantón Bucay. Adaptado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020	42
Figura 5. Ventas mensuales en unidades de la población de proveedores de aves en pie en el cantón Bucay. Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020	43
Figura 6. Ventas mensuales en dólares de la población de proveedores de aves en pie en el cantón Bucay. Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020	44
Figura 7. Actividad a la que se dedica la población de proveedores de aves en pie en el cantón Bucay. Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020	45
<i>Figura 8.</i> Conocimiento de la población de proveedores de aves en pie en el cantón Bucay sobre uso de BPM e Inocuidad Alimentaria. Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020.....	47
Figura 9. Consideración de la población de proveedores de aves en pie en el cantón Bucay sobre uso de BPM e Inocuidad Alimentaria en sus procesos. Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020.....	48
<i>Figura 10.</i> Impresión de la población de proveedores de aves en pie en el cantón Bucay sobre la ejecución del nuevo servicio. Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020.....	49
Figura 11. Nivel de impacto en la sociedad según la población de proveedores de aves en pie en el cantón Bucay ante la ejecución del nuevo servicio. Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020	50

Figura 12. Aspecto con mayor control según la población de proveedores de aves en pie en el cantón Bucay ante la ejecución del nuevo servicio. Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020.	51
Figura 13. Disposición a proveer al mercado según la población de proveedores de aves en pie en el cantón Bucay ante la ejecución del nuevo servicio. Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020.	52
Figura 14. Estimación de nivel de ventas según la población de proveedores de aves en pie en el cantón Bucay ante la ejecución del nuevo servicio, Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020.	54
Figura 15. Análisis de nivel de productividad y ventas según la población de proveedores de aves en pie en el cantón Bucay ante la ejecución del nuevo servicio, Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020.	55
Figura 16. Uso del nuevo servicio por parte de la población de proveedores de aves en pie en el cantón Bucay. Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020.	57
Figura 17. Tomado de “Análisis PESTA”, por Liam Fahey y V.K. Narayanan, 1968.	58
Figura 18. Incidencia por divisiones de consumo, Tomado de “Índice de Precios al Consumidor (IPC)”, octubre 2020.	60
Figura 19. Fuerzas de Porter, por Michael Porter, 1979.	66
Figura 20 <i>Importaciones y exportaciones ecuatorianas de pollo o gallinas. Tomado de la CFN. ...</i>	69
Figura 21 Aspecto del perfil del consumidor, por Kotler y Armnstrong, 1998.	71
Figura 22. Tomado de Análisis DAFO. Por Albert S. Humphrey, 1926	73
Figura 23. Análisis CAME. Adaptado del “Análisis FODA”, por Albert Humphrey, 1965	75
Figura 24. Cadena de Valor. Adaptado de “Cadena de Valor”, por Michael Porter, 1985.	78
Figura 25. Organigrama de la empresa	82
Figura 26. Diseño del proceso.....	87
Figura 27. Marketing Mix. Tomado de “Modelo de Marketing Mix”, por McCarthy, 1960.....	90
Figura 28. Punto de Equilibrio. Adaptado de “Análisis Financiero”.	100

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Diseño del Censo y respuestas.....	130
Anexo 2 Cálculo de Nómina	155
Anexo 3 Cálculo de Aves Faenadas por hora.....	157
Anexo 4 Amortización de Activos	159
Anexo 5 Inversión Inicial	160
Anexo 6 Amortización de Préstamos	161
Anexo 7 Punto de Equilibrio 2020	162
Anexo 8 Punto de Equilibrio 2021	163
Anexo 9 Punto de Equilibrio 2022	164
Anexo 10 Punto de Equilibrio 2023	165
Anexo 11 Punto de Equilibrio 2024	166

RESUMEN

Bucay es un cantón agrícola y ganadero, mediante un censo se determina que dentro de su localidad existen 4 granjas avícolas dedicadas a la producción de aves en pie para ventas a microempresarios, con una producción de 5mil aves mensuales promedio, y sólo una de ellas se dedica al faenamiento de ave. El 75% sólo distribuye las aves en pie, no incursionan en el mercado de aves faenadas por financiamiento y desconocimiento del mercado, lo que destaca su interés por proveer aves si se implementa un prestador de servicios de sacrificio y faenamiento de aves en la zona. La implementación de este servicio requiere una inversión de \$238.859,32 USD financiado a 5 años, obteniendo un VAN de \$ 9.9593,01 USD y la TIR de 26.72%. La sensibilidad varía según el escenario, en el optimista el VAN es \$144137,76 USD y la TIR de 29,64%, y en el pesimista VAN de \$-206430,91 USD y la TIR de -20,99%. El correcto manejo de recursos garantiza el pago de la deuda y el continuo funcionamiento del negocio, lo que abre oportunidad laboral local y a la vez garantiza la inocuidad alimentaria en aves faenadas para consumo, siendo un negocio socialmente responsable.

Palabras claves: granjas avícolas, faenamiento, sensibilidad, inocuidad alimentaria.

ABSTRACT

Bucay is an agricultural and livestock town, through a census it was determined that within its locality there are 4 poultry farms dedicated to the production of birds for sales to micro entrepreneurs, with an average production of 5 thousand birds per month, and only one of them is dedicated to poultry slaughtering. 75% only distribute the standing birds, they do not enter the market of slaughtered birds due to financing and lack of knowledge of the market, which highlights their interest in providing birds if a lender of slaughter and slaughtering services is implemented in the area. The implementation of this service requires an investment of \$238,859.32 USD financed over 5 years, obtaining a NPV of \$9,9593.01 USD and an IRR of 26.72%. Sensitivity varies according to the scenario, in the optimistic scenario the NPV is \$144137.76 USD and the IRR is 29.64%, and in the pessimistic scenario the NPV is \$-206430.91 USD and the IRR is -20.99%. The correct management of resources guarantees the payment of the debt and the continuous operation of the business, which opens local labor opportunities and at the same time guarantees food safety in poultry slaughtered for consumption, being a socially responsible business.

Key Words: poultry farms, slaughter, sensitivity, food safety.

INTRODUCCIÓN

El sector alimentario a nivel mundial cumple uno de las funciones con mayor responsabilidad en el mercado global, estos deben cumplir con altos estándares de calidad, además de poder brindar a los consumidores la garantía de consumir productos con inocuidad alimentaria, 100% seguros, y cuidar su salud. Dentro de este segmento de mercado la avicultura se ha desarrollado a gran escala en los últimos años, focalizando primero el contenido proteico que aporta la carne de aves al consumidor, 23 gramos de proteína por cada 100 gramos de producto (Colomer, 2017), esto es valorado por el consumidor. Ahora observándolo desde el desarrollo económico que genera la avicultura, la implementación de granjas avícolas para producción de aves con carne en buen estado, y a su vez el trabajo en conjunto con las faenadoras de aves, generan fuentes de empleo y riqueza en la población contribuyendo al PIB agropecuario.

El faenamiento de aves en países en desarrollo como Ecuador, la faena artesanal o domiciliaria es una práctica muy común, principalmente no cuentan con la infraestructura necesaria, ni con los medios de transporte para poder movilizar el producto en buen estado garantizando el buen estado y calidad al consumidor. Las aves son sacrificadas, en muchos casos bajo tortura, y faenadas en sitios expuestos a contaminación como sangre, o las vísceras no comestibles que contienen heces. Además, no existe la garantía de protección contra roedores, insectos o plagas que contaminen los productos.

Este caso no está lejos de Bucay, un cantón agropecuario, donde la producción de aves de manera artesanal es a gran escala, y donde la garantía de consumir productos de calidad es muy baja al no contar con certificaciones que verifiquen la correcta producción y faenamiento de aves en el mercado local. La contaminación es alta, porque no existe un correcto manejo de los desechos, el cuidado del agua, y los olores que emanan al medio ambiente los galpones en los diferentes domicilios, armados de manera independiente para poder faenar aves en estos sitios, de manera ilegal porque no cuentan con un permiso.

Del 100% granjas avícolas independientes, el 25% se dedican al faenamiento de aves, mientras que el 75% sólo se dedica a la producción de aves en pie, en base a esto es la investigación a desarrollar en el siguiente trabajo. (pág. 34)

En el presente trabajo de investigación se realizó un estudio para definir la necesidad de crear un prestador de servicios de sacrificio y faenamiento de aves en el cantón Bucay, donde los propios avicultores incursionen en el mercado de venta de aves faenadas y no sólo aves en pie. Se focaliza en ellos porque son los responsables de abastecer el mercado local con aves en pie, y el error en la cadena de valor se presenta en el faenamiento de aves, porque la faena artesanal o domiciliaria no cumple con las normas de calidad, infraestructura necesaria, e inocuidad alimentaria. Y el crear un prestador de servicios de sacrificio y faenamiento de aves representa una alta inversión. Por eso se procede a verificar la aceptabilidad de los productores de aves ante la propuesta, el deseo de incursionar en el mercado avícola de manera amplia, y poder ser social y ambientalmente responsables.

La investigación realizada consta de las siguientes partes:

El Capítulo 1. Se detalla la presentación del proyecto, antecedentes, el problema, el objetivo general, los objetivos específicos, el marco conceptual.

El Capítulo 2. Consta del marco teórico. Revisión de literatura para mayor comprensión del tema propuesto.

El Capítulo 3. Se realiza el marco metodológico, el análisis externo e interno de la empresa. recolección de datos, interpretación y análisis de resultados

El Capítulo 4. Se ejecuta el estudio de viabilidad económica y financiera del proyecto.

Para finalizar se redactan las conclusiones y recomendaciones las mismas que permiten conocer los resultados de la investigación y las actividades que se deben efectuar para el éxito del proyecto, de la mano de una administración adecuada.

CAPÍTULO 1

Generalidades de la Investigación

Antecedentes

Dentro del sector industrial las empresas dedicadas a la fabricación de alimentos cuentan con una amplia demanda, porque las personas en necesidad pueden dejar a un lado la vestimenta, o limitarse de artefactos tecnológicos, pero no dejar de alimentarse. Y es ahí donde surge una gran responsabilidad en seguridad alimentaria, brindar productos de calidad. Pero por otro lado sus instalaciones tienen que ser socialmente responsables con el medio ambiente, porque es de él que obtiene los recursos y debe cuidar del mismo.

En el mercado de aves el punto que destaca en estos alimentos es la cantidad de proteína que poseen, en comparación a otros alimentos en los que sería necesario consumir mayor volumen para obtener la proteína que en gramos de carne de ave se puede adquirir. En esta parte las empresas dedicadas a este sector alimenticio asumen el riesgo, pero en el pasado el no tener personal capacitado en la parte alimentaria, hizo que pocas empresas puedan surgir en esta área, por desconocimiento, falta de preparación y estudio de mercado, no aprovecharon la oportunidad que el mercado estaba demandando

Pero entre 1980 y 2017, el volumen total de las exportaciones de carne de aves de corral se incrementó en más de 12 veces. Brasil es el principal exportador de carne de ave, seguido de los Estados Unidos y los Países Bajos. Los mayores importadores son China, el Japón, México y Reino Unido. (FAO, 2019). América Latina y el Caribe pueden consolidar su posicionamiento como los principales proveedores de alimento en el mundo, recordando que, por su situación geográfica, cuentan con sistemas agropecuarios importantes.

En Ecuador las empresas dedicadas a la producción de alimentos han tenido una gran aceptación en el mercado, las mismas que provocan un crecimiento económico, generando oportunidades laborales, abre puertas para la inversión y crean satisfacción en la demanda alimenticia.

Esta es una gran oportunidad dentro del comercio ecuatoriano, la misma que ha sido aprovechada, porque actualmente es reconocido a nivel mundial por tener tierras fértiles, una flora y fauna exquisita, siendo su principal fortaleza dentro de la matriz productiva. Los agricultores, emprendedores, que trabajan con materia prima sometida a un proceso para generar un producto final, son unas de las grandes ventajas competitivas que tiene el país. El proceso de faenamiento de aves es delicado, ofrecer productos higiénicamente confiables ha llevado a las industrias a buscar invertir en sistemas de gestión de calidad teniendo inocuidad alimentaria, a través de una validación y verificación, garantizando la vida del consumidor mediante el uso de BPM (Buenas Prácticas de Manufactura). (Galván, 2009) Dentro de su proceso previo a la venta de pollo faenado influyen las instalaciones, maquinarias, el talento humano, estos en conjunto pueden alcanzar productividad, donde no solo se busca lograr objetivos, sino también optimizar recursos.

El contenido de proteínas y grasas de diferentes carnes, es una ventaja dentro la producción de alimentos cárnicos, debido a que cuentan con la proteína natural. Dentro de los cuales el pollo contiene por cada 100gramos 19.9gramos de proteína, aunque se debe considerar que en la pechuga de pollo se concentra 22.2 gramos. (Gottau, 2015). Uno de los mercados con crecimiento notable es el de la venta de pollo procesado, al segmentar el mercado, es notable que exista dominio por parte de las grandes empresas dedicadas a esta actividad. Pero más allá de las grandes cantidades producidas y el nivel de ventas, la mayor desventaja competitiva en comparación con la venta de pollo procesado en mercados populares o frigoríficos de microempresarios, es la estructura del lugar dedicado al faenamiento de las aves. Así como no contar con tecnología de punta, viéndose limitados a trabajos manuales, que consumen más tiempo y los resultados no son obtenidos tal como lo visualiza el empresario.

Bucay es un cantón ganadero, agrícola y avícola de la provincia del Guayas, su ubicación geográfica es categorizada como ideal para la crianza de aves debido a la temperatura promedio que posee, lo que ha llevado incluso a la implementación de una de las más grandes empresas ecuatorianas, como lo es Pronaca, donde no sólo se encuentra la planta de faenamiento de aves más grande dentro de su línea de productos, sino que también alrededor de Bucay, es decir, en sus pueblos aledaños se han implementado granjas avícolas propias, y de terceros que abastece su demanda de mercado a nivel nacional, lo que lleva a concluir que es una oportunidad de desarrollo dentro del cantón.

Situación Problemática

Bucay posee las condiciones naturales, sociales, económicas, ecológicas para emprender en la creación de un prestador de servicios de sacrificio y faenamiento de aves, sin embargo, se desconoce si resulta económicamente viable, si la creación de esta empresa de características avicultoras genere valor y bienestar particular sin impulsar externalidades negativas.

Dentro del cantón se encuentra una empresa líder en faenamiento de aves que por años ha ayudado al desarrollo económico del cantón, porque se calcula que emplea a 1200 personas en el cantón y aledaños. Se debería identificar la razón que ha limitado a los avicultores a no emprender en esta línea de negocio a mayor escala, porque a nivel local la mayor parte de emprendedores están direccionados al comercio, y la carne de ave es una de las más solicitadas dentro del mercado.

Si se analiza dentro de la zona no existe ni un prestador de servicios de sacrificio y faenamiento de aves, según Listado de mataderos bajo inspección oficial-MABIO publicado por Agrocalidad con actualización en el año 2018 (AGROCALIDAD, 2018), que permita a los microempresarios dedicados a esta actividad poder faenar y vender este producto con las indicaciones que deben tener, lo que podría generar costes de transacción para poder implementar la planta en el cantón, tal como: registro sanitario que certifique que el ave no tiene enfermedades y tengan tratamientos veterinarios; que los pollos sean

bien alimentados, y el sacrificio que tengan sea compasivo. Estos son costes que deben ser identificados para tener el trato conveniente dentro de los emprendimientos.

Aun así, se desconoce si el mercado ha logrado identificar esta oportunidad de mercado y aprovecharla a nivel industrial, porque en la actualidad el faenamiento de aves es empírico, es decir, crean galpones en sus domicilios y faenan las aves en infraestructuras no adecuadas, ni dan garantía al consumidor de alimentarse sanamente. Los avicultores que realizan el proceso de faenamiento de manera empírica

No se podría concluir si la población de Bucay tiene miedo a arriesgar a invertir en nuevos proyectos, quizá se han focalizado en trabajar independientemente y no formar una asociación avícola para abastecer a la demanda del mercado. Se debería considerar si la preferencia del consumidor en el cantón es hacia lo común, es decir identificar si el color del pollo influye mucho en la decisión de compra del cliente, debido a que es un problema que se ha dado en las diferentes tercenas o frigoríficos, y al parecer el procesamiento del pollo en cadena industrial tiende a ser más blanco que el pollo ofertado en mercados populares.

El no contar con el capital para invertir podría ser otro factor, el costo de vida dentro del cantón es bajo, no sólo se debe enfocar en la infraestructura, sino también se debe considerar las especificaciones dentro del equipo que con el que debe contar el personal que faenará el pollo, como la desinfección de calzado, de manos; capacitar al personal las BPM (Buenas prácticas de manufactura), capacitaciones que garanticen la higiene y correcta manipulación de las aves en el proceso de faenamiento.

Ahora bien, en Bucay al no existir un prestador de servicios de sacrificio y faenamiento de aves, podría provocar clausuras por los inspectores de Agrocalidad cuando visiten los diferentes negocios dedicados a esta actividad, porque al no estar alineados en las nuevas normativas en el mercado los dueños no tengan la documentación necesario para certificar que sus productos provengan de un prestador de servicios de sacrificio y faenamiento de aves con las especificaciones que exige la ley, y al ser provenientes de

camales clandestinos provoque que el producto sea retirado de los negocios, adicional pueden ser clausurados y multados.

Además se debe tener en cuenta que podría convertirse en un monopolio porque no existe un prestador de servicios de sacrificio y faenamiento de aves, el cuál debe analizar la demanda del mercado por pollo faenado, un control en los precios a los diferentes intermediarios desde el proceso de faenamiento hasta la mesa del cliente, porque al asumir esta responsabilidad, se propondrá abastecer a los diferentes negocios para que estos cuenten con los registros necesarios garantizando la buena alimentación de la población, y generando desarrollo en la parte alimenticia, empleo y mejor el nivel de vida de la comunidad.

Pregunta Problema

¿Cuál es el diseño de proyecto de creación de un prestador de servicios de sacrificio y faenamiento de aves que determine su factibilidad y sostenibilidad financiera en el Cantón Bucay con mínimas externalidades negativas?

Sistematización

- ¿Cuál es el tamaño del mercado disponible para la estimación de un proyecto de creación de un prestador de servicios de sacrificio y faenamiento de aves?
- ¿Qué diseño operativo y financiero debe tener un prestador de servicios de sacrificio y faenamiento de aves para que responda a las necesidades de productividad y rendimiento?
- ¿Qué diseño empresarial debe tener para minimizar las externalidades negativas?

Justificación del problema

El implementar un prestador de servicios de sacrificio y faenamiento de aves que faene, distribuya y comercialice aves en el cantón Bucay generaría un crecimiento socio-económico, evitaría sanciones por parte de Agrocalidad a los microempresarios, permitirá que los comerciantes cuenten con los permisos para ejercer este tipo de actividad, garantizar la salud de los ciudadanos, teniendo en cuenta la inversión en infraestructura que tenga los requisitos expuestos por Agrocalidad, el faenamiento correcto dentro de todo su proceso desde la recepción de los aves hasta la comercialización.

La creación de un prestador de servicios de sacrificio y faenamiento de aves permitirá beneficiar a sus socios, a los microempresarios, y al cantón en general, siempre y cuando tenga en consideración las externalidades que provocaría su ejecución, porque más allá de buscar un beneficio rentable para los avicultores, deben buscar el bienestar social, y cuidar el medio ambiente que sería el principal aportador de recursos para el correcto funcionamiento.

Al realizar este negocio a gran escala, que satisfaga la necesidad dentro del cantón se debe estimar la demanda del mercado de ave, y que gracias a la correcta administración dentro del negocio se tenga un control en los precios desde el proceso de faenamiento hasta la mesa del cliente, porque al asumir esta responsabilidad, se propondrá abastecer a los diferentes negocios para que estos cuenten con los registros necesarios garantizando la buena alimentación de la población, y generando desarrollo en la parte alimenticia, empleo y mejorar el nivel de vida de la comunidad.

Buscar alcanzar la certificación ecuatoriana ambiental conocida como punto verde, debe ser una de tus metas, donde el principal requisito es reducir la contaminación ambiental con el buen manejo de los recursos. En este tipo de negocio destacan el uso correcto del suelo y el agua, buenas prácticas de manufactura, es decir que no sólo se logre el crecimiento económico, sino que sea un negocio socialmente responsable.

Delimitación del tema:

Delimitación espacial

El estudio se realizará en el Cantón Bucay de la provincia del Guayas, Ecuador

Delimitación temporal

El siguiente estudio tendrá un proyecto con horizonte de 5 años, desde el 2020-2025.

Objetivo General

Determinar la viabilidad financiera para crear un prestador de servicios de sacrificio y faenamiento de aves en el Cantón Bucay con mínimas externalidades negativas, mediante un estudio de factibilidad.

Objetivos Específicos

- Calcular el tamaño de mercado disponible en el cantón Bucay para la estimación de un proyecto de creación de un prestador de servicios de sacrificio y faenamiento de aves.
- Realizar un diseño operativo y financiero sobre la propuesta de un prestador de servicios de sacrificio y faenamiento de aves que responda a las necesidades de productividad y rendimiento de los propietarios del proyecto.
- Definir un diseño empresarial para minimizar las externalidades negativas.

Marco Conceptual

Externalidad

Es una situación en las que los costes o beneficios de producir o consumir un bien o servicio no se refleja en su precio de mercado. (Cabello, 2016)

Responsabilidad Ambiental

Es la imputabilidad de una valoración positiva o negativa por el impacto ecológico de una acción. Se refiere generalmente al daño causado a otras especies, a la naturaleza en su conjunto o a las futuras generaciones, por las acciones o las no acciones de una persona física o jurídica. (Asociación Española para la Calidad, 2019)

Política Alimentaria

La política alimentaria que manejan las empresas quienes elaboran, comercializan, venden productos alimenticios es de gran importancia, debido a que no solo tiene la responsabilidad dentro de la empresa como el cumplir con los estándares de calidad, o las metas en ventas, son también responsables de la salud del consumidor, por eso la nutrición y seguridad que debe llevar el bien es de gran importancia.

Dentro de la seguridad alimentaria tenemos los siguientes aspectos:

- ✓ Un producto alimentario seguro y nutricional
- ✓ Un grado razonable de estabilidad en el suministro alimentario durante el año.
- ✓ Acceso a suficientes alimentos en cada hogar para satisfacer las necesidades de todos. (FAO: Nutrición y Alimentación, 2002)

Proceso de Faenamiento de pollo

Recolección de aves

El proceso de faenamiento de pollo inicia desde la recolección de aves en las diferentes granjas, en donde se estima que el pollo tenga un crecimiento de 5-8 semanas, se los recolecta, son ubicados en diferentes gavetas, cargadas en un camión y ser transportadas hasta la Planta de faenamiento.

Contar aves (granja vs planta)

Seguido a esto el personal encargado recepciona las aves, corroborando contar con las mismas unidades reportadas que han sido recolectadas, con las recepcionadas en Planta.

Matanza y desangrado del ave

El paso siguiente es el colgado, matanza y desangrado de las aves, después del período de espera los pollos son llevados a la línea de matanza, sea automática o manual, dependiendo de la Planta y sus características e inversión.

Escaldado

El siguiente paso dentro del proceso de faenamiento es el escaldado, el mismo que tiene como fin dilatar los folículos de la piel del pollo y sea más fácil la extracción del plumaje, para lo cual es necesario el agua caliente, que facilita el proceso.

Pelado del ave

Una vez el pollo sumergido en agua caliente, se procede con el pelado.

Eviscerado

Una vez hecho este corte, viene el eviscerado, este paso consiste en la extracción de las vísceras, conocidas como menudencias de la cavidad gastrointestinal. Primero abre la cavidad intestinal a través del rajado que se realizó en la cloaca, segundo las vísceras son extraídas, y tercero se lava la cavidad vacía, las vísceras y la menudencia. Una vez extraída la menudencia esta es clasificada en desechos comestible y no comestibles. Los elementos comestibles vuelven a ser clasificados, para después ser enfundados, pesados, sellados para la posterior comercialización.

Lavado

El lavado es el paso que sigue dentro de este proceso, de vital importancia porque garantiza la calidad del producto. Este paso puede realizarse de manera manual o automática. (El Insignia, 2016)

Galpón de pollos

Es un cobertizo amplio y alto, que sirve para depositar en el las aves, el cual les da seguridad, en el pueden ser alimentadas, revisadas por médicos veterinarios, y descansar.

Enfriamiento de la carcasa

Una vez el pollo se encuentre correctamente lavado entra a un proceso de enfriamiento, con el fin de bajar la temperatura del ave para impedir el crecimiento bacteriano, esto se logra con una temperatura del agua por los 0 grados. Recordar que esto es una norma de calidad, que asegura el producto alimentario.

Empaquetado y distribución del producto terminado

Este proceso llega a su fin cuando el pollo al tener la temperatura adecuada entra a un proceso de clasificación, según el pedido de los clientes, para ser enfundados, pesados, empaquetados, codificados y enviados para su almacenamiento y después distribución a los segmentos de mercados que necesiten satisfacer.

Autoridad Competente

Servicio Sanitario Oficial de AGROCALIDAD, responsable de la aplicación de medidas zoonosológicas, otras normas recomendadas en el Código de animales terrestres de la organización Internacional de Sanidad Animal OIE; y la competencia necesaria para ello. Además de aplicar las sanciones establecidas en la normativa sanitaria. En el caso del Ecuador AGROCALIDAD, entidad adscrita al Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca-MAGAP. (MAGAP, 2013)

BPM

Buenas Prácticas de Manufactura, conjunto de acciones para la obtención de productos alimenticios seguros para el consumo humano, fundamentado en la aplicación de normativas sobre la higiene y forma de manipulación en los diferentes procesos. (MAGAP, 2013)

Camal clandestino

Es una instalación industrial en el que se sacrifican animales para el posterior procesamiento, se califica como clandestino porque no cuenta con los permisos para ejercer su actividad, ni lleva los registros necesarios para su correcto funcionamiento.

Calidad

Es el conjunto de características de un producto que influye en su aceptabilidad por parte de los consumidores en tanto que la calidad de un alimento es el conjunto de características del mismo que son requeridas por los consumidores, explícita o implícitamente. (Nader)

Productividad

La productividad se realiza por medio de la gente, de sus conocimientos y recursos de todo tipo, para producir o crear de forma masiva los satisfactores de las necesidades y deseos humanos. La productividad tiene un costo y una rentabilidad dependiendo de cómo se administre. Se la define como la forma más eficiente para generar recursos midiéndolos en dinero, para hacer rentables y competitivos a los individuos y sociedades. (López, 2013).

Es un ratio que mide el grado de aprovechamiento de los factores que influyen a la hora de realizar un producto. Mide la relación existente entre la producción realizada y la cantidad de factores e insumos empleados en conseguirla. Se clasifica en: productividad total, multifactorial y parcial. (Cruelles, 2012)

Estudio de factibilidad de un proyecto

Es una herramienta que se utiliza para guiar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto, esta herramienta se utiliza en la última fase pre-operativa de formulación del proyecto y sirve para identificar las posibilidades de éxito o fracaso de inversión, de esta manera se podrá decidir si se procede o no a la implementación. (LABOR MEXICANA, 2018)

Tasa interna de rendimiento (TIR)

La tasa interna de rendimiento de un proyecto de inversión se define como aquel tipo de actualización o descuento que iguala al valor actual neto de los flujos de caja con el desembolso inicial, es decir, es la tasa de actualización o descuento que iguala a cero al valor actual neto. (Diaz, 2006)

Valor Actual Neto (VAN)

El VAN es la diferencia entre el valor actualizado de todos los flujos de cajas (cobros) que puede generar el proyecto de inversión y el valor actualizado de todos los pagos (básicamente la inversión inicial) para poder llevar a cabo el proyecto. (Mancera, 2019)

Marketing

El marketing es identificado como la función empresarial cuyo objetivo es el desarrollo de ofertas al mercado para captar nuevos clientes. (Campos , y otros, 2013)

Estudio técnico

Denominado estudio de producción, consiste en ubicar, analizar, definir, diseñar el tamaño y localización óptima, así como la investigación de necesidades de infraestructura, procesos de producción, activos fijos y micro y macro localización del plan estratégico de negocios. (Luna, 2016)

Análisis financiero

El análisis financiero genera y proporciona datos relevantes para el estudio de la situación financiera de una organización y con esto, posibilita la toma de decisiones. (García , 2015)

Análisis de sensibilidad

Es una técnica de supuestos que los gerentes utilizan para examinar cómo cambiaría un resultado si no se llega a la información pronosticada original o si cambia de suposición subyacente. (Horngren, Datar, & Foster, 2007)

Producto

Es algo que considere capaz de satisfacer una necesidad o un deseo. Un producto puede ser objeto, un servicio, una actividad, una persona, un lugar, una organización o una idea. (Maqueda & Llaguno, 1995)

Oferta

La oferta es una relación que muestra las distintas cantidades de una mercancía que los vendedores estarían dispuestos y serían capaces de poner a la venta a precios alternativos durante un período dado de tiempo, suponiendo que todas las demás cosas permanecen constantes. (Spencer, 1993)

Punto de Equilibrio

Se define como la cantidad de unidades a producir y vender, de manera que los ingresos obtenidos cubran en su totalidad los costos incurridos, en consecuencia, una utilidad igual a cero. (Alvarado, 2016)

Demanda

La demanda es una manifestación de los deseos del mercado que es condicionada por los recursos disponibles del comprador y por los diversos estímulos de marketing que percibe. (Rivera & de Garcillán, 2007)

Organigrama

Los organigramas son la representación gráfica de una organización. También se llaman cartas o gráficas de organización. Se utilizan para indicar, además de la línea jerárquica, las relaciones de autoridad y responsabilidad, la división de funciones, los canales de autoridad y de comunicación y las relaciones existentes entre los diferentes departamentos de la empresa. (Fernández & Fernández, 2010)

Diseño de proceso

Un diseño de proceso. Son diagramas que usan símbolos para analizar el movimiento de personas y materiales. Con la finalidad de ofrecer una forma objetiva y estructurada para analizar y registrar las actividades que conforman un proceso. (Heizer & Render, 2004)

Tabla 1

Operacionalización de Variables

Tipo de variable	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicador	Técnicas e instrumentos						
Independiente	Ventas	Todas las actividades que realiza una empresa para proveer de un producto o servicio a un cliente en específico	Se determina como venta al valor total generado por unidades proveídas por el precio establecido de cada unidad.	Necesidad	Precio	-Encuesta a microempresarios del sector avícola.						
					Calidad							
				Cliente	Beneficios	-Medir volumen de ventas de un microempresario, sólo de aves faenadas.						
					Potencial							
Independiente	Costos de producción	Es el valor que una empresa necesita para la operación de un proyecto, y todas sus líneas de producción del producto o servicio a ofrecer.	El costo total propuesto vs los costos unitarios generados en la ejecución real del proyecto.	Registro contable de los costos	Costos unitarios proyectados vs Costos unitarios totales	Definir los costos fijos y variables de una microempresa dedicada a esta actividad.						
					Registro contable de ventas y costos variables		Volumen de ventas - Costos Variables	Proyección de ventas y costos a 5 años, para definir el margen de contribución				
									Resultado del proyecto	Utilidad del proyecto.	Medir los ratios financieros de rendimiento del proyecto de estudio.	
										Inversión del proyecto		
Independiente	Margen de contribución	Son los beneficios de una empresa sin considerar los costos fijos, es decir aquellos que no varían con el volumen de la producción.	Es la diferencia entre el volumen de ventas menos los costos variables.	Registro contable de ventas y costos variables	Volumen de ventas - Costos Variables	Proyección de ventas y costos a 5 años, para definir el margen de contribución						
							Resultado del proyecto	Utilidad del proyecto.	Medir los ratios financieros de rendimiento del proyecto de estudio.			
										Resultado del proyecto	Utilidad del proyecto.	Medir los ratios financieros de rendimiento del proyecto de estudio.
Independiente	Rendimiento	Es un indicador de rentabilidad que mide las ganancias de una inversión en relación con su costo.	Es la resultado de la ganancia menos la inversión	Resultado del proyecto	Utilidad del proyecto.	Medir los ratios financieros de rendimiento del proyecto de estudio.						
							Resultado del proyecto	Utilidad del proyecto.	Medir los ratios financieros de rendimiento del proyecto de estudio.			
										Resultado del proyecto	Utilidad del proyecto.	Medir los ratios financieros de rendimiento del proyecto de estudio.

Nota: Adaptado de “Observación directa”, por Geovanna García, 2020.

Herramientas teóricas para análisis de factibilidad

Administración estratégica

La administración estratégica es un proceso de evaluación sistemática de un negocio y define los objetivos a largo plazo, identifica metas, desarrolla estrategias para alcanzar estos y localiza recursos para realizarlos. (De Molina, 2016)

Mediante esta herramienta se puede tener una visión de un proyecto, identificando metas y objetivos claros a largo plazo, es decir una proyección que permita lograr eficiencia y calidad, basado en: análisis del ambiente, formulación de estrategias, implementación de estrategias, y evaluación y control de las mismas.

El análisis ambiental permite identificar las fortalezas y debilidades de una organización, no sólo lo relaciona con el ambiente social, sino también con el ambiente industrial, el cual lo hace o no competitivo en el mercado, definiendo los recursos que va a necesitar para la ejecución del mismo.

La formulación de estrategias contiene las políticas de la empresa, sus objetivos y estrategias con las que se proyecta la organización, de esta manera puede generar directrices claras y obtener los resultados esperados. Dentro de este proceso es necesario diseñar un plan, el mismo que será el mapa hacia el éxito de la organización.

Una vez definido el ambiente en el cual se van a desarrollar las estrategias formuladas, orientadas al cumplimiento de objetivos, es necesario implementar las estrategias, es decir ejecutar las ideas y hacerlas reales. El mundo está lleno de personas que destallaron estrategias, ideas y planes excelentes, pero lograron ser exitosos los que las pusieron en marcha. Es decir, se deben ejecutar programas, presupuestos y procedimientos a seguir, todas basadas en el objetivo principal, ser realizadas en el tiempo coordinado y con los recursos asignados.

Como parte final, y muy importante es la evaluación y control de los resultados, en esta parte es indispensable la recolección de los datos, que permita la supervisión del plan ejecutado, para poder definir cuáles son las secciones de mejora, fortalecimiento o eliminación, que lleven a cumplir el objetivo como empresa.

Análisis de factibilidad

Cuando una empresa tiene clara su administración estratégica debe enfocarse en gestionar un análisis de factibilidad, porque mediante este se puede definir el tamaño del mercado, el diseño administrativo, la inversión a realizar, las fuentes de financiamiento, y la veracidad si el proyecto es o no viable según cálculos de ratios y variables financieras.

El análisis de factibilidad es una herramienta que se utiliza para orientar la decisión de continuar o abandonar un proyecto y se aplica en la parte pre-operativa del proyecto. (Impulsa Popular, 2016). Por ende, se debe realizar un análisis interno, externo para conocer el entorno y la realidad de la empresa, además de realizar una matriz de crecimiento Ansoff para conocer la relación producto-mercado.

El análisis interno sirve para identificar las fortalezas y debilidades de la organización. Suele constar de tres partes principales: diagnóstico financiero, diagnóstico de gestión y diagnóstico estratégico. Mientras que factores claves internos dentro de este análisis se consideran a: aspectos administrativos y operativos, los procesos, la diversificación, los recursos, la imagen. (Navajo, 2009)

Dentro de este análisis interno se pueden realizar las siguientes herramientas para obtener información verás: Análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas), la Cadena de Valor, Análisis CAME (corregir debilidades, afrontar amenazas, mantener fortalezas, explorar oportunidades). Cada una de estas herramientas le permite al inversionista conocer su potencial dentro del mercado.

Por su lado, el análisis externo de la empresa consiste en analizar los factores del entorno genérico de la empresa y detectar oportunidades y amenazas. (Campoy, 2007) Es poder ubicar a la empresa en el ambiente social e industrial, como enfrentar situaciones que le obliguen a adaptarse a cambios, que la lleven a ser exitosa y sostenible.

Mientras que para un análisis externo se pueden realizar las siguientes herramientas para obtener información verás: Análisis PESTA (político, económico, social, tecnológico, ambiental), Fuerzas de Porter (poder de negociación de los proveedores, amenaza de nuevos competidores entrantes, amenaza de productos sustitutos, rivalidad entre

competidores, poder de negociación de los clientes), Estudio del Sector y Perfil del Consumidor. Es necesario conocer todos estos sectores en los que la empresa se va a desarrollar, y aún destacable el conocer el perfil del consumidor, porque son sus necesidades las que se va a satisfacer, o sus deseos por consumir lo que se va a despertar.

La Matriz de crecimiento Ansoff relaciona los productos con el mercado, clasificando al binomio producto-mercado en base al criterio de novedad o actualidad. Como resultado obtenemos 4 cuadrantes con información sobre cuál es la mejor opción a seguir: estrategia de penetración de mercados, estrategia de desarrollo de nuevos productos, estrategia de desarrollo de nuevos mercados o estrategia de diversificación. (Espinosa, 2015)

Gestión de riesgos de proyectos

Para poder definir lo que es “gestión de riesgos de proyectos” es necesario definir “proyecto”, entonces podríamos decir que un proyecto es una operación que se acomete para realizar una obra de gran importancia y que posee una serie de características que serían, siguiendo esta definición, la complejidad, el carácter no repetitivo, la necesidad de establecer unos plazos determinados y la importancia de la participación de toda la organización. (Publicaciones Vértice, 2008)

Ahora bien, dentro de la ejecución de un proyecto existen aspectos que a pesar de tener una excelente planificación y análisis están fuera del alcance en el control del inversionista, a esto se lo conoce como riesgo. Un riesgo es un evento incierto, que está proyectado al futuro, es decir se desconoce si se realizará o no, por lo que debe ser identificado, conocer cuál es el impacto en la organización, el costo que esta debe asumir por la ejecución del mismo, y como afecta a los objetivos empresariales.

El riesgo coincide con la noción de peligro o incertidumbre, por lo que desde el punto de vista general denota la posibilidad de la ocurrencia de un hecho específico. Existen múltiples factores que significan riesgos para la empresa, los cuales varían de acuerdo a la frecuencia con que se produzcan y a la severidad o intensidad de las posibles pérdidas. (Mejía Delgado, 2011)

Por eso es necesario desarrollar una gestión de riesgos de proyectos, la misma que está basada en la identificación, análisis, planificación de respuesta y control de riesgos de un proyecto, Por otro lado, incluye los procesos para llevar a cabo la planificación de la Gestión de Riesgos de dicho proyecto. Los objetivos se centran en aumentar la probabilidad y el impacto de los eventos positivos. También se disminuye la probabilidad y el impacto de eventos negativos en el proyecto. (Ealde, 2018)

Dentro del proceso de la Gestión de Riesgos se encuentran los siguientes pasos: planificar la gestión de riesgos, identificar los riesgos, realizar el análisis cualitativo de riesgos, realizar el análisis cuantitativo de los riesgos, planificar la respuesta del riesgo y controlar los riesgos. El desarrollo de este proceso permite identificarlos riesgos, reducir el impacto en la organización, y definir los correctivos.

Existen algunos riesgos que son identificados y se puede ejecutar un plan para corregir o cómo actuar si se presentan, pero existen otros riesgos desconocidos que sólo depende de la organización y su capacidad para corregirlos a tiempo. El éxito de la organización debe orientarse a identificar los riesgos a lo largo de la vida del proyecto.

CAPÍTULO 2

Marco Teórico

Teoría de la empresa

La razón por la que las empresas son creadas debe considerarse la razón principal de su existencia, porque sería el motor de su funcionamiento. Y es desde esta perspectiva donde empieza la Teoría de las empresas, en conocer sus ideales, sus objetivos y por qué están dentro del mercado. Existen muchos puntos a considerar, como si su meta es sólo generar riqueza, o poder aportar con más que satisfacer necesidades en la sociedad.

La Teoría de la empresa (teoría neoclásica europea/anglosajona), la empresa es un mecanismo que media entre el mercado de factores y de productos formando los “inputs” en “outputs”. Los precios y la tecnología vienen dados por el mercado de competencia perfecta, donde hay información completa para todos los participantes. La empresa, lo mismo que el mercado, se regula automáticamente y la misión del empresario se reduce a la combinación óptima de los factores en una forma tal que el beneficio sea el máximo. (de Valpardo, 1997)

Según Arrow *“las empresas de cierta complejidad son ejemplos de acción colectiva, la asignación interna de sus recursos se controla jerárquica y autoritariamente”*.

También se puede definir a la teoría de la empresa como el conjunto de reglas, principios y leyes que explican a naturaleza de las organizaciones empresariales en cuanto a su existencia como tal. (Westreicher, 2020). Mediante estas teorías se busca conocer la razón de la existencia de la empresa, el tamaño y sus factores productivos.

Desde principios del siglo XIX esta definición se ha ido modificando basándose en la globalización, ahora los inversionistas no sólo deben enfocarse en generar riqueza, sino contribuir con la sociedad, generando empleo, hasta siendo responsable con el medio

ambiente, que es de donde obtiene los recursos para su correcto funcionamiento. Y sólo así logran mantenerse en el tiempo.

Teoría neoclásica

La empresa cumple un papel en la economía en la que sólo se combinan los factores de producción para obtener sus productos y así obtienen el beneficio máximo posible. Mientras que el empresario sólo planea, dirige, orienta y controla los factores de producción y el recurso humano.

La Teoría neoclásica, todavía dominante en las Facultades de Ciencias Económicas, considera el mercado de trabajo como un mercado más que funciona según la misma lógica de cualquier otro mercado de bienes y servicios. (Kohler & Artiles, 2007). Se desarrolla a mediados del siglo XIX y principios del siglo XX, sus principales representantes son Alfred Marshall y Leon Warlas, ellos afirman que los precios de los productos y los factores de producción son fijados por el mercado. Además, se basa en la idea de que el valor de los bienes es una función de la utilidad o satisfacción que le asignan los consumidores. (Roldán, 2016).

Cuatro puntos que resumen la Teoría Neoclásica del mercado de trabajo (Kohler & Artiles, 2007):

- El mercado de trabajo funciona como cualquier otro mercado; el trabajo es una mercancía igual que cualquier otra.
- Empresarios y trabajadores son actores racionales buscando maximizar sus beneficios (ingresos) y minimizar sus costes (esfuerzos).
- En un mercado desregulado existe una tendencia hacia el equilibrio entre la oferta de trabajo y su precio (salario) que garantiza el pleno empleo.
- El paro (exceso de oferta de empleo) es la consecuencia de factores exógenos que limitan la flexibilidad salarial.

Supuestos básicos en los que se basa la teoría neoclásica sobre el comportamiento de las empresas y las personas:

- Las personas y las empresas son independientes.
- Tanto productores como consumidores son racionales.
- Las empresas desean maximizar utilidades vendiendo sus productos o servicio, mientras que las personas maximizan su satisfacción cuando los consumen.

El análisis marginal, utilidad marginal y productividad marginal fueron utilizados por los fundadores del sistema neoclásico para definir el precio de los productos (bienes y servicios) y los factores de producción dentro del mercado competitivo. Enfatizaron en el tema de escasez, determinándolo como un elemento primordial es la fijación de precios. Visto desde otra manera, mientras el producto aporte mayor satisfacción al consumidor, este está dispuesto a pagar más. Así mismo mientras el producto sea escaso en el mercado, mayor valor le aporta la demanda del mercado.

Los economistas neoclásicos sostienen las siguientes teorías:

- **Teoría del producto:** Las fuerzas del mercado sin influencias externas logra un pleno empleo, es decir la demanda laboral es igual a la oferta laboral.
- **Teoría del valor:** Determinan que los precios son definidos por la oferta y la demanda.
- **Teoría de distribución del producto:** Aquí influye la teoría de la productividad marginal del mercado, la tierra y el capital.

Se puede resumir que la teoría neoclásica deja a un lado el establecer precios sólo por el costo de producirlos, sino que identifica que los precios de los productos o servicios los establece el mercado, según el valor que la demanda le dé. Y en caso de escasez, las personas están dispuestas a pagar más, Este enfoque se encierra en que con tal de satisfacer una necesidad, el cliente no mide el valor de la moneda, sino la satisfacción que recibirá del bien.

La teoría neoclásica aportó de manera significativa a la Teoría Económica, utilizando un lenguaje explicativo sobre elasticidad de la demanda, minimizar a costes marginales y rendimiento los costes.

Teoría de la empresa como sistema

La teoría actual de la empresa se fundamenta en la gran aportación que la Teoría Sistemas ha permitido en esta área del conocimiento científico, tanto para describir su composición compleja de la empresa, como para entender su comportamiento y facilitar sus procesos de control y adaptación al entorno. (Bueno 1974 y 1991).

El sistema de la empresa es abierto, ya que actúa relacionando las entradas de recursos desde el exterior de la empresa (inputs) en salidas hacia el entorno que genera valor (outputs). (Inieta, 2015)

Según Bueno (1974), define el concepto de sistema sobre la base de la existencia en cinco condiciones básicas (Inieta, 2015):

1. Un conjunto de elementos.
2. Una estructura del sistema (conjunto de relaciones).
3. Un plan común (conjunto de objetivos).
4. Unas funciones características (funciones de transformación).
5. Un conjunto de estados o situaciones observables del sistema.

Actualmente esta teoría es la más aceptada dentro del entorno, debido a que se la caracteriza como un sistema abierto, es decir que está en continua relación con el entorno, porque esta influye con sus actos y el entorno recibe influencias constantemente. Por ejemplo, a través de la responsabilidad social corporativa el entorno recibe los productos o servicios que esta pueda generar, mientras que la empresa recibe del entorno recursos, información o materiales financieros.

Por otro lado, también se debe como un conjunto de subsistemas, por la estructura jerárquica y aporte los mismos para el desarrollo organizaciones, como por ejemplo el estar conformada por el directorio, la parte de control financiero, el de producción y marketing.

Que en conjunto hacen de la empresa un éxito según el aporte y buen manejo de sus funciones, aumentando la productividad al trabajar en equipo. Esto quiere decir que cualquier influencia sobre uno de los subsistemas repercute sobre los demás y en conjunto afectan a todo el sistema.

Según Bueno en el 2004 define que la empresa como sistema consta de cinco subsistemas (Iniesta, 2015):

- **Subsistema básico**
 - **Sistema técnico** o aspectos técnicos y económicos que permiten generar valor.
 - **Sistema humano:** Aspecto social de la empresa. Es el conjunto de las personas con todas las interrelaciones y complejidad de gestión que los grupos humanos conllevan.
 - **Sistema de dirección:** Responsable de la toma de decisiones tras haber considerado la información disponible, y de transmitir estas al resto de los sistemas de forma que estas decisiones se lleven a cabo.
- **Subsistemas interdependientes con el entorno**
 - **Sistema cultural:** Aspectos culturales o valores y normas que influyen en la organización y permiten cohesionar a sus miembros.
 - **Sistema político:** Aspectos de poder o fuerzas que efectúan o afectan a los resultados de la organización.

Teoría de los costes de transacción

El término costes de transacción aparece gracias al economista y premio nobel Ronald H. Coase en su artículo *The Nature of the Firm* en (1937) continuados años después por O. Williamson (1991). Coase planteó una cuestión nueva para la teoría neoclásica: ¿por qué existen las empresas? Mientras que Williamson modificó esa pregunta convirtiéndola en una alternativa básica de decisiones empresariales: ¿hacer o comprar?

Coase y Williamson plantean 2 ejes centrales, por un lado, las empresas existen gracias a la eficiencia de sus costos con su interacción con el mercado; y por otro lado

identificar las transacciones que generan costo. De esta manera se busca que la organización maneje de manera eficiente las transacciones con el fin de minimizar dichos costos. Según la teoría de los costes de transacción una organización sea más económica que su adquisición en el mercado (costes de información y búsqueda), la empresa opta por mantener la relación contractual. (Kohler & Artiles, 2007)

En la teoría de Williamson (1991) se definen como esenciales los siguientes puntos:

- La unidad básica de análisis es el costo de transacción.
- El problema que pueda plantearse como contractual, puede ser modificado en términos de esta teoría.
- Asignar transacciones permiten alcanzar las economías de los costos de transacción.
- Los agentes pueden actuar de forma oportuna y limitada.

Los costes de transacción son los costos en los que se incurre para poder llevar a cabo una transacción en el mercado. De acuerdo a Coase, los costos de transacción sobre los costos asociados a utilizar el mecanismo de precios de mercado y las empresas se crean con el fin de reducir dichos costos. (Roldán, Economipedia, 2016). Mediante la teoría de costes de transacción se permite identificar que la misma empresa debe analizar y definir si le es más factible desarrollar transacciones desde su interior, o si debe realizarlas fuera de ella a través del mercado.

Tipos de costos de transacción:

- **Costes de contratación:** Son los costos de redactar un contrato y el negociarlo, a la vez el de supervisar el cumplimiento del mismo.
- **Costes de búsqueda:** Son los costos de encontrar el proveedor ideal del bien o servicio que se desea ofrecer. Determinar el nivel de confiabilidad, precios y disponibilidad de materia prima.
- **Costes de coordinación:** Son los costos de insumos o procesos necesarios para obtener lo que necesitamos para la producción del bien o servicio, dentro de estos costos están los costos de logística y comunicación.

Esta teoría se centra en la ventaja de eliminar las relaciones de mercado al incorporar a los proveedores y distribuidores en la propia firma. Por tanto, dada su organización jerárquica, supone sustituir el mercado por la empresa. (de Valpardo, 1997). Un ejemplo de costo de transacción son los trámites de apertura de un nuevo negocio, o el costo de abogados para realizar convenio entre dos empresas o el contrato a contadores que ayuden con el tema de pagar impuestos por funcionamiento.

Teorema de Coase

El teorema de Coase (Coase, 1960) señala que si los derechos de propiedad están bien definidos y los costos de transacción son cero, la negociación entre las partes nos llevará a un punto óptimo de asignación en el mercado (Roldán P. , 2016)

Según Coase (1960) dice en *The problem of social cost*:

“siempre es posible modificar por medio de transacciones en el mercado las iniciales limitaciones de los derechos. Y, por supuesto, si tales transacciones mercantiles no tienen costo, a la configuración de derechos, siempre se realizará si ella conduce un incremento en el valor de la producción” (Coase, 1960, p.15)

En otras palabras, este teorema permite una libre negociación con bajos costos, sin importan quién tenga el derecho de propiedad al principio porque al final este lo obtendrá quien lo valore más. Ante esto dos son las condiciones necesarias para el cumplimiento del teorema de Coase: la correcta definición de los derechos de propiedad y que los costos de transacción sean nulos o bajos.

El problema con los costos de transacción es que hacen perder eficiencia económica. Por ejemplo, en la creación de un nuevo negocio, se cuenta con el valor necesario de la inversión, que abarca todos los valores necesarios para el funcionamiento y creación del producto; sin embargo, se necesita dinero adicional para los costos notariales (costos de transacción). Lo que incita al inversionista a reducir su capacidad de planta, o buscar otro negocio que sea rentable con su monto de inversión. En este caso se visualiza la pérdida de eficiencia económica.

Otro de los problemas que acarrear los costos de transacción es la corrupción y las oportunidades para agentes económicos que por agilizar las transacciones ganan un valor adicional, pero no aporta valor a la sociedad. Por eso para minimizar los costos de transacción es necesario que se creen leyes simples y fáciles de cumplir, porque el fin de toda transacción es generar un aporte positivo a la organización y estas estancas sólo limitan a la eficiencia de la economía nivel país.

Externalidades y teoría del bienestar

Externalidades

La decisión que toma un individuo, la sociedad o las organizaciones sobre invertir, producir o consumir, y que estas decisiones afecten indirectamente a terceros, es decir a aquellos que no participan dentro de una transacción, se conoce como externalidad. Al existir externalidades estas afectan a terceros en las oportunidades de consumir o producir, pero el precio no la refleja. Se está refiriendo a externalidad cuando produce una ventaja o desventaja gratuita sin compensación monetaria.

El término externalidades se origina en la mala utilización de los recursos naturales por no existir una delimitación en los derechos de propiedad. Una externalidad es una situación en la que los costes o beneficios de producir o consumir un bien o servicio no se refleja en su precio de mercado. (Cabello, 2016). Mientras que para Jean-Jacques Laffont las externalidades son “efectos indirectos de las actividades de consumo o producción, es decir, los efectos sobre agentes distintos al originador de la actividad que no funcionan a través del sistema de precios”.

Dentro de la Ciencia Económica una externalidad representa un claro problema de costos, entre los costos privados y los sociales. Se conoce como costos privados a aquellos que la empresa busca minimizar para obtener mayor rentabilidad; mientras que los costos sociales se dan por ejemplo en las empresas estatales, donde el fin no es la rentabilidad sino dar bienestar social sin importar sus costos sino el bien de la sociedad.

Las externalidades brindan beneficio o perjuicio dependiendo de que recibe un agente económico de otro, es decir los emisores pueden ser los productores o consumidores; a su vez los receptores también pueden serlo. Y es por esto que en esta área (receptor-emisor) existen cuatro tipos de externalidad: de productor a consumidor, de productor a productor, de consumidor a productor y de consumidor a consumidor. Según el efecto (beneficio o perjuicio) que provoque la externalidad en el receptor (productor o consumidor) se clasifican las externalidades en negativas y positivas, siendo identificadas las negativas en el mayor de los casos de estudio.

Teoría del bienestar

La teoría del bienestar busca repartir de manera justa los recursos a los individuos de una sociedad, sin embargo, es una decisión difícil, porque no se puede satisfacer al 100% a la población, por diferencias en necesidades y deseos.

La economía del bienestar es una sub-disciplina que consiste en la cuantificación y medición de los beneficios y/o costos de las diferentes alternativas en la asignación de recursos escasos y de investigación de las bases estructurales de la política económica-social. (Jiménez, 2007)

Por otro lado se define como bienestar al sentir de una persona al ver satisfechas todas sus necesidades en materia fisiológica, y psicológica, en el presente, así como contar con expectativas alentadoras que le sustenten su proyecto de vida en la sociedad que experimentan los individuos que componen una comunidad en materia de necesidades desde las más vitales, hasta las más superfluas, la perspectiva de aspiraciones y su factibilidad de realización de un lapso de tiempo admisible. (Reyes Blanco, 2014)

Existe relación entre el bienestar económico y el bienestar social, y este tiene que ver con la repartición de los recursos en la sociedad, la remuneración del trabajo, y visto de la perspectiva de la organización, todos los riesgos que esta asumen al entrar en actividad

económica. El enfoque es la combinación de actividades entre las personas de una sociedad, donde pueden ser eficaces mejorando así la calidad de vida de los mismos.

Existen algunos factores que llevan a experimentar el bienestar de un individuo como de la sociedad, por ejemplo, el estar bien alimentado, gozar de buena salud, tener un techo donde vivir, tener opción a buena calidad en educación, todas esas pueden suplir las necesidades primarias. Pero cabe recalcar que estos factores pueden ser valiosos para unos y no tanto para otros, y es ahí donde se debe valorar las ventajas individuales y sociales dentro de un grupo de personas.

Entonces, se entiende como bienestar social al conjunto de factores que participan en la calidad de la vida de la persona y que hacen que su existencia posea todos aquellos elementos que den lugar a la tranquilidad y satisfacción humana. El bienestar social es una condición no observable directamente, sino a partir de juicios como se comprende y se puede comparar de un tiempo o espacio a otro. El bienestar, como concepto abstracto que es, posee una importante carga de subjetividad propia del individuo, aunque también aparece correlacionado con algunos factores económicos objetivos. (Jiménez, 2007)

Se puede identificar el bienestar de las siguientes maneras (Jiménez, 2007):

- Cada individuo determina su particular concepción del bienestar.
- El bienestar de la comunidad depende del bienestar de los individuos que la componen y de ninguna otra variable adicional.
- Si al comprar dos alternativas y al menos una persona queda mejor en una situación que en otra y ninguna queda peor, la comunidad en su conjunto queda mejor.
- Si al comprar varias alternativas, unas personas quedan mejor que otras o peor, se tienen los siguientes criterios para ordenarlas:
 - El ordenamiento de las alternativas queda dependiendo de la función del bienestar social.
 - Los juicios de valor respecto a la distribución del bienestar.
 - Aplicación del principio de compensación
- El ingreso es la remuneración monetaria percibida ya sea por la retribución de su trabajo, o como pago a los riesgos que se corrieron durante una empresa económica.

- La distribución del ingreso, de hecho, es efecto directo del reparto de riqueza a nivel patrimonial y de las contradicciones que conlleva el reparto.

Se podría decir que la teoría del bienestar conlleva a minimizar la desigualdad social y poder así destruir los recursos a una medida justa. Lo que conlleva un problema común en la economía porque no se puede satisfacer las necesidades de las personas en su totalidad, y asignar los recursos de manera racional, como por ejemplo distribuir los recursos equitativamente, los insumos para una producción eficiente, o repartir equitativamente los bienes y servicios entre las comunidades. Por eso cada vez que una alternativa satisfaga una necesidad y no afecte a nadie debe considerarse como una mejora dentro del bienestar social, porque el fin es lograr satisfacción, y ayudar a la sociedad a ser cada vez mejor.

Efecto de las externalidades en el mercado

Como se había mencionado anteriormente las externalidades tienen efectos secundarios en las empresas, estos pueden ser buenos o malos, y afectan las oportunidades de producción y consumo, sin embargo, el precio del producto no identifica esta externalidad. Estas se clasifican en externalidades negativas y positivas.

Externalidad Negativa

Una externalidad negativa se produce cuando una empresa o una persona producen efectos externos negativos en otros y no pagan por estos costes. (Martínez , 2019). Cuando una externalidad es negativa los costos sociales son superiores a los costes privados.

Todos los procesos de consumo o producción de un bien o servicio que tenga un efecto negativo en el medio ambiente tienen efectos externos negativos sobre los consumidores o productores (receptores). Se pueden definir como efectos externos negativos a la contaminación del agua, la destrucción del suelo, emisiones de ruido, contaminación del aire (atmosférica), etc.

Existen externalidades negativas dependiendo de quién las produce:

- **Productores:** Cuando una empresa perjudica a terceros al producir su bien o servicio.

Un claro ejemplo de esto es la contaminación ambiental, las empresas industriales por lo general consumen recursos como el agua, y dentro de sus procesos se contamina, y muchos de ellas no son socialmente responsables y devuelven a los ríos agua contaminada, que el consumo de esta afecta a la sociedad, y sólo se ha beneficiado la empresa y ha perjudicado a la sociedad. Son recursos no renovables que los que pagarán las consecuencias son las futuras generaciones-

Otro ejemplo es la producción de energía nuclear, porque le beneficio de producirla es la electricidad más trae perjuicio en el medio ambiente con los desechos radioactivos y la sociedad es la única perjudicada. Quizá los daños no son notorios al corto plazo, pero con el pasar de los años viviremos la factura.

- **Consumidores:** Cuando una persona perjudica a terceros, al consumir un bien o servicio.

Por ejemplo, el consumo de tabaco que ha sido científicamente comprobado que más afecta al que percibe el olor a tabaco, que ha quien lo fuma. Otro ejemplo es el consumo de drogas, los efectos son notables en el consumidor, la pérdida de control, pero este producto tiene consecuencias secundarias en los familiares, porque dónde este consumidor pierde el control sobre las dosis, empiezan los problemas familiares y en la mayoría de casos, los problemas intra familiares, y a raíz de eso un sinfín de problemas sociales.

Otro claro ejemplo es el uso de automóviles que contaminan una ciudad, actualmente se ha reducido la cantidad de humo que emanan los automóviles, pero, aunque estos generen beneficio a los choferes o usuarios de los mismos, la contaminación ambiental es notoria, y los únicos perjudicados es la sociedad y el medio ambiente en el que se desarrolla.

Externalidad Positiva

Una externalidad positiva se produce cuando una empresa o una persona producen efectos externos positivos en otros y no reciben compensación por todos estos beneficios. (Martínez , 2019). Cuando una externalidad es positiva la rentabilidad social es superior a la rentabilidad privada.

Todos los procesos de consumo o producción de un bien o servicio que tenga un efecto positivo en la sociedad o medio ambiente tienen efectos externos positivos sobre los consumidores o productores (receptores). En este tipo de externalidad se trata la diferencia sobre los beneficios sociales y los privados.

Existen externalidades negativas dependiendo de quién las produce:

- **Productores:** La producción de un bien o servicio beneficia a otros, por ejemplo, dentro de las organizaciones existe un departamento denominado ID (Investigación y desarrollo), dónde el fin es identificar las necesidades del mercado y en base a eso poder ofertar algo productivo para la sociedad. Estas innovaciones se generan algo positivo en la sociedad, como el desarrollo social y económico. Estos descubrimientos aportan notablemente al conocimiento general, lo que da pie a nuevos avances, pero, la rentabilidad que percibe la empresa que los desarrolla no refleja la rentabilidad que les aporta los beneficiarios indirectos de estos bienes o servicios.
- **Consumidores:** Cuando un cliente al consumir un bien o servicio beneficia a otros. Un claro ejemplo de esta externalidad es el adquirir cursos extra curriculares, porque, aunque en las líneas de estudios todos tienen la oportunidad de aprender lo mismo, alguien que se capacita con conocimientos extras, van a aportar a la sociedad con sus conocimientos y al desarrollo educativo de la sociedad. Un pueblo sabio es la mejor opción de crecimiento en la sociedad.

En el año 2020 la pandemia represento un cambio significativo dentro de la sociedad, y al existir el COVID-19 y no en ciertos casos la cura de la enfermedad, lo que provocó un sin número de muertes no sólo en Ecuador, sino a nivel mundial, se empezó un estudio

riguroso sobre este virus, las empresas farmacéuticas empezaron a realizar investigaciones minuciosas en sus laboratorios para poder encontrar la cura a esta enfermedad, la investigación y desarrollo de esta rama de empresas provocaron una externalidad positiva para el consumidor, la sociedad, porque con el pasar del tiempo se fueron implementando normas que prevenían el contagio, y hasta en algunos casos se proporcionó medicina que podría restar los efectos de la enfermedad, hasta eliminar y ser inmune sin embargo, las empresas no percibían aún la rentabilidad que producían sus investigaciones, hasta que se crearon varias vacunas, que hasta la presente fecha siguen esperando las consecuencia, que la sociedad aspira sean positivas.

Los dos factores que predominan entre estos tipos de externalidades son claros, las externalidades negativas ligadas a la contaminación, y las externalidades positivas a la investigación y desarrollo. De las cuales, debido al deseo de poder y riqueza, las externalidades negativas son en mayor cantidad que las positivas, sólo es necesario visualizar el planeta y su estado actual, la contaminación a aumentado en gran nivel, el cambio climático es notorio. Un claro ejemplo de negocios contaminantes son los de comida rápida, donde por las diferentes actividades de los consumidores, prefieren llevar su comida en bolsas plásticas, y las mismas que no se autodestruyen, sino que se acumulan.

Las externalidades tienen un efecto notable dentro del mercado, porque incurren de manera directa en la producción o consumo de un bien o servicio, porque distorsionan el mercado y a su vez la asignación de los recursos eficientemente dentro de un sistema económico.

Se han realizado varios estudios referentes al impacto que tienen las externalidades dentro de la economía, los mismos que corroborarán los comentarios emitidos con anterioridad. A continuación, se detallarán ciertos estudios:

Según Gabriela León en su tesis de grado “La internalización de externalidades ambientales y su impacto en los costos de producción en la empresa Ozono en la parroquia del Tambo, cantón Pelileo en la provincia de Tungurahua en el año 2012” previo a la obtención de título de economista en el año 2015, concluye que “el análisis de un proyecto, es necesario considerar primero que existen 3 grupos de impactos: los positivos, negativos

y los inciertos. Estos últimos son todos aquellos que dependen de las condiciones particulares de cada localidad”

Por otro lado, Fernando Soto López en su tesis de post grado “Instrumento de precio como política óptima para el mercado de residuos sólidos domiciliarios en presencia de disposición ilegal” previo a la obtención de título de magíster en el año 2017 menciona que “El problema de las externalidades y la falla del mercado asociada a estos ha sido estudio de la teoría microeconómica desde hace tiempo, pero, actualmente la preocupación se ha centrado en los problemas del cambio climático”.

Mientras que Sergio Galeas, Mario Reyes, Camila Sanhuenza en un estudio realizado en el año 2007, con título “Externalidades en proyectos urbanos: saneamiento de aguas servidas y del ferrocarril metropolitano en Santiago de Chile” menciona que “las ciudades en sus procesos de desarrollo exigen una cuota significativa de recursos públicos. Existen en función de ellos en conjunto con políticas públicas urbanas. Las consideraciones ambientales son cada vez de mayor relevancia. De allí que la valoración de las externalidades ambientales y urbanas en torno de proyectos de infraestructura, tanto ex ante como ex post, sean de creciente importancia para las decisiones gubernamentales”

Los estudios mencionados certifican la importancia de las externalidades dentro de la economía, porque estas pueden influir de manera positiva o negativas y crear así un bienestar o perjuicio socio-ambiental. Y varios aspectos deberían ser valorados como el riesgo, los impactos en los cambios climáticos que provocan que las externalidades estén sujetas a incertidumbre, y sea necesario una investigación adicional.

Esta investigación debe tener muy claro el coste social, coste privado y le beneficio social y privado, para poder analizar si debe ser o no puesto en marcha un proyecto, Ser socialmente responsable como empresa es considerar el bien que se le brinda a la sociedad, como al medio ambiente, porque los recursos que se toma del medio ambiente en su mayoría no son renovables, y el mal uso de los mismos puede acarrear consecuencias a lo largo del tiempo. Ser socialmente responsable debería ser una de las estrategias planteadas de cada organización, porque los recursos le brindarán riqueza, pero la reducción de contaminación del medio ambiente la ayudará a mantenerse en el tiempo.

CAPÍTULO 3

Marco Metodológico

En el siguiente estudio se realizará el siguiente diseño de investigación para poder alcanzar los objetivos establecidos, la misma que nos permitirá recoger los datos e información necesaria e interpretar la situación histórica y actual de los prestadores de servicios de sacrificio y faenamiento de aves.

Tipo de estudio

El tipo de estudio a realizar es cuantitativo, el mismo que se define como el uso de herramientas informáticas, estadísticas y matemáticas para obtener resultados (SIS INTERNACIONAL RESEARCH, 2020), debido a que la información requerida es cuantitativa, la misma que permitirá recolectar y analizar datos como: un control estadístico de la demanda de pollo faenado y ave en pie, volumen de venta en unidades y dólares de los productores de aves.

Tipo de enfoque

La siguiente investigación tendrá un enfoque analítico-descriptivo, el mismo que permite el procesamiento de datos que crea un resumen histórico para brindar información útil y preparar los datos para un correcto análisis (Armetrics). De esta manera permitirá el análisis de la situación actual del sacrificio de aves sin las normas de bioseguridad necesarias vs la implementación de prestadores de servicios de sacrificio y faenamiento de aves dentro del mercado; y descriptivo porque se propone la creación de un prestador de servicios de sacrificio y faenamiento de aves que garantice la inocuidad alimentaria.

Fuentes de información

Dentro de este estudio de caso para la implementación de una mejora se utilizará los dos tipos de fuente, secundaria y primaria. Es necesaria la información de un prestador de servicios de sacrificio y faenamiento de aves implementados en otros lugares, su proyección de rentabilidad, variables que influyen en la obtención de datos. Se obtendrá esta información de análisis estadísticos, análisis documental.

Población y muestra

Tipo de muestra

Debido a que se está levantando información de los principales productores de aves en pie del sector, debido a que serán quienes reciban el servicio de sacrificio y faenamiento de sus aves para distribuir las en el mercado local, bajo normas de calidad y seguridad alimentaria, no se plantea hacer muestra porque no se obtendría información representativa para el siguiente estudio.

Población y tamaño de la muestra

Población: Cuatro principales productores de aves en pie en el cantón Bucay.

Muestra: No se procede a generar muestra debido a que se conoce el 100% del universo y su ubicación.

Técnicas de recolección de datos:

Censo: Se lo utiliza porque se conoce el tamaño y la ubicación del 100% del universo, es decir de los principales proveedores de aves e Bucay que harán uso del servicio. La estructura del censo está constituida por preguntas abiertas y de opción múltiple, las mismas que permiten generar información veraz.

Levantamiento de Información: La información obtenida mediante el censo se basa en una comunicación directa y conversaciones grabadas para la verificación de la información emitida, que aporta de gran manera al estudio, dirigida netamente al mercado potencial que hará uso del servicio para el abastecimiento al mercado local.

Procesamiento de datos: Una vez levantada la información, se procedió a tabular los datos de opción múltiple, para conocer la preferencia del mercado objetivo. Mientras que para las preguntas abiertas se utilizó una app que convirtió en Word los audios de las conversaciones, conociendo que por pronunciación existieron traducciones erradas, debido a esto se procedió a verificar que la información emitida en el documento con lo mencionado en el censo sea igual.

Interpretación de los datos: Con cuadros informativos, tras la tabulación de datos, interpretación de las preguntas abiertas, se generan en Excel cuadros informativos que permiten verificar la tendencia del mercado, sus preferencias, que esperan de este nuevo servicio y si están dispuestos o no a hacer uso de él.

Análisis financiero: Una vez teniendo la información de campo, se procede a realizar un diseño organizacional, un estudio técnico y financiero sobre la implementación de este servicio en el cantón Bucay y mediante el cálculo de ratios financieras se podría definir la viabilidad al implementar esta propuesta en el cantón.

Presentación, análisis e interpretación de los resultados.

A continuación, se presentan los datos obtenidos en el censo realizado a los principales proveedores de aves el cantón Bucay, con el objetivo de analizar la aceptación o no del prestador de servicio, además de considerar aspectos representativos para cada uno de ellos. Porque ellos serán los principales clientes, que incursionarán en la venta de aves faenadas, no sólo en pie.

Datos informativos

➤ Género

Tabla 2

Género de la Población de Proveedores de Aves en Pie en el Cantón Bucay

GENERO	POBLACIÓN	%
FEMENINO	0	0%
MASCULINO	4	100%
TOTAL	4	100%

Nota: Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020

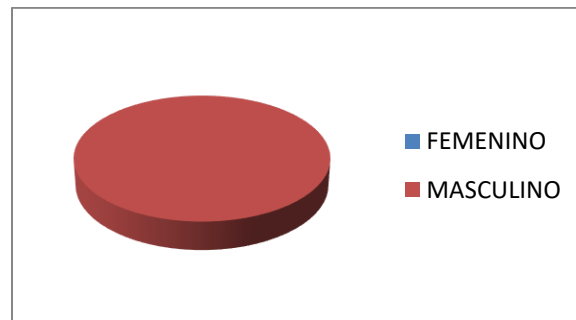


Figura 1. Generación de la población de proveedores de aves en pie del cantón Bucay. Adaptado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020.

Análisis:

Como se puede observar de los entrevistados, el 100% de la población es género masculino. Se puede destacar que las esposas son parte del proceso, como ayuda, pero los responsables son los esposos.

➤ Edad

Tabla 3

Edad de la Población de Proveedores de Aves en Pie en el Cantón Bucay

EDAD	POBLACIÓN	%
MÁS DE 30 AÑOS	4	100%
MENOS DE 30 AÑOS	0	0%
TOTAL	4	100%

Nota: Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020

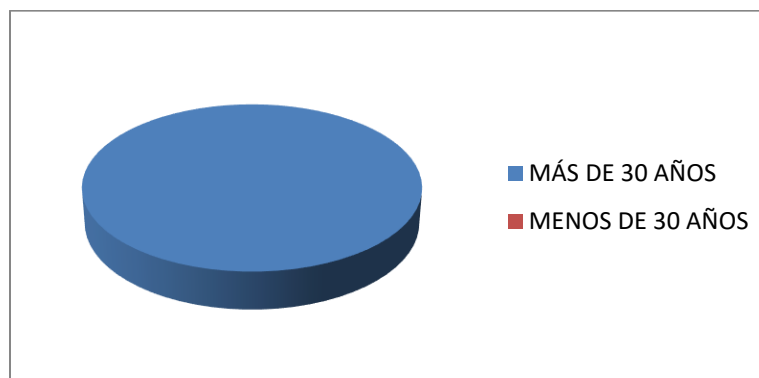


Figura 2. Edad de la población de proveedores de aves en pie en el cantón Bucay.

Adaptado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020

Análisis:

Según los datos obtenidos en las entrevistas, las edades son de 31, 42, 47 y 48 años, lo que indica que la edad de los proveedores es superior a 30 años, reflejando el 100% este rango. Por lo general estos microempresarios decidieron emprender en esta actividad en una buena edad lo que les ha permitido experimentar el mercado y posicionarse en él.

➤ Nivel de Educación

Tabla 4

Nivel de Educación de la Población de Proveedores de Aves en Pie en el Cantón Bucay

EDUCACIÓN	POBLACIÓN	%
PRIMARIA	1	25%
SECUNDARIA	3	75%
SUPERIOR	0	0%
POSGRADO	0	0%
TOTAL	4	100%

Nota: Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020

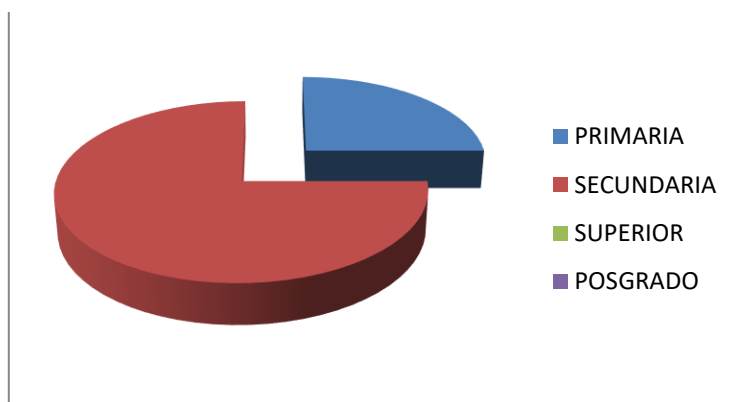


Figura 3. Nivel de educación de la población de proveedores de aves en pie en el cantón Bucay. Adaptado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020

Análisis:

Al analizar las respuestas de los principales proveedores de aves en pie en el cantón Bucay, se estima que la mayoría son emprendedores sin preparación superior, el 75% tiene nivel de estudio secundario, lo que se definiría que la mayoría emprendió a base de visión, y uno de ellos sólo cuenta con preparación primaria.

➤ Años en la actividad

Tabla 5

Años en la Actividad de la Población de Proveedores de Aves en Pie en el Cantón Bucay

AÑOS EN LA ACTIVIDAD	POBLACIÓN	%
MÁS DE 5 AÑOS	3	75%
MENOS DE 5 AÑOS	1	25%
TOTAL	4	100%

Nota: Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020

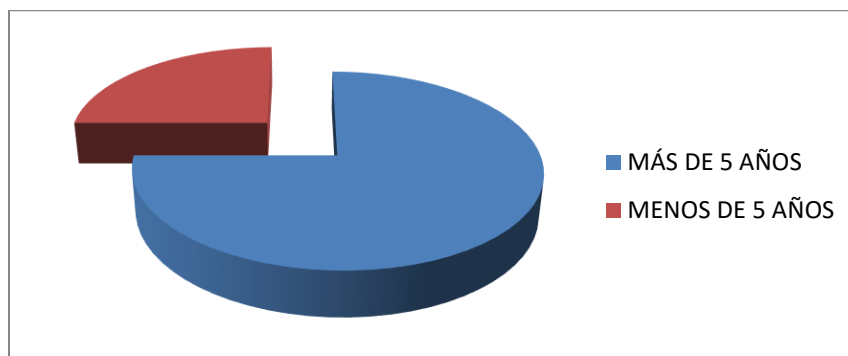


Figura 4. Años en la actividad de la población de proveedores de aves en pie en el cantón Bucay. Adaptado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020

Análisis:

El 75% lleva dentro de esta actividad más de 5 años mientras que el 25% menos a 5 años, por lo que se podría determinar que son negocios rentables que, a pesar de no contar con toda la información de un profesional, han sabido mantenerse en el mercado, generando empleo e ingresos.

➤ Ventas en unidades mensuales

Tabla 6

Ventas Mensuales en Unidades de la Población de Proveedores de Aves en Pie en el Cantón Bucay

VENTAS MENSUALES(UN)	POBLACIÓN	%
1 000 -5 000	3	75%
5 001 -10 000	1	25%
10 001 -15 000	0	0%
más de 15 000	0	0%
TOTAL	4	100%

Nota: Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020

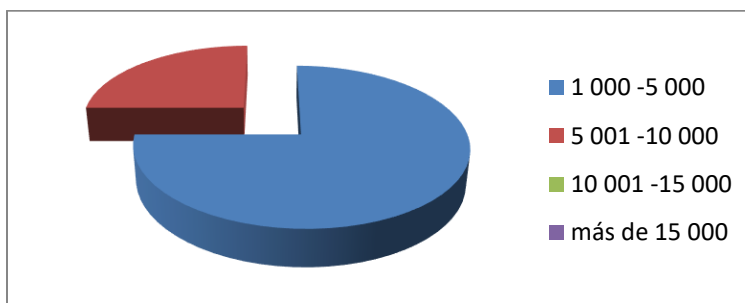


Figura 5. Ventas mensuales en unidades de la población de proveedores de aves en pie en el cantón Bucay. Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020

Análisis:

Según datos obtenidos el 75% manejan un promedio de aves mensuales inferior a 5000 aves por mes, y un proveedor, es decir el 25%, maneja una producción al mes de 5001-10000 aves.

➤ Ventas mensuales (\$)

Tabla 7

Ventas Mensuales en Dólares de la Población de Proveedores de Aves en Pie en el Cantón Bucay

VENTAS MENSUALES (\$)	POBLACIÓN	%
menos de \$ 27 500	3	75%
\$ 27 501 - \$ 55 000	1	25%
\$ 55 001 - \$ 82 500	0	0%
más de \$ 82 500	0	0%
TOTAL	4	100%

Nota: Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020

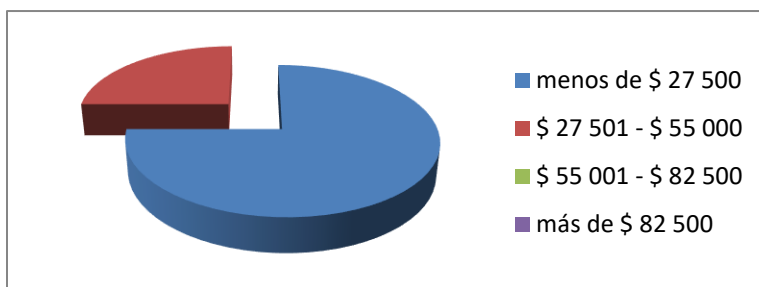


Figura 6. Ventas mensuales en dólares de la población de proveedores de aves en pie en el cantón Bucay. Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020

Análisis:

Según los datos obtenidos el 75% de la población adquiere ingresos mensuales inferior a \$27500, y el 25% tiene ingresos promedios de \$45000 lo que lo ubica en el rango de \$27501 - \$55000. Estos resultados son sujetos a los brindados en la pregunta anterior, porque va de acuerdo a la producción y precio por kilo del ave.

A continuación, se analizará las preguntas establecidas en las entrevistas:

1. ¿A qué actividad se dedica, producción de aves en pie, faenamiento de aves, las dos anteriores?
- 2.

Tabla 8

Actividad a la que se dedica la Población de Proveedores de Aves en Pie en el Cantón Bucay

ACTIVIDAD	POBLACION	%
PRODUCCION AVE EN PIE	2	50%
FAENAMIETO AVES	0	0%
LAS DOS ANTERIORES	2	50%
TOTAL	4	100%

Nota: Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020

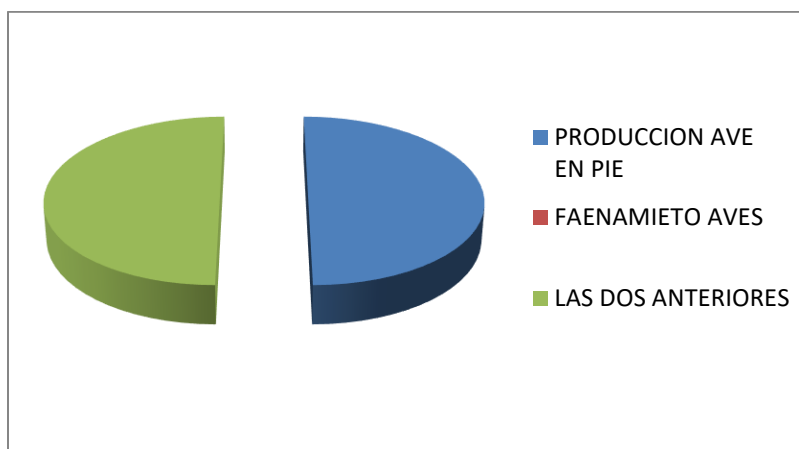


Figura 7. Actividad a la que se dedica la población de proveedores de aves en pie en el cantón Bucay. Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020

Análisis:

Analizando los datos aportados se llegó a la conclusión de que el 50% se dedica sólo a la producción de aves en pie, mientras que el otro 50% se dedican a criar y faenar aves. Cabe recalcar que todos son proveedores de aves en pie, y a la vez son los principales distribuidores en los mercados locales. La implementación de un prestador de servicios de sacrificio de aves aportaría para el crecimiento en el mercado local.

3. ¿Cómo desarrolla usted el proceso de sacrificio y venta de sus aves?

Análisis:

El 50% de los proveedores detalló cómo es el proceso de sacrificio de aves, ambos mencionan que cuentan con un médico veterinario designado por Agrocalidad. Mencionan que los pollos son tomados desde los galpones y van por el proceso de faenamiento, que empieza en la parte de matanza del ave, despluman las mismas, son quitadas las vísceras, el ave es enjuagada correctamente y ubicada dentro de un tanque de agua helada, Después es colocado en otra mesa metálica y colocados en gavetas para al final llevar en un camión para entrega a los locales dentro de su cartera de clientes.

4. ¿Cómo evalúa usted el proceso mediante el cual son sacrificadas sus aves?

Análisis:

Al analizar si su proceso de sacrificio de aves es correcto uno de ellos menciona que deben corregir errores, la tortura de las aves es un punto que debe ser analizado, porque para ser una empresa socialmente responsable los animales no deben sufrir en su proceso de faenamiento, y existen algunas opciones que deberían implementar en esta parte del proceso. Adicional se menciona que el transporte de las aves debe ser en carros con termo King, esto garantiza el buen estado y temperatura de los alimentos desde el proveedor al consumidor. Y en este caso sus productos son sólo trasportados en camión sin un regulador de temperatura.

5. ¿Conoce usted sobre BPM e inocuidad alimentaria?

Tabla 9

Conocimiento de la Población de Proveedores de Aves en Pie en el Cantón Bucay sobre uso de BPM e Inocuidad Alimentaria

CONOCIMIENTO	POBLACION	%
SI	1	25%
NO	3	75%
TOTAL	4	100%

Nota: Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020

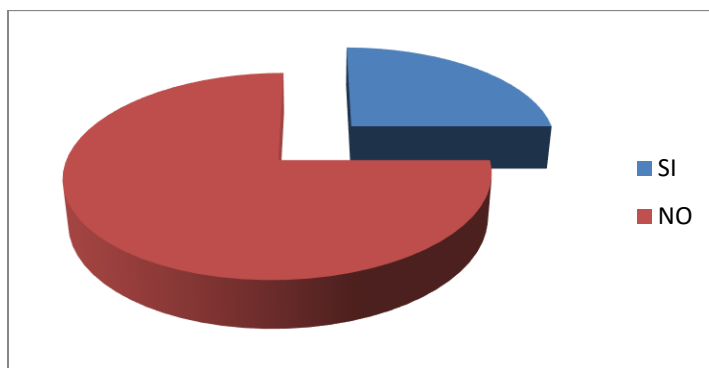


Figura 8. Conocimiento de la población de proveedores de aves en pie en el cantón Bucay sobre uso de BPM e Inocuidad Alimentaria. Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020

Análisis:

El 75% no conoce sobre BPM (Buenos Prácticas de Manufactura) e Inocuidad Alimentaria como términos, es decir al escuchar los significados lo relacionan con sus normas de higiene y todo lo concerniente a aseo y buen trato de sus productos. El 25% indica que los conocimientos sobre este tema los adquirió mediante capacitación.

6. ¿Considera usted que se están aplicando sobre el producto que faenan su prestador de servicios?

Tabla 10

Consideración de la Población de Proveedores de Aves en Pie en El Cantón Bucay sobre uso de BPM e Inocuidad Alimentaria en sus Procesos.

CONSIDERA	POBLACION	%
SI	4	100%
NO	0	0%
TOTAL	4	100%

Nota: Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020

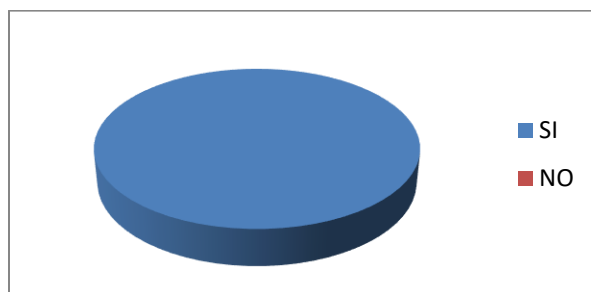


Figura 9. Consideración de la población de proveedores de aves en pie en el cantón Bucay sobre uso de BPM e Inocuidad Alimentaria en sus procesos. Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020

Análisis:

El 100% considera que maneja la correcta implementación de estas normas en sus procesos de producción, lo relacionan con Agrocalidad y Bioseguridad. Uno de los proveedores si ha recibido capacitación sobre estos temas, debido a que para funcionar de esta manera deben cumplir requisitos en el mercado que garanticen la higiene y correcto estado de alimentos para el consumo humano.

7. ¿Cuál es su impresión general sobre la posibilidad de ejecución de este nuevo servicio?

Tabla 11

Impresión de la Población de Proveedores de Aves en Pie en el Cantón Bucay sobre la Ejecución del Nuevo Servicio.

IMPRESIÓN	POBLACION	%
Excelente	2	50%
Bueno	2	50%
Malo	0	0%
TOTAL	4	100%

Nota: Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020

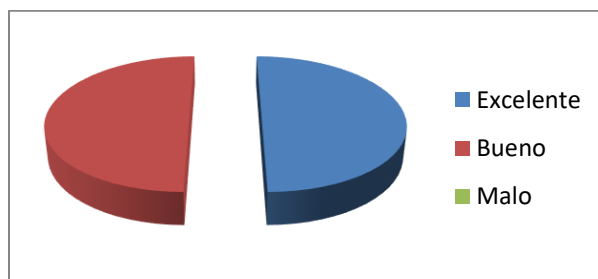


Figura 10. Impresión de la población de proveedores de aves en pie en el cantón Bucay sobre la ejecución del nuevo servicio. Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020

Análisis:

Ante la posible implementación de un prestador de servicios de sacrificio de aves el 50% lo calificó como excelente, mientras que el otro 50% como bueno, todo está ligado a la perspectiva que tienen del negocio, recordando que sólo el 50% realiza las dos actividades de criar y faenar aves, por ende, al no poseer un sacrificador de aves esa opción les sería excelente para ampliar su gama de clientes, mientras que el otro 50% sólo abarcaría una parte más del mercado.

8. ¿Qué nivel de impacto cree usted que tendría en la sociedad y en la productividad de su negocio la implementación de este servicio?

Tabla 12

Nivel de Impacto en la Sociedad según la Población de Proveedores de Aves en Pie en el Cantón Bucay ante la Ejecución del Nuevo Servicio.

IMPACTO	POBLACIÓN	%
Alto	4	100%
Medio	0	0%
Bajo	0	0%
TOTAL	4	100%

Nota: Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020

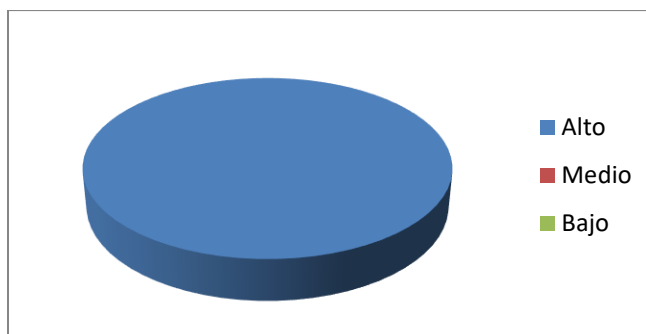


Figura 11. Nivel de impacto en la sociedad según la población de proveedores de aves en pie en el cantón Bucay ante la ejecución del nuevo servicio. Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020

Análisis:

Según los datos obtenidos, el 100% considera que en la sociedad la implementación de este prestador de servicios tendría un impacto alto por no existir uno en el sector, así llevan un control en los precios del mercado, y no existe especulación de los mismos, provocando pérdidas en los microempresarios. Además, una correcta organización les garantizará que su producto será consumido en su totalidad sin necesidad de competir en precios unos con otros.

9. ¿Qué aspecto le gustaría que tenga mayor control en la implementación de este nuevo servicio en el sector?

Tabla 13

Aspecto con Mayor Control Según la Población De Proveedores de Aves en Pie en el Cantón Bucay ante la Ejecución del Nuevo Servicio

ASPECTO	POBLACION	%
Limpieza	0	0%
Precios	0	0%
Calidad	0	0%
Todas las anteriores	4	100%
TOTAL	4	100%

Nota: Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020.

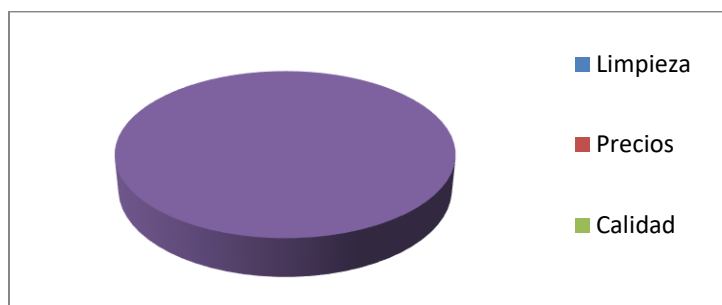


Figura 12. Aspecto con mayor control según la población de proveedores de aves en pie en el cantón Bucay ante la ejecución del nuevo servicio. Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020.

Análisis:

No determinaron un aspecto en específico para resaltar dentro del proceso, el 100% indicó que todas las opciones como limpieza, precio y calidad son importantes a considerar en la implementación del prestador de servicios de sacrificio de aves. Uno de ellos pide la intervención de Agrocalidad, lo cual es totalmente cierto, para el correcto uso e

implementación del servicio. Cabe recalcar que esta entidad es la responsable de certificar o no el funcionamiento de los sacrificadores de aves.

10. Al ser usted uno de los principales proveedores en el mercado local de aves en pie. ¿Estaría dispuesto según las condiciones en el mercado, a proveer a microempresarios pollo faenado?

Tabla 14

Disposición a Proveer al Mercado según la Población de Proveedores de Aves en Pie en El Cantón Bucay ante la Ejecución del Nuevo Servicio

DISPOSICIÓN	POBLACIÓN	%
Definitivamente sí	1	25%
Sí	2	50%
No	1	25%
Definitivamente no	0	0%
TOTAL	4	100%

Nota: Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020.

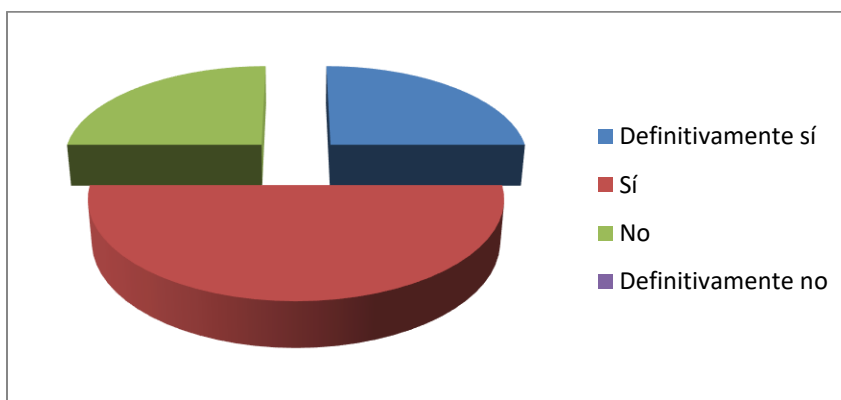


Figura 13. Disposición a proveer al mercado según la población de proveedores de aves en pie en el cantón Bucay ante la ejecución del nuevo servicio. Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020.

Análisis:

En cuanto a su disposición por proveer aves en pie a este nuevo servicio, el 50% mencionó que sí, mientras que el 25% indicó que definitivamente sí haría uso de ley, y por otro lado el 25% indicó que no haría uso. Dentro de sus respuestas se mencionan los siguientes argumentos. Los proveedores que optan por el “sí” indican que su actividad en el mercado es esta, y sólo direccionarían parte de su producción a la necesidad del mercado.

El proveedor que optó por el “definitivamente sí” está convencido que cuenta con el producto necesario para aportar a este nuevo segmento del mercado, mientras que el proveedor que optó por el “no” indicó que no cuenta con los recursos necesarios para proveer producto extra, aunque indicó una muy buena opción y es organizarse con los otros proveedores y establecer fechas para poder sacar aves y así todos proveer al sacrificador de aves, se debe recordar que la crianza y salida de pollo tiene un tiempo promedio de 40 días.

11. Ante la demanda de ave faenada en conjunto con la implementación de este servicio. ¿Cree usted que sus niveles de venta: ¿aumentarían, se mantendrían, disminuirían?

Tabla 15

Estimación de Nivel de Ventas Según la Población de Proveedores de Aves en Pie En El Cantón Bucay Ante La Ejecución Del Nuevo Servicio

NIVEL DE VENTAS	POBLACIÓN	%
Aumentarán	3	75%
Se mantendrán	1	25%
Disminuirán	0	0%
TOTAL	4	100%

Nota: Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020.

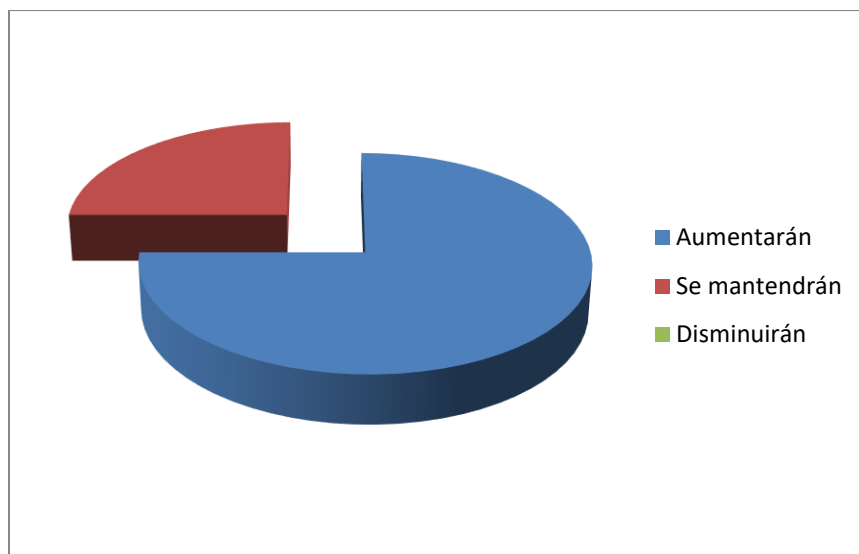


Figura 14. Estimación de nivel de ventas según la población de proveedores de aves en pie en el cantón Bucay ante la ejecución del nuevo servicio, Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020.

Análisis:

Analizando sus niveles de venta con la demanda de aves faenada el 75% considera que sus ventas aumentarán, y el 25% que se mantendrán. Uno de los proveedores que considera que aumentarán menciona que la venta de ave faenada es más rentable que la venta de ave en pie, y al poder interactuar en el mercado con ambas opciones sus ventas aumentarían y tendría más espacio en el mercado. Otro proveedor considera que aumentarían porque tendrían calidad total, al ser certificados y controlados, garantizando precios, limpieza y excelente estado de los mismos. Por su parte la única persona que mencionó que sus ventas se mantendrían es la misma que menciona que tiene un área para cierta cantidad de aves a criar, es decir no puede abracar más al mercado, al menos que extienda su infraestructura y críe más aves.

12. Al analizar su nivel de productividad y de ventas, considera que es más rentable para usted:

Tabla 16

Análisis de Nivel de Productividad y Ventas según la Población de Proveedores de Aves en Pie en El Cantón Bucay ante la Ejecución del Nuevo Servicio

NIVEL DE PRODUCTIVIDAD Y VENTAS	POBLACIÓN	&
Mantenerse en el mercado de venta de aves en pie	1	25%
Incursionar en la venta de aves faenadas	0	0%
Las dos anteriores	3	75%
TOTAL	4	100%

Nota: Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020.

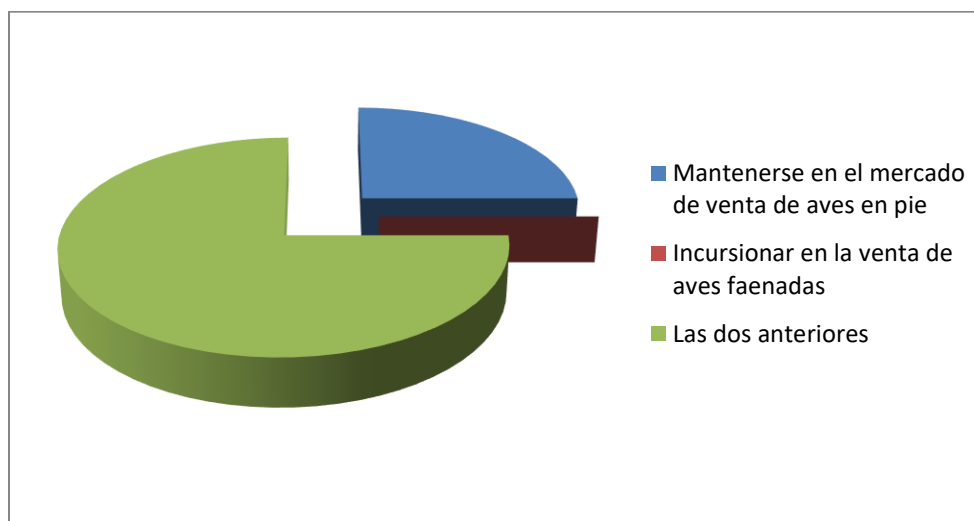


Figura 15. Análisis de nivel de productividad y ventas según la población de proveedores de aves en pie en el cantón Bucay ante la ejecución del nuevo servicio, Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020.

Análisis:

Por su parte, el 75% considera que al incursionar en crianza de aves y faenamiento de aves sería más rentable para su negocio, mientras que el 25% considera que es más rentable para él ser sólo proveedor de aves en pie. La mayoría destaca que el faenar aves más allá de solo criarlas les dará un ingreso mayor al que ya poseen, porque el precio por kilo aumentará y no tendrían problemas con Agrocalidad en el proceso de sacrificio de aves, garantizando calidad total en el producto terminado listo para su distribución.

13. ¿Si se implementara este servicio en el cantón, haría uso de él?

Tabla 17

Uso del Nuevo Servicio por Parte de la Población de Proveedores de Aves en Pie en el Cantón Bucay.

HARÍA USO DE EL	POBLACIÓN	%
Definitivamente sí	0	0%
Sí	3	75%
No	1	25%
Definitivamente no	0	0%
TOTAL	4	100%

Nota: Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020.

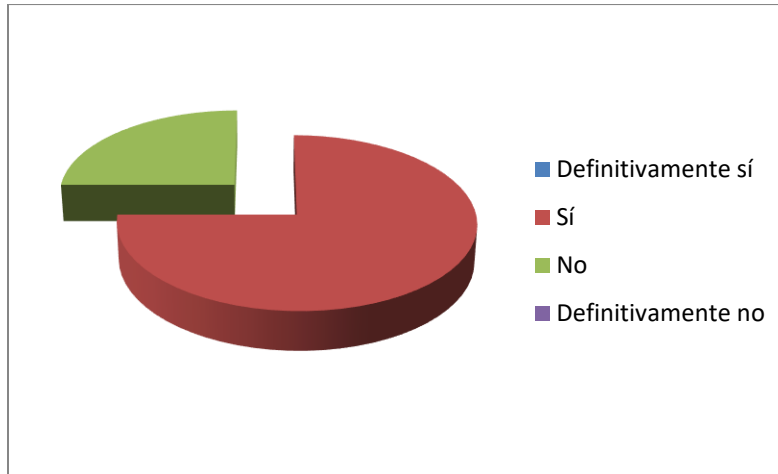


Figura 16. Uso del nuevo servicio por parte de la población de proveedores de aves en pie en el cantón Bucay. Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por Geovanna García, 2020.

Análisis:

El 75% haría uso de este nuevo servicio si se lo implementara en el cantón, mientras que el 25% no, este último dato es notorio porque este proveedor mencionó que cuenta con un sacrificador de aves implementado y ya ha realizado una inversión. En la actualidad se dedica a las dos actividades, pero fue muy claro al mencionar que de ser factible lo incluyan en el listado de proveedores de aves en pie para este segmento de mercado el cantón.

En resumen, existe predisposición de los proveedores de aves ante la implementación de este servicio, según datos obtenidos, el 75% se ve como proveedor directo de ave en pie, además de distribuidor de ave faenada en el mercado local. La observación que destaca es la organización de los proveedores y producir aves en tiempos establecidos, así toda la producción podría ser consumida, los precios se mantendrían y no existiría esa competencia de quien vende a menos y a la vez más. Sino que la rentabilidad que manejen dependerá de la producción de aves en pie, porque la demanda del mercado en ave faenada es alta, dispuesta a consumir la producción completamente.

Análisis externo de la empresa

A continuación, se realizarán varios análisis desde la perspectiva de la empresa con el entorno exterior, y poder así identificar posibles oportunidades y amenazas en el desarrollo de la misma., y los factores que influyen directa e indirectamente para poder conocer mejor el mercado.

Análisis PESTA



Figura 17. Tomado de “Análisis PESTA”, por Liam Fahey y V.K. Narayanan, 1968.

El análisis PESTA clasifica en cinco factores los elementos más relevantes del entorno entendido en un sentido general. Dichos factores son: Político-legales, económicos, socioculturales, tecnológicos y, dada la importancia creciente, algunos autores consideran los problemas del medio ambiente como un factor diferenciado. (Ventura, 2009)

Factores Políticos:

El desarrollo de las personas y de las empresas es mucho mejor en todos los sentidos cuando los países cuentan con una estabilidad política. (Sulser Valdéz & Pedroza Escandón, 2004). La incertidumbre por cambios políticos debido a elecciones 2021, donde está será modificada o continuará igual, dependiendo de los resultados electorales. Además, debido a la pandemia, el 16 de junio del 2020 como Decreto 1070-2020 se crea el programa de apoyo crediticio denominado “Reactívale Ecuador” (APIVE.ORG, 2020), esto servirá

como financiamiento para la creación del sacrificador de aves, mientras se cumpla todos los requisitos.

Por otro lado, existe la preocupación de inversores sobre la inestabilidad en el país debido al cambio que se puedan presentar en el futuro, y no tengan garantía sobre el riesgo de colocar su dinero en la ejecución de este servicio. Todo esto ligado a la corrupción que aborda en el país juega un papel muy importante, donde las leyes cambian de un día al otro y pueden variar notablemente lo ya proyectado y crea incertidumbre en el mercado sobre la rentabilidad real del negocio.

En junio del 2020 se establecen la Ley de apoyo humanitario, la que tiene por objeto establecer medidas de apoyo humanitario, necesarias para enfrentar las consecuencias derivadas de la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19, a través de medidas tendientes a mitigar sus efectos adversos dentro del territorio ecuatoriano; que permitan fomentar la reactivación económica y productiva del Ecuador, con especial énfasis en el ser humano, la contención y reactivación de las economías familiares, empresariales, la popular y solidaria, y en el mantenimiento de las condiciones de empleo. (Litardo & Rubio , 2020)

Un artículo a destacar dentro de la Ley, es el Art. 10 donde facilita a los ecuatorianos con créditos productivos para la reactivación económica y protección del empleo en el sector privado, con la finalidad de evitar la ruptura de la cadena de pagos, reactivar la economía u proteger el empleo, las entidades del sistema financiero nacional, ofrecen líneas de crédito al sector productivo, de rápido desembolso que incluirán condiciones especiales, tales como: períodos de gracia, plazo de pago, y tasas de interés preferenciales. (Litardo & Rubio , 2020)

La situación a nivel país con estos cambios tienen que ser analizados por cada empresario, porque una vez adquirida la deuda, a pesar de tener beneficios, y acuerdos importantes como plazos de pago o tasas de interés bajas, debe ser cubierta a su totalidad a un determinado tiempo, y si el negocio es sustentable podrá mantenerse en el tiempo, si no es rentable no sólo perderá un negocio, sino adquirirá una deuda que debe cubrir a su totalidad.

Factores Económicos:

Las tasas de interés por parte de entidades financieras ante un préstamo para la creación de un nuevo negocio, la cantidad de requisitos por parte de las entidades financieras para poder otorgar préstamos para ejecución de emprendimientos es un factor puntual a ser considerado, esto de la mano con la variación de la tasa de inflación ante los cambios en el gobierno y sus medidas económicas, que afectan de manera directa a las empresas.

El poder de negociación entre proveedores y clientes dentro de la cadena de suministros, los costes de logística, transporte en toda la línea de producción y entrega, costes de materia prima para la ejecución del negocio son factores económicos importantes dentro de la cadena de valor de la implementación del nuevo servicio.

El aumento o disminución de la demanda y el crecimiento económico del sector por implementación de nuevo negocio se vincula con ofertas laborales, las mismas que permitirán en el sector mejorar el nivel de vida de la sociedad, y a la vez permitirá que existe mayor rotación de dinero, generando beneficios en el cantón.

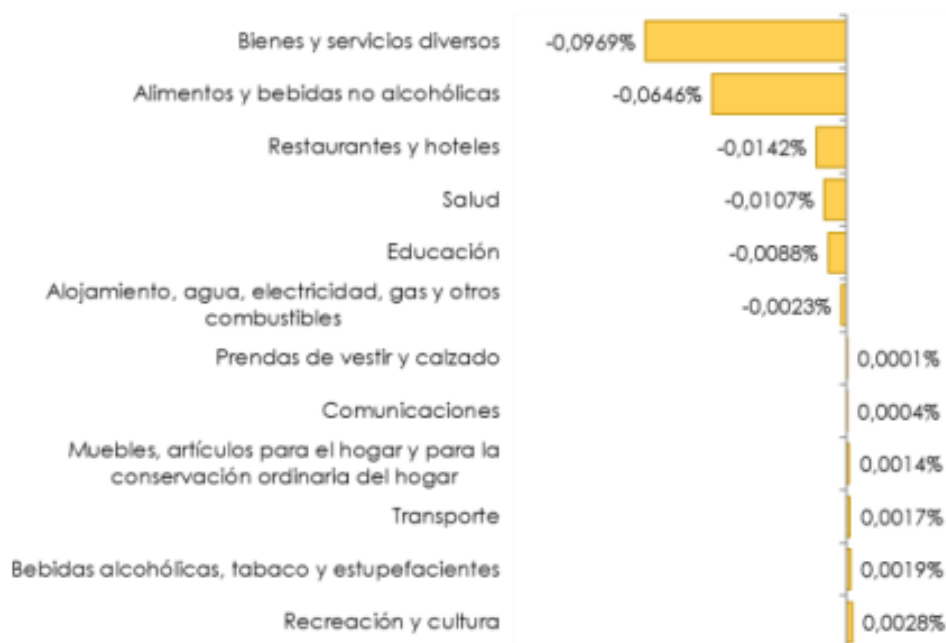


Figura 18. Incidencia por divisiones de consumo, Tomado de “Índice de Precios al Consumidor (IPC)”, octubre 2020.

En octubre del 2020, según boletín emitido por el INEC la Canasta Familiar Básica (CFB) se ubicó en USD 710.74, mientras que, el ingreso familiar mensual de un hogar tipo fue de USD 746.47, lo cual representa el 105.06% del costo de la CFB. (INEC, 2020)

De acuerdo a los números del INEC, el desempleo pasó de 3.8% en diciembre del año pasado, a 13.3% entre mayo y junio del 2020, es decir, un incremento de 9.5 puntos porcentuales. (Angulo, 2020). El desempleo se da a raíz del quiebre de empresas privadas y públicas por el COVID-19, el aislamiento total, el miedo al principio de la pandemia provocó que las personas no salgan de sus hogares, aquí se implementó ventas online, a través de redes sociales. Al no salir de sus hogares y disminuir el consumo a nivel nacional, las empresas redujeron horas laborables, nivel de producción, lo que los llevó a reducción de personal, y en casos extremos el cierre de las mismas.

El gráfico muestra dos rangos amplios en comparación a los otros puntos, el de bienes y servicios directos está relacionado con productos de necesidades básicas como desodorante, pañales desechables, crema para la piel, rasuradora. (INEC, 2020). Mientras que el segundo y más destacado en toda la pandemia fue la alimentación, y se muestran los productos con mayor consumo en el siguiente cuadro, reporte generado en octubre del 2020:

Tabla 18

Índice de precios al Consumidor

Producto	Ponderación	Incidencia Mensual	Inflación Mensual
Presas de pollo	0,0096	-0,0219%	-4,33%
Cebolla paiteña	0,0029	-0,0139%	-5,21%
Queso de mesa	0,0068	-0,0092%	-2,20%
Tomate riñón	0,0033	-0,0091%	-4,82%
Galletas	0,0018	-0,0062%	-5,43%
Yogurt	0,0038	-0,0057%	-2,38%
Papa	0,0046	-0,0055%	-1,99%
Café soluble	0,0013	-0,0052%	-6,26%
Leche líquida pasteurizada	0,0111	-0,0050%	-0,75%
Pollo entero	0,0113	-0,0045%	-0,73%

Nota: Tomado de “Índice de Precios al Consumidor (IPC)”, octubre 2020.

Factores Sociales:

Los hogares ecuatorianos han ido incrementando el consumo de pollo anualmente, en Ecuador el consumo anual de pollo por persona se sitúa en 30.40 kg. Esto implica que los últimos 10 años, el consumo se incrementó en unos 7.78kg, pues en el 2010 se estimaba en 22.62kg, refieren datos de la CONAVE. Todas las avícolas produjeron 281 millones de pollos en el 2019, un crecimiento del 14.69% frente al 2018. (Villón, 2020)

En el mes de marzo del 2020, trajo el confinamiento en varios países, la conversación digital, el uso de internet y otras redes sociales se han multiplicado y aquí comienzan a hacerse notorias las nuevas tendencias que marcan a la sociedad. (Gutierrez, 2020)

Tabla 19

Tendencias que marcan la sociedad durante Coronavirus

Trasladar la educación obligatoria al ámbito digital.
Un descanso de la contaminación atmosférica a largo plazo tendrá beneficios para la salud, especialmente en enfermedades respiratorias.
Las videoconferencias son ya las nuevas tarjetas de presentación.
No es solo una pandemia de salud, sino de violencia contra la mujer; ya que el número de casos han incrementado.
El uso de iconografía como el arcoíris se ha extendido como símbolo de esperanza y resiliencia.

Nota: Tomado del BID,2020.

El COVID-19 ha tenido un impacto sobre los sistemas alimentarios y seguridad alimentaria, lo que es de vital importancia para la sociedad. El aislamiento y restricción vehicular tienen un gran impacto dentro de la cadena de suministros, lo que genera afectación a la mano de obra empleada y el capital usado en el proceso de producción y los otros eslabones del resto de la cadena que incluyen el transporte, procesamiento, envasado,

almacenamiento, distribución, grandes mercados de abasto y los puntos de ventas al por menor. (FAO, 2020)

Dentro de las industrias de alimentos se debe ideal fortalecer las medidas de BIO seguridad, para prevenir contagios y exista un correcto manejo de la materia prima, y evitar contaminación cruzada, no sólo está en riesgo la vida del colaborador sino también del consumidor, y este último punto, como empresa, tiene gran responsabilidad.

Factores Tecnológicos:

Los factores tecnológicos generan nuevos productos y servicios, y mejoran la forma en que se producen y se entregan al final. Las innovaciones pueden crear nuevos sectores y alterar los límites de los sectores ya existentes. (Martínez & Milla, 2012)

La innovación y uso de tecnología avanzada que garantice inocuidad alimentaria en la producción del producto final, desarrollando productos con mejor presentación, los mismos que serán procesados gracias a una correcta implementación de maquinarias que reduzcan los accidentes y reduzca el tiempo de producción, les permitirá ser más eficientes.

Automatizar ciertos procesos dentro de la cadena ayudará para que existan menos accidentes, y a la larga menos problemas de salud en los trabajadores. La adquisición de materiales que amplíen la capacidad humana (como microscopios) para reducir niveles de contaminación en el proceso será una ventaja dentro de la organización. Para tener un mejor control en cuanto a conducta y posibles accidentes dentro de la empresa, la implementación de cámaras de seguridad permitirá pre cautelar la vida de los trabajadores, buen estado de los productos, y buen manejo de la infraestructura.

El 2020 la era tecnológica se convirtió en un cambio radical en a nivel mundial, las mismas que venían adaptándose lentamente y ahora son las principales herramientas utilizadas gracias al teletrabajo, capacitación en línea, ampliación de redes de comunicación y así ampliar la cobertura y acceso a servicios. (BID, 2020)

En Ecuador existe una iniciativa para fomentar el consumo de la carne de pollo por su alto valor nutricional. La CONAVE (Corporación Nacional de Avicultores del Ecuador)

tras lo que está viviendo actualmente el mundo a raíz de la pandemia de Covid-19 realizó una campaña virtual y digital por las redes sociales de la corporación, promoviendo el consumo de esta proteína avícola a través de material gráfico, audiovisual e historias con influencers. (AviNews, 2020).

Tal como lo ha manejado la CONAVE en el presente año, se debe informar a los consumidores, desde la importancia de un producto de calidad hasta el incentivo para vender, actualmente las personas no se encuentran en los lugares físicos para comprar, prefieren hacerlo todo en línea y que los productos lleguen hasta su hogar, incluso si deben pagar un valor adicional por la entrega. Esta es una oportunidad para los negocios que tienen conocimiento sobre el correcto manejo de redes y el acceso a internet. Lo que a su vez se convierte en una desventaja para los que desconocen el manejo de los mismos.

Factores Ambientales:

Debido a la contaminación ambiental el Ministerio del Ambiente de Ecuador en el 2015 implementa la certificación “Punto Verde”, que es una marca institucional que otorga el Ministerio del Ambiente, a través de sus incentivos a toda actividad del desarrollo nacional que optimiza los recursos naturales en sus procesos, demostrando cumplir más allá de la normativa legal con el fin de reducir los impactos ambientales negativos hacia el entorno natural, en especial ecosistemas sensibles y con ellos mejorar la calidad de vida de los ciudadanos. (Ministerio del Ambiente, 2015)

La Constitución del Ecuador en el Art. 14 reconoce el “*derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, sumak kawsay*”. Mientras que el Art. 15 indica que “*el estado promoverá en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientales limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto*” (Constitución, 2008)

Así también el Art.278 señala en el numeral 2 que “*para la consecución del buen vivir, a las personas y a las colectividades y sus diversas formas organizativas, les corresponde producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental*”. (Constitución, 2008)

Como organización poder obtener una certificación como Punto verde, lograr la optimización en el uso de agua, no desperdiciar o consumir en exceso este líquido vital, implementar un sistema de purificación del agua, control en el uso de energía y suelo, evitar excesos de desperdicios y poder reutilizarlo como abono, contar con áreas verdes, que ayuden en la purificación del aire, garantiza ser responsable con el medio ambiente, porque ser socialmente responsable no es sólo con las personas, sino también con el provee este negocio, es decir la naturaleza.

En el Plan del Buen Vivir (2017-2021) los siguientes objetivos detallan políticas alineadas al proceso sustentable y consumo. (Senplades, 2017)

Objetivo 3: *Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones:*

- **Objetivo 3.3.-** *Promover buenas prácticas ambientales que aporten a la reducción de la contaminación, a la conservación, a la mitigación y a la adaptación a los efectos del cambio climático, e impulsar las mismas en el ámbito global*

- **Objetivo 3.5.-** *Impulsar a la generación de bioconocimiento como alternativa de producción primario-exportadora, así como el desarrollo de un sistema de bioseguridad que precautele las condiciones ambientales que pudieran afectar a las personas y otros seres vivos.*

- **Objetivo 3.6.-** *Incentivar la producción y consumo ambientalmente responsables, con base a los principios de economía circular y bio-economía, fomentando el reciclaje y combatiendo la obsolescencia programada.*

El plan del Buen Vivir no sólo se enfoca en cómo mejorar el nivel de vida de los ecuatorianos, sino es notable el cuidado y seguridad que inculca en la naturaleza. Ser socialmente responsable como organización no sólo se relaciona con la oportunidad laboral que crea en el mercado, o sólo con la ayuda humanitaria hacia la población, como

donaciones, sino que ser socialmente responsable va de la mano con saber cuidar la naturaleza.

Un claro ejemplo dentro de la zona es la empresa Pronaca, la misma que posee una Planta de Agua que reutiliza el agua que usa para su producción y a través de un sistema de descontaminación, separa líquidos de residuos, los mismos que se utilizan como abono. Es decir dentro de su cadena no existen desperdicios. Son socialmente responsables con el medio ambiente, y al ser Bucay el punto dónde se proyecta ubicar esta nueva empresa, es importante enfocarse en este gran ejemplo, que los ha llevado a constituirse en una de las principales empresas a nivel nacional.

Análisis de las Fuerzas de Porter



Figura 19. Fuerzas de Porter, por Michael Porter, 1979.

A partir de un estudio amplio de una gran cantidad de empresas, Michael Porter llegó a la conclusión de que el potencial de ganancias de una industria está determinado en gran medida por la intensidad de la rivalidad competitiva dentro de la industria. A su vez, la rivalidad puede explicarse en términos de cinco fuerzas: la amenaza de los nuevos ingresantes, el poder de negociación de los proveedores, el poder de negociación de los compradores, la amenaza de los productos o servicios sustitutos y la rivalidad entre los actuales participantes. (Castillo, 2005)

Poder de negociación de los clientes

Al existir este negocio por años en el cantón, los microempresarios conocen los canales de distribución, y al implementarse el proyecto idealizan poder tener precios equilibrados, calidad del producto y servicio. Los clientes tienen el poder de elección, al existir mucha competencia, no en el ámbito industrial sino tradicional, ante esto se debería garantizar el excelente estado de los productos, tener control en logística y cumplir con fechas y horarios de entrega, manejar marketing estratégico en diferentes medios para que opten por elegir este servicio, confiabilidad en productos saludables, sin riesgo a contagiarse de enfermedades, brindarles buen servicio, capacitar al personal de ventas para cerrar ventas y fidelizar clientes.

Poder de negociación de los proveedores

Los proveedores dentro de este nuevo negocio cumplen una parte fundamental, son los responsables de la materia prima, la misma que debe cumplir con todas las normas sanitarias en la crianza del ave. Cabe recalcar que debe utilizar su máxima capacidad de producción, porque proveerá no sólo aves en pie sino ave faenada, debido a esto debe modificar el proceso, es decir: establecer fechas de entrega de producto, garantizar el consumo total de la producción de ave en pie en fechas establecidas, establecer un precio límite que permita negociar en el ámbito ganar-ganar, definir plazos de pagos.

Amenaza de nuevos competidores entrantes

La competencia es notable en esta línea de mercado, debido a que es una de las más rentables dentro del cantón. Existe proveedores de aves en pie con menor producción y pueden bajar el precio tanto que ganarían por volumen más que por unidad, debido a esto se debería: diferenciar el producto, invertir en una ideal infraestructura, identificar la marca del producto, cumplir con lo establecido por Agrocalidad, manejar BPM's que garanticen la calidad total del producto, establecer un precio promedio en el mercado y definir

correctamente los canales de distribución para que el producto llegue a tiempo al consumidor.

Amenaza de productos sustitutos

Productos sustitutos dentro de esta gama es amplia, cada producto cárnico de terneras o frigoríficos, pueden reemplazar al ave, por consumo de res, cerdo, que son los principales productos cárnicos de consumo. Debido a esto se debe: manejar buen marketing dentro de los medios, destacar las ventajas de consumir un producto 100% garantizado, definir los beneficios de consumir carne de ave, como el porcentaje de proteína que brinda al consumidor.

Rivalidad entre competidores

En el sector existe una empresa que procesa ave faenada en gran escala, y cuenta con muchas granjas avícolas que proveen este negocio. Aunque su producción es direccionada a las principales ciudades del país, pero dentro de la misma se vende producto al personal que trabaja ahí, que emplea a 1200 personas, lo que definiría como competencia directa, además de todas las ventas informales que se dan en los mercados populares. Por lo antes mencionado se debería: realizar una pre venta, mantener negociaciones con proveedores, mejorar la calidad del servicio, contar con personal capacitado, fidelizar clientes y trabajar continuamente con la calidad del producto, y el método just in time, que garantice el producto en la mesa del cliente en los horarios definidos.

Estudio del sector, dimensión del mercado, estimación del mercado meta.

Existen 1819 granjas avícolas en el Ecuador. El negocio de la avicultura genera aproximadamente 32 000 fuentes directas de trabajo, 220 000 fuentes indirectas. (El Telégrafo, 2019), y alrededor de 2000 millones de dólares al año, es decir el 16% del PIB agropecuario y el 2% del PIB total (Dra. Diana Espín, directora ejecutiva de la Corporación

Nacional de Avicultores del Ecuador, CONAVE). Más de la mitad de la producción de carne de ave del país se concentra en las provincias de:

Tabla 20

Provincias con Mayor Producción de Carne de Ave 2019

Guayas	22%
Pichincha	16%
Santo Domingo de los Tsáchilas	14%

Nota: Adaptado de Diario el Telégrafo, 2019.

Además, como dato importante según la CONAVE Ecuador no importa carne de ave, sino reproductoras de un día de edad, especialmente de Perú y Brasil, para producir el pollo de engorde. Ecuador no exporta carne de pollo, porque toda su producción es consumida dentro del mismo.

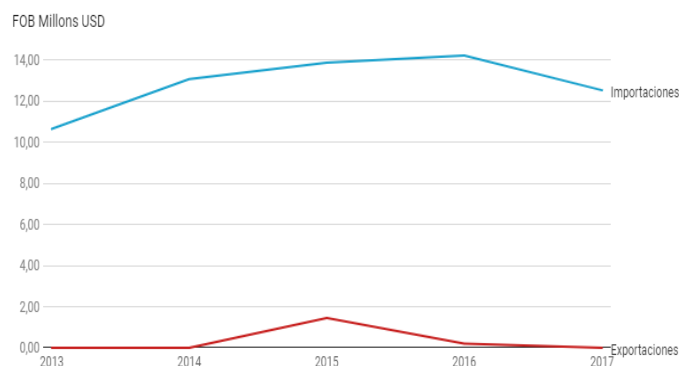


Figura 20 *Importaciones y exportaciones ecuatorianas de pollo o gallinas. Tomado de la CFN.*

Según la revista *Avinews* publicada en octubre del 2017, en Ecuador se produce entre 230 a 250 millones de aves de engorde anualmente. El consumo per cápita en el 2017 era de 30 a 32 kilos al año. El consumo de ave es superior a la de cerdo: 12 kilos, y al de res y pescado: 10 kilos. (Revista Líderes, 2015). El pollo es el quinto alimento más consumido en Ecuador, después del pan, arroz, bebidas gaseosas y la leche.

En Bucay la carne de ave es de las más baratas y de las más apetecidas, el precio de un ave, en este caso pollo, está entre los \$6 a \$9, varía según el peso, mientras que en los supermercados el valor promedio es de \$15. La población de Bucay es de 10642 habitantes, según el CENSO 2010, de los cuales 5369 son hombres y 5273 son mujeres.

En el mercado local existen 4 granjas productores de aves en pie localizados en sector alrededor de la cabecera cantonal, la implementación de estas granjas avícolas debe cumplir requisitos de Agrocalidad, y este es uno de ellos. Cada una produce aproximadamente 5000 aves mensuales por granja, es decir se estima una producción de 20000 aves por mes.

Tabla 21

Producción de Aves Mensuales, Proveedores Bucay

GRANJA AVICOLA	VENTAS UNIDADES	%
A	5000	25
B	5000	25
C	5000	25
D	5000	25

Nota: Tomado de “Entrevista aplicada a proveedores de aves en pie-Bucay”, por García Roldán Geovanna, 2020.

Se estima que el mercado potencial sea los propietarios de las granjas avícolas, que deseen incursionar en el área de faenamiento de ave, según datos obtenido en el censo, se percibe que el 75% del total de granjas avícolas harían uso de él, y de esta manera

incrementar sus niveles de ingresos, ampliar sus canales de venta, manejar un precio de ave faenada promedio, y no se disparen los precios entre la competencia.

Además de contar con todas las normas de bio seguridad, buen manejo del producto, reducción de contaminación ambiental, y poder ser los principales distribuidores de aves faenadas en mercados populares, se elimine el faenamamiento en lugar clandestinos, y se garantice el consumo de aves faenada bajo todas las normas de Agrocalidad, y sus negocios no sean clausurados.

Perfil del consumidor

Para poder definir el perfil del consumidor es necesario conocer el comportamiento del consumidor, y este estudia cómo y por qué compran y consumen los consumidores. Este acto de consumo, analizando con detenimiento nos introduce dentro del mundo de la economía, la psicología o la sociología, entre otros campos. A través de esta teoría la empresa adquiere conocimiento de las preferencias y opiniones del consumidor y le permite a la empresa segmentar el mercado en grupo de consumidores con comportamientos similares. (Rivera, Arellano, & Molero, 2000)



Figura 21 Aspecto del perfil del consumidor, por Kotler y Armnstrong, 1998.

Según los datos obtenidos mediante los censos, se puede definir los siguientes aspectos:

Demográficos:

El 100% de los consumidores son masculinos, recordando que existen más granjas pequeñas en producción donde son encabezadas por mujeres. Es decir, se podría definir el 75% masculino y el 25% femenino. La edad promedio del consumidor está entre los 30 años. Por lo general estos tipos de negocios son familiares, por ende, el estado civil de los consumidores es de casados.

Económicos:

Por sus niveles de ventas mensuales se estima que sus ingresos son de \$27 500 al mes, variable sujeta a la producción de aves. La ubicación de estas granjas es fuera de la ciudad, debido a las normas de bioseguridad y calidad que ofrecen en sus productos. También se debe considerar que el clima es importante en esta área.

Sociales:

El 75% de los consumidores tienen nivel de estudio medio, es decir han cursado hasta la secundaria, no poseen un título de tercer nivel, su actividad principal es la crianza de aves en pie, y a su debido tiempo proveer al cantón de sus productos.

Psicográficos:

Fidelización, confianza y buena relación son los valores destacados dentro de los consumidores, lo que garantiza una buena negociación y establecer mutuos acuerdos. Aspectos importantes dentro de este negocio es la calidad total, esto es valorado por el consumidor, definiendo calidad total, a limpieza, precios, buen manejo del producto, todo esto le permite definir como un producto libre de contaminación, 100% seguro para el consumo.

Hábitos de compra:

Debido a la producción de aves, la crianza y tiempo de saque de aves desde las granjas, se estima una producción de 42 días, 15 días para el consumo total de la producción y 15 días adicionales para desinfección y nueva producción. Las fechas de saque de pollos debe variar por cliente para que no exista para en el proceso de faenamiento local, ni desabastecimiento en el mercado de consumo de ave faenada.

Análisis interno de la empresa

A continuación, se realizarán varios análisis desde la perspectiva de la empresa con el entorno exterior, y poder así identificar posibles oportunidades y amenazas en el desarrollo de la misma., y los factores que influyen directa e indirectamente para poder conocer mejor el mercado.

Análisis DAFO

La matriz DAFO le sirve a la empresa para marcarse objetivos para explotar cada fortaleza, aprovechar las oportunidades, frenar cada debilidad y defenderse de las amenazas. (de Mateo Pérez, Bergés Saura, & Sabater Casals, 2009)



Figura 22. Tomado de Análisis DAFO. Por Albert S. Humphrey, 1926

Tabla 22

Análisis FODA

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Falta de inversionistas• Falta de financiación• Escasa diferenciación del producto procesado.• Falta de proveedores de aves en pie.• Costos elevados de materia prima.• Alto porcentaje de merma de producción.• Infraestructura defectuosa.	<ul style="list-style-type: none">• Productos sustitutos• Competencia indirecta, con procesos no regulados por Agrocalidad.• Sacrificadores de aves clandestinos.• Entrada de nuevos competidores.• Nuevas leyes que regulen el sector.• Preferencia de los consumidores hacia lo tradicional.
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Bajo costos de producción.• Personal capacitado en área de producción.• Canales de distribución establecidos.• Fidelización a clientes.• Organización de equipo administrativo para definir directrices.• Capacidad para establecer estrategias de mercadeo.	<ul style="list-style-type: none">• Crecimiento notable, debido a que la demanda no está totalmente satisfecha.• Conocer la perspectiva de proveedores sobre esta cadena de producción.• Aceptación del proyecto por parte de proveedores de aves.• Proveedores con experiencia en el mercado.• Alta demanda del mercado.• Posibilidad de alianzas estratégicas con el municipio local.• Mejorar la calidad de vida de los habitantes de Bucay y sus alrededores.• Incursionar en un negocio totalmente nuevo.

Nota: Tomado de “Observación directa”, por García Roldán Geovanna, 2020.

Análisis CAME

CAME, las iniciales Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar. Se trata de cómo se pueden corregir los defectos, debilidades; cómo afrontar las amenazas, cómo mantener o mejorar las fortalezas y cómo explotar las debilidades. (Fernández Romero, 2008)

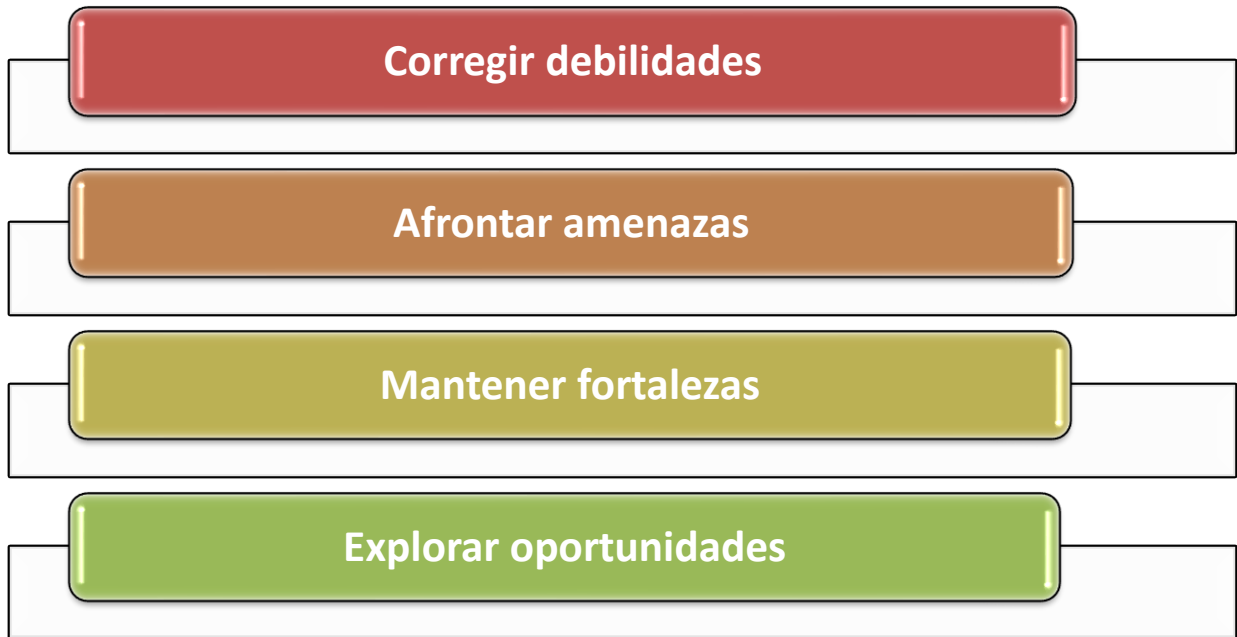


Figura 23. Análisis CAME. Adaptado del “Análisis FODA”, por Albert Humphrey, 1965

Corregir debilidades

- Elaborar un proyecto con proyecciones, y rentabilidad bien establecidos, para poder atraer inversionistas, que deseen asumir el riesgo y poner en marcha este prestador de servicios.
- Revisar en diferentes instituciones financieras, los requisitos, tasas de intereses, para poder optar por la mejor propuesta, recordando que los plazos deben ser largos, para poder tener cumplir con las cuotas.
- Contratar un especialista en proyectos, que permita visualizar cuál es la mejor opción en espacio, terreno y maquinaria óptima.

- Mantener un diálogo constante con los proveedores para negociar precio del ave en pie, en tiempos de entrega establecidos, así no generan un faltante de materia prima.
- Diseñar un plan de control de mermas, para poder corregir y que este se reduzca cada vez más, porque merma es sinónimo de pérdida.

Afrontar amenazas

- Potenciar el producto en el mercado a través de estrategias de mercadeo, para que provoque en la mente del consumidor confianza y seguridad para adquirirlo.
- Concientizar al mercado los beneficios que ofrece el producto, el buen manejo de la materia prima, y poder así eliminar la inclinación hacia vendedores informales.
- Definir claramente que el producto al ser supervisado por Agrocalidad, tiene la garantía de que al consumirlo no provocará enfermedades, ni a corto tiempo, mucho menos a futuro.
- Manejar una buena imagen financiera, relación correcta con proveedores, fidelizar a los clientes, para que la competencia a pesar de estar en la misma línea no gane mayor ventaja competitiva.
- Ser conscientes de que, a pesar de los cambios en las leyes locales, o nacionales, se debe estar dispuesto a adaptarse al cambio y si es necesario re definir las estrategias establecidas, con metas a corto plazo.

Mantener fortalezas

- Capacitar al personal para poder ser back up de otros puestos dentro de la organización, para que cuando se presente enfermedad, o despido se cuente con el talento humano ideal para cubrir vacantes, y la producción no se detenga.

- Fijar un precio con los proveedores para poder mantener un precio promedio en el mercado local, esto se puede lograr mediante acuerdos, un buen diálogo y estrategias ganar-ganar ayudarán mucho para cerrar negocios rentables.
- Contratar personal con experiencia laboral en el área de producción, y capacitar a los proveedores para poder tener garantía de los productos alimenticios a procesar, se debe tener claro que es una cadena hasta el cliente final.
- Establecer rutas, con horarios definidos para poder trabajar con el lema “just in time” y los microempresarios tengan la garantía de empezar su actividad comercial y no perder ventas.
- Contar con personal optimista y visionario, con ayuda de una capacitación continua sobre los cambios en el mercado para poder cambiar enfoques obsoletos e ir direccionando a la empresa hacia el éxito.

Explorar oportunidades

- Capacitación continua de la mano con la aceptación en el mercado, puede ayudar a identificar posibles mejoras dentro del negocio, y mejorar no sólo la imagen del producto, sino también el proceso de producción.
- Mantener buena relación con proveedores para poder tener una imagen corporativa confiable, y así poder atraer más proveedores de aves en pie, dispuestos a capacitarlos sobre los lineamientos que debe tener el ave para ser procesada.
- Al existir alta demanda del mercado, y a la vez competencia, lo ideal es concientizar en el mercado los beneficios de consumir un producto controlado en BPM's e higiene dentro de todo el proceso, así se genera confianza y credulidad en el cliente.
- Manejar dentro del área de talento humano una preferencia por personal que resida en la zona, para poder generar empleo, y ayudar a la sociedad a tener mejores condiciones de vida.

Cadena de Valor



Figura 24. Cadena de Valor. Adaptado de “Cadena de Valor”, por Michael Porter, 1985

Diagnóstico

Matriz de crecimiento de Ansoff

Tabla 23

Matriz de crecimiento de Ansoff

		PRODUCTO	
		EXISTENTES	NUEVOS
MERCADO	EXISTENTES	Posicionar en la mente del cliente los productos disponibles mediante el uso de canales de distribución bien establecidos, mercadeo a través de redes sociales y diferentes medios de comunicación.	Incursionar en faenamiento de diferentes tipos de aves, de preferencia en el mercado y ampliar así la gama de productos disponibles.
	NUEVOS	Dar a conocer el producto final a clientes de diferentes ciudades mediante una red de mercadeo, ampliando canales de distribución.	Expandir a mercados Inter cantonales, y proveer los diferentes tipos de aves faenadas a más microempresarios con garantías de calidad.

Nota: Adaptado de “Matriz de crecimiento Ansoff”, por Igor Ansoff, 1957.

Estrategias comerciales a desarrollar

- **Definir el segmento de mercado:** Entregas de ave faenada a los mercados populares de Bucay y el Reciento Matilde Esther, además de las tercenas o frigoríficos, con un buen precio.

- **Especificar los beneficios del producto:** Dentro de la publicidad, más allá de las especificaciones del producto como tal, es decir peso, imagen o precio, es indispensable definir los beneficios de consumir carne de ave es decir el potencial energético que brinda al consumidor.
- **Negociar ganar-ganar:** Establecer un precio promedio con el proveedor por adquisición de ave en pie, establecer también fechas de entregas, y horarios de recepción de aves para el proceso de faenamiento.
- **Seguimiento a reclamos de clientes:** Dar solución a los reclamos en el menor tiempo posible, garantizar devoluciones y reposiciones a tiempo.
- **Manejo de redes sociales:** Actualmente el mejor medio para llegar a clientes es redes sociales, se podría definir que el mundo ahora es tecnológico, y a mayor alcance mayor información para clientes potenciales.
- **Tarjetas de fidelización de clientes:** Los clientes que cuenten con estas tarjetas pueden hacer uso de los beneficios establecidos, como ser los primeros en contar con el producto en sus negocios, precios estables, y cantidades definidas con anterioridad.

Resumen

En el mercado existe competencia, debido a que la comercialización de aves faenadas ha sido uno de los negocios más antiguos del sector, pero no con un correcto uso de BPM's, y de manejo de inocuidad alimentaria, es decir todo ha sido empírico. La empresa posicionada en el mercado de aves tiene un alcance nacional pero los mercados locales tienen un desabastecimiento de aves faenadas de la manera correcta, es decir sin torturación, y con toda la limpieza posible, garantizando calidad al producto final. Es aquí donde se presenta una oportunidad de invertir, generar empleo, y dar seguridad alimentaria al cantón.

Establecer como primer lugar una organización con una muy buena infraestructura, maquinarias de última tecnología y personal capacitado, además de tener experiencia, porque este tipo de negocio ya existe en el medio, no hay que explorarlo, sino potenciarlo y abarcar la demanda de aves faenadas. Lograr reducir de la mente del consumidor la preferencia por aves faenadas de la manera tradicional sería uno de los puntos principales a alcanzar, porque esta última no le garantiza al consumidor ingerir productos saludables.

CAPÍTULO 4

Estudio Técnico y Financiero

Estructura Empresarial

Organigrama de la Empresa

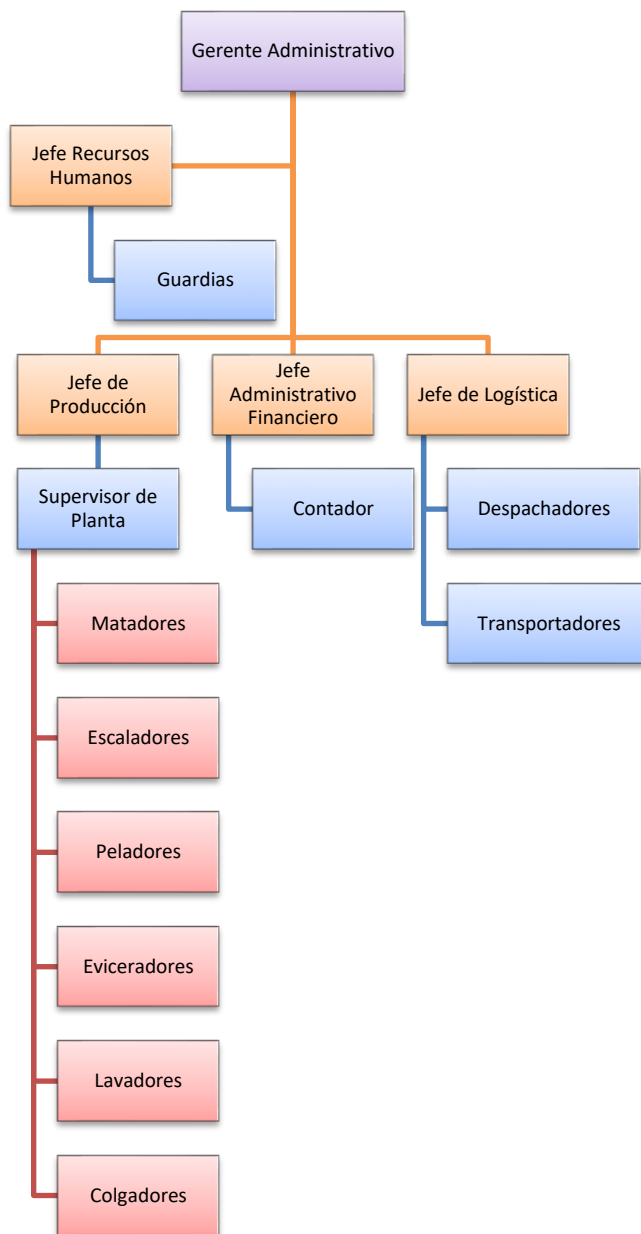


Figura 25. Organigrama de la empresa

El organigrama presentado, permite conocer los cargos a ocupar dentro del prestador de servicios de sacrificio y faenamiento de aves en el cantón Bucay, teniendo como líder al gerente, al cual deben reportar todos los demás cargos respetando las líneas jerárquicas. El departamento de talento humano tiene una función especial donde reporta directamente al gerente, pero a su vez tiene participación directa con el resto de cargos. Toda esta estructura es de primordial observación porque dependiendo de cargos y funciones se establecen los sueldos, los mismos aspectos que serán detallados en el siguiente punto.

Descripción de Actividades del Personal

Tabla 24

Descripción del Perfil y Actividades del Cargo

Cargo	Perfil	Descripción de actividad
Gerente Administrativo	Título de tercer nivel en Administración de Empresas o afines, 3 años de experiencia en cargos similares, capacidad de trabajo a presión	Persona encargada de administrar el negocio, entrega reportes e informa el estado del negocio
Jefe de Recursos Humanos	Título de tercer nivel en Psicología Organizacional o afines, 2 años de experiencia en cargos similares, capacidad de trabajo a presión.	Persona encargada de reclutamiento y evaluación del personal, roles de pago, horas extras, beneficios sociales etc.
Jefe de Logística	Título de tercer nivel en Administración de Empresas, Ingeniería de la Producción o afines, 2 años de experiencia en cargos similares, capacidad de trabajo a presión	Persona encargada de la recolección de aves en las diferentes granjas, recolectar y ubicar en diferentes gavetas, y transportar hasta la planta de faenamiento, y distribuir el producto terminado.

Jefe Financiero y Administrativo	Título de tercer nivel en Contabilidad o Auditoría, CPA, 3 años de experiencia en cargos similares, capacidad de trabajo a presión	Persona responsable de la contabilidad del negocio y hacer frente a los organismos de control como el SRI, Superintendencia de Compañías etc.
Escalador	Título de Bachiller, 2 años de experiencia en cargos similares, capacidad de trabajo a presión	Persona encargada de dilatar los folículos de la piel del pollo, es decir de sumergir los pollos en agua caliente.
Jefe de Producción	Título de tercer nivel en Ingeniería de la producción o afines, 3 años de experiencia en cargos similares, capacidad de trabajo a presión	Persona encargada de que se lleve a cabo la producción y controle las compras para la misma, hace solicitudes para realizar las compras y entrega al contador
Contador	Título de tercer nivel en Administración de Empresas o afines, 2 años de experiencia en cargos similares, capacidad de trabajo a presión	Persona encargada del registro de facturas, arqueos de caja, conciliación bancaria, depreciación de activos, elaboración de balances etc.
Supervisor de Planta	Título de tercer nivel en Ingeniería Industrial, Agro alimentos o afines, 2 años de experiencia en cargos similares, capacidad de trabajo a presión	Persona encargada del conteo y registro de número de aves que disponen para la producción, se encarga que se lleve a cabo cada proceso productivo.
Matador	Título de Bachiller, 2 años de experiencia en cargos similares, capacidad de trabajo a presión	Persona encargada de llevar a los pollos a la línea de matanza, sea automática o manual.

Eviscerador	Título de Bachiller, 2 años de experiencia en cargos similares, capacidad de trabajo a presión	Persona encargada de la extracción de las vísceras, conocidas como menudencias de la cavidad gastrointestinal del pollo.
Lavador	Título de Bachiller, 2 años de experiencia en cargos similares, capacidad de trabajo a presión	Personas encargadas del lavado completo de los pollos
Colgador	Título de Bachiller, 2 años de experiencia en cargos similares, capacidad de trabajo a presión	Persona encargada de colgar las aves en los embudos
Pelador	Título de Bachiller, 2 años de experiencia en cargos similares, capacidad de trabajo a presión	Persona encargada de retirar el plumaje del pollo.
Empacador	Título de Bachiller, 2 años de experiencia en cargos similares, capacidad de trabajo a presión	Persona encargada de empaquetar los pollos y dejar listo el producto para su traslado.
Transportador	Título de Bachiller, 2 años de experiencia en cargos similares, licencia tipo E (Profesional), disponer de camión, capacidad de trabajo a presión	Persona encargada de transportar el producto terminado listo para la venta.
Guardia	Título de Bachiller, 2 años de experiencia en cargos similares, capacidad de trabajo a presión	Personal encargado de la seguridad de la planta, reporta incidentes.

Nota: Obtenido de “Observación directa”, por *García Roldán Geovanna*, 2020.

La estructura organizacional de la empresa no es amplia, debido a que será puesta a prueba, con un número estimado de aves, teniendo a Bucay como el mercado objetivo, y dependiendo de la aceptación en el mercado y su crecimiento se aumentará la producción de aves, y a su vez la mano de obra. Es muy importante incorporar dentro del organigrama 3 líneas importantes como el jefe de producción, el cual será calificado mediante su rendimiento, procesos a tiempo y midiendo su eficiencia mediante la merma de producción.

Por otro lado, el encargado de la parte financiera, analizando si el costo de producción está siendo justificado y si representa ganancia a la empresa con el precio establecido. Y, por último, la logística que es de vital importancia para el cumplimiento con los clientes, tiene dos partes muy importantes, son los responsables de abastecer la planta con las aves justas en su hora de ayuda, para no perder peso, y su nivel de rentabilidad sea alto, y por otro lado también abastece de producto terminado en el mercado local, y debe ser justo a tiempo para garantizar la compra, y poder fidelizar clientes.

La capacidad y experiencia del personal administrativo es muy importante dentro de la ejecución del proyecto, y los operativos deben ser capacitados para la ejecución de sus funciones, con buenas prácticas de manufactura, confiando que con el paso de los años sean expertos en sus puestos, los cuales deben ser rotativos, para que al existir una ausencia pueda ser reemplazado inmediatamente, y no exista paralización de funciones en la planta.

Tanto el personal administrativo y operativo contarán con la correcta vestimenta e implementos de seguridad, porque parte de la seguridad laboral es uno de los derechos de los colaboradores, y a su vez son responsables del uso correcto y el cuidado de los mismos y rendir al 100% cumpliendo las funciones establecidas en sus contratos.

Capacitación continua es indispensable porque el mercado está en constante evolución, y a medida que varían las necesidades debe cambiar la manera de satisfacerlas, es importante la Investigación y Desarrollo dentro de las estrategias de mercadeo y a la vez enlazando al crecimiento económico, y la sostenibilidad a través del tiempo, sin dejar a un lado el impacto ambiental, porque ser exitosa no sólo representa sus ganancias, sino el aporte a la sociedad y al medio ambiente.

Flujo del Proceso Productivo

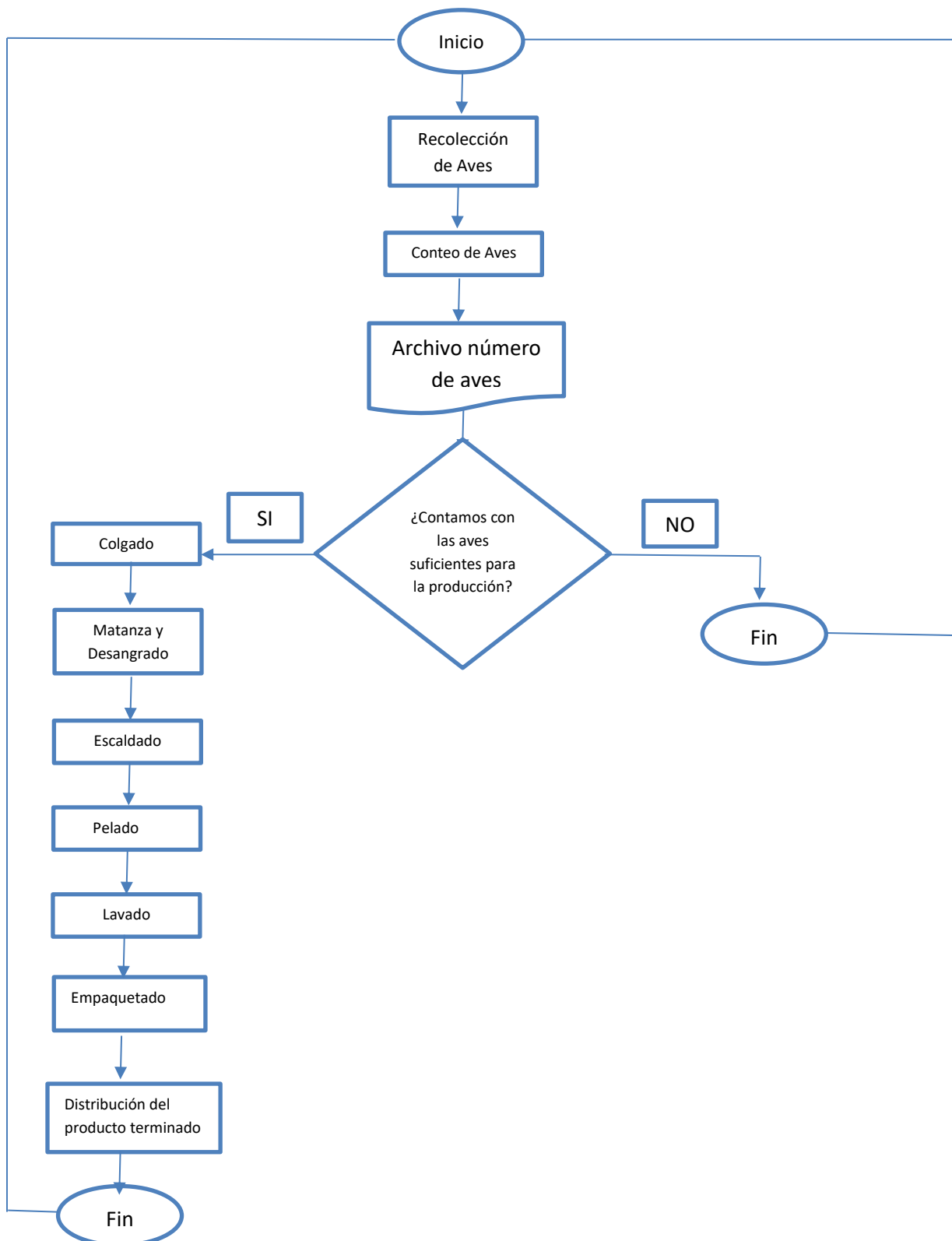


Figura 26. Diseño del proceso

A continuación, se realiza el diagrama de flujo del proceso productivo, con las respectivas entradas y salidas para conocer mejor el proceso del prestador de servicios de sacrificio y faenamiento de aves en Bucay:

El proceso productivo de la empresa de servicios de sacrificio y faenamiento de aves propuesto, inicia con la recolección de aves, las mismas que serán despachadas desde los principales proveedores de aves en pie del sector, para abastecer a los negocios que mantienen relación comercial con ellos. Es decir, la negociación de la venta es responsabilidad de los avicultores que incursionarán en el negocio de aves faenadas, la responsabilidad de la empresa es entregar los pollos faenados y distribuidos a los centros ya establecidos dentro de la ruta.

El personal de faenamiento, es decir desde colgado hasta lavado, tal como se observa en el flujo presentado anteriormente, tendrá una hora de entrada tipo 3am para poder empezar con el proceso de contar las aves desde la recepción en la planta vs lo enviado desde la granja avícola, esta área es la responsable del correcto desangrado de las aves, sin tortura, el desplumaje de las misma, y la cosecha de las vísceras comestibles, empacándolas por ave, esta es una actividad que será designada una vez implementada la actividad.

La parte del empaquetado está a cargo de otro grupo de personas, con un horario de entrada de diferencia de 2horas, es decir a las 5am. los mismos que son responsables del uso correcto de las fundas degradables, y el correcto empaque y clipado de las fundas, que no sean abiertas en el camino y desacrediten el buen manejo del producto dentro de la cadena productiva. Esta área es a encargada de clasificar las aves faenadas dependiendo el pedido en jabas, es decir los pollos al vacío, o completos, identificándolos por cintas de color en las jabas, las mismas que este equipo dentro de sus funciones deben ubicar en las jabas para que al continuar con la cadena, no exista confusiones.

El personal de despachos son los siguientes dentro del flujo de proceso, con un horario de entrada a las 6am, ellos son los encargados de recibir las jabas de producto terminado enviado desde empaque y clasificar las jabas por el color de cinta en pallets. En base a un archivo se debe tener el control de cuantas jabas deben ser despachados a los

diferentes clientes, identificados por nuestro cliente directo, los mismo que deben salir de planta facturados, con la respectiva documentación, constatación de unidades y pesos que garanticen el correcto manejo de las aves faenadas.

Tecnología

- Software de Contabilidad
- Software de Clientes (CRM)
- Maquinaria tecnológica para el proceso productivo
- Facturación electrónica

Estudio del mercado

La importancia del estudio de mercado está en que recoge toda la información sobre los productos o servicio que supone suministrará el proyecto, y porque aporta información valiosa para la decisión final de invertir o no en un proyecto de inversión. (Meza Orozco, 2013)

Para este proyecto se ha establecido una inversión inicial los cual asciende por un valor de \$238.859,32, esto implica la compra de muebles y enseres, vehículos, terreno o espacio para establecer la planta, edificios, gastos varios, capital de trabajo, todos estos recursos son necesarios para el funcionamiento del proyecto, más adelante se presenta el programa de inversión por trimestres del año cero del proyecto, cabe recalcar que para la inversión inicial es la fase de implementación del proyecto.

Uno de los puntos más importantes, es la de identificar cuáles son los clientes potenciales, los cuales detallamos a continuación:

- La Pañora
- Tiendas Industriales
- Proveedores varios o micro mercados

- Consumidores finales

Por otro lado, al igual que hemos identificado a los clientes potenciales, tenemos que identificar los principales competidores los cuales se detalla a continuación:

- Pronaca
- Avesca
- Liris S.A.
- Conave

Bucay es un cantón de la provincia del Guayas, donde se caracteriza por la producción agrícola y avícola, por lo que es un sector donde contiene todos los recursos necesarios y más importantes para la realización de este proyecto, en detalle cuenta con recursos hídricos, recursos eléctricos, control sanitario (ARCSA), servicios públicos varios (agua potable, luz, alcantarillado, comunicación, internet), condiciones climáticas aceptables, disponibilidad de recursos como materia prima, mano de obra entre otros.

Estrategias de Marketing

Las estrategias de marketing para la ejecución del proyecto y poder garantizar ventas y preferencia del consumidor. Para las estrategias de mercadeo analizaremos las herramientas de “*marketing mix*” para nuestro negocio.



Figura 27. Marketing Mix. Tomado de “Modelo de Marketing Mix”, por McCarthy, 1960.

Producto

El producto que se pondrá en el mercado (pollos), es un producto con estándares de calidad, producto de primera necesidad ya que la carne de pollo se consume frecuentemente en las familias ecuatorianas, por otra parte, los pollos empaquetados a simple vista atraen al consumidor final por su color natural que posee y no tiene un color artificial.

El producto que se comercializará en el mercado tiene diferentes presentaciones:

- Pollo entero enfundado con su respectivo peso.
- Pollo vacío enfundado con su respectivo peso.
- Pollo entero en gavetas y se lo entrega y se enfunda según la preferencia del cliente.

Precio

El faenamiento de pollos completos se encuentra empaquetado con material biodegradable, amigable con el medio ambiente, motivo por el cual se justifica su precio de venta al público de \$2,00 por libra en el año 1; es importante recalcar que cuando decimos pollo completo no referimos a que el pollo se le incorpora las menudencias.

El precio del producto se lo ha determinado en base a los costos de materias primas, mano de obra y costos indirectos de fabricación, los niveles y proyecciones del precio de nuestro producto se encuentra detallados en los presupuestos de costos.

Promoción

Para este proyecto se ha ideado estrategias de marketing para poder introducir el producto al mercado, una de ellas y la principal es establecer relaciones con clientes potenciales como: La Pañora, Tiendas interbarriales, micros mercados entre otros.

Por otra parte, se ha establecido otras estrategias de Marketing, las cuales consiste en realizar campañas publicitarias por medio de redes sociales, publicaciones en el periódico, campañas publicitarias por navidad, acercamiento con influencers, figuras públicas como presentadoras de televisión, reinas de belleza, para de esta manera poder realizar canje de productos por publicidad en redes sociales.

Plaza

Los pollos faenados están dirigidos a un mercado de competencia perfecta, ya que la comercialización de pollos posee características similares al de los otros productores y es un producto de primera necesidad para las familias, por tanto, los consumidores y proveedores son tan numerosos que ningún comprador ni vendedor puede afectar su costo.

El mercado principal de los pollos faenados es el cantón de Bucay que tiene una población total de 10.642 habitantes, según el último censo del año 2010 publicado en la página del INEC. Es importante mencionar que para todas las campañas publicitarias se ha establecido un presupuesto que se encuentra reflejado en el Estado de Resultados Integral.

Diseño Empresarial para Reducir el Impacto Ambiental

La empresa al empezar sus funciones, tendrá que asumir una responsabilidad social, la que interfiere mucho en el medio ambiente, el cual debe reducir la contaminación creando técnicas dentro de su proceso productivo que reduzca el impacto ambiental y a la vez beneficie al medio ambiente, por esto se establecen las siguientes medidas:

- **Instalar un medidor de agua:** Instalar un medidor de agua en la tubería principal de la empresa, el medidor permitirá llevar un control del consumo de agua en el proceso de faenamiento, donde será monitoreado por turno, desde el inicio del proceso hasta terminar la limpieza del turno. Mediante un control de los datos arrojados, y su correcto registro en documentos físicos, además de una base en Excel, se podrá obtener los primeros resultados de consumo de agua, mediante la fórmula:

$$\frac{\textit{litros de agua por turno}}{\textit{número de aves procesadas por turno}} = \textit{litro de agua por ave faenada}$$

El fin de instalar el medidor de agua y llevar el control del consumo permitirá buscar maneras de reducir el consumo por ave, Por ejemplo: control en llaves abiertas, recolección de desechos mediante el uso de escobas envés del riego de agua, etc.

- **Implementación de empaque en fundas biodegradables:** Se debe estudiar el mercado y encontrar proveedor de fundas biodegradables, las mismas que se

degraden en un promedio de 18 meses, es decir año y medio. Comprarlas por miles de unidades para reducir el costo por unidad. De esta manera asumir este costo elevará unos centavos el precio, aun así, se trabajará con técnicas de marketing que permita crear conciencia en los clientes, donde no sólo se les brindará seguridad de consumir un producto sano, sino que a la vez ayudará en reducir el impacto de contaminación ambiental. Este dato es importante que sea expuesto en la imagen del producto, y en las campañas publicitarias.

- **Tratamiento de los desechos:** Las plumas y las vísceras no comestibles forman parte de los residuos con mayor volumen dentro de la empresa, la mismo que mediante la implementación de un área de compostaje podrá convertirse en abono y crear un valor adicional de ingreso para la empresa. Ahora bien, el tema de compostaje se encarga de la descomposición de los residuos, por lo que la empresa asume otra responsabilidad ambiental, esta vez con el suelo. Las plumas contienen una proteína llamada queratina, pero es bastante resistente en condiciones ambientales y sólo un grupo de hongos, bacterias y larvas de polilla logran degradarlas, y estos son encontrados en el suelo. Debido a esto en los primeros meses de funcionamiento de la empresa se seleccionará una parte sólida para enterrar los restos de residuos de plumas y vísceras no comestibles, con el fin de generar un plan para la creación de balanceado bajo las medidas de calidad.

La implementación de estas medidas permitirá a la empresa reducir las externalidades negativas, siendo responsable con el medio ambiente, y no sólo buscando generar valor en la sociedad, o rentabilidad financiera, sino también concientizar en el talento humano de la empresa y en los consumidores que un correcto uso de recursos puede beneficiar al futuro de la humanidad.

En cuanto a costos son técnicas no costosas, es más el tema de buenas costumbres laborales y aportes de profesionalismo para la correcta toma de datos para poder tomar buenas decisiones en base a históricos. El tema de las fundas biodegradables debe ser analizado y comparar costos de diferentes proveedores, que garanticen las entregas a

tiempo y establezcan correctamente la política de cuentas por pagar. De esta manera se espera que todas estas técnicas lleven a la organización a reducir el impacto ambiental, y garantizar a su sostenibilidad a través del tiempo generando empleo en Bucay, y cuidando su entorno.

Inversión Inicial

En la presente inversión se considera una serie de recursos necesarios para el óptimo funcionamiento del proyecto; dichos recursos conciernen directamente en la operatividad del servicio de faenamiento, los cual asciende por un valor de \$238859,32.

Programa de Inversiones

Tabla 25.

Inversión

RUBRO	2019				
	1er trimestre	2do trimestre	3er trimestre	4to trimestre	TOTAL
(A) ACTIVOS FIJOS TANGIBLES					
Edificios	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 100.000,00
Instalaciones	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 5.000,00	\$ 12.500,00
Muebles y enseres				\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Maquinaria			\$ 10.000,00	\$ 3.480,00	\$ 13.480,00
Equipo de Computación				\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
Total de Activo fijo Tangible					\$ 131.980,00
(B) ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES					
Software Facturacion				\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
Total de Activo fijo Intangible					\$ 1.800,00
(C) CAPITAL DE TRABAJO					
Vigilancia				\$ 14.400,00	
Sueldos Admnistradores				\$ 5.079,32	\$ 5.079,32
Contratacion Constructora para adecuaciones				\$ 100.000,00	\$ 100.000,00
Total Capital de trabajo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 105.079,32	\$ 105.079,32
TOTAL A+B+C					\$ 238.859,32

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Política de Financiamiento

La política de financiamiento de la empresa tiene los siguientes Objetivos:

- Los niveles de la caja general serán los adecuados para la respectiva operación de la entidad con un mínimo de 0 hasta 20000.00
- No mantener la deuda a corto plazo, salvo para operación específica.
- El endeudamiento a corto y largo plazo de la empresa debe ser considerable con relación al nivel de operaciones.
- Efectuar inversiones adecuadas para maximizar el flujo futuro de caja.
- Mantener un nivel de riesgo de crédito.
- El alcance de la presente política de financiamiento aplica para todos los empleados que interviene en el área de financiamiento
- Cualquier excepción debe ser aprobada por el Directorio o la Junta de Accionistas
- En caso de incumplimiento se deberá aplicar la respectiva sanción de acuerdo al reglamento interno de la empresa.

La presente política de Financiamiento ha sido aprobada por el Directorio y la Junta de Accionistas con sesión de fecha de 30 de septiembre del 2020.

Costo de Capital

Para encontrar el costo de capital, mediante la fórmula se debe reconocer y hallar sus componentes.

$$WACC = W_e \times K_e + W_d \times K_d \times (1-t)$$

W_e = Peso del Equity o Patrimonio

W_d = Peso de la Deuda

Tabla 26

Costo de Capital

ORIGEN DE LA DEUDA	Monto (\$)	Peso
CFN	\$ 132.060,00	44%
FONDOS PROPIOS	\$ 170.933,66	56%
CAPITAL	\$ 302.993,66	100%

Peso de la deuda

Peso del Equity

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Luego, hallar la tasa de deuda de la deuda y la tasa del patrimonio, tasa de la tributación de la empresa

$$WACC = W_e \times K_e + W_d \times K_d \times (1-t)$$

K_e = Tasa del patrimonio

K_d = Tasa de la deuda

t = Tasa de tributación

- **Para encontrar el K_d o la tasa de la deuda**, se escoge la tasa de interés del préstamo o préstamos que estén vigentes, en este caso la CFN que es la entidad que figura como prestamista del proyecto, maneja una tasa de interés del 8,35%.
- **El K_e o tasa del Equity** se lo obtiene mediante la fórmula CAPM de la siguiente manera:

$$CAPM = r_f + B \times (R_m - r_f)$$

Donde,

R_f = Se usa la rentabilidad del bono en Ecuador que actualmente se fija en 5,3% a 10 años.

R_m = Dado que el rendimiento del mercado ecuatoriano no especifica un porcentaje para servicios comerciales se tomará como referencia el índice IPECU BVG que mide el sector comercial de grandes empresas comerciales, este es el 4,4%.

Beta = 0.89 de Apalancamiento según la industria (Betas, s.f.)

Para adaptarlo a la realidad Nacional se suma el Riesgo país de Ecuador a septiembre del 2020, que es el 10,15%.

$$CAPM = r_f + B \cdot (R_m - r_f)$$

$$CAPM = 5,3\% + 1 \cdot (4,4\% - 5,3\%) + 10,15\%$$

$$CAPM = 0,053 + 1 \cdot (0,044 - 0,053) + 0,1015$$

$$CAPM = 14,55\%$$

Para obtener la tasa de tributación (t), se escoge la tasa vigente en nuestro país del impuesto a la renta para empresas jurídicas formalmente establecidas que es del 25%.

Tabla 27

Tasa de Tributación

ORIGEN DE LA DEUDA	Monto (\$)	Peso	Tasa	Origen de la Tasa
CFN	\$ 105.079,32	44%	8,35%	Interes del Prestamo
FONDOS PROPIOS	\$ 133.780,00	56%	14,65%	CAPM= $r_f + B \cdot (R_m - r_f)$
CAPITAL	\$ 238.859,32	100%	25,00%	Tasa tributación

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Con todos los componentes ya encontrados se puede generar mediante la formula el costo de capital.

Tabla 28

Cálculo del WACC

$$WACC = W_e \times K_e + W_d \times K_d \times (1-t)$$

We	56%
Ke:	14,65%
Wd	44%
Kd	8,35%
(1-t)	25%
WACC	10,96%

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Presupuesto de Ingreso

Tabla 29

Presupuesto de Ingreso

PRESUPUESTO DE INGRESOS					
AÑOS PROYECTADOS	2020	2021	2022	2023	2024
PRESUPUESTO POR UNIDADES	144.000,00	156.000,00	180.000,00	204.000,00	240.000,00
VALOR UNITARIO	\$ 2,00	\$ 2,10	\$ 2,21	\$ 2,32	\$ 2,43
TOTAL DE VENTAS BRUTAS	\$ 288.000,00	\$ 327.600,00	\$ 396.900,00	\$ 472.311,00	\$ 583.443,00

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Análisis. - El presupuesto de ingresos fue elaborado en base a la estimación del número de unidades que se deben vender para obtener rentabilidad y cubrir los costos de producción; de igual manera se estimó el precio unitario de venta en base al precio del mercado, pues al ser un servicio con mucha competencia, los precios de venta deben ser ajustados para poder fidelizar al cliente.

Presupuesto de Costos

Tabla 30

Presupuesto de Costos

PRESUPUESTO DE COSTOS					
AÑOS PROYECTADOS	2020	2021	2022	2023	2024
PRESUPUESTO POR UNIDADES	\$ 144.000,00	\$ 156.000,00	\$ 180.000,00	\$ 204.000,00	\$ 240.000,00
COSTO DE VENTA UNITARIO	\$ 0,93	\$ 0,96	\$ 1,01	\$ 1,07	\$ 1,16
TOTAL COSTO DE VENTAS	\$ 134.475,30	\$ 150.052,02	\$ 181.793,80	\$ 218.394,95	\$ 277.490,05

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Análisis. - El presupuesto de costos se elaboró en base a la estimación del costo de producción multiplicado por las unidades que se van a producir para las ventas, se obtiene el costo de ventas, que será reflejado en el estado de situación de resultados integral, como se puede observar el costo de venta representa aproximadamente el 50% de los ingresos por ventas.

Presupuesto de Gastos

Tabla 31

Presupuestos de Gastos

PRESUPUESTO DE GASTOS					
AÑOS PROYECTADOS	2020	2021	2022	2023	2024
Electricidad Oficinas	\$ 1.800,00	\$ 1.854,00	\$ 1.946,70	\$ 2.063,50	\$ 2.228,58
Agua Oficinas	\$ 360,00	\$ 370,80	\$ 389,34	\$ 412,70	\$ 445,72
Internet	\$ 480,00	\$ 494,40	\$ 519,12	\$ 550,27	\$ 594,29
Sueldos Administrativos	\$ 47.597,65	\$ 49.025,58	\$ 51.476,86	\$ 54.565,47	\$ 58.930,71
Publicidad	\$ 1.200,00	\$ 1.236,00	\$ 1.297,80	\$ 1.375,67	\$ 1.485,72
Telefono	\$ 300,00	\$ 309,00	\$ 324,45	\$ 343,92	\$ 371,43
Suministros Oficina	\$ 360,00	\$ 370,80	\$ 389,34	\$ 412,70	\$ 445,72
Seguros de Activos	\$ 1.800,00	\$ 1.854,00	\$ 1.946,70	\$ 2.063,50	\$ 2.228,58
Uniformes administrativos	\$ 400,00	\$ 412,00	\$ 432,60	\$ 458,56	\$ 495,24
Señaléticas Administrativas	\$ 160,00	\$ 164,80	\$ 173,04	\$ 183,42	\$ 198,10
Permisos de Agrocalidad	\$ 1.000,00	\$ 1.030,00	\$ 1.081,50	\$ 1.146,39	\$ 1.238,10
TOTAL	\$ 55.457,65	\$ 57.121,38	\$ 59.977,45	\$ 63.576,10	\$ 68.662,18

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Análisis. - El presupuesto de gastos se elaboró en base a la estimación de los gastos fijos que se necesita para que pueda operar la empresa.

Análisis de Punto de Equilibrio

$$PQE(\text{unidades}) = \frac{\text{Costos Fijos (CF)}}{PV - CVU}$$

Tabla 32

Punto de Equilibrio

AÑOS	COSTOS FIJOS	PRECIO UNITARIO	COSTO VARIABLE UNITARIO	PUNTOS DE EQUILIBRIO
2020	\$ 28.150,72	\$ 2,00	\$ 0,93	26.404,24
2021	\$ 52.843,24	\$ 2,10	\$ 0,96	46.429,96
2022	\$ 53.406,26	\$ 2,21	\$ 1,01	44.690,14
2023	\$ 55.179,75	\$ 2,32	\$ 1,07	44.332,25
2024	\$ 57.686,29	\$ 2,43	\$ 1,16	45.251,11
			PROMEDIO	41.421,54

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

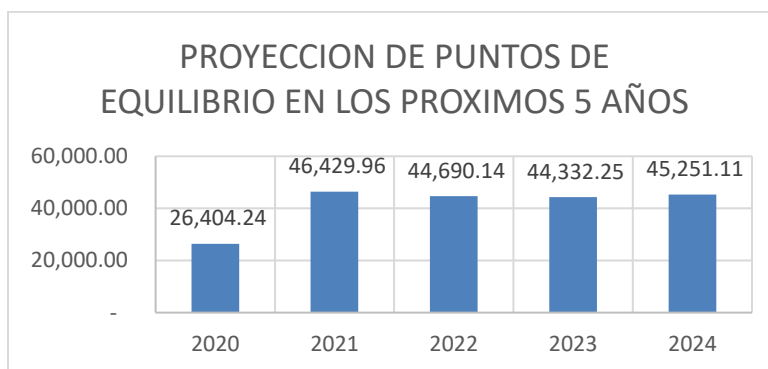


Figura 28. Punto de Equilibrio. Adaptado de “Análisis Financiero”.

Análisis. - En este recuadro se puede observar las cantidades mínimas que se necesitan vender para que el proyecto no se refleje en números rojos, en promedio en el transcurso de los 5 años de proyección lo ideal es mantenerse sobre un promedio de 41421,54 unidades vendidas.

Estados Financieros Proyectados

Tabla 33

Estado de Situación Financiera

ACTIVO	0	2020	2021	2022	2023	2024
ACTIVO CORRIENTE						
Caja	\$ -	\$ 7.059,00	\$ 8.120,90	\$ 10.897,77	\$ 14.690,62	\$ 20.059,39
Bancos	\$ -	\$ 120.002,94	\$ 138.055,24	\$ 185.262,04	\$ 249.740,49	\$ 341.009,60
Cuentas por Cobrar	\$ -					
Inventarios	\$ -	\$ 14.117,99	\$ 16.241,79	\$ 21.795,53	\$ 29.381,23	\$ 40.118,78
Total Efectivo y Equivalente al efectivo	\$ -	\$ 141.179,93	\$ 162.417,93	\$ 217.955,34	\$ 293.812,35	\$ 401.187,77
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ -	\$ 141.179,93	\$ 162.417,93	\$ 217.955,34	\$ 293.812,35	\$ 401.187,77
ACTIVO NO CORRIENTE						
Edificios	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00
(-) Depreciación Acumulada	\$ 0,00	\$ -20.000,00	\$ -40.000,00	\$ -60.000,00	\$ -80.000,00	\$ -100.000,00
Instalaciones	\$ 12.500,00	\$ 12.500,00	\$ 12.500,00	\$ 12.500,00	\$ 12.500,00	\$ 12.500,00
(-) Depreciación Acumulada	\$ 0,00	\$ -2.500,00	\$ -5.000,00	\$ -7.500,00	\$ -10.000,00	\$ -12.500,00
Maquinaria	\$ 13.480,00	\$ 13.480,00	\$ 13.480,00	\$ 13.480,00	\$ 13.480,00	\$ 13.480,00
(-) Depreciación Acumulada	\$ 0,00	\$ -1.348,00	\$ -2.696,00	\$ -4.044,00	\$ -5.392,00	\$ -6.740,00
Muebles de Oficina	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
(-) Depreciación Acumulada	\$ 0,00	\$ -200,00	\$ -400,00	\$ -600,00	\$ -800,00	\$ -1.000,00
Equipos de Computación	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
(-) Depreciación Acumulada	\$ 0,00	\$ -133,20	\$ -266,40	\$ -399,60	\$ -532,80	\$ -666,00
Total Propiedad Planta y Equipo	\$ 131.980,00	\$ 107.798,80	\$ 83.617,60	\$ 59.436,40	\$ 35.255,20	\$ 11.074,00
Licencias de Software	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
Total Activos Intangibles	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
Arrendos pagados por anticipados	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Servicios Basicos pagados por Anticipado	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Otros Activos (Diferidos)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL DE ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 133.780,00	\$ 109.598,80	\$ 85.417,60	\$ 61.236,40	\$ 37.055,20	\$ 12.874,00
TOTAL DE ACTIVO	\$ 133.780,00	\$ 250.778,73	\$ 247.835,53	\$ 279.191,74	\$ 330.867,55	\$ 414.061,77
PASIVO						
PASIVO CORRIENTE						
Proveedores	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cuentas por Pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Impuestos por Pagar	\$ -	\$ 12.529,63	\$ 12.369,37	\$ 25.487,48	\$ 38.413,33	\$ 55.396,26
Total de Obligaciones por Pagar	\$ -	\$ 12.529,63	\$ 12.369,37	\$ 25.487,48	\$ 38.413,33	\$ 55.396,26
Prestamos Bancarios por Pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Deudas que se mantienen con Instituciones Fin	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ -	\$ 12.529,63	\$ 12.369,37	\$ 25.487,48	\$ 38.413,33	\$ 55.396,26
PASIVO NO CORRIENTE						
Prestamos Hipotecarios por Pagar	\$ 133.780,00	\$ 111.134,91	\$ 86.598,95	\$ 60.014,24	\$ 31.209,71	\$ -
Total de Deudas que se mantienen con Instituciones	\$ 133.780,00	\$ 111.134,91	\$ 86.598,95	\$ 60.014,24	\$ 31.209,71	\$ -
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	\$ 133.780,00	\$ 111.134,91	\$ 86.598,95	\$ 60.014,24	\$ 31.209,71	\$ -
TOTAL PASIVOS	\$ 133.780,00	\$ 123.664,54	\$ 98.968,32	\$ 85.501,72	\$ 69.623,04	\$ 55.396,26
PATRIMONIO						
Capital Social	\$ -	\$ 105.079,32	\$ 105.079,32	\$ 105.079,32	\$ 105.079,32	\$ 105.079,32
Utilidades retenidas	\$ -	\$ 22.034,87	\$ 43.787,89	\$ 88.610,70	\$ 156.165,18	\$ 253.586,19
Total de Capital	\$ -	\$ 127.114,19	\$ 148.867,21	\$ 193.690,02	\$ 261.244,50	\$ 358.665,51
TOTAL DEL PATRIMONIO	\$ -	\$ 127.114,19	\$ 148.867,21	\$ 193.690,02	\$ 261.244,50	\$ 358.665,51
PATRIMONIO NETO + PASIVO	\$ 133.780,00	\$ 250.778,73	\$ 247.835,53	\$ 279.191,74	\$ 330.867,55	\$ 414.061,77
Comprobacion	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Nota: Obtenido de "Análisis Financiero"

Análisis Balance de Situación Financiera

Los activos totales presentaron un evidente incremento pues pasaron de USD250.778 del 2020 a USD 414.060 en 2024 esto se debe al incremento constante en las cuentas de ingresos, lo que se refleja en el Activo Corriente.

Los niveles de caja durante los 5 años de proyección se manejan con un monto no superior a \$ 20000.00, según se dispone las políticas financieras de la empresa.

Los pasivos totales pasaron de financiar un USD 133.780 en el año 0, a USD 55.396 en el 2024, esta disminución se debe a que sus obligaciones con costo disminuyeron.

Como se puede observar en los 5 años de proyección no se mantiene deuda a corto plazo por lo cual se cumple con las políticas de financiamiento planteadas por la empresa.

Su patrimonio mantiene una estructura creciente y al final de la proyección refleja 6 veces más que sus obligaciones financieras, lo que demuestra que su dependencia para la explotación de sus actividades dependerá poco de terceros. Sin embargo, esto en el tiempo debe ser analizado ya que se podría estar desaprovechando los beneficios del apalancamiento financiero que existe en el mercado para los accionistas, aprovechar esto se traduciría en un menor riesgo para ellos y mayores ingresos por beneficios.

Estado de Resultado Integral

Tabla 34

Estado de Resultado Integral

	2020	2021	2022	2023	2024
INGRESOS OPERACIONALES					
Ventas Netas	\$ 288.000,00	\$ 327.600,00	\$ 396.900,00	\$ 472.311,00	\$ 583.443,00
Ventas	\$ 288.000,00	\$ 327.600,00	\$ 396.900,00	\$ 472.311,00	\$ 583.443,00
COSTO DE VENTA OPERACIONAL					
Costo de Ventas Netas	\$ 134.475,30	\$ 150.052,02	\$ 181.793,80	\$ 218.394,95	\$ 277.490,05
Costo de Ventas	\$ 134.475,30	\$ 150.052,02	\$ 181.793,80	\$ 218.394,95	\$ 277.490,05
Utilidad Operacional (Margen Bruto)	\$ 153.524,70	\$ 177.547,98	\$ 215.106,20	\$ 253.916,05	\$ 305.952,95
GASTOS DE EXPLOTACIÓN					
Gastos de Ventas	\$ 28.150,72	\$ 52.843,24	\$ 53.406,26	\$ 55.179,75	\$ 57.686,29
Electricidad Oficinas	\$ 1.800,00	\$ 1.854,00	\$ 1.946,70	\$ 2.063,50	\$ 2.228,58
Agua Oficinas	\$ 360,00	\$ 370,80	\$ 389,34	\$ 412,70	\$ 445,72
Internet	\$ 480,00	\$ 494,40	\$ 519,12	\$ 550,27	\$ 594,29
Sueldos Administrativos	\$ 47.597,65	\$ 49.025,58	\$ 51.476,86	\$ 54.565,47	\$ 58.930,71
Publicidad	\$ 1.200,00	\$ 1.236,00	\$ 1.297,80	\$ 1.375,67	\$ 1.485,72
Telefono	\$ 300,00	\$ 309,00	\$ 324,45	\$ 343,92	\$ 371,43
Suministros Oficina	\$ 360,00	\$ 370,80	\$ 389,34	\$ 412,70	\$ 445,72
Seguros de Activos	\$ 1.800,00	\$ 1.854,00	\$ 1.946,70	\$ 2.063,50	\$ 2.228,58
Uniformes administrativos	\$ 400,00	\$ 412,00	\$ 432,60	\$ 458,56	\$ 495,24
Señaleticas Administrativas	\$ 160,00	\$ 164,80	\$ 173,04	\$ 183,42	\$ 198,10
Permisos de Agrocalidad	\$ 1.000,00	\$ 1.030,00	\$ 1.081,50	\$ 1.146,39	\$ 1.238,10
Gastos provenientes de la actividad	\$ 83.608,37	\$ 109.964,62	\$ 113.383,70	\$ 118.755,85	\$ 126.348,47
EBITDA	\$ 69.916,33	\$ 67.583,36	\$ 101.722,50	\$ 135.160,21	\$ 179.604,48
(-) Amortización de Activos	\$ 24.181,20	\$ 24.181,20	\$ 24.181,20	\$ 24.181,20	\$ 24.181,20
EBIT	\$ 45.735,13	\$ 43.402,16	\$ 77.541,30	\$ 110.979,01	\$ 155.423,28
Interes Pagados	\$ 11.170,63	\$ 9.279,76	\$ 7.231,01	\$ 5.011,19	\$ 2.606,01
Gastos Financieros	\$ 11.170,63	\$ 9.279,76	\$ 7.231,01	\$ 5.011,19	\$ 2.606,01
Utilidad antes de Impuestos a Trabajadores	\$ 34.564,50	\$ 34.122,39	\$ 70.310,29	\$ 105.967,82	\$ 152.817,26
(-) Impuesto del 15% a trabajadores	\$ 5.184,68	\$ 5.118,36	\$ 10.546,54	\$ 15.895,17	\$ 22.922,59
Utilidad antes del pago del Impuesto a la Ren	\$ 29.379,83	\$ 29.004,03	\$ 59.763,74	\$ 90.072,64	\$ 129.894,67
(-) Impuesto del 25% del Impuesto a la Renta	\$ 7.344,96	\$ 7.251,01	\$ 14.940,94	\$ 22.518,16	\$ 32.473,67
Utilidad del Ejercicio	\$ 22.034,87	\$ 21.753,02	\$ 44.822,81	\$ 67.554,48	\$ 97.421,01

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Análisis Estado de Resultados. -

Los ingresos crecieron en el primer año un 8%, en el 2021 alcanzaron una tasa del 15% con respecto al del año anterior, el último año proyectado debido a la política de crecimiento en ventas, alcanzó el 24% con respecto al 2023.

Los ingresos alcanzados permiten cubrir de manera adecuada los costos y gastos operacionales que también obtuvieron un incremento en el periodo analizado (2020-2024), 42.740 generando una utilidad antes de amortización e impuestos de USD 179.604

Por todo lo antes mencionado su utilidad se incrementó desde USD 22.034 hasta USD 97.421 al final del periodo proyectado.

Estado de Flujo de Efectivo

Tabla 35

Estado de Flujo de Efectivo

	0	2020	2021	2022	2023	2024	Total
Saldo inicial		\$ 105.079,32	\$ 141.179,93	\$ 162.417,93	\$ 217.955,34	\$ 293.812,35	
OPERATIVO							
Ingresos Operativos							
Ventas en efectivo	\$ -	\$ 288.000,00	\$ 327.600,00	\$ 396.900,00	\$ 472.311,00	\$ 583.443,00	\$ 2.068.254,00
Cobros de ventas a crédito	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cobros por ventas de activo fijo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Ingresos	\$ -	\$ 288.000,00	\$ 327.600,00	\$ 396.900,00	\$ 472.311,00	\$ 583.443,00	\$ 2.068.254,00
Egresos Operativos							
Inversion Inicial	\$ -238.859,32						
Costos de Producción		\$ -134.475,30	\$ -150.052,02	\$ -181.793,80	\$ -218.394,95	\$ -277.490,05	
Gastos de Ventas		\$ -28.150,72	\$ -52.843,24	\$ -53.406,26	\$ -55.179,75	\$ -57.686,29	
Electricidad Oficinas	\$ -	\$ -1.800,00	\$ -1.854,00	\$ -1.946,70	\$ -2.063,50	\$ -2.228,58	\$ -9.892,78
Agua Oficinas	\$ -	\$ -360,00	\$ -370,80	\$ -389,34	\$ -412,70	\$ -445,72	\$ -1.978,56
Internet	\$ -	\$ -480,00	\$ -494,40	\$ -519,12	\$ -550,27	\$ -594,29	\$ -2.638,08
Sueldos Administrativos	\$ -	\$ -47.597,65	\$ -49.025,58	\$ -51.476,86	\$ -54.565,47	\$ -58.930,71	\$ -261.596,27
Publicidad	\$ -	\$ -1.200,00	\$ -1.236,00	\$ -1.297,80	\$ -1.375,67	\$ -1.485,72	\$ -6.595,19
Telefono	\$ -	\$ -300,00	\$ -309,00	\$ -324,45	\$ -343,92	\$ -371,43	\$ -1.648,80
Suministros Oficina	\$ -	\$ -360,00	\$ -370,80	\$ -389,34	\$ -412,70	\$ -445,72	\$ -1.978,56
Seguros de Activos	\$ -	\$ -1.800,00	\$ -1.854,00	\$ -1.946,70	\$ -2.063,50	\$ -2.228,58	\$ -9.892,78
Uniformes administrativos	\$ -	\$ -400,00	\$ -412,00	\$ -432,60	\$ -458,56	\$ -495,24	\$ -2.198,40
Señaléticas Administrativas	\$ -	\$ -160,00	\$ -164,80	\$ -173,04	\$ -183,42	\$ -198,10	\$ -879,36
Permisos de Agrocalidad	\$ -	\$ -1.000,00	\$ -1.030,00	\$ -1.081,50	\$ -1.146,39	\$ -1.238,10	\$ -5.495,99
(-) Impuesto del 15% a trabajad	\$ -	\$ -	\$ -5.184,68	\$ -5.118,36	\$ -10.546,54	\$ -15.895,17	\$ -36.744,75
(-) Impuesto del 25% del Impuesto a la Renta	\$ -	\$ -	\$ -7.344,96	\$ -7.251,01	\$ -14.940,94	\$ -22.518,16	\$ -52.055,06
Total Egresos Operativos	\$ -238.859,32	\$ -218.083,67	\$ -272.546,27	\$ -307.546,87	\$ -362.638,27	\$ -442.251,86	\$ -393.594,57
Flujo de Caja Operativo	\$ -238.859,32	\$ 69.916,33	\$ 55.053,73	\$ 89.353,13	\$ 109.672,73	\$ 141.191,14	
FINANCIERO							
Ingresos Financieros							
Préstamo recibido	\$ 133.780,00		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Total de Ingresos Financieros	\$ 133.780,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Egresos Financieros							
Pago de Capital Prestamo	\$ -	\$ -22.645,09	\$ -24.535,96	\$ -26.584,71	\$ -28.804,53	\$ -31.209,71	\$ -133.780,00
Pago Intereses Pagados		\$ -11.170,63	\$ -9.279,76	\$ -7.231,01	\$ -5.011,19	\$ -2.606,01	\$ -35.298,61
Total de Egresos Financieros	\$ -	\$ -33.815,72	\$ -33.815,72	\$ -33.815,72	\$ -33.815,72	\$ -33.815,72	\$ -169.078,61
Flujo de caja Financiero	\$ 133.780,00	\$ -33.815,72	\$ -33.815,72	\$ -33.815,72	\$ -33.815,72	\$ -33.815,72	
FLUJO DE CAJA TOTAL	\$ -105.079,32	\$ 141.179,93	\$ 162.417,93	\$ 217.955,34	\$ 293.812,35	\$ 401.187,77	

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Análisis. - Se puede evidenciar que, como nuevo proyecto, no le ha costado ningún periodo en despegar y arrojar saldos positivos en la generación de resultados del ejercicio, y es desde el año 1 que se puede observar la recuperación de su flujo de explotación, sin embargo, podríamos decir que es una empresa determinada a financiarse para invertir en el desarrollo de su negocio, esto se ve reflejado en su flujo de financiamiento con 1 préstamo de \$133.780.

Factibilidad Financiera

Tabla 36

Factibilidad Financiera

Flujo Operativo	0	1	2	3	4	5
Inversión	-238.859,3					
Flujos anuales	-238.859,3	69.916,3	55.053,7	89.353,1	109.672,7	141.191,1
Factor	1	0,90	0,81	0,73	0,66	0,60
Flujos actualizados	-238.859	63.042	44.760	65.504	72.495	84.153
Flujos actualizados acur	-238.859	-175.817	-131.057	-65.553	6.941,6	91.094,4
Flujos capitalizados	-238.859	105.771,8	75.098,3	109.901,9	121.631,6	141.191,1
Flujos capitalizados	-238.859	0	0	0	412.403,6	447.823,0
Tasa Descuento	10,90%					
VAN	91.094,36					
PAYBACK	3,92					
TIR	23,08%					
TIRC	30,43%					
TIRM	18,31%					
Flujo de la Deuda	0	1	2	3	4	5
Deuda	-133.780					
Flujos anuales	133.780	-33.816	-33.816	-33.816	-33.816	-33.816
Factor	1	0,90	0,81	0,73	0,66	0,60
Flujos actualizados	133.780	-30.491	-27.493	-24.790	-22.353	-20.155
Flujos actualizados acur	133.780	103.289	75.796	51.006	28.653,5	8.498,7
Tasa Descuento	10,90%					
TIR- coste deuda	8,35%					
Flujo Accionista	0	1	2	3	4	5
Flujos anuales	-105.079,32	36.100,61	21.238,00	55.537,41	75.857,01	107.375,42
Factor	1	0,90	0,81	0,73	0,66	0,60
Flujos actualizados	-105.079	32.551	17.267	40.714	50.142	63.998
Flujos actualizados acur	-105.079	-72.528	-55.261	-14.547	35.595,1	99.593,0
Tasa Descuento	10,90%					
VAN	99.593,01					
PAYBACK	3,44					
TIRM	26,72%					

Efecto apalancamiento frente a la rentabilidad del accionista		Gráfico	Datos
		FCO	18,31%
		FCD	8,35%
		FCA	26,72%
		VAN	99.593,01

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Análisis. - Como se puede observar en los cálculos anteriores, en el primer escenario analizando el flujo operativo (Sin financiamiento) con un desembolso inicial de \$238,859 y una tasa de rentabilidad exigida del 10,90%, un tiempo de recuperación de la inversión de 3 años, 3 meses y 2 días, el proyecto genera un excedente actualizado al año 0 de \$91,094,36 lo que lo hace aceptable y justifica su inversión sin financiación.

El flujo del accionista donde es considerado no solo el flujo operativo del negocio sino también la deuda incurrida para explotar sus operaciones, se puede comentar que al solicitar un préstamo a la CFN por \$133.780,00 a devolver en 5 años, se genera un coste de deuda del 8,35%, sin embargo, a pesar del coste de la deuda, esto no desestima el flujo del accionista el cual inicialmente debía desembolsar \$238,859 , pero al solicitar financiamiento por \$133.780,00 lo que supone una entrada de efectivo, esto genera para él un desembolso inicial de \$105.079,32, lo que conlleva en el cálculo de los flujos a un mayor excedente en el valor actual neto que asciende a \$99.593,01, exactamente \$8,498,65 más que sin financiamiento y una TIR del 26,72% , también mayor que el 18,31% que sin financiamiento. La TIR es mayor con financiamiento ya que el accionista asume un menor riesgo en el proyecto

Esto es ideal ya que se aprovecharía lo positivo del financiamiento, con una tasa de rentabilidad 26,72%, mayor que el coste de la deuda del 8,35% el efecto del apalancamiento, permite asumir un menor riesgo, porque parte de este lo asume el Banco, beneficiándose además con un mayor excedente en el valor actual neto.

Análisis de ratios

Tabla 37

Análisis de Ratios

Cuenta de Resultados											
(Miles de euros)	Año 0	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas		288.000,00	327.600,00	396.900,00	472.311,00	583.443,00	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
CMV		-162.626,02	-202.895,26	-235.200,05	-273.574,70	-335.176,34	56,5%	61,9%	59,3%	57,9%	57,4%
MARGEN BRUTO		125.373,98	124.704,74	161.699,95	198.736,30	248.266,66	43,5%	38,1%	40,7%	42,1%	42,6%
Salarios							0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Gastos Generales		-55.457,65	-57.121,38	-59.977,45	-63.576,10	-68.662,18	19,3%	17,4%	15,1%	13,5%	11,8%
EBITDA		69.916,33	67.583,36	101.722,50	135.160,21	179.604,48	24,3%	20,6%	25,6%	28,6%	30,8%
Dotación Amortización		-24.181,20	-24.181,20	-24.181,20	-24.181,20	-24.181,20	8,4%	7,4%	6,1%	5,1%	4,1%
EBIT o BAIT		45.735,13	43.402,16	77.541,30	110.979,01	155.423,28	15,9%	13,2%	19,5%	23,5%	26,6%
Gastos Financieros		-11.170,63	-9.279,76	-7.231,01	-5.011,19	-2.606,01	3,9%	2,8%	1,8%	1,1%	0,4%
EBT o BAT		34.564,50	34.122,39	70.310,29	105.967,82	152.817,26	12,0%	10,4%	17,7%	22,4%	26,2%
Impuestos		-12.529,63	-12.369,37	-25.487,48	-38.413,33	-55.396,26	4,4%	3,8%	6,4%	8,1%	9,5%
Beneficio Neto		22.034,87	21.753,02	44.822,81	67.554,48	97.421,01	7,7%	6,6%	11,3%	14,3%	16,7%

Análisis Ratios	2020	2021	2022	2023	2024
Crecimiento en Ventas		14%	21%	19%	24%
MARGEN BRUTO	43,5%	38,1%	40,7%	42,1%	42,6%
EBITDA / Ventas	24,3%	20,6%	25,6%	28,6%	30,8%
Rentabilidad / Ventas	7,7%	6,6%	11,3%	14,3%	16,7%
Rentabilidad / RRPP	21,0%	20,7%	42,7%	64,3%	92,7%
Rentabilidad / Activo	18,2%	17,5%	27,8%	33,5%	37,5%
Cash-Flow (Bº + Amortizaciones)	46.216,07	45.934,22	69.004,01	91.735,68	121.602,21
EBIT / Intereses	4,1	4,7	10,7	22,1	59,6

Balance de Situación											
(Miles de euros)	Año 0	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024
ACTIVO											
Caja		127.061,93	146.176,14	196.159,81	264.431,11	361.068,99	50,7%	59,0%	70,3%	79,9%	87,2%
Clientes							0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Existencias		14.117,99	16.241,79	21.795,53	29.381,23	40.118,78	5,6%	6,6%	7,8%	8,9%	9,7%
Activo Circulante	0,00	141.179,93	162.417,93	217.955,34	293.812,35	401.187,77	56,3%	65,5%	78,1%	88,8%	96,9%
Activo Fijo Neto		109.598,80	85.417,60	61.236,40	37.055,20	12.874,00	43,7%	34,5%	21,9%	11,2%	3,1%
ACTIVO TOTAL	0,00	250.778,73	247.835,53	279.191,74	330.867,55	414.061,77	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		0	0		0						
PASIVO											
Proveedores							0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Cuentas x Pagar							0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Impuestos por Pagar		12.529,63	12.369,37	25.487,48	38.413,33	55.396,26					
Deudas c.pl.							0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Pasivo Circulante	0,00	12.529,63	12.369,37	25.487,48	38.413,33	55.396,26	5,0%	5,0%	9,1%	11,6%	13,4%
Deudas l.pl.		111.134,91	86.598,95	60.014,24	31.209,71	0,00	44,3%	34,9%	21,5%	9,4%	0,0%
Capital Social + Reservas		105.079,32	105.079,32	105.079,32	105.079,32	105.079,32	41,9%	42,4%	37,6%	31,8%	25,4%
Beneficio del ejercicio	0,00	22.034,87	43.787,89	88.610,70	156.165,18	253.586,19	8,8%	17,7%	31,7%	47,2%	61,2%
TOTAL PASIVO	0,00	250.778,73	247.835,53	279.191,74	330.867,55	414.061,77	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Balance Financiero	Año 0	2020	2021	2022	2023	2024
Caja sobrante		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
NOF		0,00	128.650,29	150.048,56	192.467,86	255.399,01
Activo Fijo Neto		0,00	109.598,80	85.417,60	61.236,40	37.055,20
Activo Total		0,00	238.249,09	235.466,16	253.704,26	292.454,21
Deuda (c.pl. + l.pl.)		0,00	111.134,91	86.598,95	60.014,24	31.209,71
RRPP + Resultado Ejercicio		0,00	127.114,19	148.867,21	193.690,02	261.244,50
Pasivo Total		0,00	238.249,09	235.466,16	253.704,26	292.454,21

	Año 0	2020	2021	2022	2023	2024
NOF	0,00	128.650,29	150.048,56	192.467,86	255.399,01	345.791,51
FM	0,00	128.650,29	150.048,56	192.467,86	255.399,01	345.791,51
(+) Caja Sobrante	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Financiación Necesaria						

	2020	2021	2022	2023	2024
Días de Cobro	0	0	0	0	0
Días de Existencias	32	29	34	39	44
Días de Pago	0	0	0	0	0
Período Medio Explotación	32	29	34	39	44
NOF / Ventas	45%	46%	48%	54%	59%

	2020	2021	2022	2023	2024
Incremento NOF		17%	28%	33%	130%
Incremento Ventas		14%	21%	19%	78%
Días Período Medio Explotación	32	29	34	39	44

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Análisis. - Según los resultados, al observar la aplicación de los ratios en el estado de resultados integral, se identifica que el costo de ventas con relación a las ventas desde el año 2020 al 2024 representa un porcentaje de 50% al 60%; lo cual indica que las proyecciones sí generan rentabilidad en los próximos 5 años.

Los gastos generales en los 5 años de proyección representan del 10% al 20% con relación al nivel de ventas. En cuanto al crecimiento de ventas en la proyección de los 5 años, según el análisis de ratios aplicados se obtendrá un crecimiento del 14% al 78%.

El beneficio neto en la proyección de los 5 años del proyecto, es significativo, a simple vista se puede observar que la empresa puede tener rentabilidad, ya que las ventas llegan a un crecimiento hasta el 78% y los costos de venta son relativamente bajos a comparación del crecimiento de las ventas.

En el Balance General, las cuentas más representativas es la cuenta caja y la deuda a largo plazo, la cuenta de caja en la proyección de los 5 años cuenta con un porcentaje del 50% al 90%, lo cual indica que la empresa va a tener liquidez suficiente para poder operar; las deudas a largo plazo van descendiendo en la proyección de los 5 años con un porcentaje del 44% al 0%, lo cual significa que la empresa pasará a ser propia completamente en el año 2024.

El ciclo de caja de la empresa es estable, pues en la proyección de los 5 años no se contempla una política de ventas a crédito, las ventas se manejan al contado, es decir contra entrega del producto, motivo por el cual la cuenta de clientes o cuentas por cobrar se mantiene en cero, de igual manera no existe una política de pagos a proveedores, se contemplan los pagos contra entrega de los insumos y servicios, por lo que las cuentas por pagar o la cuenta de proveedores se mantiene en cero.

Por otra parte, es importante mencionar el análisis de resultados de la aplicación de los ratios obtenidos en las diferentes cuentas del Balance General y Estado de Resultados

El ratio de liquidez donde mide el número de veces que el activo corriente de la compañía cubre su pasivo corriente, mientras más alta sea la razón de la liquidez, mayor será la capacidad de la compañía para cubrir sus obligaciones a corto plazo conforme se vencen, aquí como resultado en la proyección de los 5 años oscila entre el 50% hasta el 90%, por lo cual se puede decir que la empresa será lo suficientemente líquida para poder cubrir sus necesidades, sin embargo no hay que perder el control de este ratio y realizar criterios de inversión para que la empresa no llegue a tener una sobre liquidez.

En la ratio rotación de inventarios se puede determinar la cantidad de veces en que rota el mismo, con esta información la compañía puede tener un criterio para realizar una planificación del aprovisionamiento; como resultado, en la proyección de los 5 años tenemos del 5% al 9% lo cual indica que nuestro inventario no se mantiene estancado.

La rotación del activo fijo determina la cantidad de veces en que los ingresos cubren el total de los activos fijos que tiene la empresa, como resultado de la aplicación de los ratios en la proyección de los 5 años se obtiene un porcentaje del 40% al 3%, lo cual indica

que la empresa no tiene proyectos de inversión en la compra de activos fijos o maquinaria para la empresa.

Los ratios de endeudamiento indican cual es la proporción que tiene la empresa de su financiamiento ajeno frente a sus recursos propios, esta ratio ayuda a ver como la empresa se encuentra estructurada sin contar con sus inversiones, como resultado de la aplicación de ratios en la cuenta de deudas a largo plazo se tiene un porcentaje del 44% al 0%, lo cual indica que las obligaciones van a ser cubiertas al 5to año de proyección.

En las necesidades operativas de fondo (NOF) han ido creciendo a lo largo de los 5 años de proyección, al igual que el fondo de maniobra (FM), lo que significa que no existen problemas de liquidez de la empresa y se puede asumir las diferentes obligaciones.

Valoración de plan de negocios

Tabla 38

Valoración de Plan de Negocios

CRECIMIENTO	1%							
WACC	10,90%							
	0	2020	2021	2022	2023	2024	Perpetuidad	
FCF o Flujo Operativo	\$ -238.859,32	\$ 69.916,33	\$ 55.053,73	\$ 89.353,13	\$ 109.672,73	\$ 141.191,14	\$ 142.603,05	
								Valor residual de la empresa sin actualizar \$ 1.439.831,07
Periodo	1	2	3	4	5	5		
Factor de descuento (1+i)^-n		0,902	0,813	0,733	0,661	0,596	0,596	
VALOR ACTUALIZADO FCF o FLUJO OPERATIVO	\$ -238.859,32	\$ 63.042,12	\$ 44.760,11	\$ 65.503,78	\$ 72.494,90	\$ 84.152,77	\$ 858.168,40	

(A) VAN FCF FORMULIZADO	\$ 91.094,36
(A) VAN FCF ACTUALIZADO	\$ 91.094,36
(B) TOTAL VALOR DE LA EMPRESA	\$ 858.168,40
(A + B) TOTAL VALOR DE LA EMPRESA	\$ 949.262,76
(C) DEUDA 2019	\$ 133.780,00
(A + B - C) TOTAL VALOR FONDOS PROPIOS	\$ 815.482,76

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Análisis. - Para poder valorar la empresa se ha llevado el flujo de caja a perpetuidad en el tiempo, con una tasa de crecimiento del 1% y un costo de capital generado del 10,90%, se ha generado un flujo de caja operativo de \$91.094,36 y a perpetuidad en el tiempo de \$949,262,76 la suma de estos valores, menos la deuda adquirida de \$133.780,00 da un resultado total de fondo propios o valor de empresa de \$815.482,76 USD.

La tasa de crecimiento del 1%, es referente al crecimiento del PIB del año 2019, debido que, en el primer trimestre, según datos del Banco Central del Ecuador, muestra un crecimiento del PIB del 0.6% por consiguiente se toma el dato de la tasa de crecimiento y se le redondea al 1% para obtener números cerrados, de igual manera al final del año 2019, se muestra un crecimiento del año 1.1%.

Análisis de Sensibilidad

Tabla 39

Análisis de Sensibilidad

ANALISIS DE SENSIBILIDAD						
		TASA DE CRECIMIENTO				
		0,85%	1,00%	1,50%	2,00%	3,00%
	\$ 815.482,76					
COSTO DE CAPITAL	7,00%	\$ 1.648.844,57	\$ 1.692.630,77	\$ 1.855.833,87	\$ 2.051.677,59	\$ 2.590.247,82
	10,90%	\$ 801.424,07	\$ 815.482,76	\$ 865.584,10	\$ 921.312,18	\$ 1.053.919,78
	9,00%	\$ 1.111.814,20	\$ 1.134.825,71	\$ 1.218.178,52	\$ 1.313.438,86	\$ 1.551.589,73
	9,50%	\$ 1.016.831,65	\$ 1.036.867,47	\$ 1.109.079,92	\$ 1.190.920,69	\$ 1.392.374,90
	10,00%	\$ 932.399,55	\$ 949.965,20	\$ 1.012.994,91	\$ 1.083.903,33	\$ 1.256.109,49
	10,25%	\$ 893.612,53	\$ 910.098,51	\$ 969.134,02	\$ 1.035.325,34	\$ 1.195.097,50
	11,00%	\$ 788.935,18	\$ 802.680,05	\$ 851.631,09	\$ 906.021,14	\$ 1.035.197,50

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Análisis. - Aquí se puede observar en el análisis de sensibilidad, 35 distintas posibilidades de variación si la tasa de crecimiento y el costo de capital incrementan sus cifras, comprobando que a una tasa de crecimiento del 1% y con un costo de capital del 8,75% el valor de la empresa es el ya dado en el aparatado anterior \$1.189.099,25 USD.

Anteriormente se presentó un cuadro de resultados aplicando el Valor Actual Neto (VAN), Tasa interno de retorno (TIR) y el Playback; partiendo de estos resultados se pudo empezar con el análisis de sensibilidad y la hipótesis de los posibles escenarios del proyecto. Los resultados obtenidos indican que el proyecto de inversión puede tener un escenario normal, lo que quiere decir que los valores, cálculos y proyecciones del análisis financiero, presentado con anterioridad, es lo más probable que suceda en la realidad.

En el caso hipotético de que los resultados obtenidos del proyecto no sean favorables, es decir que sean menores a los obtenidos en los cálculos y proyecciones del análisis financiero de la presente tesis, indica que tendremos un escenario pesimista. Si los resultados obtenidos fueran superiores a los cálculos y proyecciones presentadas en el presente documento, indica que el escenario del proyecto sería optimista.

El escenario que suceda en la realidad, sea pesimista, normal u optimista, va a depender mucho del crecimiento en ventas, pues con los cálculos realizados refleja que el proyecto va a tener un escenario normal; esto es porque el crecimiento en ventas de la proyección de vida del proyecto de 5 años fue desde el 14% al 78%, esto no quiere decir que las otra cuentas no sean importantes como el costo de venta, gastos, obligaciones con terceros entre otros, sino que las ventas que mantiene una empresa es fundamental para determinar si el proyecto es viable o no, pues de ellas viven la empresas. En pocas palabras, para una mayor comprensión, se presenta un cuadro para determinar el escenario que pueda tener el proyecto de inversión en base al crecimiento en ventas.

Tabla 40

Resultado de Escenarios

<u>Años</u>	2020	2021	2022	2023	2024	<u>RESULTADO DE ESCENARIOS</u>
<u>CRECIMIENTO EN VENTAS</u>	0%	13%	20%	18%	77%	PESIMISTA
	0%	14%	21%	19%	78%	NORMAL
	0%	15%	22%	20%	79%	OPTIMISTA

Nota: Obtenido de “Análisis Financiero”

Aquí se presentan cuadros comparativos para cada escenario de riesgos que son: escenario pesimista, escenario normal, escenario optimista:

Tabla 41

Escenarios

Escenario Pesimista		Escenario Normal		Escenario Optimista	
VAN	-206430,91	VAN	91094,36	VAN	144137,76
PAYBAC	11,84	PAYBACK	3,92	PAYBAC	3,56
K		K		K	
TIR	-20,99%	TIR	23,08%	TIR	29,64%

En el escenario pesimista, se obtiene un VAN negativo, la TIR Negativo, donde indica que el proyecto no es rentable y el PAYBACK es alto, estos valores se obtienen cuando en la proyección de ventas disminuye y el nivel de gastos se incrementa.

En el escenario optimista, se obtiene un VAN y TIR positivo, que sobrepasa el valor del escenario normal y un PAYBACK tiene un valor bajo, que, a lo contrario del escenario pesimista, el presupuesto de ventas se incrementó y el valor de gasto se redujo a lo máximo posible para poder operar.

CONCLUSIONES

La necesidad de los avicultores del cantón Bucay de incursionar en un negocio de producción y procesamiento de carne de pollo faenada es del 100%, según información obtenida mediante censo, donde sus datos son visibles en el Capítulo 3, numeral 3.5, debido al poco conocimiento de un correcto procesamiento de las aves desde la crianza en galpones hasta la refrigeración para ser consumido por clientes, garantizando producto de calidad, bajo las normas sanitarias establecidas por Agrocalidad. En el mercado local, solo una de las cuatro granjas avícolas se dedica a la crianza y faenamiento de aves con inocuidad alimentaria. El faenamiento tradicional, bajo ninguna norma de calidad, afecta directamente a los comerciantes, porque sus productos son retirados del mercado y a la vez sus locales clausurados, lo que un prestador de servicios de faenamiento de aves bien estructurado se convierte en una necesidad primordial para los microempresarios dedicados a este negocio.

Según los datos obtenidos mediante el censo, los resultados se visualizan en el Capítulo 3 en el literal 3.5, a las cuatro granjas avícolas principales del mercado en el cantón Bucay, el tamaño de mercado disponible para la estimación de un proyecto de creación de un prestador de servicios de sacrificio y faenamiento de aves es del 75%, porque tres de las cuatro granjas sólo se dedican a la crianza y comercialización de aves en pie, es decir su responsabilidad se limita hasta la distribución de las aves vivas, y es ahí donde procede el faenamiento tradicional, desde galpones establecidos empíricamente en casas de los microempresarios, procesando las aves sin responsabilidad alimentaria, matanza con tortura, y sin certificación de Agrocalidad que permite al consumidor tener un respaldo que esta consumiendo productos sanos, y le permita al microempresario la venta de sus productos en los mercados tradicionales.

Al diseñar un modelo operativo y financiero del prestador de servicios de sacrificio y faenamiento de aves se puede observar lo rentable que este sería una vez ejecutado, donde su deuda sería cubierta en 5 años. Los resultados obtenidos en la investigación visibles en el Capítulo 4, numeral 4.11.3, indica que el proyecto de inversión puede tener un escenario

normal, lo que quiere decir que los valores, cálculos y proyecciones del análisis financiero, presentado con anterioridad, es lo más probable que suceda en la realidad. Es decir, este proyecto con una inversión de \$238.859,32 USD, con financiamiento, una TIR en 26.72% y ventas anuales de 41500 unidades promedio por año, se podría cubrir la deuda y garantizar el continuo funcionamiento del negocio, generar ingresos y empleo en el cantón Bucay, para su desarrollo socio económico.

El impacto ambiental dentro de la organización es alto, se puede visualizar los aspectos en el Capítulo 4 numeral 4.4, porque todos los recursos que obtiene para sus funciones son del medio ambiente, como la energía, el agua, el suelo, todos estos influyen para su correcto funcionamiento, por ende, el valor que la empresa debe asumir por los recursos es de alta responsabilidad, con el fin de convertirse no solo en una empresa rentable, sino también ambientalmente responsable. Las técnicas a utilizar como el control de consumo de agua, monitoreando de manera continua para poder implementar estrategias que reduzcan el consumo de agua por ave. Así también, convertir en abono las vísceras no comestibles, que se conviertan en un ingreso extra con el correcto procesamiento de las mismas.

De esta manera se puede determinar que el proyecto para crear un prestador de servicios de sacrificio y faenamiento de aves en el Cantón Bucay es financieramente viable, Capítulo 4, numeral 4.11.2 y 4.11.3 donde se visualiza el valor del VAN y del TIR, más allá de satisfacer la demanda de aves en el mercado local, lo que haría al productor confiable y al consumidor garantizar su salud; este negocio incrementaría la oportunidad laboral y a la vez el desarrollo del sector económico-social en el cantón. Bajo la pandemia presentada en el año 2020, un considerable número de habitantes se quedó sin empleo, y esta oportunidad sería una esperanza para resurgir. En el mercado tradicional las aves faenadas tendrían certificación de ser consumidas bajo normas de calidad, no tener problemas con instituciones dedicadas al control de comercialización de estos productos, y ser socialmente responsable. Los precios no se dispararían por poder de mercado, y la regularización de los mimos permite el beneficio para ambas partes productor-consumidor.

RECOMENDACIONES

En Bucay existe una total necesidad de un prestador de servicios de sacrificio y faenamiento de aves, debido a que, según la información recaudada no existe uno que abarque la demanda, el 75% de los proveedores de aves en pie solo limitan su cadena productiva a la crianza de aves, mas no al faenamiento. Dentro de sus lineamientos es notorio que sus granjas avícolas han sido creadas empíricamente, sin conocimiento sobre un correcto funcionamiento, normas sanitarias ni capacitación continua. En la zona existe una empresa líder dedicada a la producción y faenamiento de aves, su principal mercado no es el local, es por ende que se implementan granjas avícolas con la necesidad de satisfacer al mercado local, ubicando sus productos en los mercados populares, tercenas, frigoríficos y tiendas. En el reporte de Agrocalidad no existe ni un solo establecimiento en Bucay que cumpla con todas las normas y requisitos para la correcta producción y distribución de aves.

Bucay es un cantón pequeño de la provincia del Guayas, existen sólo 4 granjas con una capacidad de hasta 10mil aves al mes, es decir en este sector el 75% de los proveedores de aves tienen una producción mensual promedio de 5mil aves, los mismos que sólo se dedican a la crianza de aves mas no al faenamiento, y según la información obtenida, del 100% sólo el 50% haría uso del prestador de servicios de sacrificio y faenamiento para poder ampliar su cadena productiva, tener mayores ingresos y garantizar la inocuidad alimentaria de sus productos, con higiene y sin contaminación cruzada. El 25% ya cuenta con un establecimiento bajo las normas de higiene y producción con posibilidades de mejora, el otro 25% prefiere limitar su producción a aves en pie, pero el 100% se visualiza como los principales proveedores de aves en pie para poder faenarlas y poner distribuir en el mercado local pollo faenado en excelentes condiciones, fajo un registro sanitario y a un precio competitivo.

Una vez puesto en marcha el proyecto se recomienda realizar un estudio financiero y técnico, basado en datos históricos arrojados en el funcionamiento de la empresa sobre la implementación de un área de balanceado, ocupando todos los residuos de las aves

faenadas, reduciendo el nivel de merma y así para poder generar ingresos extras a la empresa, esto de la mano con oportunidad laboral para el cantón, porque este cuenta con personal capacitado pero pocas plazas de trabajo- Esta área nueva llevaría la denominación de rendering, o más conocido como harina aviar, debe ser atendida por personal operativo adicional y a la vez dirigido por un profesional en el tema, siempre y cuando esté visionando a Bucay como un cantón agrícola para ofertar productos hechos en Bucay para Bucay.

Debe existir una correcta organización de las granjas avícolas para establecer precios promedios de venta de aves en pie, y los tiempos en que estas proveerán las aves al prestador de servicios de sacrificio y faenamiento de aves. Si es el caso y las exigencias del mercado lo ameritan, poder ampliar su capacidad productiva, aumentar la mano de obra y evitar que por desabastecimiento se vuelva al faenamiento tradicional. Es notorio que este cambio tendrá un gran impacto en la sociedad, con la correcta información a través de medios de comunicación se podrá aumentar el nivel de confiabilidad para el consumo de estos productos. Enfocarse en el mercado local, y a medida que avanza el proyecto determinar la posibilidad de abrirse a mercados inter cantonales e inter provinciales, según vaya moviéndose la curva de la demanda.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarado, Víctor. (2016). *Ingeniería de costos*. México: Grupo Editorial Patria. Primera edición.
- Agrocalidad. (abril de 2018). “*Listado de mataderos bajo inspección oficial*”. En “*Agrocalidad.gob.ec*” <https://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2020/05/listado-de-mataderos-mabio-a-abril-2018.pdf> Recuperado el 12 de diciembre de 2019
- Angulo, S. (08 de agosto de 2020). “*Un millón está en el desempleo a junio del 2020, según información del INEC*”. En *El Comercio*.
[https://www.elcomercio.com/actualidad/desempleo-subio-ecuador-informalidad-crisis.html#:~:text=En%20Ecuador%20alrededor%20de%20un,Estad%C3%ADstica%20y%20Censos%20\(INEC\).&text=En%20el%20pa%C3%ADs%201%2C8,del%202019%20y%20junio%202020](https://www.elcomercio.com/actualidad/desempleo-subio-ecuador-informalidad-crisis.html#:~:text=En%20Ecuador%20alrededor%20de%20un,Estad%C3%ADstica%20y%20Censos%20(INEC).&text=En%20el%20pa%C3%ADs%201%2C8,del%202019%20y%20junio%202020) Recuperado el 10 de octubre de 2020.
- Anónimo (s.f.). “*Qué es Analítica descriptiva*”. En *Arimetrics*.
<https://www.arimetrics.com/glosario-digital/analitica-descriptiva#:~:text=La%20anal%C3%ADtica%20descriptiva%20es%20una%20etapa%20preliminar%20de%20procesamiento%20de,datos%20para%20su%20posterior%20an%C3%A1lisis.&text=La%20anal%C3%ADtica%20descriptiva%20p> Recuperado el 15 de agosto de 2020.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). *Constitución 2008*.
https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf Recuperado del 02 de diciembre de 2020.
- Asociación Española para la Calidad. (16 de abril del 2019) “*Responsabilidad Ambiental*”
<https://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/responsabilidad-ambiental> Recuperado el 30 de enero del 2021.
- AviNews. (10 de julio de 2020). “*Ecuador promueve consumo del pollo: Alto valor nutricional para su población*”, En “*Avicultura, info*”

<https://avicultura.info/ecuador-promueve-consumo-pollo-alto-valor-nutricional/>
Recuperado el 1 de noviembre de 2020.

Baca, Gabriel (2006). *Evaluación de proyectos*. México: Ediciones Graw Hill. Quinta Edición

Betas. (s.f). “*Betas por sector*”.

http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html
Recuperado el 10 de diciembre del 2020.

BID (septiembre de 2020). “*Cómo puede la tecnología facilitar la recuperación de empleo tras el Covid-19*”. En *Banco Interamericano de Desarrollo*.
<file:///C:/Users/User/Downloads/El-futuro-del-trabajo-en-America-Latina-y-el-Caribe-Como-puede-la-tecnologia-facilitar-la-recuperacion-del-empleo-tras-el-COVID-19-Version-interactiva.pdf> Recuperado el 25 de noviembre del 2020.

Cabello, Ana. (19 de abril de 2016). “*Externalidad*”. En “*Economipedia*”
<https://economipedia.com/definiciones/externalidad.html> Recuperado el 15 de marzo de 2021

Campoy, Daniel. (2007). *Cómo gestionar y planificar un proyecto en la empresa. Técnicas y métodos para el éxito de un proyecto empresarial*. España: Ideaspropias Editorial. Primera Edición

Castillo, María. (2005). *Pensamiento estratégico. Una perspectiva para los ejecutivos*. México: Pearson Education S.A.

CELAC. (s.f.). “*Seguridad Alimentaria bajo la pandemia de Covid-19*”. En *Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la Agricultura*.
http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/rlc/docs/covid19/Boletin-FAO-CELAC.pdf Recuperado el 29 de noviembre del 2020.

Coba, Gabriela. (14 de diciembre de 2019). *Alta demanda de pollo en Ecuador atrae en franquicias internacionales*. <https://www.primicias.ec/noticias/economia/pollo-consumo-ecuador-franquicias-internacional/> Recuperado el 20 de Abril del 2020.

- Colomer, Javier. (03 de marzo del 2017). *Cuánta proteína tiene el pollo*.
<https://www.hsnstore.com/blog/nutricion/proteinas/cuanta-tiene-el-pollo/>
 Recuperado el 20 de enero del 2020
- Corte Constitucional del Ecuador. (16 de junio de 2020). “*Decreto 1070-2020-Se crea el programa de apoyo crediticio denominado Actíivate Ecuador*”. En *Apive.org*.
<https://apive.org/download/decreto-1070-2020-se-crea-el-programa-de-apoyo-crediticio-denominado-reactivate-ecuador/> Recuperado el 20 de octubre de 2020.
- Cruelles, José Agustín. (2012). *Productividad e incentivos: Cómo hacer que los tiempos de fabricación se cumplan*. Barcelona, España: MARCOBO, S.A. Primera edición.
- De Mateo, Rosario; Bergés, Laura y Sabater, Marta. (2009). *Gestión de empresas de comunicación*. Sevilla: Comunicación Social.
- Definición.de. (s.f.). *Definición de cliente*. <https://definicion.de/cliente/> Recuperado el 23 de noviembre de 2019.
- De Molina, Alonso. (27 de octubre de 2016). “*Qué es la administración estratégica*”. En *Conexionesan*. <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/10/que-es-la-administracion-estrategica/#:~:text=La%20administraci%C3%B3n%20estrat%C3%A9gica%20es%20un,y%20localiza%20recursos%20para%20realizarlos>. Recuperado el 20 de agosto de 2020.
- De Valparado, Isabel. (1997). *Organizar, acción y efecto*, Madrid, España: Esic Editorial.
- Díaz, Inmaculada. (2006). *Finanzas corporativas en la práctica*. Madrid: DELTA Publicaciones.
- Ealde. (28 de febrero de 2018). “*La gestión de riesgos en proyectos según la PMI*”. En *Ealde Business School*. <https://www.ealde.es/gestion-de-riesgos-proyectos/#:~:text=La%20Gesti%C3%B3n%20de%20Riesgos%20en%20proyectos%20est%C3%A1%20basada%20en%20la,de%20riesgos%20de%20un%20proyecto.&text=Tambi%C3%A9n%20se%20disminuye%20la%20probabilidad,eventos%20negativos%20en%20> Recuperado el 15 de septiembre de 2020.

- Escobar, H; Gutiérrez, E & Gutiérrez, A. (2007). *Hacienda pública . Un enfoque económico*. Medellín, Colombia: Sello Editorial.
- El Insignia. (22 de noviembre de 2016). *Etapas del proceso de faenamiento del pollo*.
<https://blog.elinsignia.com/2016/11/22/etapas-del-proceso-faenamiento-del-pollo/>
Recuperado del 25 de Febrero del 2019
- El Telégrafo. (5 de julio de 2019). “\$ 1.272 millones genera la producción avícola al año”.
En *El Telégrafo*. <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/feria-produccion-dia-pollo-ecuador> Recuperado el 15 de septiembre del 2020.
- Espinosa, Roberto. (31 de mayo de 2015). “*Matriz de Ansoff, estrategias de crecimiento*”.
En *RobertoEspinosa.es*. <https://robertoepinosa.es/2015/05/31/matriz-de-ansoff-estrategias-crecimiento> Recuperado del 03 de diciembre del 2020.
- Estacio, Sofía. (2013). *Estudio de factibilidad para la creación de un camal en la comunidad de Cariacu con un centro de expendio en Cayambe*. (Tesis de grado).
Universidad Central del Ecuador. <file:///C:/Users/GLGarcia/Downloads/T-UCE-0005-263.pdf>
- Expreso. (08 de agosto de 2020). *Más de 1 millón de ecuatorianos están desempleados según el INEC*. <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/desempleo-ecuador-llega-cifra-alta-ultimos-13-anos-87582.html> Recuperado el 20 de septiembre de 2020.
- Fernández, Andrés. (2008). *Manual del Consultor de Dirección*. Madrid: Diaz de Santos.
- Fernández, Dolores y Fernández, Elena. (2010). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Madrid: Paraninfo. Primera edición.
- FAO. (s.f.). “*Producción y productos avícolas*”. En *Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la Agricultura*. <http://www.fao.org/poultry-production-products/socio-economic-aspects/markets-trade/es/> Recuperado el 20 de septiembre del 2019.

- FAO: Nutrición y Alimentación (2002). “*Producción y seguridad alimentaria*”. En *Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la Agricultura*. <http://www.fao.org/3/w0073s/w0073s06.htm> Recuperado el 25 de enero de 2019.
- FAO. (2020). “*Seguridad alimentaria bajo la pandemia de COVID-19*”. En *Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura*. http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/rlc/docs/covid19/Boletin-FAO-CELAC.pdf Recuperado el 29 de noviembre de 2020.
- Galván, Ricardo. (05 de junio de 2009). “*Buenas prácticas de manufactura*” <http://ricardogalvan9.blogspot.com/2009/06/buenas-practic-as-de-manufactura.html> Recuperado el 20 de octubre del 2020.
- García, Victor. (2015). *Análisis financiero. Un enfoque integral*. México: Grupo Editorial Patria.
- García, María; Muñoz, Andrea; Sacoto, Andrea. (2011). *Estudio para la implementación de una planta de subproductos derivados del proceso de faenado obtenidos en el camal municipal de la ciudad de Azoguez*. (Tesis de grado). Universidad Politécnica Salesiana de Cuenca. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1586/15/UPS-CT002019.pdf>
- Gottau, Gabriela. (18 de mayo de 2015). “*El contenido de proteínas y grasas de diferentes carnes*”. En *Vitónica*. <https://www.vitonica.com/proteinas/el-contenido-de-proteinas-y-grasas-de-diferentes-carnes> Recuperado el 24 de febrero de 2019
- Gutiérrez, María. (10 de julio de 2020). “*Ecuador promueve consumo de pollo: Alto valor nutricional para su población*”. En *Avinews*. <https://avicultura.info/ecuador-promueve-consumo-pollo-alto-valor-nutricional/> Recuperado el 01 de noviembre de 2020.
- Gutiérrez-Rubí, Antoni. (septiembre de 2020). “*Tendencias que marcan a la sociedad durante el coronavirus*”. En *BID*. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Tendencias-que->

marcan-a-la-sociedad-durante-el-coronavirus.pdf Recuperado el 25 de noviembre de 2020.

Heizer, Jay y Render, Barry. (2004). *Principios de administración de operaciones*. México: Pearson Educación. Quinta edición.

Hornigren, Charles; Datar, Srikant y Foster, George. (2007). *Contabilidad de costos. Un enfoque gerencial*. México: Pearson Prentice Hall. Decimosegunda edición.

Ibarra, Franklin. (2018). *Plan de negocios para comercializar pollos enteros y cortes especiales de la Avícola JG en las ciudadelas vía a la costa en el año 2018*. (Tesis de posgrado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/8874/1/T-UCSG-PRE-ESP-IAV-300.pdf>

Impulsa Popular. (25 de agosto de 2016). “*Qué es estudio de factibilidad*”. En *Impulsa Popular*. <https://www.impulsapopular.com/gerencia/que-es-un-estudio-de-factibilidad/> Recuperado el 15 de Noviembre del 2020.

INEC. (09 de noviembre de 2020). “*Índice de precios al consumidor*”. En *Ecuador en cifras*. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2020/Octubre-2020/Boletin_tecnico_10-2020-IPC.pdf Recuperado el 30 de noviembre del 2020.

INEC. (octubre 2020). *Índice de precios al consumidor*.
https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2020/Octubre-2020/Boletin_tecnico_10-2020-IPC.pdf Recuperado el 25 de noviembre del 2020.

Iniesta, Isabela. (02 de septiembre de 2015). “*La complejidad de la empresa como un sistema abierto*”. En *Marketreal.es*. <https://www.marketreal.es/2015/09/empresa-sistema/> Recuperado el 15 de enero de 2021.

Kohler, H. D., & Artiles, A. M. (2007). *Manual de sociología del trabajo y de las relaciones laborales*. Madrid, España: Delta publicaciones.

LABORMX. (07 de febrero del 2018). “*Qué significa estudio de factibilidad de un proyecto*”. En *Labor Mexicana*.

<https://www.labormx.com/?s=ESTUDIO+FACTIBILIDAD> Recuperado el 15 de noviembre de 2019.

La Cruz, Jimmy. (12 de febrero de 2014). *La merma en la empresa*.

<https://prezi.com/vhlvixgftfpo/la-merma-en-la-empresa/> Recuperado el 28 de febrero de 2019.

Litardo, César. (20 de junio de 2020). *Ley Orgánica de Apoyo humanitario para combatir la crisis sanitaria derivada del Covid-19*.

https://www.emov.gob.ec/sites/default/files/transparencia_2020/a2_41.pdf
Recuperado el 20 de octubre del 2020.

López, Jorge. (2013). *+Productividad*. USA: Palibrio.

Luna, Alfredo. (2016). *Plan estratégico de negocios*. México: Grupo Editorial Patria.

Macías, Ángela; Loffredo, Romina. (2018). *Plan de negocios para comercializar pollos faenados de la empresa "Su economía" S.A. en la parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil para el año 2018*. (Título de grado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10334/1/T-UCSG-PRE-ESP-IAV-322.pdf>

MAGAP. (11 de septiembre de 2013). "*Manual de procedimientos para certificación de control oficial de granjas avícolas*". En *Agrocalidad*.

<http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/ecu196271.pdf> Recuperado el 26 de noviembre de 2019

Mancera, Francisco. (2019). *Planificación financiera*. Madrid: Elearning S.L.

Maqueda, Javier y Llaguno, José. (1995). *Marketing estratégico para una empresa de servicios*. Madrid; Diaz de Santos.

Martínez, Javier. (27 de agosto de 2019). "*Qué son las externalidades*". En *Econosublime*.

<http://www.econosublime.com/2018/03/que-son-externalidades-positivas-negativas.html> Recuperado el 25 de febrero de 2021.

Martínez, Daniel y Milla, Artemio. (2012). *Análisis del entorno*. Madrid: Diaz de Santos.

- Mejía, Hernán. (2011). *Gestión integral de riesgos y seguros para empresas de servicios, comercio e industria*. Bogotá: ECOE. Segunda edición.
- Meza, Jhonny. (2013). *Evaluación financiera de proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones. Tercera edición.
- Milán Ángel; Molina, Arturo, y otros. (2013). *Fundamentos de marketing*. Madrid: ESIC. Primera edición.
- Ministerio del ambiente y agua. (04 de noviembre de 2015). *Punto Verde*
<https://www.ambiente.gob.ec/punto-verde1/> Recuperado el 23 de octubre del 2020
- Morán, Juan. (2013). *Diseño de un sistema automatizado para el faenamiento de ganado vacuno y porcino en el camal municipal de la ciudad de Guayaquil*. (Tesis de grado). Universidad de Guayaquil.
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/2315/1/Tesis%20De%20Grado.pdf>
- Municipio de Bucay. (s.f.). *Información básica del cantón*.
https://www.municipiobucay.gob.ec/?page_id=217 Recuperado el 20 de junio de 2019
- Navajo, Pablo. (2009). *Planificación estratégica de organizaciones no lucrativas*. Madrid, España: Narcea. S.A
- Nader, Jorge. (s.f.). “*La calidad, aplicación de sus principios a los alimentos, su visualización por distintos sectores. El enfoque del codex alimentarius*”. En FAO.
http://www.fao.org/tempref/GI/Reserved/FTP_FaoRlc/old/prior/comagric/codex/pdf/calidad.pdf Recuperado el 26 de noviembre de 2019
- Pampillón, Rafel. (06 de febrero de 2011). “*Qué son las externalidades*”. En *Economy Weblog*”. <https://economy.blogs.ie.edu/archives/2011/02/%C2%BFque-son-las-externalidades/> Recuperado el 01 de marzo de 2021.
- Plan V. (24 de abril de 2020). *El pollo nuestro de cada día: Los impactos de la industria de la carne en el Ecuador*. <https://www.planv.com.ec/investigacion/investigacion/el-pollo-nuestro-cada-dia-impactos-la-industria-la-carne-el-ecuador> Recuperado el 10 de julio del 2020.

- Publicaciones Vértice. (2008). *Gestión de Proyectos*. Madrid: Vértice.
- Quintana, Ana. (s.f.). *Análisis del mercado*.
http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/analisis-de-mercado_1563825598.pdf Recuperado el 10 de mayo de 2020.
- Revista Líderes. (15 de marzo del 2015). “*En ocho provincias se concentra el mayor consumo de cárnicos*”. En *Revista Líderes Ec*.
<https://www.revistalideres.ec/lideres/consumo-carnicos-ecuador.html> Recuperado el 20 de agosto del 2020
- Reyes, Otilio & Oslund. Franklin (2014). “*Teoría del bienestar y el óptimo de Pareto como problemas macroeconómicos*”. *Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas*. Costa Caribe, Nicaragua.
- Rivera, Jaime; Arellano, Rolando y Molero, Víctor. (2000). *Conducta del consumidor. Estrategias y técnicas aplicadas al marketing*. Madrid, España. ESIC Editorial.
- Rivera, Jaime y de Garcillán, Mencía. (2007). *Dirección de Marketing; Fundamentos y aplicaciones*. Madrid: ESIC Editorial
- Rodríguez, Fabián. (11 de septiembre de 2015). “*Análisis interno y externo de una empresa*”. En *Prezi*. https://prezi.com/lb76hybl_lp_/analisis-interno-y-externo-de-una-empresa/ Recuperado del 15 de noviembre del 2020.
- Roldán, Nicole. (28 de junio de 2016). “*Teorema de Coase*”. En *Economipedia*.
<https://economipedia.com/definiciones/teorema-de-coase.html> Recuperado el 15 de enero de 2021
- Roldán, Nicole. (02 de agosto de 2016). “*Costos de transacción*”. En *Economipedia*.
<https://economipedia.com/definiciones/costos-de-transaccion.html> Recuperado el 02 de marzo de 2021
- Roldán, Nicole. (02 de diciembre de 2016). “*Economía neoclásica*”. En *Economipedia*.
<https://economipedia.com/definiciones/economia-neoclasica.html> Recuperado el 01 de marzo de 2021.

- Sempértegui, Gabriela. (2017). *Plan de Marketing para la empresa camal avícola-El Pollo Serrano-de la ciudad de Loja*. (Tesis de grado). Universidad Nacional de Loja.
<http://dspace.unl.edu.ec:9001/jspui/bitstream/123456789/18446/1/Natalia%20Judith%20Semp%C3%A9rtelui%20Andrade.pdf>
- Senplades. (23 de julio de 2017). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2017-2021*.
<https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2017-2021.pdf> Recuperado el 15 de noviembre de 2020
- Sevilla, Andrés. (2017). “*Productividad*”. En *Economipedia*.
<https://economipedia.com/definiciones/productividad.html> Recuperado el 20 de octubre del 2019.
- SIS International Research. (2020). *Qué es la investigación cuantitativa*.
<https://www.sisinternational.com/investigacion-cuantitativa/> Recuperado el 31 de agosto del 2020.
- Spencer, Milton. (1995). *Economía contemporánea*. Barcelona: Reverté S.A. Tercera edición.
- Sulser, Rosario y Pedroza, José. (2004). *Exportación efectiva. Reglas básicas para el éxito del pequeño y mediano exportador*. México: ISEF. Primera edición
- Superintendencia de Control del Poder de Mercado. (2015). *Estudio de Mercado Avícola enfocado en la comercialización de pollo en pie, año 2012-2014*.
<https://www.scpm.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2019/03/ESTUDIO-AVCOLA-VERSION-PUBLICA.pdf> Recuperado el 14 de abril de 2019
- The Power MBA. (s.f.). *Las 5 fuerzas de Porter: análisis de las fuerzas competitivas de una empresa*. <https://www.thepowermba.com/es/business/las-5-fuerzas-de-porter/#:~:text=Como%20hemos%20indicado%2C%20las%20cinco,sustitutivos%20y%20rivalidad%20entre%20competidores>. Recuperado el 02 de diciembre del 2020

- Triviño, Bryan. (2016). *Plan de negocio para la creación de una empresa dedicada a la crianza y comercialización de pollos criollos como línea gourmet en Santo Domingo*. (Tesis de grado). Universidad de las Américas.
<http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/5626/1/UDLA-EC-TINI-2016-96.pdf>
- Ventura, Juan. (2009). *Análisis estratégico de la empresa*. Madrid, España: Paraninfo S.A.
Primera edición
- Vera, Gabriel. (2009). *Diseño de una planta de procesamiento de carne de pollo*. (Tesis de grado). Escuela Superior Politécnica del Litoral.
<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10559/1/D-42710.pdf>
- Villón, Jorge. (22 de noviembre de 2020). “Consumo de pollo crece en Ecuador, pero producirlo cuesta más que en países vecinos. En *El Universo*.
<https://www.eluniverso.com/noticias/2020/11/20/nota/8055742/consumo-pollo-crece-ecuador-2020> Recuperado el 25 de noviembre del 2020.
- Westreicher,Guillermo. (20 de septiembre de 2020). “Teoría de la empresa”. En *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/teoria-de-la-empresa.html>
Recuperado el 25 de febrero de 2021.

ANEXOS

Anexo 1 Diseño del Censo y respuestas

DATOS INFORMATIVOS

GÉNERO:

MASCULINO

FEMENINO

EDAD:

NIVEL DE
EDUCACIÓN:

PRIMARIA

SUPERIOR

SECUNDARIA

POSGRADO

AÑOS EN LA
ACTIVIDAD:

MENOS DE 5
AÑOS

MÁS DE 5
AÑOS

VOLUMEN DE VENTAS MENSUALES
(UNIDADES):

1 000 -5 000

10 001 -15 000

5 001 -10 000

más de 15 000

VOLUMEN DE VENTAS MENSUALES (\$):

menos de \$ 27
500

\$ 55 001 - \$ 82
500

\$ 27 501 - \$ 55
000

más de \$ 82 500

1.- ¿Ud se dedica a la comercialización de aves en pie?

SÍ

No

2.- ¿Cómo desarrolla usted el proceso de sacrificio y venta de sus aves?

3.- ¿Cómo evalúa usted el proceso mediante el cual son sacrificadas sus aves?

4.- ¿Conoce usted sobre BPM e inocuidad alimentaria?

SÍ No

Las BPM (Buenas prácticas de manufactura) permiten que los productos estén seguros para el consumo, están ligadas a higiene y la forma de manipulación.

La inocuidad alimentaria se define como el buen manejo de los productos en su producción y almacenamiento, de manera que prevenga enfermedades al consumirlos.

5.- ¿Considera usted que se están aplicando sobre el producto que faenan su prestador de servicios?

SÍ No

6.- ¿Cuál es su impresión general sobre la posibilidad de ejecución de este nuevo servicio?

	Excelente
	Bueno
	Malo

¿Por qué?

7.- ¿Qué nivel de impacto cree Ud. que tendría en la sociedad y en la productividad de su negocio la implementación de este servicio?

	Alto
	Medio
	Bajo

¿Por qué?

8.- ¿Qué aspecto le gustaría que tenga mayor control en la implementación de este nuevo servicio en el sector?

	Limpieza
	Precios
	Calidad

¿Por qué?

9.- Al ser ud uno de los principales proveedores en el mercado local de aves en pie. ¿Estaría dispuesto según las condiciones en el mercado, a proveer a microempresarios pollo faenado?

	Definitivamente sí
	Sí
	No
	Definitivamente no

¿Por qué?

10.- Ante la demanda de ave faenada en conjunto con la implementación de este servicio. Cree ud que sus niveles de venta:

	Aumentarán
	Se mantendrán
	Disminuirán

¿Por qué?

11.- Al analizar su nivel de productividad y de ventas, considera que es más rentable para Ud.:

	Mantenerse en el mercado de venta de aves en pie
	Incursionar en la venta de aves faenadas
	Las dos anteriores

12.- ¿Si se implementara este servicio en el cantón, haría uso de él?

<input type="checkbox"/>	Definitivamente sí
<input type="checkbox"/>	Sí
<input type="checkbox"/>	No
<input type="checkbox"/>	Definitivamente no

¿Por qué?

TRANSCRIPCIONES DE LAS ENTREVISTAS DEL CENSO:

AUD-20200816-WA0013.mp3

[00:00:00]

G: Buenos días, eh. Bueno, hoy voy a hacer esta entrevista porque es muy importante para un sistema de tesis que yo voy a realizar previo a mi maestría.

[00:00:13]

G: Hoy tengo el gusto con

A: Guillermo Andino

G: Bueno, mucho gusto don Guillermo.

[00:00:19]

G: Voy a primero a llenar sus datos informativos: género

A: Masculino

G: Su edad

A: 42 años

G: Nivel de educación: primaria, s...

A: Primaria.

G: Ok. ¿Cuántos años tiene usted dentro de la actividad? ¿Menos de cinco años o más de cinco años?

A: Algo más de cinco años.

[00:00:42]

G: El volumen de ventas mensuales que usted maneja en unidades, tengo los rangos de 1000 a 5000, 5000-10000, 10001 a 15000 o más de 15000 aves por mes.

[00:00:55]

A: No, entre unos de 5000 a 10000.

[00:00:59]

G: Ok. Y esto calculando un nivel de ventas en dólares más o menos ¿qué monto sería?

[00:01:06]

A: Eso sería de ganancia, de cómo sería

G: Sí, de utilidad.

A: Unos 1200, 1500 por ahí más o menos

G: ok.

[00:01:16]

G: Y si lo calculamos ya en ventas así totales.

A: En ventas sería unos 45000 o algo así.

G: Ok, ¿usted se dedica a la comercialización de aves en pie?

[00:01:29]

A: No, yo crío y también hago de faenar.

[00:01:33]

G: Ok, entonces sus actividades serían comercialización de aves y sacrificio y venta de aves.

A: Sí, así.

G: Ahora dentro del sacrificio de venta de aves, ¿cómo desarrolla usted este proceso?

[00:01:45]

G: ¿Cómo lleva a cabo el sacrificio de las aves? ¿Cómo empieza el proceso y todo eso?

[00:01:50]

A: Sí, bueno, el proceso es coger del galpón propio mismo de nosotros y bajar a la Faenadora y ahí pues ya se le hace de faenar. Y se entrega así a los locales, a donde pidan a los clientes.

G: Usted cuenta con un sistema desde el sacrificio...

[00:02:07]

G: Por ejemplo, que no tengan las aves torturación. En cuanto a limpieza, el material de las de las mesas para pelar, los tanques.

[00:02:19]

A: Sí, claro, con todo, todo tengo el permiso y con todo.

G: El permiso de la localidad.

I: De faenamamiento, tengo el permiso de agrocalidad.

[00:02:28]

G: Ok, ahora usted ¿cómo evalúa el proceso mediante el cual son sacrificadas sus aves? ¿Cree que es muy bueno? ¿Debe corregirse algo? ¿Cómo considera eso?

[00:02:37]

A: No sé. Creo que yo pienso que algo tiene que estar de corregir todavía.

[00:02:41]

A: Si yo creo que bien.

G ¿Conoce ustedes sobre buenas prácticas de manufactura e inocuidad alimentaria, no?

A: Mmm. no

[00:02:52]

G: Bueno, se considera las buenas prácticas de manufactura las que permiten que los productos estén seguros para el consumo, están ligados a la higiene y la forma de manipulación de aves, en este caso. Por su parte. La inocuidad alimentaria se define como el buen manejo de productos en una producción y almacenamiento, de manera que prevenga enfermedades a consumirlo. ¿Usted conocía estos dos términos?

[00:03:16]

A: Sí sí. Además me obligaron, y bueno, claro, yo pago un doctor que va todos los días, bueno, un día o dos a la semana a controlar todo eso y desde por cuenta de agro calidad mismo.

[00:03:28]

G: Ok, entonces ante esto ¿usted considera que está aplicando sobre el producto que faena sorpresa su prestador de servicios está dos términos?

A: Sí.

G: ¿Cuál es su impresión general sobre la posibilidad de la ejecución de nuestro servicio? Como ya lo había mencionado anteriormente, eh implementar un sacrificador digamos así de aves. En donde se pueda distribuir a los diferentes microempresarios de la zona. ¿Cómo se considera esto? ¿Cuál es su impresión: excelente, bueno o malo?

[00:04:01]

A: Sí, sería sería muy bueno. Sería muy bueno porque si ahí no hubiera mucho intermediario. O sea, como digo, pelador. Es así ¿cómo es la palabra?

G: Informales.

A: Sí, eso sería muy bueno.

[00:04:17]

G: ¿Qué nivel de impacto cree usted que tendría en la sociedad y en la productividad de su negocio a la implementación de este servicio: alto, bajo, medio?

[00:04:25]

A: Sí, sería, sería muy bueno. Sería muy bueno porque ahí no hubiera muchos informales y se vendería mejor.

[00:04:35]

G: Okey, ¿Cuáles de estos aspectos considera usted que debe tener mayor control en la implementación de este nuevo servicio: limpieza, precios, calidad o las tres anteriores?

[00:04:45]

A: Yo creo que las tres, por más que todo que interviniera Agrocalidad para que vea que salga el producto de buena calidad.

[00:04:56]

G: Ok, al ser usted uno de los principales proveedores en el mercado local de aves pie, ¿estaría dispuesto, según las condiciones en el mercado, a proveer a microempresarios pollos faenados a través de este sistema? Porque usted me informa que usted ya tiene un prestador de servicios.

[00:05:14]

G: A usted le gustaría, digamos así, proveer aves a este sacrificador que se estaría implementando para que puedan tener aves faenadas los microempresarios?

[00:05:26]

A: Sí, sí, de acuerdo, yo también si hago de distribuir pollo en pie, sí.

[00:05:32]

G: Y, ¿por qué sí lo implementaría? Incrementaría también su nivel de venta.

A: Sí claro, aumentaría mucho más del nivel de ventas.

G: Ante la demanda de ave faenada en conjunto con la implementación de este servicio. ¿Cree usted que sus niveles de venta aumentarán, se mantendrán o disminuirán?

[00:05:49]

A: Aumentará un poco más, sí.

G: ¿Por qué?

A: Porque pedirían como yo ya tengo mi camal propio se puede decir, entonces pedirían más pollo así con todo lo de la ley. O sea que vaya bien en tanto en limpieza y calidad.

[00:06:06]

G: Además, con su experiencia, ¿usted también podría ayudar, cierto? A implementar esto acá. Porque ya tienes experiencia en cuanto a la calidad. Si no sería en un volumen mucho más alto.

[00:06:15]

A: Si claro, pero lo que hiciera falta sí. También ayudaría.

[00:06:20]

G: Al analizar su nivel de productividad y de ventas, considera que es más rentable para usted: mantenerse en el mercado de venta de vez en pie, incursionar en la venta de aves faenadas o las dos anteriores las dos anteriores.

A: Las 2

[00:06:33]

G: Si se implementara este servicio en el cantón ¿haría uso de él? Definitivamente sí.

[00:06:37] Si no, definitivamente no.

A: No, porque yo ya tengo mi propio camal, se puede decir. Yo tengo mi propia afanadora ya.

G: ¿Y cómo proveedor de aves?

[00:06:47]

A: Eso sí, proveer aves en pie o faenado. Sí, de eso sí.

[00:06:52]

G: Bueno, pero como éste sería un servicio que va a faenar sería como un proveedor de aves en pie.

A: Sí, claro.

G: Porque usted ya tiene su propio camal.

A: Sí.

G: Ok. Bueno, muchísimas gracias esa ha sido toda la entrevista hemos conocido los puntos y al parecer la implementación de este servicio sería aceptado por usted y por el resto de la sociedad.

[00:07:12]

A: Gracias a usted. Muy amable por todo. Gracias.

AUD-20200817-WA0121.mp3

[00:00:00]

G: Buenas tardes, bueno, nos encontrábamos en el cantón Bucay y hoy tengo el gusto con...

F: Fernando Villacrés.

G: Muy bien don Fernando

[00:00:08]

G: ¿Cuál es su edad?

F: 48 años

G: ¿Su nivel de educación?

F: Secundaria

G: ¿Cuántos años tienen la actividad de producción de aves en pie?

F: Ocho años.

[00:00:20]

G: El volumen de ventas mensuales en unidades, ¿en qué rango se encuentra de 1000 a 5000, de 5001 a 10 000, 10 001 a 15000 o más de 15000 aves por mes?

F: De 1000 a 5000 sería.

G: El volumen de ventas mensuales en dólares menos de 27 500, 27 501 a 55000 dólares...

F: Menos de 27500.

[00:00:43]

G: ¿Usted se dedica a la comercialización de aves en pie, faenamiento de aves o las dos anteriores?

[00:00:50]

F: Sólo en pie no más.

[00:00:54]

G: ¿Usted conoce acerca de las buenas prácticas de manufactura e inocuidad alimentaria?

F: La verdad, no.

G: Bueno, se define como buenas prácticas de manufactura, aquellas que le permiten que sus productos estén seguros para el consumo, están ligadas a higiene y forma de manipulación y la inocuidad alimentaria se define como el buen manejo de productos en su producción y almacenamiento. Ante estos dos significados, ¿considera usted que está aplicando sobre la producción de aves en pie, en un negocio?

[00:01:25]

F: Si es así, lo que es bioseguridad, todo se aplica aquí.

[00:01:29]

G: ¿Cuál es su impresión general sobre la posibilidad de la ejecución del servicio de prestador de un sacrificador de aves: excelente, bueno o malo?

[00:01:40]

F: Pongamosle buena.

G: ¿Por qué?

[00:01:44]

F: Porque o sea ¿son los que entregan el pollo pelado no?, porque o sea no tienen las instalaciones necesarias. Eso sería bueno. No sé si el municipio, alguien pueda ayudar a hacer algo apto, porque lo que se conoce de los puntos donde pelan pollo no. No les veo excelente yo.

[00:02:06]

G: Ok. ¿Qué nivel de impacto cree usted que tendría en la sociedad y en la productividad de su negocio la implementación de este servicio: alto, medio bajo?

[00:02:14]

F: Yo creo que alto.

G: ¿Por qué considera alto?

F: Porque se faenaría aquí mismo todo lo que es del sector y aquí mismo quedará. Porque para que no esté entrando productos de otros que no se sabe cómo es la crianza, cómo, como la higiene y todo eso.

G: ¿Qué aspecto le gustaría que tenga mayor control en la implementación de este nuevo servicio?

[00:02:35]

G: ¿Limpieza, precios, calidad o todas las anteriores?

[00:02:39]

F: Yo creo que todas las anteriores.

G: ¿Por qué lo considera así?

[00:02:43]

F: Por qué o sea estamos en un mundo competitivo y entonces tenemos que ver la, o sea saber sacar algo de dinero a bajo costo. Ya no podemos darnos el lujo de gastar mucho porque no tuviéramos rentabilidad, entonces estamos por ese margen, eso es.

[00:03:01]

G: Al ser uno de los principales proveedores en el mercado local de aves en pie, ¿estaría dispuesto a proveer a microempresarios el pollo en su caso, en aves en pie?

F: Yo creo que por lo que tengo, o sea, por él, no tengo mucho ya, al menos que si optara por eso, si fuera bueno.

G: Igual ante la capacidad que usted tiene aquí, si hubiera de lo que son a en pie para que esa faenado en el sacrificador y poder así brindar pollo faenado a las microempresario?

[00:03:32]

F: Yo creo que sí. O sea como he dicho, en un rango de yo creo unos 3000 pollos entonces, más o menos 3000 pollos cada dos meses.

[00:03:40]

F: Entonces, con la de otras personas que creamos por ese sector, entonces todo vamos encadena y poniendo los pollos de diferentes edades podemos proveer para ese servicio.

[00:03:53]

G: Ante la demanda debe faenada en conjunto con la implementación de este servicio, ¿cree usted que su nivel de venta: aumentará, se mantendrá o disminuirá?

[00:04:02]

F: Yo creo que se va a mantener, se va a mantener o posiblemente aumentará.

G: ¿Por qué lo considera así?

[00:04:08]

F: Porque, o sea, viendo este servicio aquí mismo, entonces la gente del sector ya optaría por aquí mismo por utilizar para no gastar transporte, porque el transporte también incluye en el precio del pollo. Entonces, si es del sector, entonces a baratería los costos.

[00:04:25]

G: Al analizar su nivel de productividad y ventas, ¿considera que es más rentable para usted como microempresario mantenerse en el mercado de venta de aves en pie, incursionar en la venta de aves faenadas o las dos anteriores?

[00:04:37]

F Yo creo que en pie y si hay la posibilidad de faenar fuera bueno para ser un, para que no haiga un intermediario y así no se eleven los costos del pollo al consumidor final.

[00:04:51]

G: Muy bien, si se implementara este servicio en el cantón ¿haría uso de él?
Definitivamente sí, Sí. No, definitivamente no..

[00:04:58]

F: Yo creo que sí. Sí.

G: ¿Por qué?

[00:05:01]

F: Porque si estamos hablando de que es necesario que haiga, o sea que haiga aquí ese servicio, entonces cómo vamos a dejar de utilizar, si habiendo ese servicio hay entonces.

[00:05:14]

F: Y definitivamente sí mejor, eso sí sería

G: Listo, muchísimas gracias por esta entrevista.

[00:05:21]

G: Gracias por la información que nos brinda.

AUD-20200817-WA0122.mp3

[00:00:00]

G: Buenas tardes, me encuentra en el cantón Bucay y hoy tengo el gusto de hacer la entrevista al señor...

M: Miguel Ángel Quinde

G: OK, señor Miguel, ¿Cuántos años tiene?

M: 31 años.

G: Su nivel de educación: primaria, secundaria, superior o posgrado.

M: Secundaria.

G: ¿Cuántos años tiene la actividad de lo que es producción de aves en pie? ¿Menos de cinco años o más de cinco años?

M: Menos de cinco años

G: Analizando su nivel de ventas en unidades, ¿en qué rango considera usted que está? Entre los 1000 a 5000 aves, 5 001 a 10000, 10001 a 15000 o más de 15000 aves por mes.

[00:00:43]

M: No sé, 5000.

[00:00:47]

G: Ok, según el volumen de ventas mensuales, eh, en dólares estamos hablando de: menos de 27 500 dólares, 27 501 a 55000 dólares, 55 501 a 82 500 dólares o más de 82 500 dólares.

[00:01:06]

M: El rango de 27000 más o menos, un poco menos también. No, no es tanto.

[00:01:13]

G: Ok, ¿a qué actividad usted se dedica? ¿A comercialización de aves en pie o faenamiento de aves o las dos anteriores?

[00:01:20]

M: No sólo en pie, sólo venta en pie nada más.

[00:01:24]

G: ¿Conoce usted sobre las buenas prácticas de manufactura e inocuidad alimentaria?

[00:01:30]

M: No, no, no, no sé a qué se refiere sobre eso.

[00:01:35]

G: Ok, se define a las buenas prácticas de manufactura, aquellas que permiten que los productos estén seguros para el consumo, están ligadas a la higiene y a la forma de manipulación, mientras que la inocuidad alimentaria se define como el buen manejo de productos en su producción y almacenamiento, de manera que prevenga enfermedades al consumidor. ¿Considera usted que está aplicando sobre el producto aquí en su prestador de servicios?

[00:02:00]

G: ¿Estas dos normas?

M: Sí, 100% con las vacunas, con la higiene necesaria y con el manejo buen manejo de la crianza de pollo.

[00:02:10]

G: Ok. ¿Cuál es su impresión general sobre la posibilidad de la ejecución del nuevo servicio, que ya le mencioné previo a la entrevista, el prestador de sacrificio de aves? ¿Usted lo considera excelente, bueno o malo?

[00:02:24]

M: No sería excelente, claro, si hubiera la posibilidad de trabajar de esa manera también fueron excelente.

[00:02:31]

G: Ok, ¿qué nivel de impacto cree usted que tendría en la sociedad y en la productividad de su negocio la implementación de este servicio: alto, medio o bajo? Por qué?

[00:02:41]

M: Alto, alto porque sería un ingreso más que uno se va a obtener, porque la venta en pie no se compara nada a lo pelado. Pelado es mucho mejor.

[00:02:53]

G: ¿Qué aspecto le gustaría que tenga mayor control en la implementación de este nuevo servicio en el sector? Limpieza, precios, calidad o todas las anteriores.

[00:03:02]

M: Serían todas las, todas las opciones que hay ahí.

G: ¿Por qué?

M: Limpieza me dice que. O sea, aclaró bastante que ver la limpieza, el...

G: Los precios y la calidad.

M: Los precios y la calidad.

[00:03:23]

G: Ok. Al ser usted uno de los principales proveedores en el mercado local de aves en pie, ¿estaría dispuesto, según las condiciones del mercado, a proveer a microempresarios ave en pie?

[00:03:35]

M: Si hubiera la posibilidad, claro de, de conversar y si se llega a algún acuerdo, pues claro, bienvenido sea.

[00:03:43]

G: Ante la demanda debe faenada en conjunto con las implementaciones de servicio. ¿Cree usted que sus niveles de venta aumentarán, se mantendrán o disminuirán?

[00:03:52]

M: No, sí aumentarían el nivel de venta.

G: ¿Por qué?

M: Porque uno no esperaría solo vender en pie, sino también ya faenaría y entregaría a otros productores, a otros, a otros clientes.

[00:04:07]

G: Al analizar su nivel de productividad y de ventas, ¿considera que es más rentable para usted: mantenerse en el mercado de ave de venta de aves en pie, incursionar en la venta de aves faenadas o las dos anteriores?

[00:04:21]

M: Las dos, las dos es bastante importante verte en pie y venta en pelado. Es más excelente pelado porque como le dije, es una ganancia más que uno tiene claro que se esfuerza un poquito más, pero igual la ganancia es mucho mejor.

G: Si se implementara este servicio en el cantón.

[00:04:40]

G: ¿Haría uso de él? Definitivamente sí, Sí, No, definitivamente no. No

[00:04:46]

M: Sí, claro. Sí, sería bueno.

G: ¿Por qué?

M: Cómo le expliqué que es un ingreso más para uno. Mejoraría la economía de uno en lo personal y en el negocio.

[00:05:00]

G: Listo, bueno, esta sea la opinión de uno de los productores de ave en pie acá en el sector. Muchísimas gracias.

AUD-20200817-WA0132.mp3

[00:00:00]

G: Muy buenas tardes, nos encontramos en el cantón Bucay y hoy tengo el gusto de dialogar con...

I: Israel.

[00:00:09]

G: Muy bien Don Israel ¿qué edad tiene?

I: 47 años.

[00:00:13]

G: ¿Qué nivel de educación tiene: Primaria, secundaria, superior o posgrado?

I: secundaria

[00:00:19]

G: ¿Cuántos años tiene en la actividad de producción de aves en pie? ¿Menos de cinco años o más de cinco años?

[00:00:29]

I: Más de 5 años.

[00:00:32]

G: El volumen de ventas mensuales en unidades está dentro de un rango de 1000 a 5000, 5001 a 10000, 10 001 a 15000 o más de 15000 aves por mes

I: De unos 5000.

[00:00:46]

G: ¿El volumen de ventas en dólares que usted recibe mensual es menos a 27 500 o superior a 27 500?

I: Es menor a 27 500.

[00:00:58]

G: Dentro de su negocio usted se dedica a la comercialización de aves, a la venta de pollo faenando o a las dos anteriores.

I: A las dos anteriores.

G: ¿Cómo desarrolla usted el proceso de sacrificio de venta de aves?

[00:01:14]

I: Normalmente llega el pollo, llega al galpón donde de donde hacemos la recepción y luego salen para el sacrificio y luego de ahí salen para la venta, a la distribución.

[00:01:29]

G: ¿Cómo evalúa usted el proceso mediante el cual son sacrificadas sus aves? ¿Cree que cumple con todas las normas que establece Agrocalidad?

[00:01:36]

I: Yo creo que vamos mejorando día a día junto con los, con los ingenieros de localidad.

[00:01:42]

G: ¿Conoce ustedes sobre buenas prácticas de manufactura e inocuidad alimentaria?

I: Sí, sí, hemos hecho algunos cursos de eso

[00:01:49]

G: ¿Considera usted que está aplicando sobre el producto que faena su prestador de servicio estas dos normas?

I: Sí, sí, estamos en eso.

G: ¿Cuál es su impresión general sobre la posibilidad de ejecución de un prestador de servicio para el sacrificio de aves: excelente, bueno o malo?

I: Excelente.

G: ¿Por qué lo considera así?

[00:02:07]

I: Porque sería, ya no habría en distintos lugares si no había un solo lugar donde puede llegarse a faenar.

G: ¿Qué nivel de impacto

[00:02:15] Cree usted que tendría en la sociedad y en la productividad de su negocio la implementación de este servicio: alto medio o bajo?

[00:02:21]

I: Alto.

G: ¿Por qué?

I: Porque al lograr con eso el producto lo podemos poner en cualquier sitio, porque ya tenemos nuestro, nuestro re... prácticamente nuestro registro para que pueda llegar a cualquier lugar y no haya ningún inconveniente.

[00:02:36]

G: ¿Qué aspecto le gustaría que tenga mayor control en la implementación de este nuevo servicio en el sector: limpieza, precios, calidad o todas las anteriores?

[00:02:43]

I: Todas las anteriores.

G: ¿Por qué?

I: Porque es necesario tener limpieza, tener el control de precio para que pueda, para que pueda llegar un producto en óptimas condiciones al consumidor.

[00:02:55]

G: Al ser uno de los principales proveedores en el sector local de aves en pie, ¿Estaría dispuesto a según las condiciones en el mercado a proveer a microempresarios pollo finado? Definitivamente sí, Si, no o definitivamente no

I: Definitivamente sí.

[00:03:09]

G: ¿Por qué?

I: Porque eso aumentaría mi... una mis ventas y por ende mi utilidad.

[00:03:16]

G: Okey, entonces está ligada a la siguiente pregunta ante la demanda de un ave faenada, de las aves faenadas en conjunto con la implementación de este servicio. ¿Cree usted que son niveles de ventas: aumentarían, se mantendrían o disminuirían?

[00:03:27]

I: Yo creo que aumentaríamos, porque como le dije al principio, mantendríamos un nivel alto de calidad y todo para poder entregar al... al comercio.

[00:03:39]

G: Al analizar su nivel de productividad y de ventas, ¿considera que es más rentable para usted mantenerse en el mercado de venta de pie, incursionar en la venta de aves faenadas o las dos anteriores?

[00:03:48]

I: Las dos anteriores.

[00:03:50]

G: Si se implementará este servicio en el cantón, ¿haría uso de él?

[00:03:54]

I: Claro, por supuesto.

G: ¿Por qué lo considera así?

I: Porque sería muy necesario para poder aumentar nuestras ventas.

G: Okey, muchas gracias don Israel por esta pequeña entrevista.

Anexo 2 Cálculo de Nómina

	SUELDO BASICO	DECIMO III	DECIMO IV	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL	TOTAL PROVISIONES	PERSONAS REQUERIDAS	TOTAL A CONSIDERAR EN EL MES	TOTAL A CONSIDERAR EN EL AÑO 0
ADMINISTRATIVOS										
GERENTE		\$	\$							\$
ADMINISTRATIVO	1000	83,33	33,33	\$ 41,66	0	111,5	\$ 269,83	1	\$ 1.269,83	15.237,95
CONTADOR		\$	\$							\$
FINANCIERO	700	58,33	33,33	\$ 29,16	0	78,05	\$ 198,88	1	\$ 898,88	10.786,57
JEFE DE TALENTO		\$	\$							\$
HUMANO	700	58,33	33,33	\$ 29,16	0	78,05	\$ 198,88	1	\$ 898,88	10.786,57
SOPORTE		\$	\$							\$
TECNOLOGICO	0	-	33,33	\$ -	0	0	\$ 33,33	0	\$ -	-
JEFE DE COMPRAS	700	58,33	33,33	\$ 29,16	0	78,05	\$ 198,88	1	\$ 898,88	10.786,57
TOTAL										\$
ADMINISTRATIVOS								4	\$ 3.966,47	47.597,65
OPERATIVOS										
RECOLECCION DE AVES										
ESTIBADORES Y		\$	\$							\$
JEFE DE RUTA	0	-	33,33	\$ -	0	0	\$ 33,33	0	\$ -	-
CONTAR AVES GRANJA VS PLANTA										
ESTIBADORES	400	33,33	33,33	\$ 16,67	0	44,6	\$ 127,93	2	\$ 1.055,86	12.670,36
SUPERVISOR DE		\$	\$							\$
PLANTA	600	50,00	33,33	\$ 25,00	0	66,9	\$ 175,23	1	\$ 775,23	9.302,77
MATANZA Y DESANGRADO DE AVES										
COLGADORES	400	33,33	33,33	\$ 16,67	0	44,6	\$ 127,93	2	\$ 1.055,86	12.670,36
MATADORES	400	33,33	33,33	\$ 16,67	0	44,6	\$ 127,93	2	\$ 1.055,86	12.670,36

ESCALADO										
<i>ESCALADOR</i>	400	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 16,67	0	44,6	\$ 127,93	1	\$ 527,93	\$ 6.335,18
PELADO DEL AVE										
<i>PELADORES</i>	400	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 16,67	0	44,6	\$ 127,93	1	\$ 527,93	\$ 6.335,18
EVISCERADO										
<i>EVISCERADORES</i>	400	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 16,67	0	44,6	\$ 127,93	2	\$ 1.055,86	\$ 12.670,36
LAVADO										
<i>LAVADORES</i>	400	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 16,67	0	44,6	\$ 127,93	2	\$ 1.055,86	\$ 12.670,36
ENFRIAMIENTO DE LA CARCASA										
<i>TRANSPORTADORES FRIO</i>	400	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 16,67	0	44,6	\$ 127,93	2	\$ 1.055,86	\$ 12.670,36
VIGILANCIA										
<i>GUARDIAS</i>	400	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 16,67	0	44,6	\$ 127,93	4	\$ 2.111,73	\$ 25.340,72
TOTAL DE OPERATIVOS								15	\$ 10.278,00	\$ 123.336,02

Anexo 3 Cálculo de Aves Faenadas
por hora

MES 20.000,00 pollos
DIA 769 pollos
HORA 96 pollos

MAQUINARIAS

PROCESOS	PERSONAS REQUERIDAS	MAQUINAS REQUERIDAS	# ACTIVOS	ACTIVOS	PRECIO UNITARIO	TOTAL
RECOLECCION DE AVES						
ESTIBADORES Y JEFE DE RUTA	0	CAMION QUE SERA ALQUILADO A PROPIETARIO Y QUIEN SE HARA RESPONSABLE DE LA ESTIBACION CUIDADO Y TRANSPORTE DE LA CARGA/ 76 UNID GAVETAS DE ALMACENAMIENTO				
CONTAR AVES GRANJA VS PLANTA						
ESTIBADORES	2	2 MONTACARGA MANUAL PARA TRANSPORTACION	2	MONTACARGAS	\$ 100,00	\$ 200,00
SUPERVISOR DE PLANTA	1					
MATANZA Y DESANGRADO DE AVES						
COLGADORES	2	1 MAQUINA LINEAS DE COLGADO CON CAPACIDAD PARA 50 POLLOS	1	MAQUINA COLGADO	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00
MATADORES	2					
ESCALADO						
ESCALADOR	1	1 TANQUE DE ESCALADO	2	TANQUES	\$ 270,00	\$ 540,00
PELADO DEL AVE						
PELADORES	1	1 TANQUE DE PELADO	2	TANQUES	\$ 270,00	\$ 540,00
EVISCERADO						
EVISCERADORES	4	SE LO REALIZA DE FORMA MANUAL				
LAVADO						
LAVADORES	4	SE LO REALIZA DE FORMA MANUAL				

ENFRIAMIENTO DE LA CARCASA					
<i>TRANSPORTADORES FRIO</i>	2	1 CUARTO FRIO /2 MONTACARGAS MANUALES PARA TRANSPORTACION			
				\$	
			1	CUARTO FRIO	5.000,00 \$ 5.000,00
			2	MONTACARGAS	\$ 100,00 \$ 200,00
EMPAQUETADO					
<i>EMPAQUETADORES</i>	0				
INVERSION EN ACTIVOS					\$ 13.480,00

Anexo 4 Amortización de Activos

ACTIVOS	MONTO	%	2020	2021	2022	2023	2024
			DEPRECIACIÓN				
Edificios	\$ 100.000,00	20%	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
Instalaciones	\$ 12.500,00	20%	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
Maquinarias	\$ 13.480,00	10%	\$ 1.348,00	\$ 1.348,00	\$ 1.348,00	\$ 1.348,00	\$ 1.348,00
Muebles de Oficina	\$ 2.000,00	10%	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Equipos de computación	\$ 4.000,00	3,33%	\$ 133,20	\$ 133,20	\$ 133,20	\$ 133,20	\$ 133,20
Software	\$ 1.800,00						
Total de Activos Fijos	\$ 133.780,00	Amortización total para el PYG	\$ 24.181,20	\$ 24.181,20	\$ 24.181,20	\$ 24.181,20	\$ 24.181,20

Anexo 5 Inversión Inicial

RUBRO	2019				
	1er trimestre	2do trimestre	3er trimestre	4to trimestre	TOTAL
(A) ACTIVOS FIJOS TANGIBLES					
Edificios	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 100.000,00
Instalaciones	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 5.000,00	\$ 12.500,00
Muebles y enseres				\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Maquinaria			\$ 10.000,00	\$ 3.480,00	\$ 13.480,00
Equipo de Computación				\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
Total de Activo fijo Tangible					\$ 131.980,00
(B) ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES					
Software Facturacion				\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
Total de Activo fijo Intangible					\$ 1.800,00
(C) CAPITAL DE TRABAJO					
Vigilancia				\$ 14.400,00	
Sueldos Admnistradores				\$ 5.079,32	\$ 5.079,32
Contratacion Constructora para adecuaciones				\$ 100.000,00	\$ 100.000,00
Total Capital de trabajo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 105.079,32	\$ 105.079,32
TOTAL A+B+C					\$ 238.859,32

APORTACION CAPITAL	44%	\$ 105.079,32
PRESTAMO CFN	56%	\$ 133.780,00

Anexo 6 Amortización de Préstamos

Valor del préstamo	133.780,00
TNA (30/360)	8,35%
Años	5
Frecuencia de Pago	Anual
Interés equivalente	8,350%
N° de pagos por año	1
N° Total de Cuotas	5

Resumen:

Valor préstamo	\$	133.780,00
Suma de Cuotas	\$	169.078,61
Suma de Interés	\$	70.597,21

Número de Cuota	CUOTA A PAGAR	INTERÉS	CAPITAL AMORTIZADO	CAPITAL VIVO
0				\$ 133.780,00
1	\$ 33.815,72	\$ 11.170,63	\$ 22.645,09	\$ 111.134,91
2	\$ 33.815,72	\$ 9.279,76	\$ 24.535,96	\$ 86.598,95
3	\$ 33.815,72	\$ 7.231,01	\$ 26.584,71	\$ 60.014,24
4	\$ 33.815,72	\$ 5.011,19	\$ 28.804,53	\$ 31.209,71
5	\$ 33.815,72	\$ 2.606,01	\$ 31.209,71	\$ 0,00
		\$ 35.298,61	\$ 133.780,00	

Anexo 7 Punto de Equilibrio 2020

Faenamiento
\$ 2,00

Resultado:

PlanillaExce

PUNTO DE EQUILIBRIO	26.404,24
----------------------------	------------------

Cantidad de unidades a vender como mínimo para equiparar los costos en el año

\$ 28.150,72	\$ 0,20
---------------------	----------------

COSTO VARIABLE	\$ 0,93	\$ 1,13
-----------------------	----------------	----------------

VALOR
\$ 25.340,72
\$ 1.610,00
\$ 400,00
\$ 800,00

DESCRIPCIÓN	VALOR	CANTIDAD	IMPORTE
MOD	\$ 0,68	1	\$ 0,68
Electricidad en Pla	\$ 0,17	1	\$ 0,17
Agua en Planta	\$ 0,07	1	\$ 0,07
Fundas embalaje	\$ 0,02	1	\$ 0,02

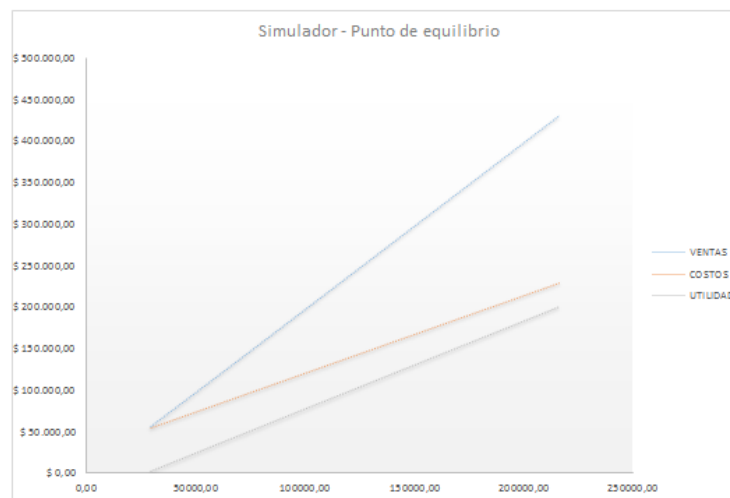
Simulador

producir y observe los cambios

PRODUCIR	144000,00	Aves faenadas en el año
COSTOS TOTALES		
	\$ 162.626,02	
UTILIDAD TOTAL	\$ 125.374,00	

Gráfico

VENTAS	COSTOS	UTILIDAD
\$ 57.600,00	\$ 55.045,78	\$ 2.554,22
\$ 288.000,00	\$ 162.626,02	\$ 125.374,00
\$ 432.000,00	\$ 229.863,67	\$ 202.136,33



Anexo 8 Punto de Equilibrio 2021

PRODUCTO	Faenamiento
PRECIO UNITARIO	\$ 2,10

Resultado:

PUNTO DE EQUILIBRIO	46.429,96
----------------------------	------------------

PlanillaExcel.com
Cantidad de unidades a vender como mínimo para equiparar los costos en el año

Detalle los costos

COSTO FIJO	\$ 52.843,24	\$ 0,31
-------------------	---------------------	----------------

DESCRIPCIÓN	VALOR
MOI en planta	\$ 26.100,94
Equipo de Seguridad Ambiental	\$ 1.658,30
Señaleticas Planta	\$ 412,00
Mantenimiento Maquinarias	\$ 824,00
Amortizacion de Maquinarias	\$ 1.348,00
Amortizacion de Instalaciones	\$ 2.500,00
Amortizacion de Edificios	\$ 20.000,00

COSTO VARIABLE	\$ 0,96	\$ 1,28
-----------------------	----------------	----------------

DESCRIPCIÓN	VALOR	CANTIDAD	IMPORTE
MOD	\$ 0,70	1	\$ 0,70
Electricidad en Pla	\$ 0,17	1	\$ 0,17
Agua en Planta	\$ 0,07	1	\$ 0,07
Fundas embalaje	\$ 0,02	1	\$ 0,02

Simulador

Cambie las unidades a producir y observe los cambios

UNIDADES A PRODUCIR	168.000,00	Aves faenadas en el año
VENTAS TOTALES	COSTOS TOTALES	UTILIDAD TOTAL
\$ 352.800,00	\$ 214.437,73	\$ 138.362,30

UNIDADES	Gráfico		
	VENTAS	COSTOS	UTILIDAD
33600,00	\$ 70.560,00	\$ 85.162,14	-\$ 14.602,14
168000,00	\$ 352.800,00	\$ 214.437,73	\$ 138.362,30
252000,00	\$ 529.200,00	\$ 295.234,97	\$ 233.965,03



Anexo 9 Punto de Equilibrio 2022

PRODUCTO	Faenamiento
PRECIO UNITARIO	\$ 2,21

Resultado:

PUNTO DE EQUILIBRIO	44.690,14	Cantidad de unidades a vender como mínimo para equiparar los costos en el año
---------------------	-----------	---

Detalle los costos

COSTO FIJO	\$ 53.406,26	\$ 0,28
------------	--------------	---------

DESCRIPCIÓN	VALOR
MOI en planta	\$ 26.607,76
Equipo de Seguridad Ambiental	\$ 1.690,50
Señaléticas Planta	\$ 420,00
Mantenimiento Maquinarias	\$ 840,00
Amortizacion de Maquinarias	\$ 1.348,00
Amortizacion de Instalaciones	\$ 2.500,00
Amortizacion de Edificios	\$ 20.000,00

COSTO VARIABLE	\$ 1,01	\$ 1,29
----------------	---------	---------

DESCRIPCIÓN	VALOR	CANTIDAD	IMPORTE
MOD	\$ 0,74	1	\$ 0,74
Electricidad en Pla	\$ 0,18	1	\$ 0,18
Agua en Planta	\$ 0,07	1	\$ 0,07
Fundas embalaje	\$ 0,02	1	\$ 0,02

Simulador

Cambie las unidades a producir y observe los cambios

UNIDADES A PRODUCIR	192.000,00	Aves faenadas en el año
VENTAS TOTALES	COSTOS TOTALES	UTILIDAD TOTAL
\$ 423.360,00	\$ 247.319,64	\$ 176.040,40

Gráfico			
UNIDADES	VENTAS	COSTOS	UTILIDAD
38400,00	\$ 84.672,00	\$ 92.188,93	-\$ 7.516,93
192000,00	\$ 423.360,00	\$ 247.319,64	\$ 176.040,40
288000,00	\$ 635.040,00	\$ 344.276,33	\$ 290.763,67



Anexo 10 Punto de Equilibrio 2023

Faenamiento
\$ 2,32

Resultado:

PUNTO DE EQUILIBRIO	44.332,25
----------------------------	------------------

PlanillaExcel.com

Cantidad de unidades a vender como mínimo para equiparar los costos en el año

\$ 55.179,75	\$ 0,26
---------------------	----------------

VALOR
\$ 28.204,22
\$ 1.791,93
\$ 445,20
\$ 890,40
\$ 1.348,00
\$ 2.500,00
\$ 20.000,00

COSTO VARIABLE	\$ 1,07	\$ 1,33
-----------------------	----------------	----------------

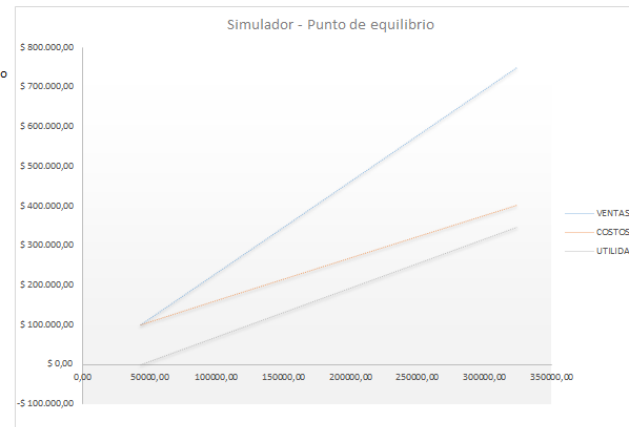
DESCRIPCIÓN	VALOR	CANTIDAD	IMPORTE
MOD	\$ 0,78	1	\$ 0,78
Electricidad en Plan	\$ 0,19	1	\$ 0,19
Agua en Planta	\$ 0,08	1	\$ 0,08
Fundas embalaje	\$ 0,02	1	\$ 0,02

Simulador

Cambie las unidades a producir y observe los cambios

UNIDADES A PRODUCIR	216.000,00	Aves faenadas en el año
VENTAS TOTALES	\$ 500.094,00	
COSTOS TOTALES	\$ 286.421,46	
UTILIDAD TOTAL	\$ 213.672,50	

UNIDADES	VENTAS	COSTOS	UTILIDAD
43200,00	\$ 100.018,80	\$ 101.428,09	-\$ 1.409,29
216000,00	\$ 500.094,00	\$ 286.421,46	\$ 213.672,50
324000,00	\$ 750.141,00	\$ 402.042,31	\$ 348.098,69



Anexo 11 Punto de Equilibrio 2024

PRODUCTO	Faenamiento
PRECIO UNITARIO	\$ 2,43

Resultado:

PUNTO DE EQUILIBRIO	45.251,11
----------------------------	-----------

PlantillaExcel.com
Cantidad de unidades a vender como mínimo para equiparar los costos en el año

Detalle los costos

COSTO FIJO	\$ 57.686,29	\$ 0,22
-------------------	--------------	---------

DESCRIPCIÓN	VALOR
MOI en planta	\$ 30.460,56
Equipo de Seguridad Ambiental	\$ 1.935,28
Señaleticas Planta	\$ 480,82
Mantenimiento Maquinarias	\$ 961,63
Amortizacion de Maquinarias	\$ 1.348,00
Amortizacion de Instalaciones	\$ 2.500,00
Amortizacion de Edificios	\$ 20.000,00

COSTO VARIABLE	\$ 1,16	\$ 1,37
-----------------------	---------	---------

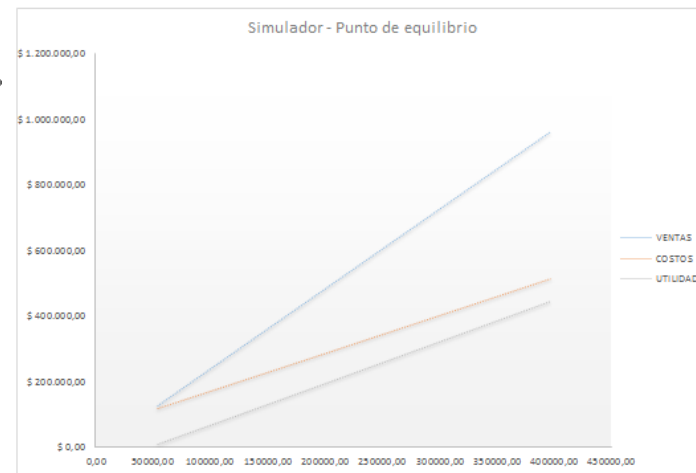
DESCRIPCIÓN	VALOR	CANTIDAD	IMPORTE
MOD	\$ 0,84	1	\$ 0,84
Electricidad en Pla	\$ 0,21	1	\$ 0,21
Agua en Planta	\$ 0,08	1	\$ 0,08
Fundas embalaje	\$ 0,02	1	\$ 0,02

Simulador

Cambie las unidades a producir y observe los cambios

UNIDADES A PRODUCIR	264.000,00	Aves faenadas en el año
VENTAS TOTALES	COSTOS TOTALES	UTILIDAD TOTAL
\$ 641.787,30	\$ 362.925,35	\$ 278.862,00

UNIDADES	Gráfico		
	VENTAS	COSTOS	UTILIDAD
52800,00	\$ 128.357,46	\$ 118.734,10	\$ 9.623,36
264000,00	\$ 641.787,30	\$ 362.925,35	\$ 278.862,00
396000,00	\$ 962.680,95	\$ 515.544,87	\$ 447.136,08





Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Geovanna Lisbeth García Roldán, con C.C: # 0940382583 autora del trabajo de titulación: ***“Estudio de factibilidad para la creación de un prestador de servicios de sacrificio y faenamiento de aves en el cantón Bucay, año 2019”*** previo a la obtención del grado de **MAGÍSTER EN FINANZAS Y ECONOMÍA EMPRESARIAL** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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 entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido 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.

Guayaquil, mayo de 2021

Nombre: Geovanna Lisbeth García Roldán,

C.C: 0940382583

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	"Estudio de factibilidad para la creación de un prestador de servicios de sacrificio y faenamiento de aves en el cantón Bucay, año 2019"		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Geovanna Lisbeth García Roldán		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Econ. Juan Gabriel López Vera, MBA. Econ. Carlos Francisco Martínez Murillo, Mgs. Econ. Uriel Hitamar Castillo Nazareno, Mgs. PhD.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Sistema de Posgrado		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Maestría en Finanzas y Economía Empresarial		
GRADO OBTENIDO:	Magister en Finanzas y Economía Empresarial		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	Mayo 2021	No. DE PÁGINAS:	183
ÁREAS TEMÁTICAS:	Viabilidad económica y financiera		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	granjas avícolas, faenamiento, sensibilidad, inocuidad alimentaria		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):			
<p>Bucay es un cantón agrícola y ganadero, mediante un censo se determina que dentro de su localidad existen 4 granjas avícolas dedicadas a la producción de aves en pie para ventas a microempresarios, con una producción de 5mil aves mensuales promedio, y sólo una de ellas se dedica al faenamiento de ave. El 75% sólo distribuye las aves en pie, no incursionan en el mercado de aves faenadas por financiamiento y desconocimiento del mercado, lo que destaca su interés por proveer aves si se implementa un prestador de servicios de sacrificio y faenamiento de aves en la zona. La implementación de este servicio requiere una inversión de \$238.859,32 USD financiado a 5 años, obteniendo un VAN de \$ 9.9593,01 USD y la TIR de 26.72%. La sensibilidad varía según el escenario, en el optimista el VAN es \$144137,76 USD y la TIR de 29,64%, y en el pesimista VAN de \$-206430,91 USD y la TIR de -20,99%. El correcto manejo de recursos garantiza el pago de la deuda y el continuo funcionamiento del negocio, lo que abre oportunidad laboral local y a la vez garantiza la inocuidad alimentaria en aves faenadas para consumo, siendo un negocio socialmente responsable.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	

CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-4-0968334822	E-mail: elizabeth_17jc@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Econ. Ma. Teresa Alcívar	
	Teléfono: 0990898747	
	E-mail: maria.alcivar10@cu.ucsg.edu.ec	
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA		
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):		
Nº. DE CLASIFICACIÓN:		
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		