

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE EMPRENDIMIENTO

TEMA:

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE AVES DE CORRAL EN PIE EN LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL”**

AUTORA:

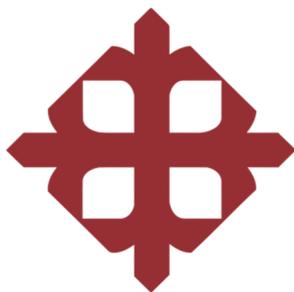
Flores Alava Ivette Denisse

Trabajo de Titulación previa a la Obtención del Grado de:

INGENIERO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE

Guayaquil, Ecuador

2016



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE EMPRENDIMIENTO

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por Flores Alava Ivette Denisse, como requerimiento para la obtención del Título de Ingeniería en Desarrollo de Negocios Bilingües.

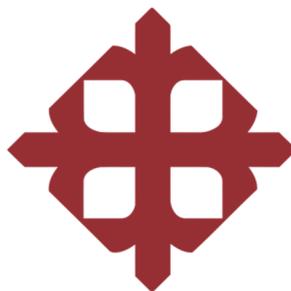
TUTOR:

Ing. Carlos Raúl Carpio Freire

DIRECTOR DE LA CARRERA:

Ing. Ángel Castro Peñarreta, MBA

Guayaquil, a los 25 del mes de agosto del año 2016.



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE EMPRENDIMIENTO

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Flores Alava Ivette Denisse

DECLARO QUE:

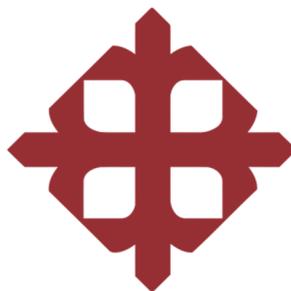
El Trabajo de Titulación, “**Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de aves de corral en pie en la ciudad de Guayaquil**” previo a la obtención del Título de **Ingeniería en Desarrollo de Negocios Bilingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 25 días del mes de agosto del año 2016

LA AUTORA

Ivette Denisse Flores Alava.



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO

AUTORIZACIÓN:

Yo, Flores Alava Ivette Denisse

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, “**Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de aves de corral en pie en la ciudad de Guayaquil**”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 25 días del mes de agosto del año 2016

LA AUTORA:

Ivette Denisse Flores Alava.

Urkund Analysis Result

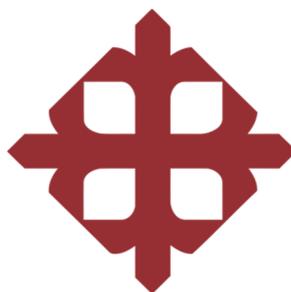
Analysed Document: TESIS IVETT FLORES.docx (D21468448)
Submitted: 2016-08-22 18:58:00
Submitted By: cecivel@yahoo.com
Significance: 2 %

Sources included in the report:

Titulacion SRI DONALD - 2 Revision.docx (D18208523)
TT - Renzo Wong Final.docx (D18259310)
Rosa Bonilla - 1 Revision.docx (D18204288)
Rosa Bonilla - Proyecto de titulacion.docx (D18215814)
tesis 2013 ac tualizada.docx (D8825108)
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/5416/1/T-UCSG-PRE-ESP-IE-100.pdf>
<http://docplayer.es/13046237-Universidad-catolica-de-santiago-de-guayaquil-facultad-de-especialidades-empresariales-carrera-de-ingenieria-de-emprendedores.html>
<https://fisoclubempresarial.wordpress.com/2012/03/05/fiso-club-empresarialpor-que-preferir-constituir-una-sociedad-anonima-a-cualquier-otra-sociedad-mercantil/>
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/440/1/T-UCSG-PRE-ESP-IE-7.pdf>
<https://snavarro.wordpress.com/2008/05/14/mandato-constituyente-no-8-%E2%80%93-sobre-la-tercerizacion-e-intermediacion-laboral/>

Instances where selected sources appear:

21



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA: EMPRENDIMIENTO

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ing. Carlos Raúl Carpio Freire

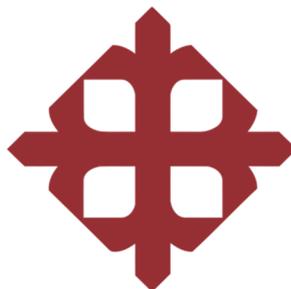
TUTOR

Ing. Ángel Castro Peñarreta, MBA

DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

MGs. Beatriz Loor Ávila.

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA: EMPRENDIMIENTO

CALIFICACIÓN:

ING. CARLOS RAÚL CARPIO FREIRE

AGRADECIMIENTO

A Dios, por haberme dado la oportunidad de realizarme
académica, personal y laboralmente.

Por haberme guiado por el camino del bien y del éxito,
logro que me permitió conocer personas exitosas
y amistades duraderas.

A mi mamá, por ser el pilar fundamental de mi vida,
y darme el empuje que necesitaba para lograr
todas mis metas y objetivos.

Priscilla Alava Orellana.

A mi abuelita, por siempre guiarme y enseñarme
“Que el que no espera vencer ya está vencido”.

Azucena Orellana Prieto.

A mis maestros, que sembraron los conocimientos
necesarios para surgir en el mundo como una
Emprendedora de éxito.

A mi pareja, por estar a mi lado en todos los
momentos cuando lo necesitaba.

Luis Medina Santamaría.

IVETTE DENISSE FLORES ALAVA.

DEDICATORIA

A mi madre, Priscilla Alava Orellana

A mi abuelita Azucena Orellana Prieto

A mi pareja Luis Medina Santamaría

A Valentín

por ser las personas que sacrificaron sus

vidas y su tiempo para que yo

Pudiera convertirme en la

mujer que soy actualmente.

Todo mis logros, mis méritos y

Mis esfuerzos son para ellas y por ellas.

IVETTE DENISSE FLORES ALAVA.

TABLA DE CONTENIDO

TEMA:.....	i
CERTIFICACIÓN	ii
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	iii
AUTORIZACIÓN:.....	iv
URKUND.....	v
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN.....	vi
CALIFICACIÓN:	vii
AGRADECIMIENTO	viii
DEDICATORIA	ix
TABLA DE CONTENIDO.....	x
ÍNDICE DE TABLAS.....	xxii
ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN.....	xxv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxvii
RESUMEN.	xxviii
ABSTRACT.....	xxix
INTRODUCCIÓN.	30
1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	32
1.1 Tema – Título	32
1.2 Justificación	32
1.3 Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio.	32
1.4 Contextualización del Tema u Objeto de Estudio.	33
1.5 Objetivos de la Investigación.....	34
1.5.1 Objetivo General	34
1.5.2 Objetivos Específicos	34
1.6 Determinación de Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.....	35
1.7 Planteamiento del Problema.	37

1.8	Fundamentación Teórica del Trabajo de Titulación.....	37
1.8.1	Marco Referencial.....	37
1.8.2	Marco Teórico	40
1.8.3	Marco Conceptual.....	44
1.8.4	Marco Legal	45
1.8.5	Marco Lógico.....	49
1.9	Formulación de Hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán objetivos.	50
1.10	Cronograma.....	51
2.	DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.....	53
2.1	Análisis de la Oportunidad.....	53
2.1.1	Descripción de la idea de Negocio.....	53
2.1.2	Descripción de la idea del Producto.	54
2.2	Misión, Visión, y Valores de la Empresa.....	54
2.2.1	Misión.	54
2.2.2	Visión.....	55
2.2.3	Valores de la Empresa.	55
2.3	Objetivos de la Empresa.....	56
2.3.1	Objetivo General.....	56
2.3.2	Objetivos Específicos.	56
2.4	Estructura Organizacional.....	57
2.4.1	Organigrama	57
2.4.2	Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias.	58
2.4.3	Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades y Derechos.....	60
3.	ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA	62
3.1	Aspecto Societario de la Empresa.....	62
3.1.1	Generalidades	62

3.1.2	Fundación de la empresa.....	63
3.1.3	Capital Social, Acciones y Participaciones.....	65
3.1.4	Juntas Generales de Accionistas y-o Socios.....	66
3.2	Aspecto Laboral de la Empresa.....	68
3.2.1	Generalidades.....	68
3.2.2	Mandato Constituyente #8.....	70
3.2.3	Tipos de Contrato de Trabajo.....	71
3.2.4	Obligaciones del Empleador.....	72
3.2.5	Décimo Tercera y Décimo Cuarta Remuneración.....	75
3.2.6	Fondos de Reserva y Vacaciones.....	78
3.2.7	Inserción de Discapacitados a Puestos de Trabajo.....	79
3.3	Contratación Civil.....	81
3.3.1	Principios Básicos de la Contratación.....	81
3.3.2	Contratos de Prestación de Servicios.....	82
3.3.3	Principales Cláusulas de los Contratos de Prestación de Servicios.....	82
3.3.4	Soluciones Alternativas para Solución de Conflictos: Arbitraje y Mediación.....	82
3.3.5	Generalidades de la Contratación Pública.....	83
3.3.6	Contrato de Confidencialidad.....	83
3.4	Políticas del Buen Gobierno Corporativo.....	83
3.4.1	Código de Ética.....	83
3.5	Propiedad Intelectual.....	84
3.5.1	Registro de Marca.....	84
3.5.2	Derecho de Autor del Proyecto.....	84
3.5.3	Patente y-o Modelo de Utilidad.....	84
3.6	Seguros.....	84
3.6.1	Incendio.....	84

3.6.2	Robo.	85
3.6.3	Fidelidad.....	85
3.6.4	Maquinarias y Equipos.....	85
3.6.5	Materia Prima y Mercadería.	85
3.7	Presupuesto de Constitución de la Empresa.	86
4.	AUDITORÍA DE MERCADO	89
4.1	PEST.....	89
4.2	Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria.	92
4.3	Análisis del ciclo de vida de la Industria.....	93
4.4	Matriz BCG	94
	94	
	94	
4.5	Análisis del ciclo de vida del Producto en el Mercado.	95
4.6	Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter.....	96
4.7	Análisis de la Oferta.....	98
4.7.1	Tipo de Competencia.	98
4.7.2	Market Share: Mercado Real y Potencial.....	100
4.7.3	Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio.....	102
4.7.4	Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa.....	102
4.8	Análisis de la Demanda.....	104
4.8.1	Segmentación de Mercado.	104
4.8.2	Criterio de Segmentación.	104
4.8.3	Selección de Segmentos.	105
4.8.4	Perfiles de los Segmentos.	105
4.9	Matriz FODA.	106

4.10 Investigación de Mercado.	107
4.10.1 Método	107
4.10.2 Diseño de la Investigación	107
4.10.2.1Objetivos de la Investigación: General y Específicos	107
4.10.2.2Tamaño de la Muestra	108
4.10.2.3Técnica de Recogida y Análisis de Datos	108
4.10.2.3.1 Exploratoria	108
4.10.2.3.2 Concluyente	109
4.10.2.4Análisis de Datos	110
4.10.2.5Resumen e Interpretación de Resultados	114
4.10.3 Conclusiones de la Investigación de Mercado	115
4.10.4 Recomendaciones de la Investigación de Mercado	115
5. PLAN DE MARKETING	118
5.1 Objetivos: General y Específicos	118
5.1.1 Mercado Meta	118
5.1.1.1 Tipos y Estrategias de Penetración	119
5.1.1.2 Cobertura	119
5.2 Posicionamiento	120
5.2.1 Estrategia de posicionamiento: Posición, Objetivo, Segmento, Atributos, Calidad percibida, Ventaja Competitiva y Símbolos Identitarios	120
5.3 Marketing Mix	122
5.3.1 Estrategia de Producto o Servicios	122
5.3.1.1 Descripción del Producto: Definición, Composición, Color, Tamaño, Imagen, Slogan, Producto Esencial, Producto Real, Producto Aumentado	122

5.3.1.2 Adaptación o Modificación del Producto: Componente Central, Empaque y Servicio de Apoyo, Requerimientos del Cliente, Condiciones de Entrega, Transporte, Embalaje, etc.	124
5.3.1.3 Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado.....	126
5.3.1.4 Amplitud y Profundidad de Línea.....	126
5.3.1.5 Marcas y Sub marcas.	126
5.3.2 Estrategia de Precios.....	126
5.3.2.1 Precios de la Competencia.	127
5.3.2.2 Poder Adquisitivo del Mercado Meta.	127
5.3.2.3 Políticas de Precio: Sobreprecio y Descuento, Márgenes Brutos de la Compañía, Precio al Menudeo (kilo, tonelada), Términos de Venta, Métodos de Pago.	127
5.3.3 Estrategia de Plaza: Punto de Ventas.	128
5.3.3.1 Localización Macro y Micro.	128
5.3.3.1.1 Distribución del Espacio.	129
5.3.3.1.2 Merchandising.....	129
5.3.3.2 Sistema de Distribución Comercial.....	130
5.3.3.2.1 Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes.....	130
5.3.3.2.2 Penetración en los Mercados Urbanos y Rurales.	131
5.3.3.2.3 Logística.	131
5.3.3.2.4 Red de Ventas.	132
5.3.3.2.5 Políticas de Servicio al Cliente: Pre-venta y Post-venta, Quejas, Reclamaciones, Devoluciones.....	132
5.3.4 Estrategias de Promoción.	133
5.3.4.1 Estrategias ATL y BTL.	133
5.3.4.2 Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria: Concepto, Mensaje.....	134
5.3.4.3 Promoción de Ventas.	134

5.3.4.3.1	Venta Personal.	134
5.3.4.3.2	Trading: Exposiciones, Ferias Comerciales, Competiciones, Concursos y Premios, Descuentos, Primas por Objetivos, Muestras, Productos Gratuitos, Publicidad en el Punto de Venta, Publicidad y Promoción Cooperativa, Primas por objetivos, Distinciones, Otras.	134
5.3.4.3.3	Clienting: Muestras Gratuitas, Documentación Técnica, Obsequios, Asistencia a Congresos, Seminarios y Conferencias, Rebajas, Descuentos, Mayor Contenido de Producto por Igual Precio, Productos Complementarios Gratis o a Bajo Precio, Cupones o Vales Descuento, Concursos, Premios, Muestras, Degustaciones, Regalos, Otras.	135
5.3.4.4	Publicidad.....	136
5.3.4.4.1	Estrategia de Lanzamiento.....	136
5.3.4.4.2	Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad.	136
5.3.4.4.3	Mindshare.	137
5.3.4.4.4	Relaciones Públicas.	137
5.3.4.4.5	Marketing Relacional.	137
5.3.4.4.6	Gestión de Promoción Electrónica del Proyecto	138
5.3.4.4.6.1	Estrategias de E-Commerce , E-Business e E-Marketing	138
5.3.4.4.6.2	Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores.....	138
5.3.4.4.6.3	Diseño e Implementación de la Página Web (Inglés-Español-Idioma del Mercado Meta).....	138
5.3.4.4.7	Estrategias de Marketing a través de Redes Sociales....	139
5.3.4.4.7.1	Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores.....	139

5.3.4.4.7.2	Diseño e Implementación de Fans Pages, en Redes Sociales (Inglés-Español-Idioma del Mercado Meta).....	139
5.3.4.4.7.3	Marketing Social.	139
5.3.4.5	Ámbito Internacional.....	139
5.3.4.5.1	Estrategia de Distribución Internacional.....	139
5.3.4.5.2	Estrategias de Precio Internacional.	140
5.3.5	Cronograma.....	140
5.3.6	Presupuesto de Marketing: Costo de Venta, Costo de Publicidad y Promoción, Costo de Distribución, Costo del Producto, Otros.....	140
6.	PLAN OPERATIVO.....	142
6.1	Producción.....	142
6.1.1	Proceso Productivo.	142
6.1.2	Infraestructura: Obra Civil, Maquinarias y Equipos.....	143
6.1.3	Mano de Obra.	146
6.1.4	Capacidad Instalada.....	147
	147	
6.1.5	Flujogramas de Procesos.....	148
6.1.6	Presupuesto.	150
6.2	Gestión de Calidad.....	151
6.2.1	Procesos de planeación de calidad.....	151
6.2.2	Beneficios de las acciones proactivas.....	151
6.2.3	Políticas de calidad.....	152
6.2.4	Procesos de control de calidad.	153
6.2.5	Certificaciones y Licencias.	153
6.2.6	Presupuesto.	153
6.3	Gestión Ambiental.....	154
6.3.1	Procesos de planeación ambiental.....	154
6.3.2	Beneficios de las acciones proactivas.....	154

6.3.3 Políticas de protección ambiental.	155
6.3.4 Procesos de control de calidad.	156
6.3.5 Logística Verde.	156
6.3.6 Certificaciones y Licencias.	156
6.3.7 Presupuesto.	157
6.4 Gestión de Responsabilidad Social.....	157
6.4.1 Procesos de planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social.....	157
6.4.2 Beneficios de las acciones proactivas.....	158
6.4.3 Políticas de protección social.....	158
6.4.4 Certificaciones y Licencias.	159
6.4.5 Presupuesto.	159
6.5 Balanced Scorecard & Mapa Estratégico	160
6.6 Otros temas relacionados al plan operativo (tales como Estudio de Exportación, Construcción para un hotel, etc.).....	162
7. ESTUDIO ECONÓMICO, FINANCIERO Y TRIBUTARIO.....	164
7.1 Inversión Inicial.	164
7.1.1 Tipo de Inversión.....	164
7.1.1.1 Fija.	164
7.1.1.2 Diferida.	167
7.1.1.3 Corriente.....	167
7.1.2 Financiamiento de la Inversión.....	168
7.1.2.1 Fuentes de Financiamiento.....	168
7.1.2.2 Tabla de Amortización.	169
7.1.3 Cronograma de Inversiones.....	170
7.2 Análisis de Costos.	170
7.2.1 Costos Fijos.....	170
7.2.2 Costos Variables.	173

7.2.2.1	Costos de Producción.....	173
7.3	Capital de Trabajo.	173
7.3.1	Costos de Operación.	173
7.3.2	Costos Administrativos.....	174
7.3.3	Costos de Venta.	174
7.3.4	Costos Financieros.....	175
7.4	Análisis de Variables Críticas.....	175
7.4.1	Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.	175
7.4.2	Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas.	176
7.4.3	Determinación del Punto Óptimo de Producción por medio de análisis marginales.....	177
7.4.4	Análisis de Punto de Equilibrio.....	178
7.5	Entorno Fiscal de la Empresa.	179
7.5.1	Planificación Tributaria.....	179
7.5.1.1	Generalidades (Disposiciones normativas).	179
7.5.1.2	Minimización de la carga fiscal.	179
7.5.1.3	Impuesto a la Renta.....	180
7.5.1.4	Impuesto al Valor Agregado.	180
7.5.1.5	Impuestos a los Consumos Especiales.....	180
7.5.1.6	Impuestos, Tasas y Contribuciones Municipales.....	180
7.5.1.7	Impuestos al Comercio Exterior.....	181
7.5.1.8	Impuestos a la Salida de Divisas.....	181
7.5.1.9	Impuestos a los Vehículos Motorizados.....	181
7.5.1.10	Impuestos a las Tierras Rurales (aplica solo proyectos rurales).....	181
7.6	Estados Financieros Proyectados.....	182
7.6.1	Balance General Inicial.....	182

7.6.2 Estado de Pérdidas y Ganancias.....	182
7.6.2.1 Flujo de Caja Proyectado.....	184
7.6.2.1.1 Indicadores de Rentabilidad y Costo de Capital.	185
7.6.2.1.1.1 TMAR	185
7.6.2.1.1.2 VAN	185
7.6.2.1.1.3 TIR.....	186
7.6.2.1.1.4 PAYBACK.....	186
7.7 Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples. 187	
7.7.1 Productividad.	187
7.7.2 Precio Mercado Local.	187
7.7.3 Precio Mercado Externo.	188
7.7.4 Costo de Materia Prima.	188
7.7.5 Costo de Materiales Indirectos.	189
7.7.6 Costo de Suministros y Servicios.	189
7.7.7 Costo de Mano de Obra Directa.....	189
7.7.8 Costo de Mano de Obra Indirecta.	189
7.7.9 Gastos Administrativos.....	190
7.7.10 Gastos de Ventas.....	190
7.7.11 Inversión en Activos Fijos.	191
7.7.12 Tasa de interés promedio (puntos porcentuales).....	191
7.8 Balance General.	192
7.8.1 Razones Financieras.....	193
7.8.1.1 Liquidez.	193
7.8.1.2 Gestión.	194
7.8.1.3 Endeudamiento.....	195
7.8.1.4 Rentabilidad.	196
7.9 Conclusión Financiera.	197

8. PLAN DE CONTINGENCIA	199
8.1 Plan de Administración del Riesgo.	199
8.1.1 Principales Riesgos.....	199
8.1.2 Reuniones para mitigar los riesgos.....	200
8.1.3 Tormenta de ideas (brainstorming), listas de verificación (check lists).....	201
8.2 Planeación de la respuesta al riesgo.....	202
8.2.1 Monitoreo y control del riesgo.	202
8.3 Plan de Contingencia y Acciones Correctivas.	202
9. CONCLUSIONES.....	204
10. RECOMENDACIONES	206
11. FUENTES.....	208
12. ANEXOS.	215
13. MATERIAL COMPLEMENTARIO.....	220

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Marco Lógico.....	49
Tabla 2 Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades y Derechos.....	60
Tabla 3 Sueldos a Personal de la Empresa.....	63
Tabla 4 Décimo Tercer y Cuarto Sueldo.....	77
Tabla 5 Inversión de Materiales y Equipos.....	86
Tabla 6 Gastos Balanceado.....	86
Tabla 7 Servicios Básicos y Diésel.....	87
Tabla 8 Talento Humano.....	87
Tabla 9 Índice de Precios al Consumidor y sus Variaciones.....	90
Tabla 10 Producto Interno Bruto.....	91
Tabla 11 Consumo Aproximado de unidades de compra de Clientes del sector de la Isla Trinitaria.....	101
Tabla 12 Características de los Competidores.....	102
Tabla 13 Criterio de Segmentación.....	105
Tabla 14 Matriz FODA.....	107
Tabla 15 Gastos de Publicidad.....	136
Tabla 16 Equipos.....	144
Tabla 17 Mano de Obra.....	147
Tabla 18 Capacidad de Venta.....	148
Tabla 19 Presupuesto Control de Calidad.....	153
Tabla 20 Presupuesto Gestión Ambiental.....	157
Tabla 21 Presupuesto de Responsabilidad Social.....	159

Tabla 22 Balance Scorecard	160
Tabla 23 Inversión Inicial.....	164
Tabla 24 Inversión Fija	166
Tabla 25 Inversión Diferida.....	167
Tabla 26 Inversión Corriente	168
Tabla 27 Fuentes de Financiamiento	168
Tabla 28 Tabla de Amortización de la Deuda.....	169
Tabla 29 Pago Anual de la Deuda.....	170
Tabla 30 Costos Fijos.....	172
Tabla 31 Costos de Producción.	173
Tabla 32 Costos de Operación.....	174
Tabla 33 Costos Administrativos	174
Tabla 34 Costos de Ventas.	174
Tabla 35 Costos de Ventas Publicidad.....	175
Tabla 36 Costos Financieros.....	175
Tabla 37 Análisis de Variables Críticas	176
Tabla 38 Proyección de Costos Unitarios.	176
Tabla 39 Unidades Proyectadas en 5 Años.	177
Tabla 40 Ventas Proyectadas en 5 Años.	177
Tabla 41 Punto Óptimo de Producción.....	178
Tabla 42 Datos para el Punto de Equilibrio.	178
Tabla 43 Impuesto a la Renta.	180
Tabla 44 Impuestos, Tasas y Contribuciones Municipales.....	181
Tabla 45 Balance General Inicial.....	182
Tabla 46 Estado de Resultados.	183

Tabla 47 Flujo de Caja Proyectado.	184
Tabla 48 CAPM	185
Tabla 49 Costo Promedio Ponderado.	185
Tabla 50 PAYBACK	187
Tabla 51 Análisis de Productividad.	187
Tabla 52 Precio del Mercado Local	188
Tabla 53 Costo de la Materia Prima	188
Tabla 54 Costo de Suministros y Servicios.	189
Tabla 55 Gastos Administrativos.....	190
Tabla 56 Gastos de Ventas.....	190
Tabla 57 Inversión en Activos Fijos.....	191
Tabla 58 Tasa de Interés Promedio.	191
Tabla 59 Balance General.....	193
Tabla 60 Ratios de Liquidez.....	194
Tabla 61 Ratios de Gestión.....	194
Tabla 62 Ratios de Endeudamiento.	195
Tabla 63 Ratios de Rentabilidad.	196
Tabla 64 Pérdidas y Ganancias Aproximadas por ciclidad de precios.	222

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN.

Ilustración 1 Cronograma del Trabajo de Titulación.....	51
Ilustración 2 Diagrama de Gantt.....	51
Ilustración 3 Ciclo de Vida del producto en el Mercado.....	95
Ilustración 4 Cinco Fuerzas Competitivas de Michael Porter.	96
Ilustración 5 Modelo de Producción para Industrial Avícola S.A	100
Ilustración 6 Ave Patas Blancas	103
Ilustración 7 Ave Patas Cremas	103
Ilustración 8 Ave Patas Amarillas	104
Ilustración 9 Modelo de Encuesta	110
Ilustración 10 Canales de Distribución	130
Ilustración 11 Proceso Productivo 1	142
Ilustración 12 Proceso Productivo 2	143
Ilustración 13 Diseño de los Galpones	144
Ilustración 14 Bebederos y Comederos	145
Ilustración 15 Sistema de Calefacción	145
Ilustración 16 Ventiladores Industriales.....	145
Ilustración 17 Balanzas Industriales.....	146
Ilustración 18 Gavetas.....	146
Ilustración 19 Capacidad Instalada	147
Ilustración 20 Mapa Estratégico	161
Ilustración 21 Ingreso de Aves Broilers a los Galpones.	215
Ilustración 22 Implementación de Bebederos.....	215
Ilustración 23 Implementación de Comederos.	216

Ilustración 24 Etapa de Crecimiento.....	216
Ilustración 25 Etapa de Engorde.	217
Ilustración 26 Alimentación Etapa de Engorde.....	217
Ilustración 27 Etapa de Selección y Despacho.	217
Ilustración 28 Ave Macho lista para la Venta.....	218
Ilustración 29 Ave Hembra lista para la Venta.....	218
Ilustración 30 Diferencia entre Hembra y Macho.....	218
Ilustración 31 Modelo de Tarjeta de Presentación.	223
Ilustración 32 Logo de la Empresa.....	223

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Organigrama de la Empresa.....	57
Gráfico 2 Consumo Aproximado de unidades de compra Semanal de clientes del sector de la Isla Trinitaria.....	101
Gráfico 3 Consumo de aves diarias.	111
Gráfico 4 Tabulación de Consumo de aves diarias.	111
Gráfico 5 Problemas con proveedores actuales.....	112
Gráfico 6 Días de Crédito.....	112
Gráfico 7 Disposición al cambio de proveedor.....	113
Gráfico 8 Motivos por los cuales no cambiarían de proveedor.....	113
Gráfico 9 Punto de Equilibrio.....	179

RESUMEN.

La presente propuesta busca analizar la factibilidad de crear una empresa productora y comercializadora de aves de corral en pie en la ciudad de Guayaquil mediante análisis de mercado, financieros, legales y tributarios.

Se realizó una investigación de mercado, con el fin de conocer si los clientes potenciales de la empresa estaban dispuestos a realizar un cambio de proveedor, y cuáles eran las exigencias que tenían para poder hacerlo, mediante esta investigación se pudo conocer que efectivamente los clientes estarían dispuestos al cambio, siempre que exista el compromiso de abastecerlos de aves en todo momento.

El análisis financiero que se realizó es atractivo para los inversionistas ya que las valoraciones los ratios y las cifras en general muestran que invertir en la empresa es viable y rentable ya que esta inversión se recuperará en menos de un año, teniendo ganancias significativas.

Palabras Claves: Aves de Corral, Abastecimiento, Guayaquil, Empresa, Emprendimiento, Cliente, Proveedor.

ABSTRACT.

This proposal seeks to analyze the feasibility of “Creating a producer and marketer Poultry Barn Company in the city of Guayaquil”, through market analysis, financial analysis, legal analysis and tax analysis.

Market research was performed in order to know if potential customers of the company were willing to make a change of supplier, and what demands they had to do so, through this research was learned that effectively customers would be willing to change provider, if there is a commitment to supply them birds at all times of the year.

The financial analysis was performed and its results are attractive to investors because valuations, financial rates and figures show that generally investing in the company is viable and profitable because this investment will be recovered in less than a year, with significant gains.

Keywords: Poultry, Supply, Guayaquil, Business, Entrepreneurship, Customer, Supplier.

INTRODUCCIÓN.

Actualmente el Mercado de aves en pie ha incrementado un 47% en los últimos 6 años, la alta demanda del producto y la inversión industrial permitieron que la oferta del país en el 2015 alcance los 225,2 millones de unidades, 72 millones más que lo registrado hace seis años.

La avicultura nacional, a nivel empresarial, se inició en los años 70, pero llegó a consolidarse en el mercado a partir de 1990.

La preferencia por este producto también se refleja en las estadísticas del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), que indican que el gasto mensual de los hogares por la carne de aves frescas, refrigerada o congelada es de 11,3 millones de dólares. Las tiendas de barrios, bodegas y distribuidoras son las principales abastecedoras. (Telégrafo., 2015)

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO 1

1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

1.1 Tema – Título

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de aves de corral en pie en la ciudad de Guayaquil”

1.2 Justificación

La presente propuesta buscará cubrir las necesidades de un mercado en particular que se encuentra desabastecido de los productos que se comercializan diariamente, formando una granja criadora de aves en pie no solo se alcanza este objetivo sino que también se podrán ofrecer plazas de trabajo a aproximadamente 7 personas por galpón logrando incrementar adicionalmente a eso la producción nacional del ave, evitando tener que recurrir a las importaciones del mismo, por falta de producción.

Llevando a cabo esta propuesta no solo se plantea solucionar un problema, sino más bien poner en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo del período académico, reflejando así las habilidades y destrezas obtenidas, y a la vez dejando este trabajo como modelo a seguir para que logre ser fuente de aprendizaje para futuros interesados en el tema.

1.3 Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio.

Este trabajo de titulación plantea una propuesta que permitirá abastecer de aves en pie al sector sur de la ciudad de Guayaquil principalmente al sur de la parroquia Ximena en la Isla Trinitaria en todas las épocas del año, manteniendo precios similares a los de la competencia logrando competir de

manera justa, pero a la vez atrayendo la atención de los clientes logrando así una fidelización por parte de ellos hacia el negocio, ya que podrán estar abastecidos todo el año de producto y a su vez podrán cubrir las necesidades y pedidos de sus clientes.

Se escogió como medio de distribución del producto el sector sur de la Isla Trinitaria ya que actualmente existen más de 11 locales comerciales mayoristas dedicados a la venta de aves en pie laborando en el sector.

Se escogió el sector sur de la Isla Trinitaria, al sur de la parroquia Ximena debido a que existen mayor número de locales comerciales dedicados a la venta de aves en pie y la rentabilidad de la propuesta será mayor.

Se realizarán todos los estudios teóricos necesarios para poder comprobar la viabilidad de la propuesta, empezando con un plan de negocios que incluya segmentos de mercado, estrategias para lograr los objetivos planteados, reducir riesgos y controlar pérdidas y salud del ave, también se realizarán auditorías de mercado, y estudios exhaustivos de los procesos productivos incluyendo gestión de calidad y monitoreos del ave desde su nacimiento hasta la etapa de distribución, concluyendo con los análisis financieros que determinarán la rentabilidad de esta propuesta.

Este trabajo será desarrollado en la ciudad de Guayaquil en el transcurso de julio del 2015 hasta marzo del 2016.

1.4 Contextualización del Tema u Objeto de Estudio.

Los objetivos que aparecen en el Plan Nacional del Buen Vivir se enmarcan en el Objetivo #3 “Mejorar la calidad de vida de la población”, el

Objetivo #9 “Garantizar el trabajo digno en todas sus formas” y el Objetivo #10 “Impulsar la transformación de la matriz productiva”; objetivos que van asociados con los ejes estratégicos de la SENPLADES en el área de excelencia, promoviendo así la provisión de productos y servicios de calidad.

Esta propuesta también cumple con la línea de investigación de Desarrollo y crecimiento económico del SINDE así como de la infraestructura para el Desarrollo Productivo ya que se priorizan temas vinculados con el Desarrollo Sustentable, Desarrollo Productivo, Distribución de la Producción al consumidor, y el Desarrollo de Métodos y Tecnologías que ayuden a erradicar la pobreza mediante el incremento de la productividad, basándose en el emprendimiento comercial de la línea de investigación de la carrera Emprendedores donde se propone la creación de una empresa productora y comercializadora de aves de corral en pie en la ciudad de Guayaquil. (UCSG, 2014)

1.5 Objetivos de la Investigación.

1.5.1 Objetivo General

Analizar la viabilidad de la creación de una empresa productora y comercializadora de aves de corral en pie en la ciudad de Guayaquil.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Establecer procesos productivos para garantizar la calidad de las aves broilers manteniendo controles rigurosos de sanidad con el fin de evitar enfermedades y plagas que afecten al producto final.

- Desarrollar ratios financieros que permitan determinar el tiempo de retorno de la inversión de la propuesta, con el fin de mostrar resultados atractivos a futuros inversionistas.
- Determinar los montos de inversión requeridos para la puesta en marcha del negocio.
- Realizar una auditoría de mercado que permita conocer el comportamiento de la industria, la competencia y el consumidor, logrando diseñar estrategias que permitan posicionar el negocio dentro del mercado.

1.6 Determinación de Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.

El siguiente trabajo de titulación tendrá un enfoque cuali-cuantitativo, enfoques que permitirán recoger toda la información necesaria requerida con el fin de obtener datos relevantes que permitan conocer la situación y necesidad a cubrir en el mercado al cuál se apunta abastecer.

Como técnica de recogida directa se usarán entrevistas a los clientes y dueños de las avícolas situadas en el sector de la Isla Trinitaria al sur de la ciudad de Guayaquil, y como técnica de recogida indirecta se tendrán en cuenta reportajes, documentos, e información proveniente de periódicos y noticias, datos que serán analizados para luego clasificarlos según su grado de importancia.

Se realizará un estudio de mercado que determine factores externos dentro del entorno, y fuerzas competitivas tales como el comportamiento de la

industria y el poder de negociación que tienen los proveedores y clientes con el fin de obtener datos más exactos para poder cumplir con el objetivo general de esta propuesta.

Un alcance exploratorio nos permite examinar temas que han sido poco estudiados, temas que aún conllevan a un sin número de dudas debido a la poca información recopilada del tema, realizar un estudio exploratorio es como realizar un viaje a un sitio desconocido donde no se sabe que es lo que se va a encontrar, por citar algunos ejemplos:

- Una enfermedad de reciente aparición.
- Una catástrofe en un lugar en donde nunca antes había sucedido un desastre natural.
- El incremento de la esperanza de vida más allá de los 100 años.
- La futura población que habite la Luna.

Estos sin mencionar son teorías que aún no han sido probadas o simplemente aún no se encuentra algún tipo de explicación lógica-científica, este estudio ayuda a familiarizarse con fenómenos desconocidos, obtener información para realizar una investigación más completa de un contexto particular, investigar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para futuras investigaciones o sugerir afirmaciones y postulados de un tema en particular. (Roberto Hernández Sampieri)

Como conclusión este tipo de estudio exploratorio ayudará a conocer la viabilidad de una empresa productora y comercializadora de aves en pie en la ciudad de Guayaquil.

1.7 Planteamiento del Problema.

Con este Trabajo de Titulación se plantea solucionar el desabastecimiento de aves de corral en pie que existe en el sector de la Isla Trinitaria al sur de la ciudad de Guayaquil.

Actualmente existen más de 20 negocios dedicados a la comercialización de aves de corral al por mayor y menor en pie y faenadas que no cuentan con un abastecimiento del 100% de sus pedidos diarios, debido a que existe un desabastecimiento directo proveniente de los productores de aves de corral, con esta propuesta se plantea crear una empresa productora y comercializadora de aves de corral en pie creando un mecanismo de abastecimiento que permitirá no solo abastecer al sector de la Isla Trinitaria en épocas de escasez sino durante todo el año.

1.8 Fundamentación Teórica del Trabajo de Titulación.

1.8.1 Marco Referencial

Para este Trabajo de Titulación se han tomado como referencia empresas que aportarán a la recopilación de información para el desarrollo de esta propuesta.

PRONACA S.A

El crecimiento y la evolución de PRONACA han sido sostenibles tanto en volumen como en valores, eso gracias a la disponibilidad de recursos y a las inversiones.

Actualmente la firma posee más de 100 centros a nivel nacional, estos se separan en granjas y plantas de producción de diferentes tamaños.

En este año la firma está destinando USD 50 millones en tecnología que servirá para mejorar las operaciones de las plantas y granjas, este año el propósito de la inversión es para abastecer la demanda interna como también para aumentar las exportaciones y su presencia en el exterior.

Con los USD 50 millones que se está invirtiendo este año la empresa mejoro los centros de investigación y desarrollo tanto en productos de consumo humano, como en la producción para animales y en la producción agrícola, la idea de invertir en los centros de producción es poder competir por costos nacional e internacionalmente. (Basantes, Innovación y Crecimiento de Pronaca, 2014)

De este referente se puede resaltar que la estrategia que tiene esta empresa de tener varios centros de producción para poder competir por precios es bastante buena ya que en la actualidad es PRONACA S.A quien impone los precios de las aves (blancas) en el mercado en los que compiten nacionalmente.

Y gracias a las medidas de innovación que utilizan han podido convertirse en líderes en crianza de aves broilers manteniendo siempre la calidad por delante de sus productos, teniendo en cuenta que sus plantas de producción poseen tecnología de punta que facilita no solo el proceso de engorde del ave sino también el cuidado veterinario que deben tener con las mismas.

ESTRATEGIAS DE PRONACA S.A

Parte de la estrategia de PRONACA S.A es impulsar el crecimiento en la base de la pirámide, eso implica tener productos que vayan directo a los

consumidores que se encuentren en los estratos de menores recursos económicos.

PRONACA S.A es la base de crecimiento del consumo de cualquier empresa y son los más fieles consumidores.

Así, esta empresa trabaja en agregar diferenciación y valor a sus productos, diferenciación para el consumidor y valor para el consumidor, siempre cuidando que la empresa no pierda en la parte económica.

La otra vía de crecimiento es la expansión internacional, como por ejemplo la nutrición animal, PRONACA S.A atiende las necesidades de mascotas así como de ganado, ganado lechero, cerdos y aves. (Ribadeneira, Estrategias de Pronaca, 2014)

Como se puede observar una de las estrategias que PRONACA S.A utiliza es la diferenciación y la creación de valor de sus productos por medio de la implementación de los planes de negocios.

Pese a que PRONACA S.A poseen varios centros de producción para poder obtener costos más bajos, ellos prefieren tomar la estrategia de diferenciación del producto, estrategia que no solo les ha servido para llegar a ser líderes en ventas a nivel nacional, sino que también son grandes exportadores de sus productos encontrándose en 27 países actualmente, sin mencionar los grandes márgenes de ganancia que tienen mensual y anualmente.

Esta estrategia impacta de manera positiva a este trabajo de titulación ya que no solo por vender y ganar dinero por grandes volúmenes de ventas se

deben ver las ganancias sino por diferenciar el producto venderlo al precio de la competencia así los costos sean menores, las ganancias también serán mayores y de esa manera la empresa se encontrará preparada para cuando llegue el alza de los precios no les afecte en gran manera.

DESARROLLO DE PRONACA S.A

La cultura de desarrollo de Pronaca parte de una definición estratégica de la compañía que tiene como enfoque las necesidades de los consumidores en las categorías en las que están presentes. Pero además tiene que ver con el entendimiento de las tendencias mundiales que los guían en el desarrollo de productos que están orientados a convertirse en una solución para las familias ecuatorianas. (Ribadeneira, Innovación, Pronaca, 2012)

1.8.2 Marco Teórico

TEORÍA DE INNOVACIÓN

La innovación en los negocios se logra mediante el cumplimiento del objetivo principal que es ser un empresario de éxito, ya que son ellos los que aplican teorías innovadoras para mejorar desde sus procesos productivos hasta el servicio post venta a sus clientes.

Shumpeter se refiere a la empresa como “a la realización de nuevas combinaciones, y empresario a los individuos encargados de dirigir dicha realización”. De esta manera, el empresario es un sujeto independiente, donde su función es llevar a cabo nuevas combinaciones y en ningún momento asume riesgos, puesto que quien asume dichos riesgos es el dueño de los

medios de producción. Afirma: “El riesgo recae siempre indudablemente sobre el propietario de los medios de producción o del capital del dinero que se pagó por ellos, y en consecuencia, nunca sobre el empresario como tal”.

La posibilidad de generar ganancias, que pueden llegar a ser excepcionalmente grandes, es el señuelo que atrae a la actividad económica a un tipo particular de individuos. La acción de estos individuos está regida por el Espíritu Emprendedor es decir, por la voluntad de transformar las condiciones existentes, de superar obstáculos y romper con las rutinas, de ir contra la corriente y crear cosas nuevas. (Teoría del empresario innovador de Schumpeter, 2012)

TEORÍA DE EMPRENDIMIENTO

Las siguientes teorías de emprendimiento han sido tomadas del libro “Pasión por Emprender” de Andy Freire, un libro que llama mucho la atención ya que no es un libro solo de emprendimiento, sino más bien este libro trata de aterrizar a los emprendedores a la realidad de las cosas, si bien no es un libro que determinará el éxito de quien lo lea, si será un libro que estará en la cabecera de la cama, en la oficina, y en las horas libres de muchos.

- ***“El verdadero emprendedor es quien siente que lo que está haciendo es algo por lo que hasta valdría la pena fracasar”.***
 - El mayor problema de emprender un negocio es el miedo de pensar que va a pasar más adelante con este, ¿tendré éxito o no? Para que un negocio marche adecuadamente se debe sentir pasión por las cosas que se están haciendo, sino es así preferiblemente no hacer nada.

- ***“La clave no está en la "originalidad" de la idea. El éxito proviene de haberla puesto en práctica mejor que los demás”.***
 - Poner un negocio y llevarlo mejor que la competencia es el éxito para que los clientes los prefieran tengan el tiempo que tengan en el mercado.

- ***“Nueve de cada diez ideas llevadas a cabo nacen porque el emprendedor potencial descubre una necesidad o una oportunidad a partir de interactuar con un ramo del mercado”.*** (Freire, 2005)
 - Este es el motivo principal por el cual los emprendedores emprenden un negocio, porque encuentran una necesidad e intentan cubrir esa necesidad dándole una solución.

TEORÍA DEL PLAN DE NEGOCIOS

El PLAN de NEGOCIO es un documento en el que se identifica, se describe y se analiza una oportunidad de negocio con el fin de evaluar su viabilidad técnica, económica y financiera. (Dino, 2007)

Es decir que un plan de negocios es la herramienta básica que nos va a ayudar a decidir si el negocio que queremos emprender es rentable, factible si perdurará en el tiempo o no. Con la ayuda del plan de negocios se podrá observar la situación de una empresa o microempresa desde una perspectiva diferente, ya que luego de haber culminado este plan se podrá conocer exactamente qué es lo que se necesita para ya sea empezar un negocio o mejorar uno existente.

El objetivo del plan de negocios es transmitir de forma clara y concisa, las fortalezas de la idea de NEGOCIO, analizando rigurosamente las áreas funcionales (mercadeo, producción, personal, finanzas, etc.) que estén involucradas en la empresa. Es demostrar que una propuesta es viable y que constituye una buena inversión de los recursos de la empresa, dando a conocer que los ingresos que se obtengan de las ventas restando los gastos e impuestos de ley siempre serán mayores que los costos de producción. (Exterior, 2015)

Es decir que el objetivo principal de un plan de negocios es conocer correctamente las áreas que necesitamos implementar en el negocio para poder empezar a analizarlas de manera adecuada, para poder resolver cualquier tipo de problemas que se presenten a lo largo del tiempo que tengan la empresa en el mercado.

Las características que debe tener un plan de negocios son las siguientes:

- Define el mercado, los competidores, los proveedores las estimaciones de ventas y sobre todo los costos,
- Identifica el financiamiento que se necesita para iniciar con el negocio,
- Identifica los riesgos que se tienen y las medidas que debemos tomar para poder reducirlos.

TEORÍA DE INNOVACIÓN

La producción es el proceso de creación de los bienes y servicios que la población puede adquirir para consumirlos y satisfacer sus necesidades. El proceso de producción se lleva a cabo en las empresas, las cuales se

encuentran integradas en ramas productivas y estas en sectores económicos. Las empresas utiliza recursos productivos para realizar el proceso de producción, estos recursos son considerados insumos que se transforman, con el objeto de producir bienes y servicios: La teoría de la producción, a través de la función de producción, nos permite analizar las diversas formas en que los empresarios pueden combinar sus recursos o insumos para producir bienes o servicios, de tal forma que le resulte económicamente conveniente.

La teoría de la producción estudia la forma en que se pueden combinar los factores productivos de una forma eficiente para la obtención de productos o bienes. Estos productos pueden ser destinados al consumo final o utilizados en otro proceso productivo como insumos. (López, 2013)

1.8.3 Marco Conceptual

- **Faena:** Matar animales y descuartizarlas o prepararlas para el consumo. (Real Academia de la Lengua Española, 2014)
- **Aves Broilers:** Clase de vertebrados ovíparos, de respiración pulmonar y sangre caliente, cuerpo cubierto de plumas y con dos alas que generalmente le sirven para volar. (Word Reference, 2005)
- **Proceso de Engorde:** Proceso en el cual se ceba para engordar al ganado, aves, personas; dar mucho de comer para poner gordo. (Real Academia de la Lengua Española, 2014)
- **Espíritu Emprendedor:** Es aquella persona que se atreve a llevar a cabo su idea empresarial teniendo un espíritu especial que debe cultivar y fortalecer debido a lo difícil que resulta esta experiencia. (Incubadora Inictel)

- **Criadoras de aves:** Es un equipo que provee calor artificial a los pollitos en su etapa de crianza. Las aves son susceptibles a las bajas temperaturas especialmente en los primeros días de vida, por lo tanto es necesario utilizar criadoras que les aseguren una adecuada temperatura a su edad. (Indumetálicas Archila, 2015)
- **Galpones:** Los galpones son construcciones relativamente grandes, las cuales puede ser utilizadas en diferentes situaciones, las cuales abarcan desde cuidado y orden de herramientas, criadero de animales hasta trabajos de régimen industrial. (Wikipedia, 2015)

1.8.4 Marco Legal

Las entidades y leyes vitales para el funcionamiento del negocio son las siguientes:

- **Ley de Compañías.-** La empresa basará sus acciones y decisiones teniendo en cuenta la ley de compañías vigente en el años 2015-2016.
- **Permisos Municipales.-** Estos serán permisos necesarios desde el inicio de la actividad comercial y la distribución de las aves tales como: PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO, CUERPO DE BOMBEROS, PERMISOS INHERENTES AL MANEJO DE CAMIONES PESADOS.
- **Código del Trabajo.-** Regula la relación entre los empleados y el empleador, de la misma forma se tomarán decisiones tomando en cuenta las leyes el código de trabajo vigente en el período 2015-2016.

- **Ministerio de Agricultura, Ganadería Acuacultura y Pesca.-** Esta es la entidad responsable de regular la producción Agrícola, Ganadera, Avícola, Pecuaria, Forestal y Pesquera. (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca., 2014)
- **Servicio de Rentas Internas.-** Regula el pago puntual de los impuestos emitidos para el funcionamiento de las empresas.
- **Ley de Propiedad Intelectual.-** Regula la protección de marcas, patentes, logos, y nombres que se puedan usar en el transcurso de la puesta en marcha del negocio.
- **Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.-** Esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas. Así también impulsará toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo. *“Existe una respuesta positiva e inmediata de los empresarios para aumentar la producción y dinamizar la economía del país”* (Ministerio de Industrias y Productividad, 2014)
- **Acuerdos Ministeriales.-** Acuerdos ministeriales tales como:

#1 REGISTRO OFICIAL NO 449 – LUNES 02 DE MARZO DEL 2015

Administración del Sr. Eco. Rafael Correa.

Presidente Constitucional de la República del Ecuador

Lunes 02 de marzo del 2015

SUMARIO

Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca:

Ejecutivo:

Acuerdos:

018: Apóyese a la agroindustria avícola nacional en su incentiva de sustitución de importaciones de huevo fértil mediante el incremento de la crianza de aves de reproducción en el país.

#2 APOYAR A LA AGROINDUSTRIA AVÍCOLA NACIONAL MEDIANTE CRIANZA DE AVES.

- Artículo 1-

Apoyar a la Agroindustria Avícola Nacional en su iniciativa de sustitución de importaciones de huevo fértil mediante el incremento de la crianza de aves de reproducción en el país.

- Artículo 2-

El MAGAP apoyara en el establecimiento y en la ejecución de las siguientes políticas:

a) El permiso fitosanitario otorgado por la Agencia Aseguradora de la Calidad del Agro AGROCALIDAD será el único documento requerido para la importación de huevo fértil y reproductor.

b) Una vez que se incremente la producción nacional de huevo fértil. Se establecerá un régimen de importaciones no automáticas de huevo fértil, destinadas a apoyar la producción nacional de este rubro.

c) El MAGAP, con el fin de apoyar el desarrollo de la producción nacional de huevo fértil, gestionara ante las instituciones públicas de crédito, como la CFN, BNF y otras, la apertura de líneas de crédito a largo plazo para el establecimiento de granjas avícolas para este propósito, de acuerdo a los términos y condiciones de las instituciones que generen el crédito.

d) El MAGAP apoyara la implementación del Plan Sanitario Avícola Nacional que está aprobado por la Agencia Aseguradora de la del Agro AGROCALIDAD: así como, gestionara ante el Ministerio del Ambiente la re categorización ambiental de granjas avícolas.

e) Elaborara y ejecutara un plan de control efectivo de contrabando de huevo fértil y litolpoliita bebe, gestionando a SENA, SRI y AGROCALIDAD, la aplicación del mismo

f) El MAGAP gestionara ante el Comex el diferimiento arancelario para torta de soya, necesaria para la producción de alimentos balanceados

g) El MAGAP gestionara ante el Ministerio Coordinador de Producción. Empleo y competitividad (MCPEC) y ante situaciones gubernamentales centrales GAD's el establecimiento de anillas únicas para tramites públicos (Apoyar a la agroindustria avícola Nacional mediante la crianza de aves, 2015)

1.8.5 Marco Lógico

OBJETIVO GENERAL	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	FACTORES EXTERNOS
Analizar la viabilidad de la creación de una empresa productora y comercializadora de aves de corral en pie en la ciudad de Guayaquil.	Estados Financieros de la empresa.	Los estados de resultados producto del estudio financiero a realizar.	La recopilación de los datos financieros demostrará que los resultados serán atractivos tanto para los futuros inversionistas como para los dueños de la empresa.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS			
Establecer procesos productivos para garantizar la calidad de las aves broilers manteniendo controles rigurosos de sanidad con el fin de evitar enfermedades y plagas que afecten al producto final.	Manual de Procesos Productivos.	Estadísticas de Producción, Modelos de procesos productivos exitosos.	La utilización del Manual de Procesos Productivos servirá como ayuda para mantener la calidad de las aves broilers para el consumo final.
Desarrollar ratios financieros que permitan determinar el tiempo de retorno de la inversión de la propuesta, con el fin de mostrar resultados atractivos a futuros inversionistas.	Ratios Financieros.	Van, Tir, T-Mar, Payback, Ir	La evaluación financiera demostrará que los ratios financieros serán atractivos para la puesta en marcha de el negocio.
Determinar los montos de inversión requeridos para la puesta en marcha del negocio.	Tabla de Inversión.	Balance de situación Inicial, Capital de Trabajo.	Los resultados del balance inicial demostrará la inversión que se necesitará para acceder a préstamos bancarios para la puesta en marcha del negocio.
Realizar una auditoría de mercado que permita conocer el comportamiento de la industria, la competencia y el consumidor, logrando diseñar estrategias que permitan posicionar el negocio dentro del mercado.	La redacción del plan de marketing, Índice de preferencia de consumo en el mercado.	Marketing Mix, Investigación de Mercado, Entrevistas, Encuestas.	El resultado de las actividades antes mencionadas demostrará que la empresa tiene demanda en el mercado.

Tabla 1 Marco Lógico
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

1.9 Formulación de Hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán objetivos.

- **HIPÓTESIS:**

- Qué la creación de una granja productora y comercializadora de aves en pie en la ciudad de Guayaquil logre abastecer el mercado sur de la Isla Trinitaria generando ingresos significativos para los socios de la granja.

- **PREGUNTAS DE LA INVESTIGACIÓN:**

- ¿Se lograrán cubrir las necesidades del todo el mercado potencial?
- ¿Se podrán evitar las plagas y enfermedades del ave durante las épocas de escasez del producto?
- ¿Los precios bajos cubrirán los costos de producción del ave en su totalidad generando ganancias para los socios de la granja?

1.10 Cronograma

ACTIVIDADES	DURACIÓN	INICIO	FIN
Capítulo #1	12	28/04/2016	10/05/2016
Capítulo #2	10	11/05/2016	21/05/2016
Capítulo #3	6	22/05/2016	28/05/2016
Capítulo #4	9	29/05/2016	07/06/2016
Capítulo #5	15	08/06/2016	23/06/2016
Capítulo #6	15	24/06/2016	09/07/2016
Capítulo #7	20	10/07/2016	30/07/2016
Capítulo #8	2	31/07/2016	02/08/2016
Capítulo #9	2	03/08/2016	05/08/2016
Capítulo #10	2	06/08/2016	08/08/2016
Capítulo #11	1	09/08/2016	10/08/2016
Capítulo #12	1	11/08/2016	12/08/2016
Capítulo #13	1	13/08/2016	14/08/2016
Formatos	2	15/08/2016	17/08/2016

Ilustración 1 Cronograma del Trabajo de Titulación.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

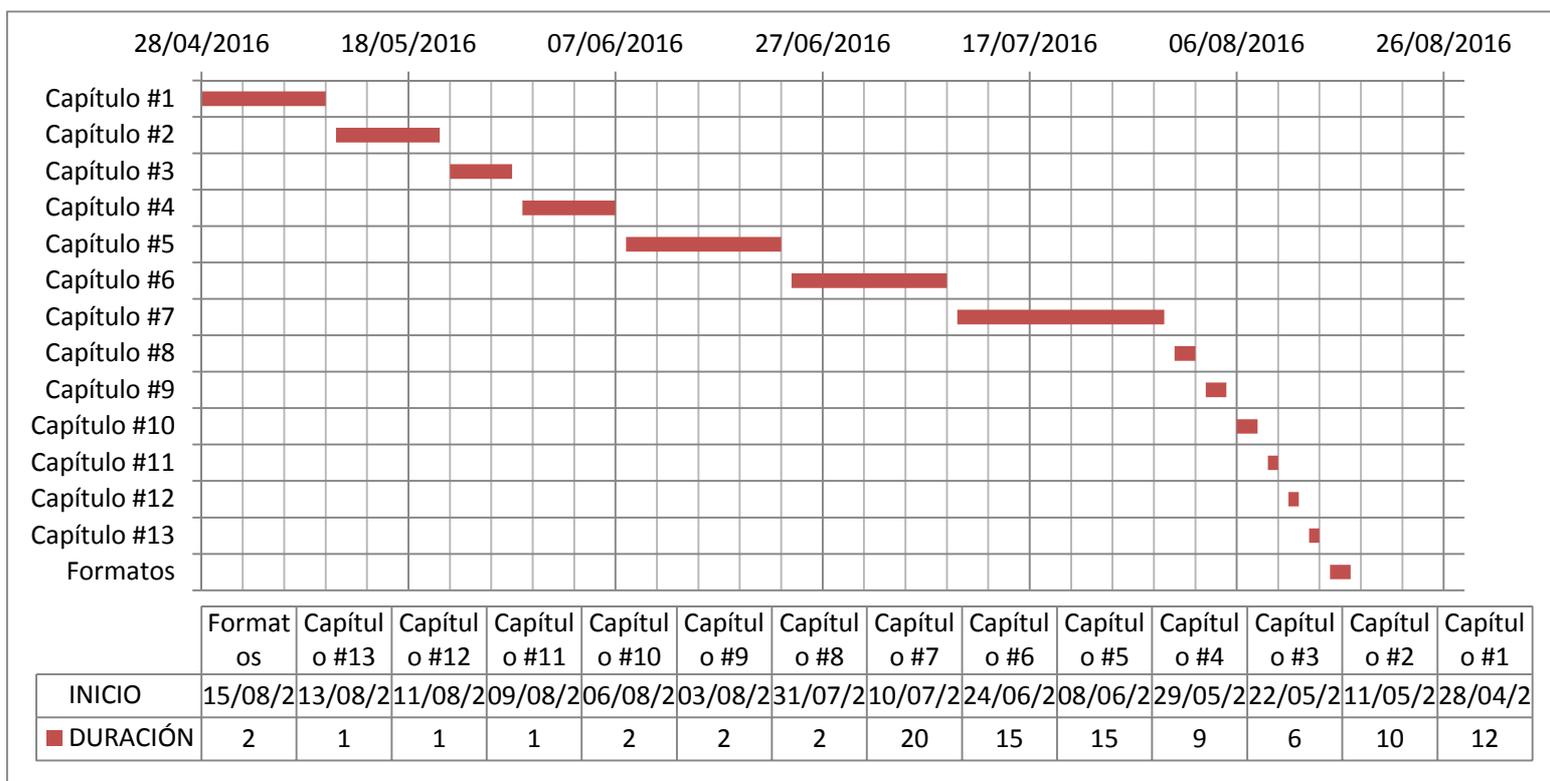


Ilustración 2 Diagrama de Gantt.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

CAPÍTULO 2

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.

CAPÍTULO 2

2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.1 Análisis de la Oportunidad

Esta idea surgió de la necesidad que se encontró en el sector de la Isla Trinitaria al sur de la parroquia Ximena, ya que actualmente existen más de 20 negocios dedicados a la venta de aves de corral en pie al por mayor y menor que no están siendo abastecidas por completo en sus pedidos diarios sobre todo en las épocas de escasez del producto, esto trae como consecuencia malestar en los clientes ya que no pueden completar sus pedidos para la venta en sus plazas de trabajo.

El fin de crear e implementar esta propuesta es cubrir esta sección del mercado que se encuentra desabastecida en épocas de escasez con el fin de lograr una fidelización del cliente y poder captarlos en épocas de abundancia del producto, de esta manera se tendrán ventas anuales seguras.

2.1.1 Descripción de la idea de Negocio.

La idea se basa en tener 4 galpones con capacidad de 80.000 aves por corrida que ayuden a completar los pedidos de exactamente 21 días de los clientes del sector manteniendo un riguroso control en la etapa de engorde del ave, para que a medida que dos galpones estén en la etapa final de crecimiento casi listos para la venta los otros dos estén entrando en la etapa de engorde del ave, con esta mecánica se planea lograr la estrategia de “GANAR-GANAR” ya que al cubrir las necesidades de los clientes en todas las épocas del año se ganan clientes y así mismo se logra fidelizarlos y de esa manera se

podrá seguir con la misma mecánica antes mencionada para no sufrir de desabastecimiento del producto.

2.1.2 Descripción de la idea del Producto.

Esta idea busca otorgar un beneficio a los clientes potenciales del negocio, ya que se abastecerá de producto al cliente en todas las épocas del año, de esta manera el cliente podrá tener la plena seguridad y tranquilidad que no sufrirán por la escasez del ave en ningún momento, con esto se logrará mantener una clientela fija fidelizando al cliente al negocio.

Una de las actividades claves de este negocio es mantener alejadas todas las pestes, enfermedades y factores que afecten el desarrollo del ave desde su etapa de crecimiento hasta la distribución que es la etapa final, es por esto que se usarán ventiladores industriales en cada uno de los galpones para evitar el calor, y adicional se invertirá mucho en veterinarios calificados que aseguren la calidad del ave de esa manera se logrará obtener calidad manteniendo la salud del ave.

2.2 Misión, Visión, y Valores de la Empresa.

2.2.1 Misión.

Somos una empresa productora y comercializadora de aves en pie en Guayaquil, encargada de cubrir las necesidades de los clientes abasteciéndolos de aves broilers en todas las épocas del año.

2.2.2 Visión.

Convertirnos en una granja avícola productora y comercializadora de aves broilers líder en el mercado de Guayaquil, abasteciendo al cliente de producto en todo momento logrando así construir una imagen reconocida en el mercado local.

2.2.3 Valores de la Empresa.

- **Honestidad.-** Tanto colaboradores, como proveedores y clientes deberán ser honestos en la forma de trabajar, ya que en este negocio son los empleados quienes se encargan de recibir los respectivos pesos provenientes del camión, proveedores al momento de entregar la mercadería en buen estado y clientes al momento de realizar sus pagos.
- **Amor al Trabajo.-** Los dueños del negocio deberán mostrar amor al trabajo que realizan diariamente para poder ser fuente de inspiración para los colaboradores que laboran diariamente en el negocio.
- **Dedicación y Esfuerzo.-** Un trabajo de calidad es un trabajo que se realiza con dedicación y esfuerzo, si el trabajo no está bien realizado es porque falta motivación para cumplir el trabajo como está dispuesto.
- **Calidad del producto final.-** Este será uno de los valores principales de la empresa ya que es de vital importancia entregar al cliente un producto que cumpla con los estándares de calidad.
- **Respeto.-** Fundamental ya que sin respeto no se pueden lograr buenas relaciones, y sin buenas relaciones no hay trabajo.

- **Ética Empresarial.-** Este será otro de los valores principales de la empresa ya que se deberá cumplir con todas las leyes externas como internas de la empresa para lograr un excelente manejo de la misma.

2.3 Objetivos de la Empresa.

2.3.1 Objetivo General.

Ser una empresa líder en la crianza y venta al por mayor y menor de aves de corral en pie en la ciudad de Guayaquil, entregando un producto de calidad al mejor precio.

2.3.2 Objetivos Específicos.

- Abastecer el 60% del mercado potencial del sector de la Isla Trinitaria al sur de la parroquia Ximena dentro de los primeros dos años de puesta en marcha del negocio.
- Adquirir balanceado de calidad para la alimentación y engorde del ave, sin que este afecte los costos de producción del mismo, logrando de esta manera tener costos relativamente bajos para ofrecer precios bajos a los clientes.
- Contar con personal capacitado para el cuidado pertinente de las aves de corral desde su crecimiento hasta su etapa final de distribución.
- Mantener estrictos controles de calidad del producto.
- Dar a conocer a los futuros clientes las ventajas de adquirir este producto que el de la competencia, resaltando el tipo de balanceado que se usa y el tipo de ave que estará a la venta.

2.4 Estructura Organizacional.

2.4.1 Organigrama

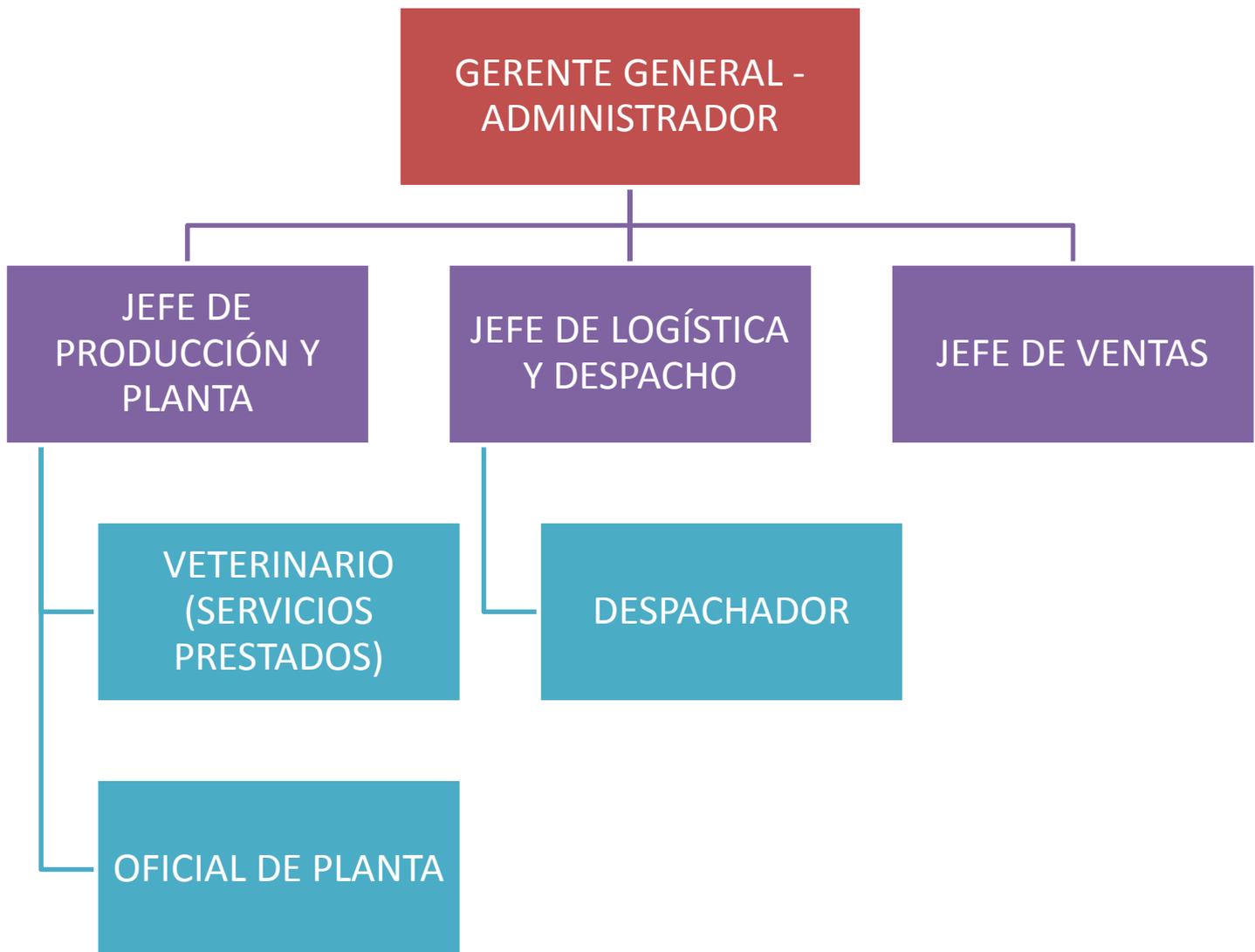


Gráfico 1 Organigrama de la Empresa.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

2.4.2 Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias.

- **Administrador:**
 - Sexo masculino entre 25 y 30 años de edad, con estudios universitarios en la carrera de Administración de Empresas con carreras afines, mínimo 2 años de experiencia en el cargo, y manejo de contabilidad avanzada, disponibilidad tiempo completo, horarios nocturnos.

- **Jefe de Producción y Planta:**
 - Sexo masculino entre 25 y 30 años de edad, graduado en carreras Técnicas familiarizado con este modelo de negocios o afines con experiencia de campo mínimo 3 años, disponibilidad tiempo completo, horarios nocturnos.

- **Veterinario:**
 - Sexo indistinto, entre 30 y 40 años de edad, graduado de la carrera de Veterinaria mínimo 5 años de experiencia ejerciendo su profesión, disponibilidad tiempo completo, horarios nocturnos.

- **Oficial de Planta:**
 - Sexo masculino entre 20 y 30 años de edad, mínimo 2 años de experiencia en cargos afines, disponibilidad tiempo completo, horarios nocturnos con opción a vivir en el lugar de trabajo.

- **Jefe de Logística y Despacho:**
 - Sexo masculino entre 25 y 30 años de edad, Graduado de la carrera Ingeniería Comercial o carreras afines, mínimo 2 años de experiencia en el cargo, disponibilidad tiempo completo, horarios nocturnos.

- **Despachador:**
 - Sexo masculino entre 20 y 30 años de edad, experiencia en manejo de personal, trabajo bajo presión, disponibilidad tiempo completo, horarios nocturnos, con opción a vivir en el lugar de trabajo.

- **Jefe de Ventas:**
 - Sexo indistinto edad entre 25 y 40 años de edad, graduado de la carrera de Ingeniería en Ventas o carreras afines, mínimo 3 años de experiencia ejerciendo este cargo, disponibilidad tiempo completo, horarios nocturnos.

**2.4.3 Manual de Funciones: Niveles, Interacciones,
Responsabilidades y Derechos.**

CARGO	REPORTA	RESPONSABILIDADES	FUNCIONES
Administrador	Gerente General	Controlar La Entrada Y Salida De Camiones A La Granja.	Llevar La Contabilidad De La Granja, Inventario, Cuentas Por Cobrar, Cuentas Por Pagar Proveedores, Además De Cuidar Que Los Manejos De La Granja Funcionen De Una Manera Adecuada.
Jefe De Producción Y Planta	Gerente General	Implementar De Manera Adecuada El Proceso Productivo Del Ave Para Lograr Un Crecimiento Y Engorde Del Mismo De Manera Simultánea.	Cumplir Con El Proceso De Producción Adecuado Para Que La Granja No Sufra De Desabastecimiento Del Ave En Ninguna Época Del Año.
Veterinario	Jefe De Producción Y Planta	Velar Por La Salud De Las Aves.	Mantener Un Control Exhaustivo De La Salud De Las Aves Desde La Etapa De Crecimiento Hasta La Etapa De Distribución.
Oficial De Planta	Jefe De Producción Y Planta	Revisar Balanzas Y Gavetas.	Dirigir A Los Camiones A Las Zonas De Lavado De Gavetas Para Luego Realizar El Ingreso Autorizado A Los Galpones.
Jefe De Logística Y Despacho	Gerente General	Coordinar El Ingreso De Camiones A La Granja.	Mantener Un Orden De Despacho Por Medio De La Hora De Llegada De Los Camiones, Controlar Que Los Camiones Cumplan Con Las Políticas De La Granja.
Despachador	Jefe De Logística Y Despacho	Llevar Un Control De La Cantidad De Aves Que Salen Por Camión.	Controlar La Merma Del Ave, Corroborar Que La Cuadrilla Despache El Ave Según Las Políticas De La Granja A Todos Los Clientes Sin Excepción.
Jefe De Ventas	Gerente General	Controlar Las Metas De Los Vendedores	Realizar Seguimientos Permanentes A Los Vendedores A Su Cargo, Para Lograr Un Cumplimiento De Metas Efectiva.

Tabla 2 Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades y Derechos.

Elaborado por: Ivette Flores Alava

CAPÍTULO 3

ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA.

CAPÍTULO 3

3. ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

3.1 Aspecto Societario de la Empresa.

3.1.1 Generalidades

“Industrial Avícola Flores S.A”, nombre comercial de la empresa comercializadora y productora de aves de corral en pie, surge con el fin de abastecer las necesidades de un sector específico durante todas las épocas del año.

Industrial Avícola Flores S.A ofrece entregar un producto de calidad, satisfaciendo las exigencias de los clientes en cuanto a peso del ave y tiempo de entrega del producto, con el fin de captar la atención de los clientes en época de escasez en donde los proveedores mayoristas no son capaces de abastecer al 100% el pedido de sus clientes, para que en época de abundancia podamos tener clientes fieles que adquieran el producto sin problema alguno.

La Granja Avícola estará ubicada entre los kilómetros 52 a 65 de la vía a la Costa, ya que este es el sector permitido por el Gobierno para tener negocios que involucren actividades avícolas, debido a que se encuentran alejados del sector poblado de la ciudad.

La venta de las aves en pie serán únicamente destinadas para el sector sur de la Isla Trinitaria específicamente para la parroquia Ximena, la idea de reducir las ventas a este sector es no tener sobre-pedidos para no desabastecer a los clientes del sector prioritario.

Nuestra forma de distribución será directa, ya que los camiones de “Industrial Avícola Flores S.A” serán los únicos autorizados para entrar a la

zona de carga de aves, para luego ser distribuidos a los puntos de venta del sector.

CARGO	SUELDO
GERENTE- ADMINISTRADOR	\$ 1.200,00
JEFE DE PRODUCCIÓN Y PLANTA	\$ 650,00
JEFE DE LOGÍSTICA Y DESPACHO	\$ 650,00
JEFE DE VENTAS	\$ 650,00
OFICIAL DE PLANTA	\$ 500,00
DESPACHADOR	\$ 500,00
TOTAL	\$ 4.150,00

Tabla 3 Sueldos a Personal de la Empresa.
Elaborado por: Ivette Flores Alava

3.1.2 Fundación de la empresa.

La compañía “Industrial Avícola Flores S.A.” tendrá sus granjas en la ciudad de Guayaquil, entre los kilómetros 52 y 65 de la Vía a la Costa, el objetivo de empezar esta empresa es abastecer a un mercado en particular de aves en pie en todas las épocas del año, tomando en cuenta que existen períodos en donde el ave se encuentra escasa y es aquí donde los proveedores no logran cubrir las necesidades de las avícolas del sector.

Esta empresa se constituirá por medio de Sociedad Anónima, la cual estará regida por los artículos y leyes vigentes de la Constitución del Ecuador.

La empresa estará a cargo del Gerente de General que a su vez tendrá el cargo de Representante Legal del mismo, se realizarán minuciosas selecciones de posibles postulantes para este cargo, teniendo en cuenta que este puesto lo ocupará una persona que cumpla con los requisitos antes

mencionados, luego de ser seleccionado por la Junta General de Accionistas debido a que es el órgano supremo de la compañía, tomando en cuenta que serán ellos quienes todo el poder necesario para tomar decisiones que se considere convenientes para el bienestar de la empresa.

Por los siguientes aspectos se ha escogido constituir la empresa como Sociedad Anónima.

- Que el capital social de las sociedades anónimas esté representado por acciones, documentos eminentemente negociables, permite que los accionistas puedan libremente enajenarlas y recibir a cambio como precio el valor que tenga la acción en ese momento.
- Permite el ingreso de nuevos socios ya porque adquieran acciones que le transfieran los dueños anteriores o porque suscriban otras nuevas que se emitan como consecuencia de aumentos posteriores de capital, esto hace que la persona del socio tenga una importancia secundaria a diferencia de las sociedades de personas, ya que lo que verdaderamente importa en la Sociedad Anónima es el Capital Social. (EMPRESARIAL, 2012)
- limitan la responsabilidad de sus socios o accionistas al valor de sus acciones, quienes además pueden cederlas sin mayores formalidades, traspaso el cual no puede ser entrabado por disposiciones del mercado o de la sociedad emisora. Ambas claves explican el éxito de este tipo social, facilitando la penetración de distintos agentes del mercado en la propiedad de las empresas y

permitiéndoles a las S.A. ser el vehículo de mayor utilización para financiar proyectos.

- Debido a su particular estructura interna, en las S.A. se hace más patente la separación entre los accionistas y sociedad, la cual está dotada de distintos órganos de dirección, administración y control, circunstancia que le permite a la empresa tomar un camino propio, desligado de la voluntad de sus accionistas originales.
- Los socios sólo responden del pago de sus aportaciones que hagan al momento de suscribir sus acciones. Esta nota permite que los socios limiten el riesgo que corren al ingresar a la sociedad al monto de sus aportaciones y que su patrimonio quede exento del azar.
- Al existir un patrimonio separado, bien controlado y vigilado, tiene con frecuencia más importancia que la responsabilidad de los socios basada en su patrimonio personal. (Saieh, 2010)

3.1.3 Capital Social, Acciones y Participaciones

El capital social de la compañía “Industrial Avícola Flores S.A.” será de \$195,000.00 el mismo que será dividido en 100 acciones de \$1.950,00 cada una, siendo enumeradas del 001 al 100 inclusive. Cabe recalcar que el valor de las acciones será dividido en partes iguales para los dos socios de la compañía, ya que ese será el número total de accionistas que tenga la empresa al momento de ser constituida.

Aunque se espera que las acciones estén distribuidas en partes iguales a los dos accionistas de la compañía, estaremos sujetos a las resoluciones de la Junta General de Accionistas, ya que las acciones serán entregadas solo cuando se realice el aporte por la suma total de las acciones que se desea adquirir, en caso de no cumplir con esta resolución el otro socio tendrá la opción de adquirir más acciones convirtiéndose así en socio mayoritario de la compañía.

Los títulos de las acciones representan una suma expresada en dinero para el aporte al capital social de la empresa, esto significa que el socio no solo adquiere las acciones sino también adquiere todas las obligaciones y derechos que la Ley exige.

3.1.4 Juntas Generales de Accionistas y-o Socios.

La compañía contará con una Junta General de Socios Accionistas que será a su vez administrada por el Gerente General-Administrador de la compañía, quien tendrá toda la libertad de tomar decisiones que afecten positivamente a la compañía que estén regidas por las leyes y los estatutos internos que maneje la empresa.

Todos los accionistas tendrán la obligación de asistir a las convocatorias, tanto a las sesiones ordinarias como a las sesiones extraordinarias, y a votar en el caso que sea necesario tomar alguna decisión importante en la empresa.

- El nuevo Reglamento sobre juntas generales de socios y accionistas de las compañías de responsabilidad limitada, anónimas, en comandita por acciones y de economía mixta se emitió mediante Resolución de la Superintendencia de

Compañías No SCV-DNCDN-14-014, publicada en el Registro Oficial 371 de 10 de noviembre de 2014.

El Reglamento establece que las convocatorias a juntas generales de socios o accionistas deberán convocarse, además de por la prensa, por correo electrónico. Para ello, los socios y accionistas deberán registrar su dirección de correo electrónico. El Reglamento establece a detalle el contenido de la convocatoria. Los socios o accionistas tienen derecho a recibir, adjunto al correo electrónico de notificación de la convocatoria, la información referente a los temas a tratar con los correspondientes justificativos.

Para la instalación de la junta, deberá verificarse el quorum de instalación. En caso de que este no se cumpla, deberá convocarse a una nueva fecha y hora para la realización de la junta. Los socios pueden comparecer personalmente o representados por otra persona. La junta general podrá instalarse, sesionar y resolver válidamente cualquier asunto utilizando videoconferencia.

Todas las decisiones de las juntas deberán adoptarse con la mayoría prevista en la Ley de Compañías o en el estatuto de la compañía. Los accionistas que no tienen derecho a voto, tendrán derecho para hacer mociones e intervenir en las deliberaciones.

Las juntas generales son reuniones privadas en las que puede manejarse información sensible, por ello, queda prohibida la divulgación de la información confidencial y de los secretos empresariales discutidos en ellas.

De cada sesión de junta general deberá elaborarse un acta en idioma castellano. Las actas podrán extenderse y firmarse en la misma reunión o dentro de los quince días posteriores. (PBP , 2014)

3.2 Aspecto Laboral de la Empresa.

3.2.1 Generalidades.

“Industrial Avícola Flores S.A.” estará sujeta a todas las leyes Ecuatorianas que se encuentren vigentes dentro del Código de Trabajo, con esto se espera poder regular las relaciones existentes entre los empleados y los empleadores con el fin de tener un ambiente sano en la empresa.

Se realizarán contratos fijos para los empleados que laboren en nuestra empresa, cumpliendo de esta forma con las leyes del Código de Trabajo.

Art. 1.- Ámbito de este Código.- Los preceptos de este Código regulan las relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo. Las normas relativas al trabajo contenidas en leyes especiales o en convenios internacionales ratificados por el Ecuador, serán aplicadas en los casos específicos a las que ellas se refieren.

Art. 2.- Obligatoriedad del trabajo.- El trabajo es un derecho y un deber social. El trabajo es obligatorio, en la forma y con las limitaciones prescritas en la Constitución y las leyes.

Art. 3.- Libertad de trabajo y contratación.- El trabajador es libre para dedicar su esfuerzo a la labor lícita que a bien tenga. Ninguna persona podrá ser obligada a realizar trabajos gratuitos, ni remunerados que no sean impuestos por la ley, salvo los casos de urgencia extraordinaria o de necesidad

de inmediato auxilio. Fuera de esos casos, nadie estará obligado a trabajar sino mediante un contrato y la remuneración correspondiente.

En general, todo trabajo debe ser remunerado.

Art. 4.- Irrenunciabilidad de derechos.- Los derechos del trabajador son irrenunciables. Será nula toda estipulación en contrario.

Art. 5.- Protección judicial y administrativa.- Los funcionarios judiciales y administrativos están obligados a prestar a los trabajadores oportuna y debida protección para la garantía y eficacia de sus derechos.

Art. 6.- Leyes supletorias.- En todo lo que no estuviere expresamente prescrito en este Código, se aplicarán las disposiciones de los Códigos Civil y de Procedimiento Civil.

Art. 7.- Aplicación favorable al trabajador.- En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales, reglamentarias o contractuales en materia laboral, los funcionarios judiciales y administrativos las aplicarán en el sentido más favorable a los trabajadores.

Art. 8.- Contrato individual.- Contrato individual de trabajo es el convenio en virtud del cual una persona se compromete para con otra u otras a prestar sus servicios lícitos y personales, bajo su dependencia, por una remuneración fijada por el convenio, la ley, el contrato colectivo o la costumbre.

Art. 9.- Concepto de trabajador.- La persona que se obliga a la prestación del servicio o a la ejecución de la obra se denomina trabajador y puede ser empleado u obrero.

Art. 10.- Concepto de empleador.- La persona o entidad, de cualquier clase que fuere, por cuenta u orden de la cual se ejecuta la obra o a quien se presta el servicio, se denomina empresario o empleador. (H. CONGRESO NACIONAL , 16 de diciembre del 2015)

3.2.2 Mandato Constituyente #8

“Industrial Avícola Flores S.A.” contratará al 100% de sus empleados basados en las leyes establecidas por la Asamblea Constituyente de la República del Ecuador.

Artículo 1.- Se elimina y prohíbe la tercerización e intermediación laboral y cualquier forma de precarización de las relaciones de trabajo en las actividades a las que se dedique la empresa o empleador. La relación laboral será directa y bilateral entre trabajador y empleador.

Artículo 2.- Se elimina y prohíbe la contratación laboral por horas. Con el fin de promover el trabajo, se garantiza la jornada parcial prevista en el artículo 82 del Código de Trabajo y todas las demás formas de contratación contempladas en dicho cuerpo legal, en las que el trabajador gozará de estabilidad y de la protección integral de dicho cuerpo legal y tendrá derecho a una remuneración que se pagará aplicando la proporcionalidad en relación con la remuneración que corresponde a la jornada completa, que no podrá ser inferior a la remuneración básica mínima unificada. Asimismo, tendrá derecho a todos los beneficios de ley, incluido el fondo de reserva y la afiliación al régimen general del seguro social obligatorio.

En las jornadas parciales, lo que exceda del tiempo de trabajo convenido, será remunerado como jornada suplementaria o extraordinaria, con los recargos de ley.

Artículo 3.- Se podrán celebrar contratos con personas naturales o jurídicas autorizadas como prestadores de actividades complementarias por el Ministerio de Trabajo y Empleo, cuyo objeto exclusivo sea la realización de actividades complementarias de: vigilancia, seguridad, alimentación, mensajería y limpieza, ajenas a las labores propias o habituales del proceso productivo de la usuaria.

Artículo 4.- En los contratos a que se refiere el artículo anterior, la relación laboral operará entre los prestadores de actividades complementarias y el personal por ésta contratado en los términos de la ley, sin perjuicio de la responsabilidad solidaria de la persona en cuyo provecho se preste el servicio. Los trabajadores de estas empresas de acuerdo con su tiempo anual de servicios participarán proporcionalmente del porcentaje legal de las utilidades líquidas de las empresas usuarias, en cuyo provecho se realiza la obra o se presta el servicio. Si las utilidades de la empresa que realiza actividades complementarias fueren superiores a las de la usuaria, el trabajador solo percibirá éstas. (Navarro, 2008)

3.2.3 Tipos de Contrato de Trabajo

“Industrial Avícola Flores S.A.” contratará a sus empleados por medio de un contrato de trabajo escrito, contrato que se renovará cada año siempre y cuando el empleado sea productivo para la empresa y demuestre fidelidad y responsabilidad tanto al cargo que se le es entregado como a la empresa.

Trabajaremos con períodos de prueba remunerados antes de proceder a la firma del contrato, esto se realizará con el fin de asegurar la calidad de empleados que ingresarán a laborar en nuestra empresa.

Aunque la empresa tendrá galpones en donde habrá personal trabajando en horarios nocturnos, también contaremos con un área administrativa donde los empleados cumplirán con su jornada normal de trabajo.

Una de las cláusulas importantes que se incluirán dentro del contrato fijo serán las de confidencialidad, ya que los empleados aprenderán y manejarán mucha información que la competencia en la actualidad paga por conocer, si esta cláusula es incumplida el trabajador deberá atenerse a las cláusulas penales que se incluyen en el contrato.

3.2.4 Obligaciones del Empleador

“Industrial Avícola Flores S.A.” tendrá como obligación principal cumplir con las leyes que se encuentren vigentes de la Constitución de la República de Ecuador, esto incluye el Código del Trabajo.

- Pagar las cantidades que correspondan al trabajador, en los términos del contrato y de acuerdo con las disposiciones de este Código.
- Instalar las fábricas, talleres, oficinas y demás lugares de trabajo, sujetándose a las medidas de prevención, seguridad e higiene del trabajo y demás disposiciones legales y reglamentarias, tomando en consideración, además, las normas que precautelan el adecuado desplazamiento de las personas con discapacidad;

- Indemnizar a los trabajadores por los accidentes que sufrieren en el trabajo y por las enfermedades profesionales, con la salvedad prevista en el Art. 38 de este Código;
- Establecer comedores para los trabajadores cuando éstos laboren en número de cincuenta o más en la fábrica o empresa, y los locales de trabajo estuvieren situados a más de dos kilómetros de la población más cercana;
- Llevar un registro de trabajadores en el que conste el nombre, edad, procedencia, estado civil, clase de trabajo, remuneraciones, fecha de ingreso y de salida; el mismo que se lo actualizará con los cambios que se produzcan;
- Proporcionar oportunamente a los trabajadores los útiles, instrumentos y materiales necesarios para la ejecución del trabajo, en condiciones adecuadas para que éste sea realizado;
- Sujetarse al reglamento interno legalmente aprobado;
- Tratar a los trabajadores con la debida consideración, no infiriéndoles maltratos de palabra o de obra;
- Conferir gratuitamente al trabajador, cuantas veces lo solicite, certificados relativos a su trabajo.
- Pagar al trabajador la remuneración correspondiente al tiempo perdido cuando se vea imposibilitado de trabajar por culpa del empleador;
- Pagar al trabajador, cuando no tenga derecho a la prestación por parte del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, el cincuenta por ciento de su remuneración en caso de enfermedad no

profesional, hasta por dos meses en cada año, previo certificado médico que acredite la imposibilidad para el trabajo o la necesidad de descanso;

- Conceder tres días de licencia con remuneración completa al trabajador, en caso de fallecimiento de su cónyuge o de su conviviente en unión de hecho o de sus parientes dentro del segundo grado de consanguinidad o afinidad;
- Inscribir a los trabajadores en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, desde el primer día de labores, dando aviso de entrada dentro de los primeros quince días, y dar avisos de salida, de las modificaciones de sueldos y salarios, de los accidentes de trabajo y de las enfermedades profesionales, y cumplir con las demás obligaciones previstas en las leyes sobre seguridad social;
- Las empresas empleadoras registradas en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social están obligadas a exhibir, en lugar visible y al alcance de todos sus trabajadores, las planillas mensuales de remisión de aportes individuales y patronales y de descuentos, y las correspondientes al pago de fondo de reserva, debidamente selladas por el respectivo Departamento del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
- El empleador público o privado, que cuente con un número mínimo de veinticinco trabajadores, está obligado a contratar, al menos, a una persona con discapacidad, en labores permanentes que se consideren apropiadas en relación con sus conocimientos,

condición física y aptitudes individuales, observándose los principios de equidad de género y diversidad de discapacidad,

- En el primer año de vigencia de esta Ley, contado desde la fecha de su publicación en el Registro Oficial.
 - En el segundo año, la contratación será del 1% del total de los trabajadores,
 - En el tercer año el 2%,
 - En el cuarto año el 3% hasta llegar al quinto año en donde la contratación será del 4% del total de los trabajadores, siendo ese el porcentaje fijo que se aplicará en los sucesivos años.
- Las empresas e instituciones, públicas o privadas, para facilitar la inclusión de las personas con discapacidad al empleo, harán las adaptaciones a los puestos de trabajo de conformidad con las disposiciones de la Ley de Discapacidades, normas INEN sobre accesibilidad al medio físico y los convenios, acuerdos, declaraciones internacionales legalmente suscritos por el país.
(Dr. Leyes, 2016).

3.2.5 Décimo Tercera y Décimo Cuarta Remuneración.

Los empleados de “Industrial Avícola Flores S.A.” tendrán todos sus beneficios de ley incluyendo sus décimos;

DÉCIMO TERCERA REMUNERACIÓN.

Tanto en el sector público como en el privado, los patronos tienen hasta el 24 de diciembre para pagar a sus trabajadores el decimotercer sueldo, conocido también como bono navideño.

En algunas empresas, sin embargo, el pago se realiza una o dos semanas antes de la fecha límite, con el fin de que los empleados puedan disponer de esos recursos adicionales para realizar sus compras navideñas. El Código de Trabajo y la Ley de Justicia Laboral tienen diferentes reglas que deben ser observadas por empleadores y trabajadores.

1. El décimo tercer sueldo se calcula desde el 1 de diciembre del año anterior hasta el 30 de noviembre del año en curso.

2. Corresponde a una remuneración completa (sueldo, horas extras, bonificaciones).

3. Del décimo-tercer sueldo no se puede descontar aportes al IESS ni impuestos. Tampoco fondos de reserva, ni valores por vacaciones o indemnizaciones.

4. El trabajador solo recibirá el sobresueldo completo si trabajó un año calendario, equivalente a la fecha de cálculo. Si no lo hizo accederá a la parte proporcional, según el tiempo de labor.

5. Si la persona solo gana el salario básico recibirá el valor completo del mismo. (Enriquez, 2015).

DÉCIMO CUARTA REMUNERACIÓN.

El décimo cuarto sueldo es un beneficio social que lo deben recibir por ley todos los trabajadores bajo relación de dependencia, indistintamente de su cargo o remuneración. Solo se encuentran excluidos los operarios y aprendices de artesanos de acuerdo con el Art.115 del Código del Trabajo.

No incluye ingresos por trabajos extraordinarios y suplementarios, comisiones, participación en beneficios, fondos de reserva, utilidades, viáticos o subsidios ocasionales, ni remuneraciones adicionales. Este sueldo es determinado por el Ministerio de Relaciones Laborales en base al valor del Salario Básico Unificado (\$366) para el trabajador en general incluido los trabajadores de la pequeña industria, trabajadores agrícolas, de maquila, trabajadoras domésticas, operarios de artesanía y colaboradores de la microempresa. (FOROS ECUADOR, 2015).

CARGO	NÚMERO DE EMPLEADOS	SUELDO	DÉCIMO TERCER SUELDO		DÉCIMO CUARTO SUELDO	
			ANUAL	PROVISION MENSUAL	ANUAL	PROVISION MENSUAL
GERENTE-ADMINISTRADOR	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 100,00	\$ 366,00	\$ 30,50
JEFE DE PRODUCCIÓN Y PLANTA	1	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 54,17	\$ 366,00	\$ 30,50
JEFE DE LOGÍSTICA Y DESPACHO	1	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 54,17	\$ 366,00	\$ 30,50
JEFE DE VENTAS	1	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 54,17	\$ 366,00	\$ 30,50
OFICIAL DE PLANTA	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 366,00	\$ 30,50
DESPACHADOR	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 366,00	\$ 30,50
TOTAL	6	\$ 4.150,00	\$ 4.150,00	\$ 345,83	\$ 2.196,00	\$ 183,00

Tabla 4 Décimo Tercer y Cuarto Sueldo.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

3.2.6 Fondos de Reserva y Vacaciones

Todos los empleados y trabajadores que hayan cumplido un año calendario trabajando en una misma empresa con el mismo patrono tienen derecho a recibir sus fondos de reserva y vacaciones según la ley lo estipula.

FONDOS DE RESERVA.

Según la reforma a la "LEY PARA EL PAGO MENSUAL DEL FONDO DE RESERVA Y EL RÉGIMEN SOLIDARIO DE CESANTÍA POR PARTE DEL ESTADO", publicada en el Registro Oficial No. 644, de 29 de julio del 2009, se establece la nueva modalidad para el pago del fondo de reserva . Desde el mes de agosto del 2009, el empleador paga mensualmente el fondo a sus trabajadores.

Los que no deciden ahorrar en el IESS, reciben conjuntamente con el salario o remuneración, un valor equivalente al ocho coma treinta y tres por ciento (8,33%) de la remuneración de aportación.

Si el afiliado decide que el empleador deposite en el IESS el valor mensual del fondo de reserva, tiene que ingresar a la página www.iesse.gob.ec, link fondos de reserva, solicitud de acumulación mensual). En ese caso el empleador depositará en el IESS, mensualmente, el ocho coma treinta y tres por ciento (8,33%) de la remuneración de aportación, conjuntamente con la planilla mensual de aportes.

Si el empleador no paga el fondo de reserva dentro de los primeros quince días del mes siguiente al que corresponda, causa mora con los recargos y multas correspondientes. (Insituto Ecuatoriano de Seguridad Social, 2011)

VACACIONES.

Todo empleado tiene derecho a gozar de 15 días de vacaciones ininterrumpidas cada año. Luego del quinto año de trabajo para el mismo empleador, el empleado tiene derecho a un día adicional de vacación por cada año excedente. Los días adicionales de vacación no pueden ser más de 15 y es facultad del empleador el compensarlos en dinero.

El derecho a gozar las vacaciones nace al completar el año de servicio. El empleador tiene el derecho de determinar el período dentro del cual el empleado gozará sus vacaciones.

La vacación es pagada. El pago equivale a la veinticuatroava parte de lo percibido por el trabajador durante el año inmediato anterior. Para el cálculo se computará todo lo percibido por el trabajador por horas ordinarias, suplementarias y extraordinarias, comisiones y toda otra retribución accesorio que haya tenido el carácter de normal en la empresa.

Además de los feriados locales, las fechas que constan a continuación son feriados nacionales y constituyen días de descanso obligatorio: 1 de Enero, Viernes Santo, 1 de Mayo, 24 de Mayo, 10 de Agosto, 9 de Octubre, 2 de Noviembre, 3 de Noviembre y 25 de Diciembre. (CODIGO LABORAL ECUATORIANO, 2012).

3.2.7 Inserción de Discapacitados a Puestos de Trabajo

La inserción laboral de las personas con discapacidad es un tema pendiente que tiene la sociedad, y es preocupante la carencia de estadísticas que muestren esta realidad en todos los países, pese a eso recién se ha

llevado a cabo estudios preliminares que abarca datos en zonas urbanas no así en las zonas rurales, con el propósito de dar a saber la situación que viven las personas con discapacidad en cuanto a la inserción laboral, señalando las diferentes trabas que éstas enfrentan para desarrollarse en el campo laboral, la discriminación que deben enfrentar estas personas y la percepción que tienen respecto a las leyes de Integración Social para Personas con Discapacidad. (Discapacidad Online, 2012)

La o el empleador público o privado que cuente con un número mínimo de veinticinco (25) trabajadores está obligado a contratar, un mínimo de cuatro por ciento (4%) de personas con discapacidad, en labores permanentes que se consideren apropiadas en relación con sus conocimientos, condiciones físicas y aptitudes individuales, procurando los principios de equidad de género y diversidad de discapacidades.

El empleador que incumpla con esta obligación puede ser sujeto de una multa mensual equivalente a diez remuneraciones básicas mínimas unificadas del trabajador en general tal como lo establece el numeral 3.3 del Art. 42 del Código del Trabajo.

El porcentaje de inclusión laboral deberá ser distribuido equitativamente en las provincias del país, cuando se trate de empleadores nacionales; y a los cantones, cuando se trate de empleadores provinciales.

En los casos de la nómina del personal de las Fuerzas Armadas, Policía Nacional, Cuerpos de Bomberos y Policías Municipales del sector público, empresas de seguridad y vigilancia privada; se tomará en cuenta únicamente la nómina del personal administrativo para el cálculo del porcentaje de inclusión

laboral detallado en el inciso anterior, excluyendo el desempeño de funciones operativas en razón del riesgo que implica para integridad física de la personas con discapacidad.

El trabajo que se asigne a una persona con discapacidad deberá ser acorde a sus capacidades, potencialidades y talentos, garantizando su integridad en el desempeño de sus labores; proporcionando los implementos técnicos y tecnológicos para su realización; y, adecuando o readecuando su ambiente o área de trabajo en la forma que posibilite el cumplimiento de sus responsabilidades laborales.

En caso de que la o el empleador brinde el servicio de transporte a sus trabajadores, las unidades de transporte deberán contar con los accesos adecuados.

Para efectos del cálculo del porcentaje de inclusión laboral se excluirán todos aquellos contratos que la Ley de la materia no establezca de naturaleza estable o permanente. (Derecho Ecuador, 2012)

3.3 Contratación Civil

3.3.1 Principios Básicos de la Contratación.

“Industrial Avícola Flores S.A.” cumplirá y respetará todos los contratos inscritos y acuerdos que se realicen con los empleados, trabajadores, proveedores y clientes con el fin de buscar los beneficios para las partes involucradas en el mismo.

De la misma manera se harán respetar todas las cláusulas que se encuentren dentro del contrato o acuerdos, incluyendo las de tipo penal, en caso que existan incumplimientos de los mismos por cualquiera de las partes.

3.3.2 Contratos de Prestación de Servicios.

“Industrial Avícola Flores S.A.” necesitará realizar contratos de prestación de servicios, las cláusulas de confidencialidad y demás cláusulas referentes a cualquier laboral que los empleados o trabajadores deben realizar se mantendrán, con la única diferencia que se estipulará el monto de este empleado recibirá como compensación al trabajo que realice de manera ocasional con la empresa.

3.3.3 Principales Cláusulas de los Contratos de Prestación de Servicios.

La principal cláusula del contrato de prestación de servicios será el de confidencialidad, ya que conocerán mucha información que otras avícolas de menor producción y venta podrían pagar por conocer.

3.3.4 Soluciones Alternativas para Solución de Conflictos: Arbitraje y Mediación.

En el contrato de trabajo existirá una cláusula de arbitraje y mediación, la misma que será utilizada para las soluciones de conflictos que pudieran suscitarse dentro de la relación de trabajo que se mantenga, según el artículo #190 “Se reconoce el arbitraje, la mediación y otros procedimientos alternativos para la solución de conflictos. Estos procedimientos se aplicarán con sujeción a

la ley, en materias en las que por su naturaleza se pueda transigir” (UESS, 2014).

3.3.5 Generalidades de la Contratación Pública.

“Industrial Avícola Flores S.A.” no participará de contrataciones públicas, ya que todos los materiales, equipos, maquinarias y suministros que se necesiten para la puesta en marcha del negocio serán adquiridos por los dueños de la compañía, y proveedores que la Junta de Socios elegirá luego de recibir las cotizaciones respectivas solicitadas por los miembros de la Junta.

3.3.6 Contrato de Confidencialidad.

La empresa mantendrá dentro de sus contratos los acuerdos y cláusulas de confidencialidad necesarias para que la empresa pueda resguardarse de cualquier daño que empleados puedan realizar al momento de laboral en la empresa, o una vez que ya no laboren en ella.

También existirán cláusulas penales muy estrictas que se aplicarán al momento que alguien incumpla con esta cláusula de confidencialidad.

3.4 Políticas del Buen Gobierno Corporativo.

3.4.1 Código de Ética.

“Industrial Avícola Flores S.A.” con el fin de dejar plasmado todos los principios, normas, valores éticos y morales que se desean alcanzar por parte de todo el personal de la empresa, desarrollará un Código de Ética con el objetivo que se regulen todos los comportamientos de los miembros de la empresa y cumplan a cabalidad con todos los puntos expresados en el mismo independiente del cargo que ocupen o función que realicen.

3.5 Propiedad Intelectual.

3.5.1 Registro de Marca.

“Industrial Avícola Flores S.A.” registrará su nombre comercial y su logotipo en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI).

3.5.2 Derecho de Autor del Proyecto.

El derecho de autor del proyecto recae única y exclusivamente sobre la creadora Ivette Denisse Flores Alava, la cual podrá protegerse gracias a las leyes Ecuatorianas dejando registrado este proyecto y todo lo que involucra en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.

Este proyecto se encuentra denominado como “Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de aves de corral en pie en la ciudad de Guayaquil”.

3.5.3 Patente y-o Modelo de Utilidad

“Industrial Avícola Flores S.A.” no patentará ninguno de sus productos.

3.6 Seguros.

3.6.1 Incendio.

“Industrial Avícola Flores S.A.” contratará una póliza de seguros anual contra incendios que proteja la producción de los galpones, ya que adicional a las maquinarias y equipos que existan dentro de las instalaciones de la avícola existirán las aves broilers o las aves que estén listas para la venta, y si este siniestro llegase a ocurrir sería una pérdida cuantiosa para la compañía, ya que se perdería la venta de aproximadamente 6 semanas.

3.6.2 Robo.

“Industrial Avícola Flores S.A.” contratará dos pólizas de seguros anuales contra robo que proteja:

- La producción de los galpones.
- A los camiones con los que la empresa cuente para realizar los respectivos repartos al sector de la Isla Trinitaria, esta póliza deberá también cubrir el robo de las aves que se encuentren dentro del camión al momento del reparto si ese fuera el caso.

3.6.3 Fidelidad.

“Industrial Avícola Flores S.A.” no incurrirá en este gasto primero porque es una empresa nueva que no la necesita, y segundo porque dentro de los contratos laborales existirán cláusulas de confidencialidad que salvaguardarán a la empresa de cualquier daño.

3.6.4 Maquinarias y Equipos.

Aunque las maquinarias y equipos requeridos para la puesta en marcha del negocio no son muchos, se cree necesario adquirir una póliza porque el precio de venta al público de estas es exorbitante.

3.6.5 Materia Prima y Mercadería.

“Industrial Avícola Flores S.A.” necesitará contratar una póliza para cubrir materia prima y mercadería ya que se trabajará con galpones que deberán estar llenos de aves todo el año para poder cumplir con el objetivo de abastecer al sector sur de la Isla Trinitaria en todas las épocas de año.

3.7 Presupuesto de Constitución de la Empresa.

INVERSIÓN MATERIALES Y EQUIPOS:	
TERRENO	\$ 50.000,00
GALPONES (MANO DE OBRA Y MATERIALES)	\$ 209.000,00
BEBEDEROS Y COMEDEROS	\$ 22.800,00
VENTILADORES INDUSTRIALES	\$ 48.000,00
SISTEMA DE CALEFACCIÓN	\$ 9.000,00
BALANZAS INDUSTRIALES	\$ 6.900,00
CAMIÓN	\$ 50.000,00
GAVETAS	\$ 8.700,00
TOTAL INVERSIÓN	\$ 404.400,00

Tabla 5 Inversión de Materiales y Equipos

Elaborado por: Ivette Flores Alava.

Fuente: Investigación.

BALANCEADO:	
CANTIDAD DE SACOS:	430
BALANCEADO PREINICIAL	\$ 13.093,50
BALANCEADO INICIAL	\$ 12.070,10
BALANCEADO DE CRECIMIENTO	\$ 12.448,50
BALANCEADO DE ENGORDE	\$ 11.889,50
PRECIOS UNITARIOS	\$ 49.501,60
DESCUENTO POR PAGO DE CONTADO \$0,50 POR SACO	\$ 215,00
DESCUENTO AL POR MAYOR (9,8%)	\$ -
TOTAL A PAGAR BALANCEADOS	\$ 49.286,60

Tabla 6 Gastos Balanceado

Elaborado por: Ivette Flores Alava.

Fuente: Investigación.

SERVICIOS BÁSICOS Y DIESEL:		
AGUA	\$	800,00
LUZ	\$	700,00
DIESEL	\$	1.200,00
TOTAL	\$	2.700,00
GASTOS		

Tabla 7 Servicios Básicos y Diésel
Elaborado por: Ivette Flores Alava.
Fuente: Investigación.

TALENTO HUMANO:		
ADMINISTRADOR	\$	1.200,00
JEFES DE PLANTA	\$	1.950,00
VETERINARIO	\$	450,00
EMPLEADOS	\$	1.000,00
TOTAL	\$	4.600,00
EMPLEADOS		

Tabla 8 Talento Humano
Elaborado por: Ivette Flores Alava
Fuente: Investigación.

CAPÍTULO 4

AUDITORÍA DE MERCADO.

CAPÍTULO 4

4. AUDITORÍA DE MERCADO

4.1 PEST

- FACTOR POLÍTICO:

En los últimos años nuestro país ha atravesado por distintos cambios políticos, incluyendo leyes y normas que benefician directamente al consumo de la producción nacional; como por ejemplo la ley de salvaguardias, además del Proyecto Nacional del buen Vivir, proyectos que han sido impulsados por el Gobierno de turno.

“Industrial Avícola Flores S.A” va de la mano con algunos de los objetivos del Plan Nacional del Buen vivir, Objetivo #3 “Mejorar la calidad de la vida de la población”, Objetivo #9 “Garantizar el trabajo digno en todas sus formas” y el Objetivo #10 “Impulsar la transformación de la matriz productiva” ya que deseamos brindar oportunidades de trabajo a familias principalmente de la zona con el objetivo de mejorar su calidad de vida.

Gracias a los impuestos que el Gobierno Ecuatoriano puso en los productos extranjeros, se ha logrado que la producción nacional aumente gracias al mayor consumo que existe por parte de los consumidores finales.

Desde el 11 de marzo el Gobierno del presidente Rafael Correa aplicará una salvaguardia de balanza de pagos para el 32 % de las importaciones generales (2.800 partidas arancelarias), exceptuando a los repuestos de vehículos, bienes de capital y materias primas.

Las salvaguardias irán desde el 5 %, 15 %, 25 % hasta el 45 % según el tipo de productos y no se afectará a los que ya se encuentran en Aduanas. (Vera, 2015)

- FACTOR ECONÓMICO:

En enero de 2016, el Índice de Precios al Consumidor (IPC) registró las siguientes variaciones: 0,31% la inflación mensual; 3,09% la anual; y, 0,31% la acumulada; mientras que para el mismo mes en el 2015 fue de 0,59% la inflación mensual; 3,53% la anual; y, 0,59% la acumulada. (INEC, 2016)

Mes	Índice	Inflación Mensual	Inflación Anual	Inflación Acumulada
ene-15	101,24	0,59%	3,53%	0,59%
feb-15	101,86	0,61%	4,05%	1,21%
mar-15	102,28	0,41%	3,76%	1,63%
abr-15	103,14	0,84%	4,32%	2,48%
may-15	103,32	0,18%	4,55%	2,66%
jun-15	103,74	0,41%	4,87%	3,08%
jul-15	103,66	-0,08%	4,36%	2,99%
ago-15	103,66	-0,001%	4,14%	2,99%
sep-15	103,93	0,26%	3,78%	3,27%
oct-15	103,84	-0,09%	3,48%	3,17%
nov-15	103,95	0,11%	3,40%	3,28%
dic-15	104,05	0,09%	3,38%	3,38%
ene-16	104,37	0,31%	3,09%	0,31%

Tabla 9 Índice de Precios al Consumidor y sus Variaciones.
Elaborado por: INEC

De acuerdo a los resultados de las Cuentas Nacionales Trimestrales publicados por el Banco Central del Ecuador (BCE), la economía ecuatoriana registró un crecimiento de 1,0% en el segundo trimestre de 2015, comparado con igual período de 2014. (Banco Central del Ecuador, 2015)

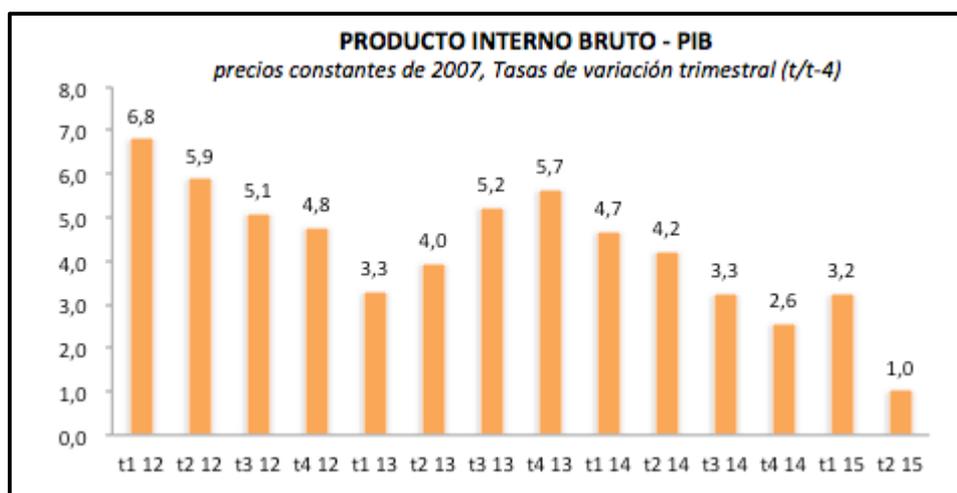


Tabla 10 Producto Interno Bruto
Elaborado por: BCE

Aunque la economía del país se basa prácticamente en la exportación del crudo, el Gobierno ha encontrado la forma de emprender planes para reactivar los sectores no petroleros con el objetivo que se abran más plazas de trabajo y las tasas de desempleo se reduzcan.

- FACTOR SOCIAL:

Actualmente el Gobierno Ecuatoriano se encuentra desarrollando programas y apoyando proyectos internacionales con el fin de ayudar a las pequeñas y medianas empresas a crear sus propios negocios, hacerlas competitivas y lanzar su productos o servicios no solo de manera nacional sino también internacionalmente, impulsando a los emprendedores y brindándoles todo el apoyo económico necesario para poder lograrlo.

Todo esto es gracias a PYMES y al Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad impulsando al cambio de la matriz productiva, generando de esta forma plazas de trabajo para la sociedad. (PRO ECUADOR, PYMES, 2012)

- FACTOR TECNOLÓGICO

El análisis del factor tecnológico es muy importante para la puesta en marcha de esta propuesta que se está desarrollando, ya que la tecnología va cambiando de manera muy acelerada y siempre van a existir mejoras que beneficien la actividad del negocio.

Si bien es cierto la empresa no necesita de maquinarias, requiere equipos que requerirán ser de alta tecnología para poder tener un mayor control y mejor manejo de los recursos que la empresa poseerá al momento de empezar sus actividades comerciales.

4.2 Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria.

El consumo de carne de pollo tuvo un crecimiento más importante en el mismo período, al pasar de siete kilogramos por persona en 1990 a 32 kilos el año pasado. Según el gremio avicultor, en general la producción de aves para el consumo evidenció un crecimiento del 400% hasta el 2014. Ese año la producción fue de 220 millones de aves. (Comercio)

En el país la mayor parte de la producción se concentra en cuatro provincias. Las granjas de la provincia de El Oro, en el sur del país crían el 60% de las aves para el consumo nacional, mientras que Guayas concentra el 20%, y Santa Elena y Manabí un 10%.

Para el presidente de Conave, Pablo Anhalzer el sector avícola ecuatoriano se ha convertido en un eje de gran importancia en la economía al constituirse en un proveedor de alimentos seguros. El incremento del consumo

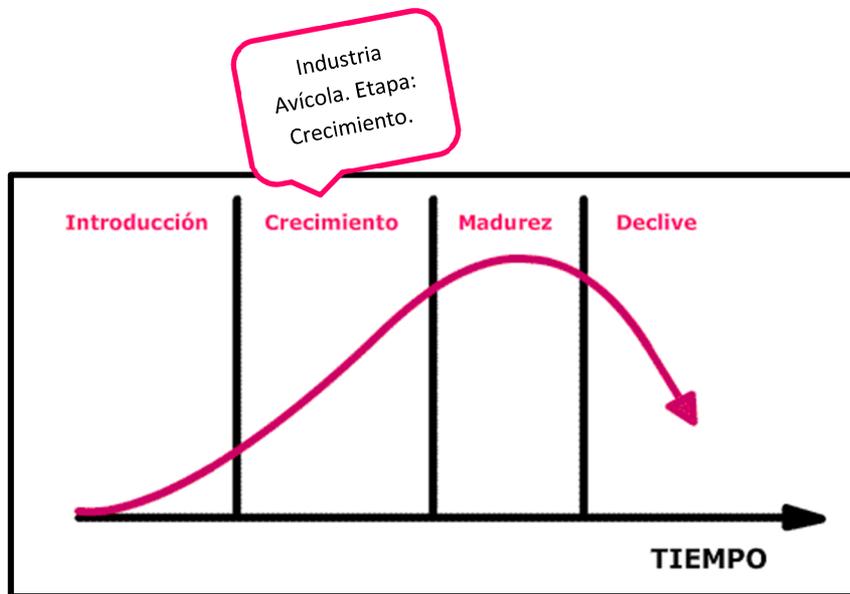
de pollo en el país está relacionado a su bajo precio, en comparación con otras carnes. (Torres, 2015)

La industria avícola se encuentra en constante crecimiento, el motivo principal según expertos es por el precio relativamente bajo en relación con las demás carnes, es decir que “Industrial Avícola Flores S.A” podrá sin ningún problema pasar a ser otro productor más ya que existe mercado en crecimiento el cual se necesita abastecer.

4.3 Análisis del ciclo de vida de la Industria.

La industria avícola actualmente se encuentra en etapa de crecimiento ya que la demanda del consumo de la carne del ave crece rápidamente según estudios en el Ecuador, dado que el producto se va a comercializar en la ciudad de Guayaquil, se prevé que la puesta en marcha de esta empresa sea un éxito ya que siempre habrán comerciantes en el sector sur de la Isla Trinitaria que necesiten abastecerse del producto, teniendo como referencia el desabastecimiento de aves en el sector de la Isla Trinitaria en épocas de escasez del mismo.

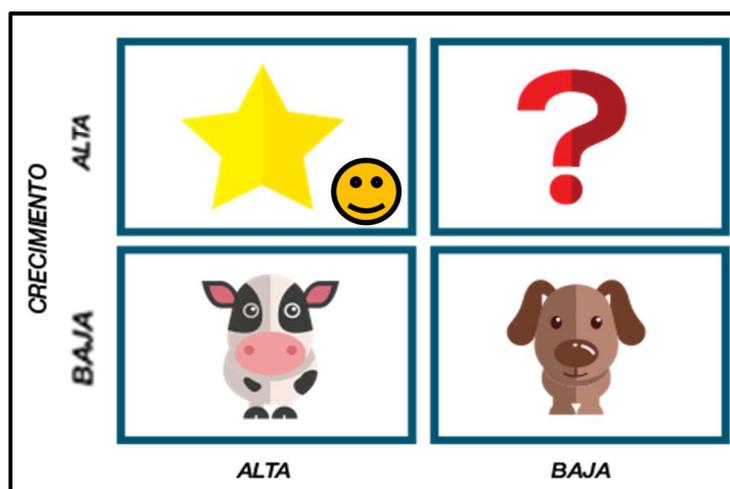
Dado que esta industria se encuentra en crecimiento “Industrial Avícola Flores S.A” podrá pensar más adelante en abastecer distintos puntos de la ciudad de Guayaquil.



Fuente: Investigación.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

4.4 Matriz BCG

La matriz “BOSTON CONSULTING GROUP” analiza cuatro escenarios, ubicando productos o servicios dentro de un cuadrante que evalúa la tasa de crecimiento y el market share que tienen en el momento, los cuatro escenarios antes mencionados son: “Producto Estrella”, “Producto Interrogante”, “Producto Vaca” y “Producto Perro”.



Fuente: Investigación.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

Tomando en cuenta la matriz BCG se concluye que la propuesta estará ubicada en el cuadrante del producto estrella, ya que su tasa de crecimiento es alta al igual que su participación de mercado.

De igual manera se aplicarán estrategias que nos ayuden a posicionar a la empresa en la mente del consumidor, para que podamos ser escogidos como primera opción de compra al momento de realizar los pedidos diarios.

4.5 Análisis del ciclo de vida del Producto en el Mercado.

“Industrial Avícola Flores S.A.” es una empresa que empezará sus actividades comerciales con despachos en la ciudad de Guayaquil, en un sector donde las aves en pie son el producto estrella ya que existen locales comerciales que adquieren grandes cantidades de aves en pie para la venta diaria a sus clientes.

Es por esto que las aves en pie son un producto que se encuentra dentro del cuadrante de producto estrella en la matriz BCG.

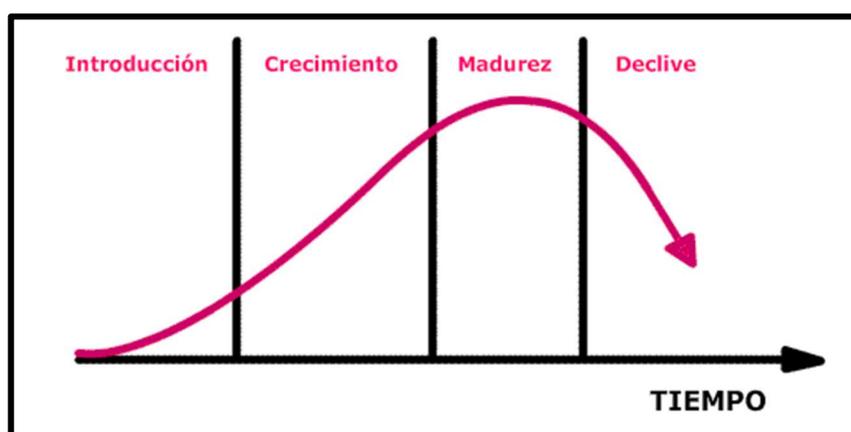


Ilustración 3 Ciclo de Vida del producto en el Mercado.

Elaborado por: Ivette Flores Alava.

Fuente: Investigación.

4.6 Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter.



Ilustración 4 Cinco Fuerzas Competitivas de Michael Porter.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

- PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES.

En este caso el poder de negociación con los proveedores es baja ya que existen muchas empresas dedicadas a la venta de aves broilers, punto favorable para la empresa ya que existen varias empresas de donde se puede elegir, así mismo existen pequeños avicultores que se dedican a la crianza de aves exclusivamente para empresas que adquieran toda su producción, y es por ese canal de compra por donde “Industrial Avícola Flores S.A” decidirá realizar sus compras fijas para poder realizar la crianza de las aves dentro de sus galpones.

- PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES.

El poder de negociación de los clientes es baja, ya que son los proveedores quienes establecen los precios de venta, y las condiciones de venta del producto, incluyendo cantidades despachadas, pagos, créditos, cobranzas y peso del ave.

- AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES.

La amenaza de nuevos entrantes en este negocio es baja, debido a los altos niveles de inversión que se requiere para montar una granja criadora de aves en pie, adicional al conocimiento que se debe tener al momento de pensar en llevar a cabo un proyecto como este.

Sin mencionar que existen altos niveles de represalias por parte de la competencia cuando no son personas conocidas en el medio. Represalias que podrían acabar con las ventas de la empresa, ya que al momento de ser empresas grandes conocidas en el mercado bajan sus precios a un punto en donde el nuevo entrante no puede competir, teniendo que cerrar su empresa y finalizar sus actividades comerciales.

- AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.

Si bien es cierto que existen varios productos sustitutos para la carne de ave (pollo), estudios avalan que las personas prefieren comer carne de pollo debido a que sus precios son menores a los de los otros tipos de carnes, incluyendo los embutidos y enlatados.

De igual manera se considera que tiene un impacto medio, porque de igual manera el consumidor final adquirirá productos sustitutos con el fin de variar su alimentación.

- RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES.

La rivalidad entre competidores conocidos no es alta, el problema ocurre cuando el nuevo entrante no es conocido, en estos casos la rivalidad es muy alta dado que en ocasiones puede suceder que entre los productores con mayor antigüedad se organicen para realizar estrategias para eliminar a la competencia.

4.7 Análisis de la Oferta.

4.7.1 Tipo de Competencia.

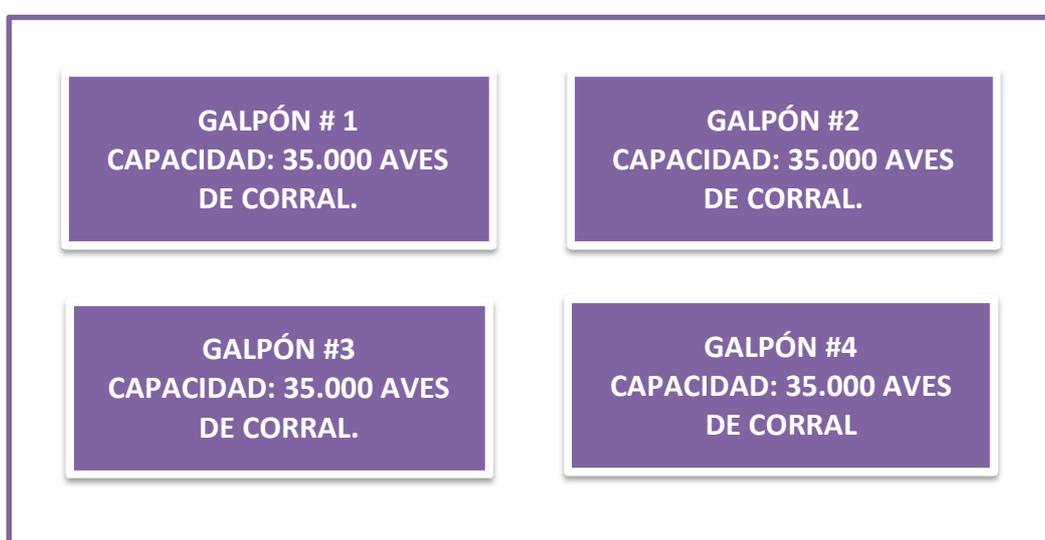
La competencia directa que tiene esta propuesta son todas las granjas avícolas que proveen de aves en pie a la ciudad de Guayaquil; dentro de la competencia podemos mencionar a empresas como:

- Liris.
- Pronaca.
- Incubadora Anhalzer.
- Granjas Productoras de aves en pie en Manabí.
- Granjas Productoras de aves en pie en Balsas.
- Granjas Productoras de aves en pie en Guayaquil.

Estas empresas no se encargan solo de abastecer a la ciudad de Guayaquil, sino que distribuyen su producto a medida que los proveedores mayoristas lo requieran, quienes a su vez destinan el producto a varios

sectores de la ciudad, teniendo como problema en época de escasez la falta de aves necesarias para cubrir todos sus pedidos diarios, despachando de esta manera menor cantidad de aves a los clientes, creando de esta forma inconformidad.

Es aquí donde “Industrial Avícola S.A” ingresa con sus producciones, no con el fin de abastecer a los proveedores mayoristas, sino más bien con el objetivo de abastecer a los locales comerciales en el sector de la Isla Trinitaria que tienen consumos diarios de aproximadamente 1000 aves en pie.



PREINICIAL	DIA #1 - DIA #7
INICIAL	DIA #8 - DIA #21
CRECIMIENTO	DIA #21 - DIA#35
ENGORDE	DIA #36 - SALIDA DEL AVE

GALPONES #1 Y #2

	PREINICIAL	INICIAL	CRECIMIENTO	ENGORDE
INICIO	01/07/2017	08/07/2017	22/07/2017	05/08/2017
FINAL	07/07/2017	21/07/2017	04/08/2017	26/08/2017

GALPONES #3 Y #4

	PREINICIAL	INICIAL	CRECIMIENTO	ENGORDE
INICIO	21/07/2017	28/07/2017	11/08/2017	25/08/2017
FINAL	27/07/2017	10/08/2017	24/08/2017	15/09/2017

Ilustración 5 Modelo de Producción para Industrial Avícola S.A **Elaborado por: Ivette Flores Alava.**

4.7.2 Market Share: Mercado Real y Potencial.

El mercado potencial de “Industrial Avícola Flores S.A” son los locales comerciales que se encuentran laborando en el sector sur de la Isla Trinitaria, ya que serán a esos locales a los que se les proveerá el producto para que puedan laborar diariamente sin ninguna complicación.

Aunque actualmente existen muchos locales comerciales dedicados a la venta de aves en pie en el sector “Industrial Avícola Flores S.A” escogerá a los clientes potenciales que sean capaces de cumplir con las políticas que la empresa mantendrá al momento de iniciar sus actividades comerciales y despachos en la zona.

Esto se realizará con el fin de no empezar el negocio con grandes carteras por cobrar, ni cuentas vencidas; ya que si bien es cierto los pagos no son todos de contado se darán fechas límites de pago antes de proceder a realizar el siguiente despacho.

N°	AVICOLAS ISLA TRINITARIA	CONSUMO DIARIO	CONSUMO SEMANAL
1	FERIA DEL POLLO	600,00	4.200,00
2	AVICOLA CARDONA	1.200,00	8.400,00
3	REY POLLO	500,00	3.500,00
4	MARIANA MOLESTINA	700,00	4.900,00
5	AVÍCOLA PERALTA	400,00	2.800,00
6	AVÍCOLA J.R	400,00	2.800,00
7	ELVIS DECIMAVILLA	900,00	6.300,00
8	AVÍCOLA TERESA	900,00	6.300,00
9	ALFREDO MARTÍNEZ	1.000,00	7.000,00
10	LUIS MEDINA	1.100,00	7.700,00
11	AVÍCOLA ARCANGEL	500,00	3.500,00
TOTAL		8.200,00	57.400,00

26.600,00 CLIENTES POTENCIALES

Tabla 11 Consumo Aproximado de unidades de compra de Clientes del sector de la Isla Trinitaria.

Elaborado por: Ivette Flores Alava.

Fuente: Investigación de Campo.

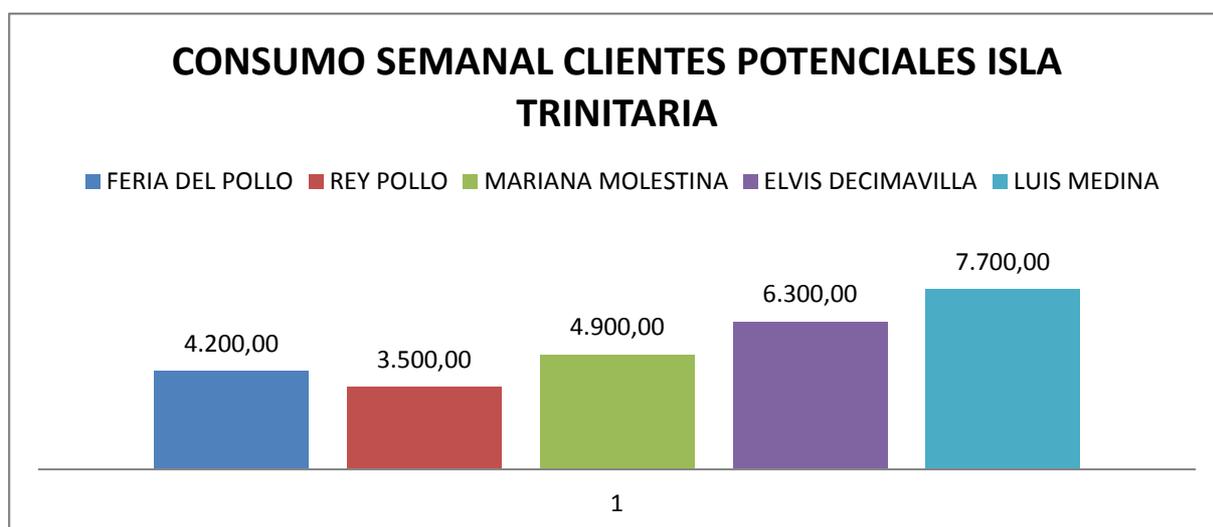


Gráfico 2 Consumo Aproximado de unidades de compra Semanal de clientes del sector de la Isla Trinitaria.

Elaborado por: Ivette Flores Alava.

Fuente: Investigación de Campo.

4.7.3 Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio.

Las características de los competidores se detallan en la siguiente tabla, en donde los precios no se encuentran detallados dado que los precios no son fijos, más bien son estacionales, y manejan rangos desde \$0,50 hasta \$1,10 por libra del ave.

GRANJA	LIDERAZGO	UBICACIÓN
LIRIS S.A	ALTO	VÍA A LA COSTA KM. 62.1
PRONACA	ALTO	KM 1.5 VIA PICHINCHA
INCUBADORA ANHALZER	ALTO	LOMAS DE SARGENTILLO
GRANJAS PRODUCTORAS DE AVES EN PIE EN MANABÍ	ALTO DEPENDIENDO DE LA GRANJA PRODUCTORA	PROVINCIA DE MANABÍ
GRANJAS PRODUCTORAS DE AVES EN PIE EN BALSAS	BAJO DEPENDIENDO DE LA GRANJA PRODUCTORA	PROVINCIA DE EL ORO
GRANJAS PRODUCTORAS DE AVES EN PIE EN GUAYAQUIL	BAJO DEPENDIENDO DE LA GRANJA PRODUCTORA	GUAYAQUIL VIA A LA COSTA

Tabla 12 Características de los Competidores

Elaborado por: Ivette Flores Alava.

Fuente: Investigación de Campo.

4.7.4 Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa.

Las empresas mostradas en la tabla anterior muestra la competencia directa que “Industrial Avícola Flores S.A” tiene, las empresas líderes dentro de la tabla son: Incubadora Anhalzer, Liris y Pronaca.

Las tres empresas crían aves broilers hasta que estén listas para el despacho, la diferencia entre estas empresas es el nivel de pigmentación que tiene el ave en el proceso de crecimiento y engorde.

Pronaca al no pigmentar el ave tiene como resultado que las patas del mismo sean blancas, Incubadora Anhalzer pigmenta muy poco al ave es por esto que las patas del mismo es color crema, y empresa Liris si pigmenta su ave es por eso que las patas del ave son amarillas.

El hecho no de pigmentar el pollo no significa que el ave no se encuentre en buen estado, simplemente este es un factor principal para establecer los precios en el mercado.



Ilustración 6 Ave Patas Blancas
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

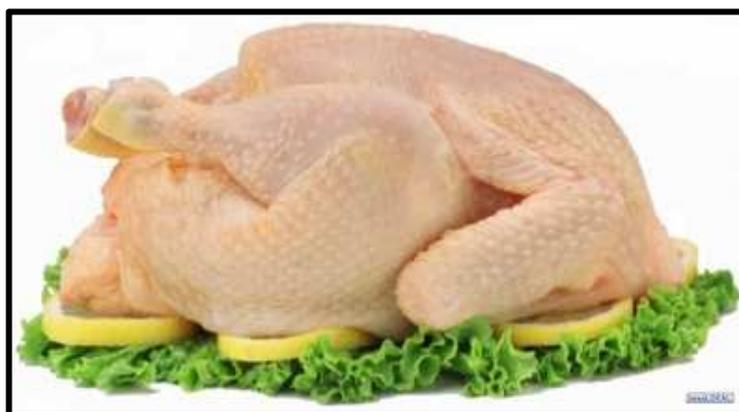


Ilustración 7 Ave Patas Cremas
Elaborado por: Ivette Flores Alava.



Ilustración 8 Ave Patas Amarillas
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

4.8 Análisis de la Demanda.

4.8.1 Segmentación de Mercado.

La segmentación de mercado está enfocada a personas que tengan locales comerciales de venta de aves en pie en el sector sur de la Isla Trinitaria.

4.8.2 Criterio de Segmentación.

CRITERIO DE SEGMENTACIÓN.		
GEOGRÁFICAS	REGIÓN	COSTA
	PROVINCIA	GUAYAS
	CIUDAD	GUAYAQUIL
	PARROQUIA	XIMENA
	SECTOR	SUR ISLA TRINITARIA
DEMOGRÁFICA	EDAD	ENTRE 18 Y 65 AÑOS
	GÉNERO	HOMBRES Y MUJERES
	CLASE SOCIAL	NO APLICA COMO VARIABLE PARA LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.
PSICOGRÁFICA.		HOMBRES Y MUJERES CON LOCALES COMERCIALES EN EL SECTOR SUR DE LA ISLA TRINITARIA QUE ADQUIERAN AVES EN PIE, CUYOS CONSUMOS MÍNIMOS SEAN 400 AVES DIARIAS.

Tabla 13 Criterio de Segmentación.

Elaborado por: Ivette Flores Alava.

4.8.3 Selección de Segmentos.

El segmento de mercado seleccionado corresponde a hombres y mujeres con locales comerciales en el sector sur de la Isla Trinitaria, específicamente en la parroquia Ximena que adquieran aves en pie, cuyos consumos mínimos sean 400 aves diarias.

Se establece el rango desde 18 hasta 65 años de edad debido a que esa es la edad en la cual se puede establecer los locales comerciales conforme a la ley.

4.8.4 Perfiles de los Segmentos.

Los perfiles de los segmentos deberán cumplir con algunos requerimientos los cuales son:

- El gusto por el ave.
- Poder Adquisitivo para poder pagar de contado las primeras facturas, mientras se pueda crear un crédito con el cliente.
- Posesión de un local comercial en el sector sur de la Isla Trinitaria en donde se labore vendiendo aves faenadas.
- Compras mínimas de 400 aves diarias.

4.9 Matriz FODA.

<p style="text-align: center;">MATRIZ FODA ESTRATEGIAS.</p>	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS.-</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Maquinaria nueva con Tecnología de Punta. 2. Disponibilidad de aves broilers durante todo el año. 3. Capacidad de almacenamiento del ave para abastecer a todo el sector sur de la Isla Trinitaria. 	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES.-</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Altos costos de inversión para la puesta en marcha del negocio. 2. Campañas de marketing poco efectivas. 3. Canales de distribución convencionales. 4. Empresa productora nueva en el mercado.
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES.-</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Leyes que apoyan a la producción y consumo Nacional. 2. Alto porcentaje de consumidores reales y potenciales. 3. Oportunidad de expansión, luego que se logre el objetivo de abastecer al primer sector. 	<p style="text-align: center;">F+O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lograr fidelidad por parte de los clientes, cumpliendo con los pedidos que realicen diarios con el fin de lograr una expansión. 2. Invertir en maquinarias con el fin de controlar y optimizar todos los recursos que la empresa posea desde el inicio de sus actividades comerciales. 	<p style="text-align: center;">D+O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Incentivar al cliente entregándoles un producto de mejor calidad que la competencia. 2. Disminuir costos de producción con el fin de ofrecer precios relativamente más bajos que la competencia. 3. No invertir en campañas de marketing.
<p style="text-align: center;">AMENAZAS.-</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Represalias por parte de la competencia. 2. Los créditos que se necesitan con el proveedor de balanceados son cuantiosos debido a la cantidad de sacos de balanceado que se necesitará por galpón. 3. Plagas y enfermedades que puedan infectar al ave causando la pérdida de la producción. 4. Cambios bruscos en los precios de venta. 	<p style="text-align: center;">F+A</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Entregar productos frescos en todo momento, cumpliendo y satisfaciendo las expectativas del cliente. 2. Invertir en maquinaria que nos ayuden a disminuir el riesgo de plagas y enfermedades en las aves que se encuentren en proceso de crecimiento y engorde. 3. Cumplir con los cobros a los clientes con el fin de cumplir a su vez con los pagos de los créditos del balanceado. 	<p style="text-align: center;">D+A</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar estrategias de posicionamiento en el mercado y en la mente del consumidor, con el fin que los clientes prefieran a Industrial Avícola Flores S.A y no a la competencia. 2. Creación de estrategias de responsabilidad social y responsabilidad ambiental. 3. Reducir los créditos al mínimo, para que no existan falta de despacho por mora.

Tabla 14 Matriz FODA
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

4.10 Investigación de Mercado.

4.10.1 Método

Los métodos de investigación de mercado serán cuantitativos (Encuestas) y cualitativos (Entrevistas a profundidad y grupos focales), con el fin de tener más opciones y métodos de comparación para poder tener un resultado más certero de las opiniones, sentimientos y necesidades que tenga el consumidor al momento de formar parte del proceso de investigación de mercado para el producto.

Cabe recalcar que las encuestas, entrevistas a profundidad y el grupo focal se realizarán con los dueños de los locales comerciales en el sector sur de la Isla Trinitaria, ya que son ellos los clientes potenciales de la empresa.

4.10.2 Diseño de la Investigación.

4.10.2.1 Objetivos de la Investigación: General y Específicos.

- GENERAL:
 - Determinar el grado de aceptación por parte de los dueños de los locales comerciales a la nueva empresa productora de aves de corral en pie en la ciudad de Guayaquil.
- ESPECÍFICOS:
 - Conocer si el cliente estaría dispuesto a cambiar de proveedor.
 - Cuáles son las exigencias del cliente antes de cambiar de proveedor.

- Variables que influyen en la toma de decisión de cambio de proveedor.
- Conocer cuáles son los métodos de pago del cliente.
- Conocer cuantos días de crédito tiene los clientes con sus proveedores actuales.
- Establecer políticas de trabajo que satisfagan las necesidades del cliente.
- Determinar peso y promedio del ave que los clientes consumen en el sector.

4.10.2.2 Tamaño de la Muestra.

Dado que la empresa distribuirá el producto únicamente a los locales comerciales que se encuentren en el sector de la Isla Trinitaria, el tamaño de la muestra de esta propuesta es 11, ya que ese es el total de negocios que se encuentran en el sector.

La encuesta tendrá como fin recaudar información acerca de las necesidades de los clientes, sus exigencias y su forma de trabajar con sus proveedores actuales, con el objetivo de ofrecer beneficios nuevos o manejar beneficios similares que satisfagan las necesidades de ambas partes.

4.10.2.3 Técnica de Recogida y Análisis de Datos.

4.10.2.3.1 Exploratoria

La entrevista se la realizó a un grupo de comerciantes que poseen locales comerciales en el sector sur de la parroquia Ximena ubicada en la Isla Trinitaria.

Todos ellos tienen consumos mínimos de aves de 400 aves diarias aproximadas, es por esto que son clientes potenciales importantes para la empresa.

Las preguntas realizadas fueron las siguientes:

1. ¿Cuántos días a la semana trabaja?
2. ¿Cuántas aves vende diariamente? ¿La cantidad varía los fines de semana, o las ventas se mantienen?
3. ¿Cuál es el promedio del pollo que consume en su local?
4. ¿Ha tenido inconvenientes con los proveedores que posee actualmente? Nombre brevemente cuál ha sido el motivo de la discusión.
5. ¿Han existido ocasiones en las cuáles ha sufrido de falta de despacho por parte de su proveedor?
6. ¿Cómo ha solucionado el problema antes mencionado?
7. ¿Cuántos días de crédito maneja con su proveedor actual?
8. ¿Cómo realiza los pagos? ¿Efectivo, Cheque, Depósito o Transferencia?
9. ¿Estarían dispuestos a cambiar de proveedor?
10. ¿Bajo qué motivos estarían dispuestos a realizar el cambio?

4.10.2.3.2 Concluyente

Se utilizará como herramienta de investigación la encuesta, con el fin de recolectar información directamente de los comerciantes de aves en pie del sector sur de la Isla Trinitaria.

Se realizarán 11 encuestas a hombres y mujeres de 18 a 65 años de edad, que sean dueños de locales comerciales de ventas de aves en pie en el sector sur de la Isla Trinitaria, dentro de la parroquia Ximena.

Al momento de realizar las encuestas a los dueños de los locales comerciales en el sector se notó que existe un grado de desconfianza por parte de ellos a cambiar de proveedor, ya que ellos alegan que por ser un proveedor nuevo podría existir falta de despacho y luego sería muy complicado volver a realizar los pedidos a los proveedores anteriores, ya que pueden existir alza de precios por represalias.

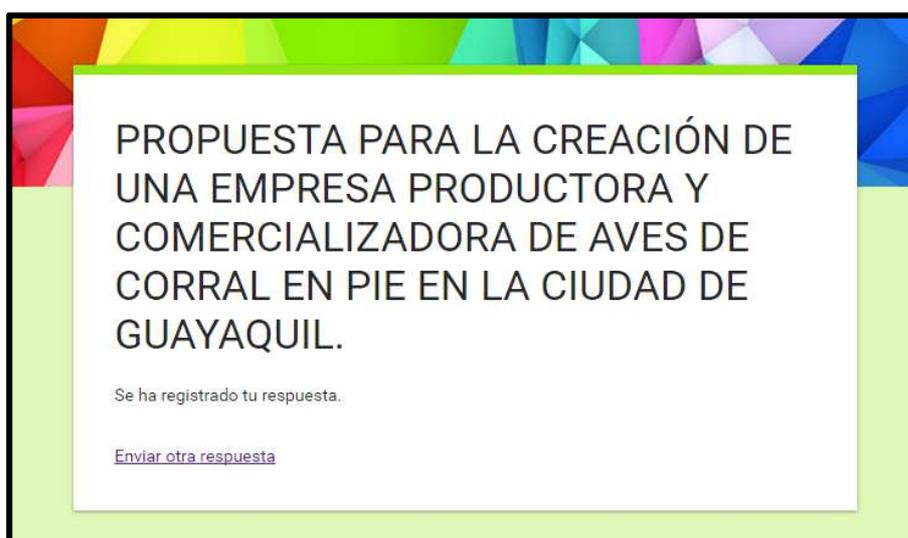


Ilustración 9 Modelo de Encuesta
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

4.10.2.4 Análisis de Datos

Los resultados que se presentan a continuación son los datos obtenidos de 11 encuestas realizadas a los 11 dueños de los locales comerciales de venta de aves en pie en la ciudad de Guayaquil, sector sur de la Isla Trinitaria parroquia Ximena.

¿Cuántas aves en pie consume diariamente? (11 respuestas)

700
700
700
900
1100
600
700 DE LUNES A VIERNES Y 900 LOS FINES DE SEMANA.
DE LUNES A VIERNES 500 LOS SÁBADOS 800 Y LOS DOMINGOS 500
ENTRE 700 Y 800 POLLOS DIARIOS
1000
650

Gráfico 3 Consumo de aves diarias.
Fuente: Encuesta Aplicada a población objetiva.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

¿Cuántas aves en pie consume diariamente? (21 respuestas)

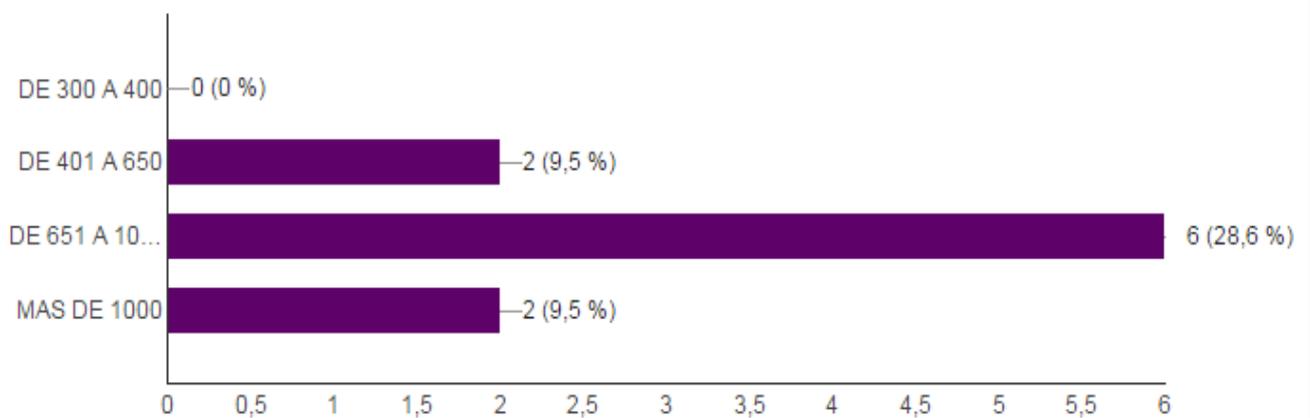


Gráfico 4 Tabulación de Consumo de aves diarias.
Fuente: Encuesta Aplicada a población objetiva.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

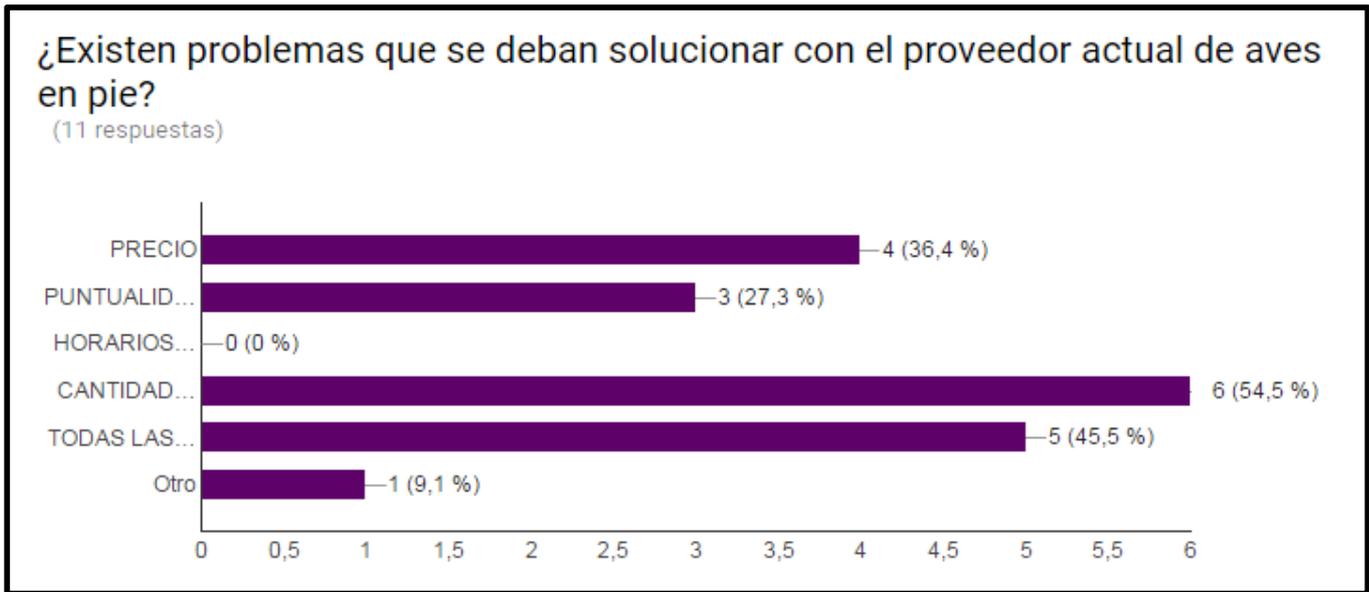


Gráfico 5 Problemas con proveedores actuales
Fuente: Encuesta Aplicada a población objetiva.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

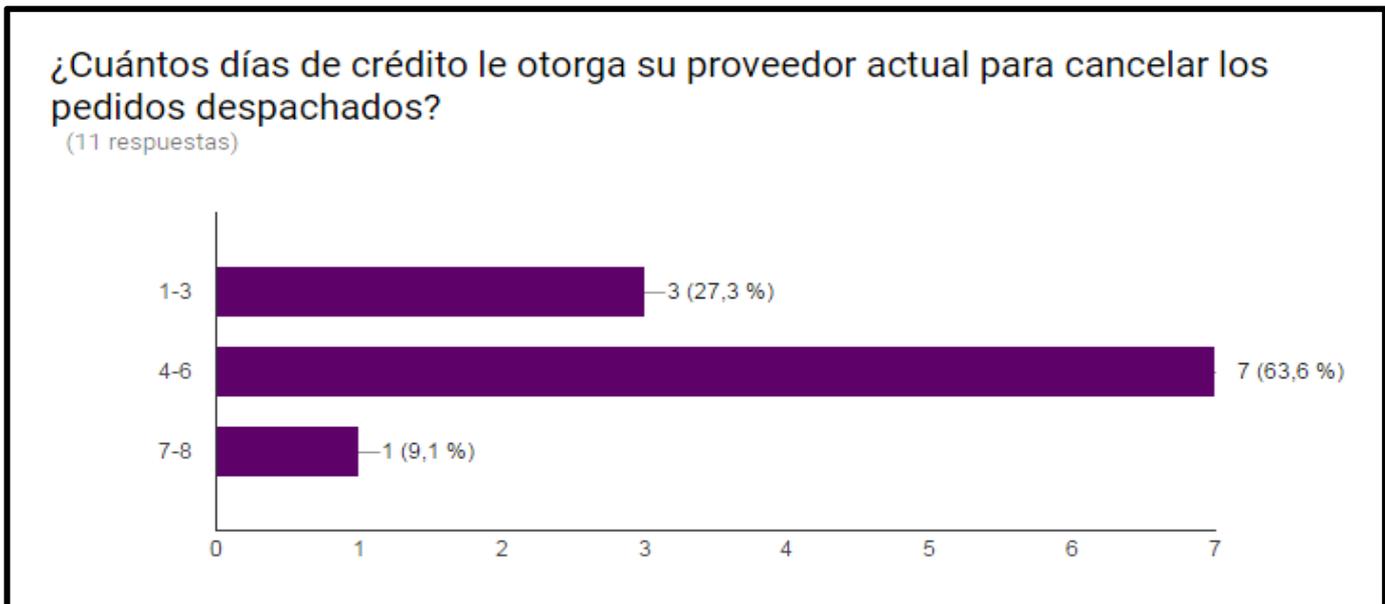


Gráfico 6 Días de Crédito
Fuente: Encuesta Aplicada a población objetiva.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

¿Estaría dispuesto (a) a cambiar de proveedor, si el nuevo proveedor le ofrece resolver los problemas antes mencionados?

(11 respuestas)

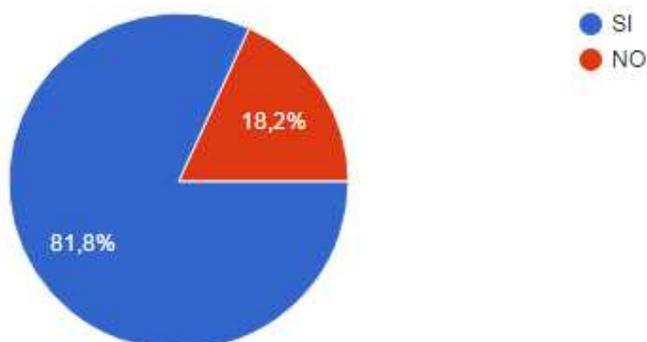


Gráfico 7 Disposición al cambio de proveedor

Fuente: Encuesta Aplicada a población objetiva.

Elaborado por: Ivette Flores Alava.

En caso que la respuesta anterior sea no, justifique su respuesta. (2 respuestas)

AL SER UN PROVEEDOR NUEVO PUEDE DEJAR DE DESPACHAR Y DESPUES NO TENGO DONDE CONSEGUIR POLLO PARA TRABAJAR.

NO CONFIO EN LOS RECIEN APARECIDOS, DESPUES NO ME DESPACHAN Y ME QUEDO SIN TRABAJAR.

Gráfico 8 Motivos por los cuales no cambiarían de proveedor

Fuente: Encuesta Aplicada a población objetiva.

Elaborado por: Ivette Flores Alava.

4.10.2.5 Resumen e Interpretación de Resultados.

Las encuestas nos muestran que entre los 11 dueños de los locales comerciales hay un consumo diario aproximado de 8,400 aves, los problemas más graves que se deben solucionar son:

- **CANTIDAD DE DESPACHO: 54,5%**
- Precio: 36,4%
- Puntualidad: 27,3%
- Peso del ave: 9,1%
- Todas las anteriores: 45,5%

Esto nos muestra que existe una gran inconformidad por parte de los clientes en la variable en la que “Industrial Avícola Flores S.A” se quiere enfocar; la cantidad de aves despachadas.

Gracias a estas encuestas también se pudo conocer cuantos días de crédito otorgan los actuales proveedores, y si los clientes estarían dispuestos o no a cambiar de proveedor.

El 18,2% de los encuestados coincidieron en que no estarían dispuestos a cambiar de proveedor por el miedo a que el nuevo proveedor no cumpla con los despachos diarios, ya que luego es muy complicado que los otros proveedores despachen los pedidos solicitados, dado que pueden sufrir alzas de precios injustificadas como represalias.

4.10.3 Conclusiones de la Investigación de Mercado.

Gracias a las encuestas se puede concluir que se debe trabajar en la mente del consumidor para que puedan confiar en que los despachos que se realicen a partir del cambio al nuevo proveedor serán continuos, y los precios estarán sujetos al cambio de exista en el mercado.

La ventaja que se tiene en los datos de las encuestas realizadas es que los clientes están dispuestos a probar el cambio a un nuevo proveedor, siempre y cuando este satisfaga las necesidades de los mismos y evite caer en los mismos problemas que los proveedores anteriores.

Dado que "Industrial Avícola S.A" es una empresa que puede satisfacer el mercado, se espera que tenga un crecimiento favorable continuo a lo largo del tiempo, es por esto que la capacidad instalada será superior a la capacidad que se desea cubrir para poder tener espacio para criar más aves si el mercado así lo necesita.

4.10.4 Recomendaciones de la Investigación de Mercado.

Se recomienda mantener los precios relativos con los demás proveedores, ya que los clientes están dispuestos a realizar el cambio de proveedor, siempre que se mantengan precios similares.

Cumplir con los pesos del ave, el plazo de entrega y la cantidad despachada para mantener al cliente fiel a la empresa, ya que los clientes estarán dispuestos a cambiar de proveedor pero no estarán dispuestos a empezar a tener los mismos inconvenientes que tenían con el proveedor anterior.

Abastecer al por completo a los clientes del sector escogido antes de empezar la expansión a otros clientes del mismo sector. Es decir que empezará a abastecer el 40% del mercado, con el objetivo que los demás dueños de los negocios puedan observar la seriedad de la empresa y puedan realizar pedidos futuros sin tener ningún problema.

CAPÍTULO 5

PLAN DE MARKETING.

CAPÍTULO 5

5. PLAN DE MARKETING

5.1 Objetivos: General y Específicos.

- OBJETIVO GENERAL:
 - Convertir Industrial Avícola Flores S.A en una empresa reconocida en el mercado de ventas al por mayor y menor de aves en pie por la calidad del producto que ofrece.

- OBJETIVOS ESPECÍFICOS:
 - Abastecer el 45% del mercado actual del sector sur de la Isla Trinitaria en el primer año de ventas, aumentando paulatinamente en los siguientes años.
 - Incrementar las ventas de aves en pie en un 5% en el segundo año.
 - Entregar el ave en pie al cliente durante todas las épocas del año logrando fidelizarlos a la empresa.
 - Expandir la producción en los galpones con el fin de captar clientes en años futuros.

5.1.1 Mercado Meta.

El mercado meta de Industrial Avícola Flores S.A son los locales comerciales que se encuentren en el sector sur de la Isla Trinitaria en la parroquia Ximena, cuya actividad comercial sea la venta al por mayor y menor de aves en pie, con ventas mínimas de 400 aves diarias.

5.1.1.1 Tipos y Estrategias de Penetración.

La estrategia de penetración que Industrial Avícola Flores S.A implementará será la diferenciación y accesibilidad.

Diferenciación ya que se espera poder criar a las aves sin necesidad de inyectarles hormonas que ayuden a su rápido crecimiento, en vez de eso se respetarán las 6 semanas que el ave necesita normalmente para crecer y ganar el peso adecuado para la venta, con esta estrategia no solo se logra captar la atención del cliente ofreciéndoles un producto sano al mismo precio que la competencia, sino que también se reducen costos.

Accesibilidad porque se espera cubrir la demanda de los pedidos de los clientes en todas las épocas del año, no solo cuando exista abundancia del ave sino en la escasez del mismo, con el fin de lograr la fidelización por parte de ellos a la empresa.

5.1.1.2 Cobertura.

La cobertura que Industrial Avícola S.A tendrá son los locales comerciales cuya actividad comercial sea la venta al por mayor y menor de aves en pie que se encuentren al sur de la Isla Trinitaria en la parroquia Ximena, durante el primer año se espera abastecer el 45% de los clientes dentro de este mercado, aumentando la cobertura de clientes en un 5% en el segundo año.

5.2 Posicionamiento.

5.2.1 Estrategia de posicionamiento: Posición, Objetivo, Segmento, Atributos, Calidad percibida, Ventaja Competitiva y Símbolos Identitarios.

- POSICIÓN:

- El producto se posicionará en el mercado como un ave libre de hormonas, con proceso de crecimiento y engorde natural.

- OBJETIVO:

- Lograr un reconocimiento por parte de los clientes del sector como una empresa con productos de calidad libre de hormonas.

- SEGMENTO:

- Locales comerciales cuya actividad comercial sea la venta al por mayor y menor de aves en pie que se encuentren al sur de la Isla Trinitaria en la parroquia Ximena.

- ATRIBUTOS:

- Ave en pie, cuyo proceso de crecimiento y engorde es 100% natural libre de químicos que ayuden a la aceleración de los procesos antes mencionados.

- CALIDAD PERCIBIDA:
 - Se espera obtener altos niveles de calidad, debido a todos los controles de calidad que se realizarán durante los procesos del ave hasta la etapa final del proceso de engorde.

- VENTAJA COMPETITIVA:
 - La ventaja competitiva que la empresa Industrial Avícola Flores S.A tendrá es que abastecerá al 100% de sus clientes durante todas las épocas del año, brindando de esa manera la seguridad al cliente de tener su producto seguro todo el tiempo.

- SIMBOLOS IDENTITARIOS:
 - Industrial Avícola Flores S.A no utilizará símbolos Identitarios para el producto ya que se estará entregando un producto vivo que no necesita empaque.
 - Pero se tratará de adquirir gavetas para transportar las aves de un solo color para que sea más fácil reconocer el camión por parte de los clientes.

5.3 Marketing Mix.

5.3.1 Estrategia de Producto o Servicios.

5.3.1.1 Descripción del Producto: Definición, Composición, Color, Tamaño, Imagen, Slogan, Producto Esencial, Producto Real, Producto Aumentado.

- DEFINICIÓN:
 - Aves de corral en pie, cuyo peso de distribución mínimo será de 5,5 libras.

- COMPOSICIÓN:
 - Dado que es un producto en pie, la composición del producto no es requerido.

- COLOR:
 - El ave pasará por un proceso de pigmentación de nivel medio, logrando de esta manera que tenga sus patas color crema.

- TAMAÑO:
 - El promedio mínimo del ave requerida para el despacho es de 5,5 libras la hembra y 8,0 libras el macho.
 - Si el ave no tiene mínimo ese peso no podrá ser despachada y deberá reingresar a los galpones de engorde.

- IMAGEN:
 - La imagen que el ave de Industrial Avícola Flores S.A poseerá es la siguiente:
 - Plumas Blancas.
 - Patas Cremas.
 - Pico Amarillo desarrollado.
 - Cresta Roja.

- SLOGAN:
 - “INDUSTRIAL AVÍCOLA FLORES S.A ENTREGANDO CALIDAD Y BIENESTAR AL CLIENTE”

- PRODUCTO ESENCIAL:
 - Aves de corral criadas naturalmente sin hormonas.

- PRODUCTO REAL:
 - Aves de corral de patas cremas criadas para el faenamiento y consumo humano.

- PRODUCTO AUMENTADO:
 - Aves de corral criadas para el faenamiento y consumo humano, libre de químicos que aceleren los procesos de crecimiento y engorde de la misma.

5.3.1.2 Adaptación o Modificación del Producto: Componente Central, Empaque y Servicio de Apoyo, Requerimientos del Cliente, Condiciones de Entrega, Transporte, Embalaje, etc.

○ COMPONENTE CENTRAL:

- Dado que se está ofreciendo un producto natural sin hormonas de crecimiento o químicos el producto final no tiene componentes centrales.

○ EMPAQUE:

- La empresa Industrial Avícola Flores S.A se dedicará a la venta de aves en pie, por esta razón no se necesitará empaque para el producto.

○ SERVICIO DE APOYO:

- Los clientes tendrán acceso a un servicio post venta luego de cada entrega para verificar que los requerimientos y exigencias de los clientes estén siendo cumplidas.

○ REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE:

- Peso exacto del ave que esté dentro de los límites de 5,5 libras a 8,0 libras promedio.
- Hora de entrega del producto.
- Despacho de pedidos completos a los clientes en todas las épocas del año.

- Días de crédito.
- Métodos de pago.

- CONDICIONES DE ENTREGA:
 - Industrial Avícola Flores S.A coordinará las condiciones de entrega con los clientes personalmente, manifestando las siguientes exigencias por parte de la empresa:
 - Las devoluciones de aves se aceptarán siempre y cuando el peso sea menor a las 4,5 libras, en caso de no ser así el ave será devuelto al cliente.
 - Los pagos deberán ser puntuales respetando los días de crédito, caso contrario se procederá a cancelar automáticamente el siguiente pedido.
 - Las aves quedarán todas vivas durante el despacho, en caso que existan aves muertas el dueño del negocio deberá notificar.

- TRANSPORTE:
 - La transportación del producto se la realizará por medio de un camión propiedad de la empresa Industrial Avícola Flores S.A que contará con las gavetas necesarias para la transportación del ave hasta el punto de entrega.

- EMBALAJE:

- Dado que el producto que la empresa Industrial Avícola Flores S.A va a vender son aves en pie, no se necesitará utilizar embalaje para el producto final.

5.3.1.3 Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado.

Ya que el producto que la empresa Industrial Avícola Flores S.A va a vender son aves en pie no aplica este literal.

5.3.1.4 Amplitud y Profundidad de Línea.

Industrial Avícola Flores S.A comercializará un solo tipo de aves en pie es por esto que no aplica este punto.

5.3.1.5 Marcas y Sub marcas.

Industrial Avícola Flores S.A se desarrollará como la marca y nombre de la empresa, ya que el producto que se entrega al cliente es un animal semoviente en pie no es necesario crear una marca para el ave.

5.3.2 Estrategia de Precios.

Debido a la ciclicidad que mantienen los precios de la libra del ave en pie, se espera igualar los precios a los del mercado, ya que son los proveedores quienes establecen los precios en el sector, manteniendo una ganancia mínima por la libra del pollo de \$0,06 centavos.

5.3.2.1 Precios de la Competencia.

Los precios de la libra del pollo en pie son establecidos por los proveedores que distribuyen en el sector, es por esto que Industrial Avícola Flores S.A tendrá que ajustarse a los precios impuestos en los ciclos de venta del ave.

5.3.2.2 Poder Adquisitivo del Mercado Meta.

Gracias a que el pollo es un producto de venta diaria, el poder adquisitivo de los clientes es media alta, ya que venden el producto generando ingresos personales de aproximadamente \$0,06 por libra adicional a los \$0,20 por la faena del ave.

5.3.2.3 Políticas de Precio: Sobreprecio y Descuento, Márgenes Brutos de la Compañía, Precio al Menudeo (kilo, tonelada), Términos de Venta, Métodos de Pago.

Los únicos descuentos que Industrial Avícola Flores S.A asumirá serán las devoluciones de las aves en pie cuyo peso sea menos a las 4,5 libras.

Los márgenes que la empresa espera ganar fluctúan entre los \$0,06 y \$0,40 centavos por libra del ave, todo depende de la fecha y los precios que lideren el mercado.

Los términos de ventas y métodos de pago se estipularán directamente con cada cliente, pero se mantendrán políticas universales que todos los clientes deberán acatar;

- Los despachos se realizarán a los clientes que estén al día con los pagos respetando los días de crédito otorgados por la empresa.
- Los pagos se realizarán mediante depósitos bancarios o en efectivo únicamente al dueño de la empresa.
- Las devoluciones de las aves se aceptarán siempre que su peso esté por debajo de las 4,5 libras, caso contrario la empresa no se responsabilizará por aves devueltas que no se encuentren pesadas.

5.3.3 Estrategia de Plaza: Punto de Ventas.

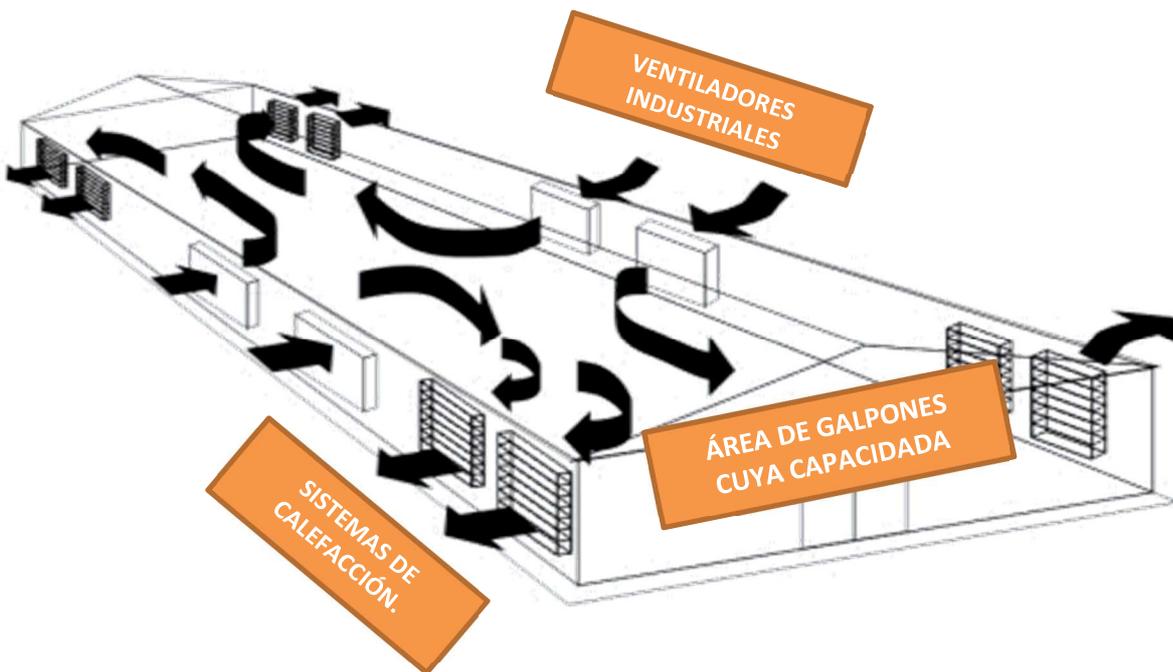
5.3.3.1 Localización Macro y Micro.

La macro localización de la empresa Industrial Avícola Flores S.A será en llevada a cabo en la ciudad de Guayaquil en la provincia del Guayas.

La micro localización para la venta del producto será el sector sur de la Isla Trinitaria en la parroquia Ximena.

La micro localización de la empresa estará situada en la Vía a la Costa, pasando Chongón ya que la granja debe estar ubicada en un terreno que se encuentre mínimo 10 kilómetros alejados de la civilización.

5.3.3.1.1 Distribución del Espacio.



El galpón tendrá una capacidad máxima de producción de 35,000 aves, contará con 4 ventiladores industriales que serán utilizados para aclimatar el ambiente de las aves, ya que es necesario que las aves permanezcan en un ambiente alejado del calor para que puedan crecer correctamente, y de esta manera evitar la muerte de las aves broilers.

También contará con 1 sistema de calefacción que contiene 8 ventanillas que serán necesarias durante el proceso de crecimiento del ave.

5.3.3.1.2 Merchandising.

El Merchandising que la empresa Industrial Avícola Flores S.A realizará serán letreros con información de la empresa, enfatizando la venta de las aves en pie al por mayor y menor, este letrero se encontrará colocado como publicidad en el camión que realice las entregas de las aves al sector antes

mencionado, con el fin que el cliente reconozca el camión y los comerciantes del sector tengan presente la marca.

Esta medida beneficiará a la empresa ya que al momento de ofrecer el producto a nuevos clientes, se espera que ya conozcan la empresa y se faciliten las ventas.

5.3.3.2 Sistema de Distribución Comercial.

5.3.3.2.1 Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes.

Industrial Avícola Flores S.A. no tendrá canales de distribución, ya que se espera criar el ave y distribuir las directamente a los dueños de los locales comerciales del sector con el fin de tener un porcentaje mayor de ingresos y al mismo tiempo un porcentaje menor de pérdidas cuando el ave se encuentre en etapa de abundancia.

Industrial Avícola Flores S.A es el responsable de entregar el producto (ave en pie) al cliente cumpliendo todos los requerimientos antes convenidos por ambas partes.

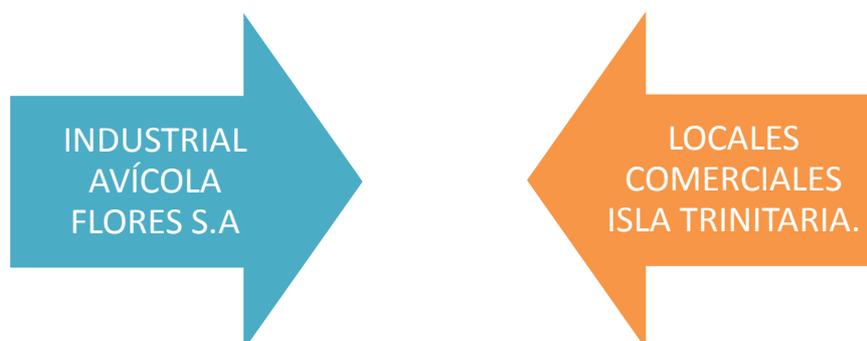


Ilustración 10 Canales de Distribución
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

5.3.3.2.2 Penetración en los Mercados Urbanos y Rurales.

Industrial Avícola Flores S.A comercializará su producto en una zona urbana, el cual es el sector sur de la Isla Trinitaria.

Se eligió este sector ya que ese es uno de los dos sectores avícolas más grandes de Guayaquil, y existen más locales comerciales dedicados a la venta de aves en pie al por mayor y menor, a diferencia del otro sector que comercializa aves en pie pero tiene una menor cantidad de locales a los cuales se podría vender el producto.

5.3.3.2.3 Logística.

El jefe de Producción y Planta será el encargado de recibir los equipos y materiales necesarios para adecuar el galpón, el oficial de planta será el encargado de adecuar los galpones.

Una vez que los galpones estén adecuados el oficial de planta junto con el despachador serán los únicos encargados de ingresar las aves al galpón, luego que las aves sexadas estén dentro del galpón se procederán a tener los controles de calidad necesarios para el óptimo crecimiento de las aves.

Cuando el proceso de crecimiento y engorde del ave haya finalizado el despachador será el encargado de distribuir las aves dentro de las gavetas que serán pesadas antes de ser despachadas.

El jefe de despacho deberá tomar los pesos de las gavetas llenas así como de las taras para que una vez que el producto sea despachado y pesado nuevamente por el cliente, él pueda tener un control de merma del ave desde que salió de la empresa hasta que llegó al punto de despacho final.

5.3.3.2.4 Red de Ventas.

Industrial Avícola Flores S.A tendrá un vendedor encargado de visitar a los clientes en horarios desde las 07:30 am hasta las 12:30 pm con el fin de coger pedidos y solucionar cualquier inconveniente que tenga el cliente con los despachos del día, en caso de existir algún problema de índole mayor el vendedor deberá comunicarlo a su inmediato superior para poder darle una solución eficaz al problema.

El vendedor deberá llegar a la empresa para entregar informes diarios de las actividades que ha realizado así como los pedidos para los días posteriores.

5.3.3.2.5 Políticas de Servicio al Cliente: Pre-venta y Post-venta, Quejas, Reclamaciones, Devoluciones.

Las políticas referentes al servicio al cliente que la empresa tomará en cuenta son las siguientes:

- PRE VENTA:
 - En esta etapa el vendedor deberá recorrer los locales comerciales de los clientes para brindarle información de la empresa, además de la información sobre el producto.
 - Se deberá firmar el acuerdo en donde se explican los requerimientos y políticas que se hayan acordado durante la reunión, para poder proceder a ingresarlos en la base de datos y empezar los despachos.

- POST VENTA:
 - El vendedor deberá recorrer todos los locales comerciales en donde fue despachado el producto con el fin de solucionar cualquier inconveniente que tenga el cliente, de la misma manera deberá realizar los pedidos para los despachos posteriores.

- QUEJAS Y RECLAMACIONES:
 - En caso de existir reclamos o quejas que superen la autoridad que tiene el vendedor, este deberá comunicarse de inmediato con el superior a cargo para que él pueda dar la orden de solución al problema suscitado.

- DEVOLUCIONES:
 - Las devoluciones que la empresa Industrial Avícola Flores S.A aceptará serán únicamente las aves que tengan un promedio inferior a las 4,5 libras, caso contrario la empresa no se responsabilizará por aves que no sean pesadas dentro de las instalaciones de venta del ave.

5.3.4 Estrategias de Promoción.

5.3.4.1 Estrategias ATL y BTL.

Industrial Avícola Flores S.A no manejará estrategias de promoción, ya que el producto no se comercializa por medio de redes sociales, o utilizando cualquier tipo de publicidad pagada, ferias o stands; más bien este tipo de productos se comercializa directamente a los dueños de los locales

comerciales que venden el producto instantáneamente ya que es un producto de consumo masivo.

5.3.4.2 Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria: Concepto, Mensaje.

Industrial Avícola Flores S.A no elaborará diseños y propuestas publicitarias para el producto, ya que este tipo de publicidad no es necesaria para la venta del ave en pie dentro del sector donde se espera vender el producto.

5.3.4.3 Promoción de Ventas.

5.3.4.3.1 Venta Personal.

Las ventas las realizará el vendedor encargado del sector, quien a su vez tendrá que ser supervisado por el Jefe de ventas de la empresa.

El jefe de ventas deberá capacitar al vendedor con toda la información que los clientes necesiten saber acerca del producto, con el fin de facilitar las ventas, para que pueda cumplir con la cuota estipulada mensualmente por la empresa.

5.3.4.3.2 Trading: Exposiciones, Ferias Comerciales, Competiciones, Concursos y Premios, Descuentos, Primas por Objetivos, Muestras, Productos Gratuitos, Publicidad en el Punto de Venta, Publicidad y Promoción Cooperativa, Primas por objetivos, Distinciones, Otras.

Industrial Avícola Flores S.A no participará de ferias, competencias o concursos, ni otorgará descuentos, muestras o productos gratuitos a los

dueños de los locales comerciales en donde será despachado el producto, ya que la venta se realiza por la cantidad de aves solicitadas el día anterior y el cobro se realiza mediante el peso que tenga el producto una vez entregados en los galpones de los locales comerciales.

En este tipo de actividad comercial la publicidad no influye al momento que el cliente va a realizar un pedido, ya que los clientes adquieren el producto directamente a los proveedores que se encuentran despachando actualmente al sector, no a las empresas criadoras del ave.

5.3.4.3.3 Clienting: Muestras Gratuitas, Documentación Técnica, Obsequios, Asistencia a Congresos, Seminarios y Conferencias, Rebajas, Descuentos, Mayor Contenido de Producto por Igual Precio, Productos Complementarios Gratis o a Bajo Precio, Cupones o Vales Descuento, Concursos, Premios, Muestras, Degustaciones, Regalos, Otras.

Industrial Avícola Flores S.A no tendrá estrategias de Clienting, ya que las únicas variables que el cliente necesita conocer del producto son:

- Peso.
- Precio.
- Hora de despacho.
- Tipo del ave.

Y esta información la maneja el vendedor, y se la comunica al cliente antes que este realice el pedido para el día siguiente.

5.3.4.4 Publicidad.

5.3.4.4.1 Estrategia de Lanzamiento.

La estrategia de lanzamiento que la empresa Industrial Avícola Flores S.A implementará será ofrecer a sus clientes el beneficio de adquirir el producto \$0,01 centavo más económico del precio que se encuentre actualmente liderando el mercado.

Esto se realizará mediante un compromiso entre ambas partes, si el cliente maneja un historial diario con la empresa, adquiriendo el 100% de sus pedidos diarios ellos podrán gozar de este beneficio, en caso que el cliente pierda su historial deberá sujetarse a los precios impuestos por los demás proveedores.

5.3.4.4.2 Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad.

Los gastos de publicidad que la empresa tendrá para el lanzamiento y venta del producto serán:

Tipo De Publicidad	Costo
Letreros	\$ 500,00
TOTAL	\$ 500,00

Tabla 15 Gastos de Publicidad
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

Los \$500,00 contemplan la publicidad que tendrá el camión de despacho con el nombre y la actividad de la empresa, así como el letrero que estará ubicado a la entrada de la granja.

5.3.4.4.3 Mindshare.

El sector sur de la Isla Trinitaria es una zona que cuenta con gran demanda de ave en pie, debido a que es la principal actividad económica del sector, los proveedores son reconocidos por los clientes gracias a los despachos que realizan a los dueños de los locales comerciales del sector, es por esto que se espera tener la aceptación de los clientes al momento de realizar la presentación de la empresa como un nuevo proveedor en el mercado.

5.3.4.4.4 Relaciones Públicas.

Las relaciones públicas que la empresa espera tener son alianzas con los principales ministerios gubernamentales y municipales encargados de regular y controlar el buen manejo de los desechos, desperdicios y crecimiento del ave, con el fin que la empresa esté informada de las últimas regulaciones para no tener problemas futuros de multas o clausuras de la granja.

5.3.4.4.5 Marketing Relacional.

Se espera crear buenas relaciones con los miembros de la empresa, es por esto que se cree necesario que el cliente conozca a los colaboradores que estén directamente relacionados con los despachos y cobros del producto, es decir que el cliente conozca al Jefe de Ventas no solo al vendedor, y que por supuesto conozca al Dueño o Gerente General de la empresa.

De esta manera el cliente sentirá confianza de trabajar con personas que están trabajando directamente con sus pedidos, y se espera que sientan que los colaboradores de la empresa están dispuestos y capacitados para

solucionar cualquier problema así como de hacer respetar el acuerdo firmado previamente.

5.3.4.4.6 Gestión de Promoción Electrónica del Proyecto

5.3.4.4.6.1 Estrategias de E-Commerce , E-Business e E-Marketing

Industrial Avícola Flores S.A no implementará estrategias de E-Commerce, E- Business ni E- Marketing ya que el producto que la empresa comercializará no necesita de este tipo de estrategias para ser vendido.

5.3.4.4.6.2 Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores.

Los competidores directos no poseen promoción electrónica de ningún tipo, ya que este producto no necesita publicidad electrónica para que se pueda efectuar una venta.

Pronaca S.A competidor tiene página web pero no son para promocionar el ave en pie sino los demás productos que la empresa comercializa.

5.3.4.4.6.3 Diseño e Implementación de la Página Web (Inglés-Español-Idioma del Mercado Meta).

Industrial Avícola Flores S.A no incurrirá en gastos de página web, debido a la actividad comercial a la que la empresa se dedicará.

5.3.4.4.7 Estrategias de Marketing a través de Redes Sociales.

5.3.4.4.7.1 Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores.

Industrial Avícola Flores S.A no tendrá redes sociales, ya que se considera que la promoción electrónica no tiene ningún impacto que favorezca a los clientes, a la empresa, o al incremento de sus ventas.

5.3.4.4.7.2 Diseño e Implementación de Fans Pages, en Redes Sociales (Inglés-Español-Idioma del Mercado Meta).

Industrial Avícola Flores S.A no implementará fan pages ya que se considera que todo tipo de información que se deba conocer o negociaciones que se deban realizar con los clientes deberán ser personalmente con el fin de encontrar una solución inmediata y crear vínculos con los clientes.

5.3.4.4.7.3 Marketing Social.

Las políticas sociales que la empresa Industrial Avícola Flores S.A tiene son relacionadas al bienestar de los empleados que laboren en la empresa, no van relacionadas con la publicidad.

5.3.4.5 Ámbito Internacional.

5.3.4.5.1 Estrategia de Distribución Internacional.

Industrial Avícola Flores S.A no utilizará estrategias de distribución internacional durante los primeros 5 años de la puesta en marcha de la empresa.

Se aspira poder exportar el producto creando una marca de aves faenadas, que cumplan con todos los requerimientos políticos nacionales e internacionales luego que la empresa esté posicionada en el mercado nacional, que se cree que podría ser luego del 5to año.

5.3.4.5.2 Estrategias de Precio Internacional.

Industrial Avícola Flores S.A no tendrá por el momento ninguna estrategia relacionada a precios internacionales, ya que se espera primero posicionarse dentro del mercado nacional.

5.3.5 Cronograma

Dado que la empresa no desarrollará ningún tipo de campañas publicitarias para promocionar las aves en pie, este punto no aplica.

5.3.6 Presupuesto de Marketing: Costo de Venta, Costo de Publicidad y Promoción, Costo de Distribución, Costo del Producto, Otros.

El único gasto que la empresa Industrial Avícola Flores S.A. tendrá son los \$500,00 que corresponden a la publicidad que tendrá el camión de despacho de las aves en pie al sector de la Isla Trinitaria, y al letrero que estará en la entrada del criadero de las aves.

CAPÍTULO 6

PLAN OPERATIVO.

CAPÍTULO 6

6. PLAN OPERATIVO

6.1 Producción.

6.1.1 Proceso Productivo.



Ilustración 11 Proceso Productivo 1
Elaborado por: Ivette Flores Alava.



Ilustración 12 Proceso Productivo 2
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

6.1.2 Infraestructura: Obra Civil, Maquinarias y Equipos.

Industrial Avícola Flores S.A. tendrá una granja criadora de aves en pie, que a su vez tendrá 4 galpones que contarán con una capacidad máxima de 35.000 aves.

Esta actividad comercial no necesita el uso de maquinarias, ya que las aves serán criadas y vendidas en pie.

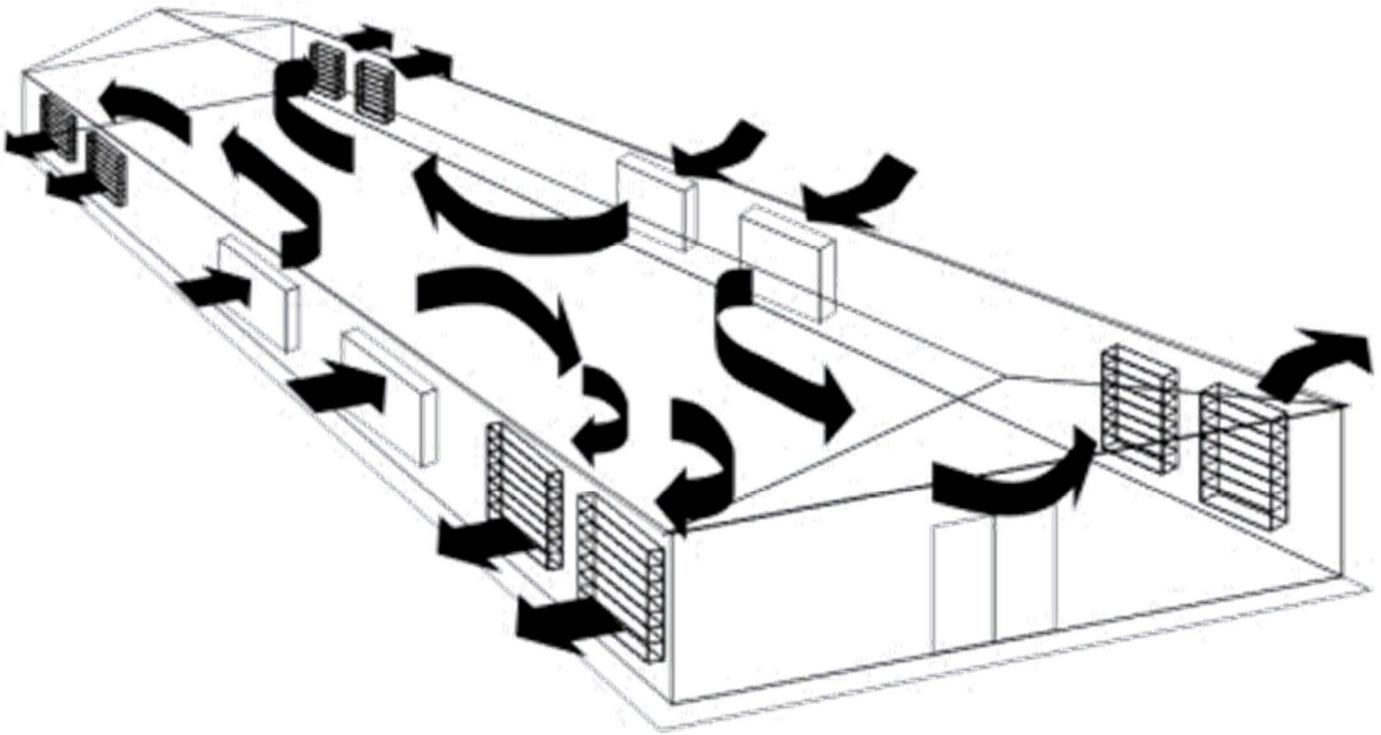


Ilustración 13 Diseño de los Galpones
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

Los equipos que “Industrial Avícola S.A” usarán se detallan a continuación:

EQUIPOS:	
BEBEDEROS Y COMEDEROS	\$ 22.800,00
VENTILADORES INDUSTRIALES	\$ 48.000,00
SISTEMA DE CALEFACCIÓN	\$ 9.000,00
BALANZAS INDUSTRIALES	\$ 6.900,00
GAVETAS	\$ 8.700,00
TOTAL EQUIPOS	\$ 95.400,00

Tabla 16 Equipos
Elaborado por: Ivette Flores Alava.



Ilustración 14 Bebederos y Comederos



Ilustración 15 Sistema de Calefacción



Ilustración 16 Ventiladores Industriales



Ilustración 17 Balanzas Industriales



Ilustración 18 Gavetas

6.1.3 Mano de Obra.

El talento humano que “Industrial Avícola S.A” tendrá laborando dentro de sus instalaciones son:

- Un Gerente General que a su vez hará el rol de Administrador de la empresa, cuyo sueldo mensual será \$1.200.00
- Tres Jefes de Planta, cuyos sueldos mensuales serán de \$650,00
 - Jefe de Producción y Planta.

- Jefe de Logística y Despacho.
- Jefe de Ventas.
- Un Veterinario que será contratado por servicios prestados, cuyos honorarios por un máximo de 5 consultas es \$450,00
- Dos empleados que serán los únicos autorizados a entrar a los galpones para controlar el proceso de crecimiento y engorde el ave, cuyo sueldo mensual será de \$500,00.

TALENTO HUMANO:	
ADMINISTRADOR	\$ 1.200,00
JEFES DE PLANTA	\$ 1.950,00
VETERINARIO	\$ 450,00
EMPLEADOS	\$ 1.000,00
TOTAL EMPLEADOS	\$ 4.600,00

Tabla 17 Mano de Obra
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

6.1.4 Capacidad Instalada.



Ilustración 19 Capacidad Instalada
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

Los galpones estarán diseñados para almacenar un máximo de 35.000 aves, ya que el primer año se espera abarcar el 45% del mercado, siendo este un total de 57.400 aves semanales.

A continuación se detallan los motivos por los cuales se eligió esa capacidad de producción.

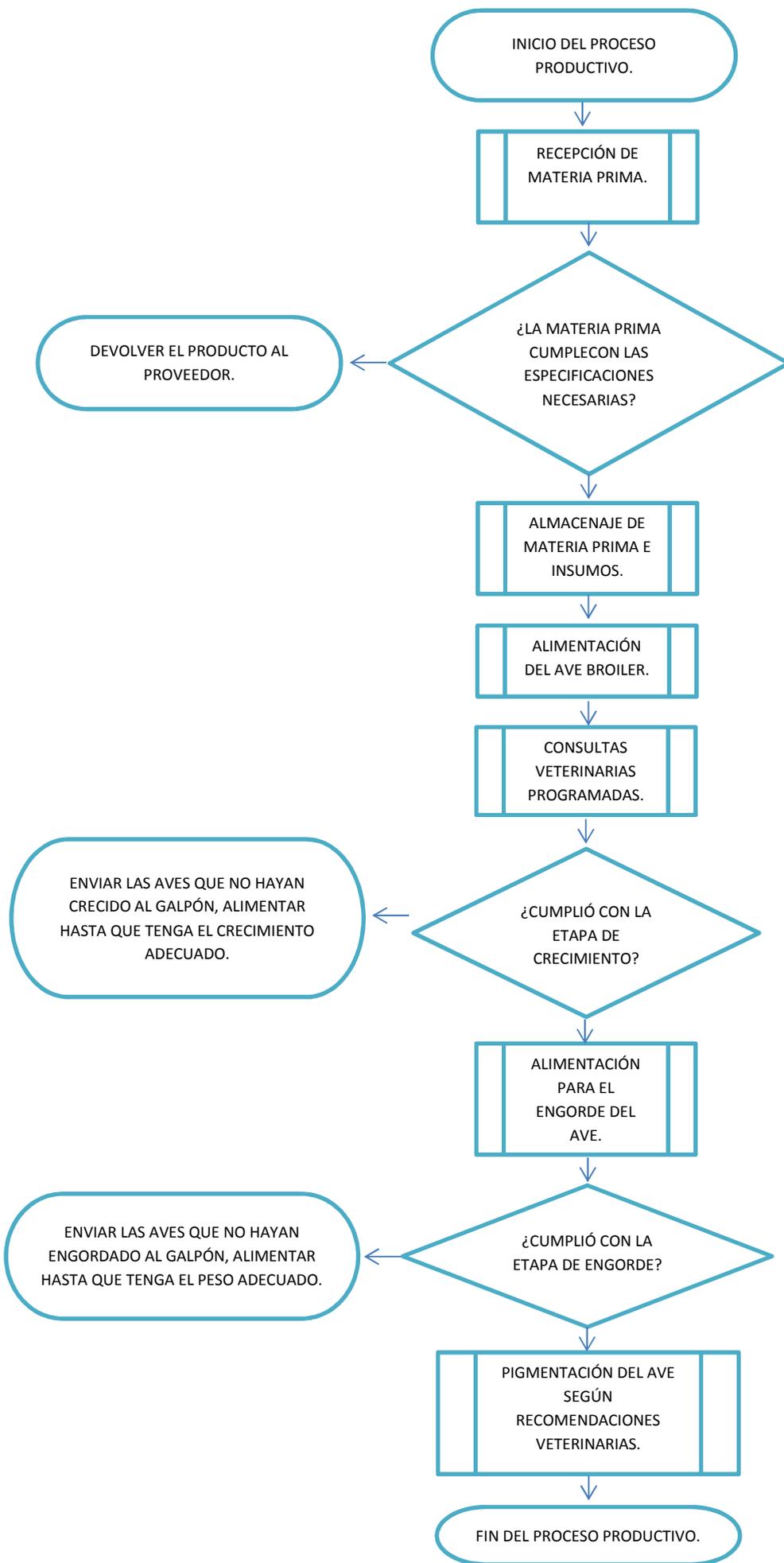
VENTAS SEMANALES APROXIMADAS	57.400,00
VENTAS MENSUALES APROXIMADAS	229.600,00
VENTAS ANUALES APROXIMADAS	2.755.200,00

	DEMANDA	ANUALES	MENSUALES	SEMANALES
AÑO #1	45%	1.239.840,00	103.320,00	25.830,00
AÑO #2	50%	1.377.600,00	114.800,00	28.700,00
AÑO #3	60%	1.653.120,00	137.760,00	34.440,00
AÑO #4	65%	1.790.880,00	149.240,00	37.310,00
AÑO #5	70%	1.928.640,00	160.720,00	40.180,00

Tabla 18 Capacidad de Venta
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

Se espera incrementar un 5% de ventas en el segundo año, un 10% en el tercer año, y un 5% en los siguientes años, según la capacidad instalada podemos cubrir la demanda hasta el tercer año, a partir del cuarto año la empresa deberá pensar en aumentar la capacidad de los galpones, o construir un nuevo galpón si el espacio de la granja lo permite.

6.1.5 Flujogramas de Procesos.



6.1.6 Presupuesto.

El presupuesto a continuación corresponde a los gastos necesarios para la realizar todas las etapas del proceso productivo del ave, tales como:

- Balanceado
- Diesel
- Servicios Básicos.

<u>BALANCEADO:</u>	
<u>CANTIDAD DE SACOS:</u>	430
BALANCEADO PREINICIAL	\$ 13.093,50
BALANCEADO INICIAL	\$ 12.070,10
BALANCEADO DE CRECIMIENTO	\$ 12.448,50
BALANCEADO DE ENGORDE	\$ 11.889,50
PRECIOS UNITARIOS	\$ 49.501,60
DESCUENTO POR PAGO DE CONTADO \$0,50 POR SACO	\$ 215,00
DESCUENTO AL POR MAYOR (9,8%)	\$ -
TOTAL A PAGAR BALANCEADOS	\$ 49.286,60

<u>SERVICIOS BÁSICOS Y DIESEL:</u>		
AGUA	\$	200,00
LUZ	\$	500,00
DIESEL	\$	210,00
TOTAL	\$	910,00
GASTOS		

<u>EQUIPOS:</u>		
BEBEDEROS Y COMEDEROS	\$	22.800,00
VENTILADORES INDUSTRIALES	\$	48.000,00
SISTEMA DE CALEFACCIÓN	\$	9.000,00
BALANZAS INDUSTRIALES	\$	6.900,00
GAVETAS	\$	8.700,00
TOTAL EQUIPOS	\$	95.400,00

6.2 Gestión de Calidad.

6.2.1 Procesos de planeación de calidad.

“Industrial Avícola Flores S.A” planea usar como herramientas de planeación de calidad el costo beneficio, con el fin de conocer cualquier tipo de falencias que tenga el proceso productivo antes mencionado, para evitar los errores en el proceso de crecimiento y engorde del ave.

Esto se realizará mediante políticas de calidad que la empresa deberá desarrollar antes de empezar con los procesos productivos del ave.

Al realizar las políticas de calidad, y mantener un control adecuado en el cumplimiento de estas políticas por parte de los empleados, se espera conseguir un porcentaje del 1% al 5% como tasa máxima de mortalidad del ave, de esta manera evitamos caer en grandes pérdidas ya que cada uno de los galpones estarán diseñados para una capacidad máxima de 35.000,00 aves y si se espera no superar el 5% se concluye que las pérdidas no podrían ser mayores a 1,750 aves por galpón.

6.2.2 Beneficios de las acciones proactivas.

Al momento de realizar los controles necesarios, mediante las herramientas o políticas de calidad empleadas se busca lograr:

- Entregar a los dueños de los locales comerciales de venta de aves en pie, un ave de excelente calidad, con un peso justo y pigmentación adecuada.
- Poseer un proceso productivo libre de errores, con controles de calidad en cada una de sus etapas.

- Disminuir el porcentaje de mortalidad del ave por galpones del 1% al 5% máximo.
- Lograr mantener un peso adecuado del ave para satisfacer las necesidades de los dueños de los locales comerciales de venta de aves en pie del sector escogido.

6.2.3 Políticas de calidad.

Para lograr garantizar el correcto crecimiento y engorde de las aves se procederá a establecer estrictas normas de calidad que los empleados de “Industrial Avícola Flores S.A” deberán cumplir a cabalidad, para que se puedan mantener dentro de los márgenes los porcentajes de mortalidad del ave.

- Realizar controles de calidad a toda la mercadería y materia prima que ingrese a la empresa, en caso de existir alguna anomalía por parte de los bienes recibidos éstos deberán ser notificadas al superior a cargo, para que se puedan tomar medidas inmediatas.
- Los empleados tienen totalmente prohibido el ingreso a los galpones mientras el veterinario no lo autorice, ya que puede causar problemas en el desarrollo y crecimiento del ave, se establecerán a solo dos empleados autorizados que puedan ingresar a controlar el ave cuando sea necesario.
- Establecer un promedio mínimo de las aves, siendo promedio mínimos para la hembra 5,5 libras, y 8,0 libras para el macho.

Aplicando estas normas se puede asegurar el buen desarrollo, crecimiento y engorde del ave.

6.2.4 Procesos de control de calidad.

Para garantizar los procesos de control de calidad se establecerá a un encargo que supervise que los empleados estén cumpliendo con las políticas de control de calidad en todo momento.

El supervisor deberá facilitar reportes de cumplimiento o incumplimiento de las políticas de calidad al Gerente, con el fin de tomar las medidas respectivas que sean necesarias para salvaguardar el desarrollo del ave, para poder entregar al cliente un producto de calidad siempre.

6.2.5 Certificaciones y Licencias.

Debido que “Industrial Avícola S.A” es una empresa que recién va a entrar al mercado, no se obtendrá ningún certificado o licencia al inicio de sus actividades comerciales, pero se espera poder obtener la certificación ISO 9001 que refiere al control de calidad en los procesos luego del tercer año de estabilidad en el mercado escogido.

6.2.6 Presupuesto.

A continuación se detalla el presupuesto anual referente a la gestión de calidad de “Industrial Avícola S.A”:

CAPACITACIÓN AL PERSONAL	\$	300,00
TOTAL GASTOS CONTROL DE CALIDAD	\$	300,00

Tabla 19 Presupuesto Control de Calidad

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Ivette Flores Alava.

6.3 Gestión Ambiental.

6.3.1 Procesos de planeación ambiental.

Debido a la actividad comercial de la empresa, es imprescindible el uso constante del agua, así como de los equipos que se utilizarán para cada etapa de desarrollo, crecimiento y engorde del ave.

Pero “Industrial Avícola Flores S.A” creará campañas de concientización sobre el valor del agua a los empleados de la empresa, se crearán tanques elevados con el fin de llenar el tanque únicamente cuando sea necesario, ya que los bebederos tendrán un acceso directo al tanque para que el agua salga solo cuando estos estén totalmente vacíos, con esta estrategia se planea no solo ahorrar agua como un gasto para la empresa sino más bien, poder tener reconocimiento de otras empresas.

También se deberá tener paredes herméticamente selladas para que las plumas del ave no sean un problema ambiental, y no causen daños a los empleados que vivan en la empresa.

6.3.2 Beneficios de las acciones proactivas.

Los beneficios que “Industrial Avícola Flores S.A” podría tener al momento de proteger al medio ambiente son las siguientes:

- Reconocimiento como una empresa que protege al medio ambiente, pese a la actividad comercial que realiza.
- Uso eficiente de los recursos que tiene la empresa.
- Responsabilidad con la comunidad, y empleados que laboren en la empresa.

- Inculcar una cultura de protección ambiental dentro y fuera de la empresa.
- Mayor control en el proceso productivo, ya que habrá un mayor control en los recursos que se utilicen en cada etapa.

6.3.3 Políticas de protección ambiental.

Las políticas de protección ambiental que se espera sean utilizadas por “Industrial Avícola Flores S.A” son las siguientes:

- **Ahorro de recursos:** Los empleados deberán optimizar los recursos que se utilicen en cada etapa del proceso productivo del ave, deberán mantener un control adecuado de los tanques elevados para que este funcione solo cuando los bebederos estén completamente vacíos. Así mismo los empleados que laboren en oficina deberán ser responsables con el uso de los recursos que posean, ya sea con el uso del papel, tinta, toners, etc.
- **Compromiso Ambiental:** Todos los empleados deberán sujetarse a las políticas establecidas y acatarlas por completo, el supervisor deberá enviar reportes del cumplimiento o incumplimiento de las políticas por parte de los miembros de la empresa.
- **Plan de protección Ambiental:** Colocar contenedores para fomentar el reciclaje por parte de los miembros de la empresa.

6.3.4 Procesos de control de calidad.

Como cumplimiento de los procesos de control de calidad, se tendrá un supervisor encargado de enviar reportes a la Gerencia estipulando el cumplimiento o incumplimiento de estas normas por parte de los empleados de la empresa.

Los empleados deberán tener un control exhaustivo de los tanques elevados que se encuentren en los galpones, con el objetivo de verificar que este arroje agua a los bebederos solo cuando estos se encuentren vacíos.

6.3.5 Logística Verde.

Como normas de logística verde “Industrial Avícola Flores S.A” tendrá la optimización de los recursos tanto en la planta como en las oficinas, así mismo se exigirá tener el vehículo en buen estado para evitar contaminaciones por medio de las llantas o el humo que este pueda emanar.

También se pondrán contenedores en lugares estratégicos de la planta y las oficinas con el fin de promover el reciclaje por parte de los miembros de la empresa.

6.3.6 Certificaciones y Licencias.

Debido que “Industrial Avícola S.A” es una empresa que recién va a entrar al mercado, no se obtendrá ningún certificado o licencia al inicio de sus actividades comerciales, pero se espera poder obtener la certificación ISO

14001 que refiere a la gestión ambiental de la empresa en sus procesos luego del cuarto año de estabilidad en el mercado escogido.

6.3.7 Presupuesto.

A continuación se detalla el presupuesto anual referente a la gestión ambiental de “Industrial Avícola S.A”:

TANQUES ELEVADOS	\$ 3.000,00
SISTEMAS DE RIEGO PARA LOS TANQUES ELEVADOS	\$ 425,00
TOTAL GASTOS CONTROL DE CALIDAD	\$ 3.425,00

Tabla 20 Presupuesto Gestión Ambiental

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Ivette Flores Alava.

6.4 Gestión de Responsabilidad Social.

6.4.1 Procesos de planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social.

El proceso de responsabilidad social de “Industrial Avícola Flores S.A” deberá ser elaborado con el fin de encontrar actividades sociales que beneficien no solo a la empresa sino también a todos los empleados que laboren en ella.

Como primer paso se emplearán a personas que vivan cerca del sector donde se encontrará ubicada la empresa, se tratará de emplear a familias que tengan problemas económicos pero que posean ganas de superarse, ya que se necesitará que dos empleados mínimo trasladen su domicilio a la empresa,

estas viviendas que ocuparán los empleados con sus familias corre por cuenta de la empresa, como ayuda y motivación para los empleados.

6.4.2 Beneficios de las acciones proactivas.

Los beneficios que “Industrial Avícola S.A” podría tener al momento de mantener una responsabilidad social son las siguientes:

- Motivación por parte de los empleados a cumplir con su trabajo de manera adecuada, ya que de no ser así no solo estaría en la probabilidad de perder su trabajo sino también su vivienda.
- Mejor desempeño por parte de los empleados, ya que las motivaciones que puedan tener dependen únicamente de su esfuerzo y dedicación.
- Compromiso por parte de los miembros de la empresa.

6.4.3 Políticas de protección social.

Las políticas de responsabilidad social que se espera sean utilizadas por “Industrial Avícola Flores S.A” son las siguientes:

- **Política de participación social del territorio:** La empresa tendrá como meta emplear al 60% del personal que viva cerca de la empresa, con el fin de ayudar a las personas del sector.
- **Política Salarial:** Todos los empleados gozarán de incentivos que la empresa pueda darles como motivación y recompensa al trabajo realizado.

- **Política de vivienda:** Los empleados que estén encargados de manejar los galpones tendrán acceso a una vivienda digna en donde pueda vivir con su familia.
- **Política Escolar:** Se destinará un cupo mensual de dinero que servirá como ayuda al pago de colegiaturas de los hijos de los empleados que vivan en la empresa, como incentivo al trabajo que realicen.

6.4.4 Certificaciones y Licencias.

Debido que la empresa “Industrial Avícola S.A” es una empresa nueva en el mercado, no se planea obtener certificados o licencias referentes a la responsabilidad social.

6.4.5 Presupuesto.

A continuación se detalla el presupuesto anual referente a la gestión de responsabilidad social de “Industrial Avícola S.A”:

	MENSUALES	CANTIDAD	ANUAL
POLÍTICA ESCOLAR	\$ 200,00	4	\$ 2.400,00
POLÍTICA DE VIVIENDA	\$ 3.200,00	2	\$ 6.400,00
TOTAL GASTOS RESPONSABILIDAD SOCIAL.-	\$ 3.400,00	6	\$ 8.800,00

Tabla 21 Presupuesto de Responsabilidad Social

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Ivette Flores Alava.

Se estima un valor de \$100,00 mensuales por familia, dando un valor total anual de \$2, 400,00 con estos valores se espera poder cubrir el 100% de las colegiaturas de por lo menos dos niños por familia.

Las casas serán prefabricadas de material mixto, cada casa está
 avaluada en \$3,200.00.

6.5 Balanced Scorecard & Mapa Estratégico

A continuación se detalla el Balance Scorecard y el Mapa Estratégico de
 la empresa "Industrial Avícola Flores S.A".

<u>PERSPECTIVA</u>	<u>OBJETIVOS ESTRATÉGICOS</u>	<u>INDICADORES</u>	<u>INICIATIVAS</u>
FINANCIERA	1. Aumentar ingresos por medio de ventas 2. Aumentar el valor económico para los accionistas de la empresa.	1. Incremento anual en las ventas. 2. Margen neto de utilidad sobre el retorno para los accionistas.	Presupuesto de ventas y producción.
CLIENTES	1. Aumentar la satisfacción de los clientes actuales. 2. Reducir al mínimo las devoluciones de las aves. 3. Ser una empresa reconocida.	1. Cumplimiento de órdenes de despacho. 2. Porcentaje de devoluciones diarias. 3. Porcentaje de market share.	Control de peso del ave, rematar el ave cuyo peso sea menor a 4,9 libras.
PROCESOS	1. Reducir costos por galpón. 2. Realizar procesos de engorde de manera correcta.	1. Porcentaje de reducción de costos y gastos por galpón. 2. Control de calidad en las etapas del proceso productivo.	Establecer políticas de calidad, control de gastos innecesarios.
APRENDIZAJE Y CONOCIMIENTO	1. Contratar personal competente que se encuentren comprometidos con la empresa.	1. Porcentaje de índice de rotación del personal.	Beneficios de los empleados, contratación de personal capacitado.

Tabla 22 Balance Scorecard
Fuente: Investigación.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

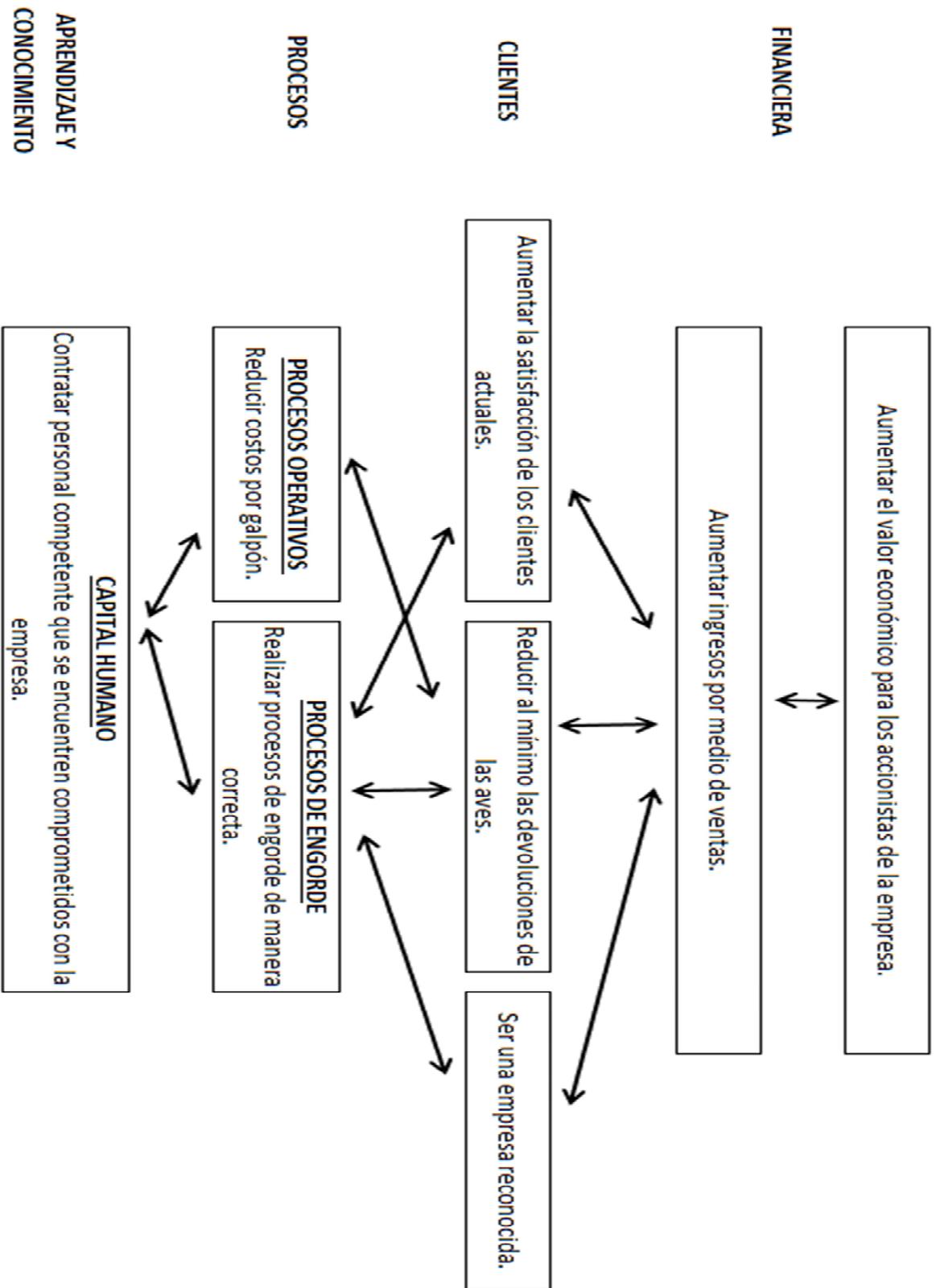


Ilustración 20 Mapa Estratégico
Fuente: Investigación.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

6.6 Otros temas relacionados al plan operativo (tales como Estudio de Exportación, Construcción para un hotel, etc.)

Ya que la actividad comercial de la empresa es la venta de aves en pie, y no faenadas o congeladas “Industrial Avícola Flores S.A” no exportará su producto, por tal motivo este punto no aplica.

CAPÍTULO 7

ESTUDIO ECONÓMICO, FINANCIERO Y TRIBUTARIO.

CAPÍTULO 7

7. ESTUDIO ECONÓMICO, FINANCIERO Y TRIBUTARIO.

7.1 Inversión Inicial.

La inversión Inicial que la empresa “Industrial Avícola S.A” necesitará para empezar sus actividades de producción para luego comercializar el ave es de \$775.387,80.

Total de Inversión Inicial	
Inversión en Activos Fijos	\$236.500,40
Inversión en Capital de Trabajo	\$318.737,40
Gastos de Constitución e Instalación	\$219.650,00
Gastos de Lanzamiento del Producto	\$ 500,00
TOTAL	\$775.387,80

Tabla 23 Inversión Inicial

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.1.1 Tipo de Inversión.

7.1.1.1 Fija.

Adicional a los equipos y muebles de oficina, los equipos y máquinas de producción, también se toman en cuenta la compra del balanceado cuyo precio incluye los diferentes tipos de balanceado que se necesitará durante las diferentes etapas de crecimiento y engorde de las aves broilers.

INVERSIÓN INICIAL						
INVERSIÓN FIJA						
Cantidad	DESCRIPCIÓN	Valor de Adquisición Individual	Valor de Adquisición Total	Vida Útil	Depreciación Anual %	Depreciación Anual
MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA						
4	ESCRITORIOS DE OFICINA	\$ 120,00	\$ 480,00	10	10%	\$ 48,00
4	ARCHIVADORES	\$ 60,00	\$ 240,00	10	10%	\$ 24,00
1	LAPTOP HP CORE I5	\$ 715,00	\$ 715,00	3	33%	\$ 238,33
1	TELEFONO INALAMBRICO	\$ 30,00	\$ 30,00	3	33%	\$ 10,00
1	ROUTER	\$ 50,00	\$ 50,00	3	33%	\$ 16,67
2	AIRE ACONDICIONADO SPLIT	\$ 1.200,00	\$ 2.400,00	3	33%	\$ 800,00
2	IMPRESORAS EPSON TINTA CONTINUA	\$ 445,00	\$ 890,00	3	33%	\$ 296,67
4	SILLAS GIRATORIAS EJECUTIVAS	\$ 76,00	\$ 304,00	10	10%	\$ 30,40
1	MESA DE REUNIONES	\$ 130,00	\$ 130,00	10	10%	\$ 13,00
6	SILLAS PARA MESA DE REUNIONES	\$ 40,00	\$ 240,00	10	10%	\$ 24,00
1	DISPENSADORES DE AGUA	\$ 170,00	\$ 170,00	10	10%	\$ 17,00
3	COMPUTADORES DE ESCRITORIO	\$ 350,00	\$ 1.050,00	10	10%	\$ 105,00
1	PIZARRA ACRÍLICA	\$ 35,00	\$ 35,00	10	10%	\$ 3,50
2	SILLAS DE ESPERA FILAS X3	\$ 250,00	\$ 500,00	10	10%	\$ 50,00
1	CAFETERA	\$ 45,00	\$ 45,00	10	10%	\$ 4,50
1	COPIADORA	\$ 400,00	\$ 400,00	10	10%	\$ 40,00
1	TERRENO	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	0	0%	\$ -
1	CAMIÓN	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	3	33%	\$ 26.666,67
TOTAL DE MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA			\$ 137.679,00			\$ 28.387,73

EQUIPO DE PRODUCCIÓN						
628	BEBEDEROS AVES BROILERS	\$ 19,80	\$ 12.434,40	3	10%	\$ 4.144,80
628	BEBEDEROS AVES EN PIE	\$ 10,50	\$ 6.594,00	3	10%	\$ 2.198,00
628	COMEDEROS AVES EN PIE	\$ 6,00	\$ 3.768,00	3	10%	\$ 1.256,00
1	VENTILADOR INDUSTRIAL	\$ 48.000,00	\$ 48.000,00	10	10%	\$ 4.800,00
1	SISTEMA DE CALEFACCIÓN	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	10	10%	\$ 900,00
1	JUEGO DE BALANZAS INDUSTRIALES	\$ 6.900,00	\$ 6.900,00	10	10%	\$ 690,00
300	GAVETAS PARA AVES EN PIE	\$ 29,00	\$ 8.700,00	10	10%	\$ 870,00
30	TANQUES ELEVADOS	\$ 100,00	\$ 3.000,00	10	10%	\$ 300,00
1	SISTEMA DE RIEGO PARATANQUES ELEVADOS	\$ 425,00	\$ 425,00	10	10%	\$ 42,50
TOTAL DE EQUIPO DE PRODUCCIÓN			\$ 98.821,40			\$ 15.201,30
TOTAL DE INVERSIÓN FIJA			\$ 236.500,40			\$ 43.589,03

Tabla 24 Inversión Fija
Fuente: Investigación.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.1.1.2 Diferida.

Industrial Avícola Flores S.A tomo en cuenta dentro de su inversión diferida los permisos básicos de funcionamiento, además de la constitución de la compañía y los gastos en los que se incurrirá al momento de empezar con la obra de los galpones, ese valor incluyen materiales y mano de obra, incluyendo el dinero destinado para las capacitaciones de los empleados y las políticas que se crearon anteriormente.

INVERSIÓN DIFERIDA			
Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Total
OBRA E INSTALACIÓN	\$ 209.000,00	1	\$ 209.000,00
CONSTITUCION DE COMPAÑÍA	\$ 1.100,00	1	\$ 1.100,00
PERMISOS MUNICIPALES Y BOMBEROS	\$ 450,00	1	\$ 450,00
CAPACITACIÓN AL PERSONAL	\$ 300,00	1	\$ 300,00
POLÍTICA ESCOLAR	\$ 200,00	12	\$ 2.400,00
POLÍTICA DE VIVIENDA	\$ 3.200,00	2	\$ 6.400,00
TOTAL GASTOS DIFERIDOS			\$ 219.650,00

Tabla 25 Inversión Diferida
Fuente: Investigación.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.1.1.3 Corriente.

La inversión corriente de la empresa Industrial Avícola S.A ha utilizado dos meses en los costos fijos y variables debido a la naturaleza del negocio, ya que se estima un proceso de crecimiento y engorde del ave naturalmente de aproximadamente 4 semanas, contando con las ventas de los dos primeros galpones.

Meses a empezar (antes de producir o vender)		Inversión en Capital de Trabajo	
2	Valor Mensual Costos Fijos	\$ 56.827,58	\$113.655,15
2	Valor Mensual Costos Variables	\$ 102.541,13	\$205.082,25
CAPITAL DE TRABAJO TOTAL			\$318.737,40

Tabla 26 Inversión Corriente
Fuente: Investigación.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.1.2 Financiamiento de la Inversión.

7.1.2.1 Fuentes de Financiamiento.

El monto de la inversión requerida se financiará de la siguiente manera:

- 25% del aporte de los accionistas de la empresa.
- 75% mediante un crédito productivo de PYMES de la Corporación Financiera Nacional, cuya tasa semestral es del 5,395%.

Financiamiento de la Inversión Inicial:		\$ 775.387,80
Recursos Propios	25%	\$ 193.846,95
Proyectos nuevos CFN	75%	\$ 581.540,85
	100%	

Tabla 27 Fuentes de Financiamiento
Fuente: Investigación.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.1.2.2 Tabla de Amortización.

La amortización de la deuda se realizó a 5 años plazo con una tasa de interés semestral del 5,395%.

Dado que la actividad del negocio tiene ingresos superiores a los montos que se deben pagar mensualmente, se decidió hacerlo a 5 años, ya que se está tomando en cuenta la ciclicidad del producto, y existirán meses en donde se pueda cubrir el monto total de la deuda, pero de la misma manera existirán meses en donde la empresa tendrá ganancias bajas y completar esa cantidad de dinero será un poco complicado.

CAPITAL (CFN)	\$ 581.540,85
TASA DE INTERÉS CFN	5,40%
NÚMERO DE PAGOS	10
FECHA DE INICIO	6-feb-17
INTERESES DEL PRÉSTAMO	\$ 118.750,27

Año	Pago	Saldo de Capital	Amortización	Interés	Dividendos
0	0	\$ 581.540,85	-	-	-
1	1	\$ 523.386,77	\$ 58.154,09	\$ 31.374,13	\$ 89.528,21
	2	\$ 465.232,68	\$ 58.154,09	\$ 28.236,72	\$ 86.390,80
2	3	\$ 407.078,60	\$ 58.154,09	\$ 25.099,30	\$ 83.253,39
	4	\$ 348.924,51	\$ 58.154,09	\$ 21.961,89	\$ 80.115,98
3	5	\$ 290.770,43	\$ 58.154,09	\$ 18.824,48	\$ 76.978,56
	6	\$ 232.616,34	\$ 58.154,09	\$ 15.687,06	\$ 73.841,15
4	7	\$ 174.462,26	\$ 58.154,09	\$ 12.549,65	\$ 70.703,74
	8	\$ 116.308,17	\$ 58.154,09	\$ 9.412,24	\$ 67.566,32
5	9	\$ 58.154,08	\$ 58.154,09	\$ 6.274,83	\$ 64.428,91
	10	\$ 0,00	\$ 58.154,09	\$ 3.137,41	\$ 61.291,50
TOTAL			\$ 581.540,85	\$ 172.557,71	\$ 754.098,56

Tabla 28 Tabla de Amortización de la Deuda.

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.1.3 Cronograma de Inversiones.

A continuación se detallarán los pagos anuales que la empresa Industrial Avícola Flores S.A deberá realizar por concepto del pago de la deuda incluyendo los intereses que esta genera.

Pago de la Deuda Anual					
Años	2017	2018	2019	2020	2021
Amortización	\$ 116.308,17	\$ 116.308,17	\$ 116.308,17	\$ 116.308,17	\$ 116.308,17
Pago por Intereses	\$ 59.610,84	\$ 47.061,19	\$ 34.511,54	\$ 21.961,89	\$ 9.412,24
Pago de Deuda	\$ 175.919,01	\$ 163.369,36	\$ 150.819,71	\$ 138.270,06	\$ 125.720,41

Tabla 29 Pago Anual de la Deuda.
Fuente: Investigación.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.2 Análisis de Costos.

7.2.1 Costos Fijos.

Es de vital importancia para la empresa Industrial Avícola Flores S.A tomar en cuenta los siguientes supuestos referentes a los costos fijos.

- **INCREMENTO DE COSTOS FIJOS.**
 - El mantenimiento de las maquinarias se la realizará cada 30 semanas es decir cuando termine la quinta producción por galpón, es recomendado que se realicen las revisiones mínimo una vez al año, es por esto que los mantenimientos se harán dos veces al año, se realiza esto con el fin de evitar cualquier anomalía que pueda afectar directamente al crecimiento del ave.

- El tamaño que se encuentran en los galpones se cambiará al finalizar cada producción.
- Se considera un incremento del sueldo básico unificado del 5,47% anual.
- Se tomó en cuenta un aumento del 3,38% en la tasa de inflación.

COSTOS FIJOS	MENSUAL	TOTAL MENSUAL	PRIMER AÑO	SEGUNDO AÑO	TERCER AÑO	CUARTO AÑO	QUINTO AÑO
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 4.608,08	\$ 4.608,08	\$ 55.296,90	\$ 61.944,21	\$ 65.212,43	\$ 68.659,43	\$ 72.294,98
MANTENIMIENTO (TRIMESTRAL)		\$ 550,00	\$ 2.200,00	\$ 2.274,36	\$ 2.351,23	\$ 2.430,71	\$ 2.512,86
EQUIPOS	\$ 400,00						
TANQUES ELEVADOS	\$ 150,00						
SERVICIOS BÁSICOS		\$ 886,00	\$ 10.632,00	\$ 10.991,36	\$ 11.362,87	\$ 11.746,93	\$ 12.143,98
ENERGÍA	\$ 500,00						
AGUA	\$ 200,00						
TELEFONO	\$ 130,00						
INTERNET	\$ 56,00						
SUMINISTROS DE OFICINA		\$ 420,00	\$ 5.040,00	\$ 5.210,35	\$ 5.386,46	\$ 5.568,52	\$ 5.756,74
PAPELERIA	\$ 120,00						
SELLOS DE SEGURIDAD (CAMIONES)	\$ 300,00						
SUMINISTROS DE PLANTA		\$ 867,50	\$ 867,50	\$ 896,82	\$ 927,13	\$ 958,47	\$ 990,87
BOTAS	\$ 120,00						
GUANTES	\$ 40,00						
MASCARILLAS	\$ 67,50						
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	\$ 480,00						
SUMINISTROS DE ASEO PERSONAL	\$ 160,00						
GASTOS DE VENTAS		\$ 49.496,00	\$ 49.496,00	\$ 51.168,96	\$ 52.898,48	\$ 54.686,44	\$ 56.534,85
DIESEL	\$ 210,00						
BALANCEADO	\$ 49.286,00						
TOTAL MENSUAL		\$ 56.827,58	\$ 123.532,40	\$ 132.486,07	\$ 138.138,61	\$ 144.050,51	\$ 150.234,28

Tabla 30 Costos Fijos
Fuente: Investigación.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.2.2 Costos Variables.

7.2.2.1 Costos de Producción.

A continuación se detallan los costos de producción que la empresa Industrial Avícola Flores S.A necesitará para empezar sus actividades comerciales:

TALENTO HUMANO	\$ 4.600,00	SERVICIOS BÁSICOS	\$ 6.800,00
AVES BROILERS	\$ 46.200,00	BALANCEADO	\$ 49.286,60
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 50.800,00	TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 56.086,60

COSTOS FIJOS POR CORRIDA	\$ 50.800,00
COSTOS VARIABLES POR CORRIDA	\$ 56.086,60
COSTOS TOTALES POR CORRIDA	\$ 106.886,60

COSTOS FIJOS UNITARIOS	\$ 0,36
COSTOS VARIABLES UNITARIOS	\$ 0,40
COSTO TOTAL UNITARIO	\$ 0,76

Tabla 31 Costos de Producción.
Fuente: Investigación.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.3 Capital de Trabajo.

7.3.1 Costos de Operación.

Los costos operativos que la empresa Industrial Avícola Flores S.A tomará en cuenta son los siguientes:

COSTOS DE OPERACIÓN		
CARGO	SUELDO MENSUAL	TOTAL ANUAL
JEFE DE PRODUCCIÓN Y PLANTA	\$ 550,00	\$ 6.600,00
JEFE DE LOGÍSTICA Y DESPACHO	\$ 550,00	\$ 6.600,00
OFICIAL DE PLANTA	\$ 450,00	\$ 5.400,00
DESPACHADOR	\$ 450,00	\$ 5.400,00
		\$ 24.000,00

Tabla 32 Costos de Operación.
Fuente: Investigación.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.3.2 Costos Administrativos.

El costo Administrativo que se tomó en cuenta es el sueldo de la Gerencia.

ROL DE PAGOS ADMINISTRATIVO		
CARGO	SUELDO MENSUAL	TOTAL ANUAL
GERENTE GENERAL	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00

Tabla 33 Costos Administrativos
Fuente: Investigación.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.3.3 Costos de Venta.

El jefe de ventas, y la publicidad son los únicos costos de ventas que la empresa Industrial Avícola S.A deberá incurrir al momento de iniciar sus actividades comerciales.

Costo de Ventas.		
CARGO	SUELDO MENSUAL	TOTAL ANUAL
JEFE DE VENTAS	\$ 550,00	\$ 6.600,00

Tabla 34 Costos de Ventas.
Fuente: Investigación.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

GASTOS DE LANZAMIENTO DEL PRODUCTO			
Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Total
LETREROS GALPÓN	\$ 500,00	1	\$ 500,00
TOTAL GASTO DE LANZAMIENTO			\$ 500,00

Tabla 35 Costos de Ventas Publicidad.

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.3.4 Costos Financieros.

Los costos financieros que la empresa Industrial Avícola Flores S.A tomará en cuenta en este punto es el pago de la deuda adquirida junto con los intereses por pagar.

Pago de la Deuda Anual					
Años	2017	2018	2019	2020	2021
Amortización	\$ 116.308,17	\$ 116.308,17	\$ 116.308,17	\$ 116.308,17	\$ 116.308,17
Pago por Intereses	\$ 59.610,84	\$ 47.061,19	\$ 34.511,54	\$ 21.961,89	\$ 9.412,24
Pago de Deuda	\$ 175.919,01	\$ 163.369,36	\$ 150.819,71	\$ 138.270,06	\$ 125.720,41

Tabla 36 Costos Financieros

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.4 Análisis de Variables Críticas.

7.4.1 Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.

Ya que la empresa realizará ventas directas las determinaciones de los precios incluyendo Mark up y márgenes de ganancias serán exclusivamente en beneficio a la empresa.

PRECIO DE VENTA POR LIBRA PROYECTADO EN 5 AÑOS					
Precios / Años	AÑO #1	AÑO #2	AÑO #3	AÑO #4	AÑO #5
PRECIO POR LIBRA	\$ 0,96	\$ 0,99	\$ 1,02	\$ 1,06	\$ 1,09

Tabla 37 Análisis de Variables Críticas

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.4.2 Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas.

Se toma como precio \$0,76 por libra del ave, con un incremento anual del 3,38% debido a la inflación.

Se debe tener en cuenta que el precio varía dependiendo de los ciclos del ave, existirán escenarios en donde el ave supere el valor del costo, así como escenarios en donde el precio de venta al cliente esté por debajo del costo.

PROYECCIÓN DE COSTOS UNITARIOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRECIO POR LIBRA	\$ 0,76	\$ 0,78	\$ 0,81	\$ 0,83	\$ 0,86

Tabla 38 Proyección de Costos Unitarios.

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Ivette Flores Alava.

Se espera abastecer el 45% del mercado seleccionado, esperando crecer un 5% en el segundo año, y un 10% en el tercer año y un 5% en los años consecutivos.

Para poder lograr este objetivo sería necesario ampliar la cantidad de producción luego del 4to año de venta del ave en el mercado.

UNIDADES PROYECTADAS A VENDER EN 5 AÑOS					
Incremento en ventas proyectado	0%	5%	10%	5%	5%
	2016	2017	2018	2019	2020
AVES EN PIE	1.239.840	1.301.832	1.432.015	1.503.616	1.578.797
VENTAS TOTALES EN UNIDADES	1.239.840	1.301.832	1.432.015	1.503.616	1.578.797

Tabla 39 Unidades Proyectadas en 5 Años.

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Ivette Flores Alava.

VENTAS DEL PRODUCTO PROYECTADAS EN 5 AÑOS					
UNIDADES X PRECIOS	AÑO #1	AÑO #2	AÑO #3	AÑO #4	AÑO #5
AVES EN PIE TOTAL	\$6.361.043,40	\$6.904.849,00	\$ 7.852.056,19	\$8.523.328,47	\$9.251.987,82
VENTAS TOTALES	\$6.361.043,40	\$6.904.849,00	\$ 7.852.056,19	\$8.523.328,47	\$9.251.987,82

Tabla 40 Ventas Proyectadas en 5 Años.

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.4.3 Determinación del Punto Óptimo de Producción por medio de análisis marginales.

Industrial Avícola Flores S.A cuenta con una capacidad de producción de 35,000 aves por galpón, como la empresa contará con 4 galpones la capacidad máxima de producción será de 140,000 aves cada 7 semanas.

Se toman 6 semanas de producción del ave y 1 semana de mantenimiento de los galpones para recibir a la nueva cantidad de aves broilers.

Es decir que la empresa tendría una capacidad máxima de venta mensual de 140,000 aves, y de 1, 680,000 anuales.

Se toma en cuenta también un 3% de probabilidad de muerte de aves por galpón.

	DEMANDA	ANUALES	MENSUALES	SEMANALES
AÑO #1	45%	1.239.840,00	103.320,00	25.830,00
AÑO #2	50%	1.377.600,00	114.800,00	28.700,00
AÑO #3	60%	1.653.120,00	137.760,00	34.440,00
AÑO #4	65%	1.790.880,00	149.240,00	37.310,00
AÑO #5	70%	1.928.640,00	160.720,00	40.180,00

Tabla 41 Punto Óptimo de Producción.

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.4.4 Análisis de Punto de Equilibrio.

La empresa necesitará vender 617,662 aves anuales para poder alcanzar su punto de equilibrio, dado que Industrial Avícola Flores S.A espera empezar vendiendo su producto al 45% de mercado del sur de la Isla Trinitaria, siendo este un total aproximado de 1,239.840 se cubre el punto de equilibrio.

PUNTO DE EQUILIBRIO	
Precio de Venta	\$ 0,86
Costo Unitario	\$ 0,76
Gastos Fijos	\$ 123.532,40
Punto de Equilibrio (Q)	\$ 1.235.324,00
Punto de Equilibrio (\$)	\$ 1.056.312,32

Tabla 42 Datos para el Punto de Equilibrio.

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Ivette Flores Alava.

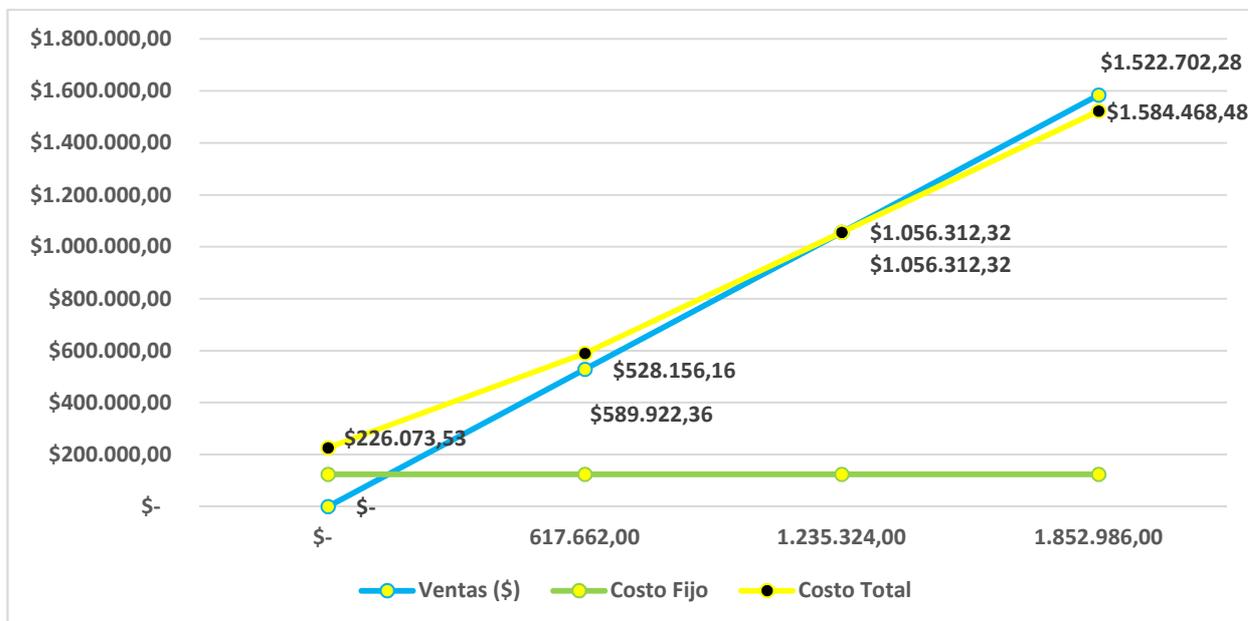


Gráfico 9 Punto de Equilibrio.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.5 Entorno Fiscal de la Empresa.

7.5.1 Planificación Tributaria.

7.5.1.1 Generalidades (Disposiciones normativas).

La empresa Industrial Avícola Flores S.A deberá contar con asesoría legal para mantenerse lo más apegado a lo que la ley dispone en sus reglamentos tributarios, ya que la mayoría de los clientes del sector, son informales y no tienen RUC ni RISE, esto causa que no se pueda facturar a todos los clientes.

7.5.1.2 Minimización de la carga fiscal.

Se buscará minimizar la carga fiscal, mediante la depreciación de todos los activos, la amortización de los activos diferidos, incluyendo todos los gastos que tenga la empresa.

7.5.1.3 Impuesto a la Renta.

La tarifa impuesta por el Gobierno local es del 22%, a continuación se detallarán los pagos de impuesto a la Renta aproximados que la empresa Industrial Avícola Flores S.A realizará:

% de Impuesto a la Renta	22%	22%	22%	22%	22%
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<u>Impuesto a la Renta</u>	\$ 105.740,88	\$ 118.613,21	\$ 140.935,25	\$ 157.185,09	\$ 174.650,20

Tabla 43 Impuesto a la Renta.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.5.1.4 Impuesto al Valor Agregado.

Debido a la naturaleza del negocio, la empresa Industrial Avícola Flores S.A no está en la obligación tributaria de cobrar el 12% del Impuesto al Valor Agregado (IVA).

7.5.1.5 Impuestos a los Consumos Especiales.

Debido a la naturaleza del negocio, la empresa Industrial Avícola Flores S.A no está en la obligación tributaria de cobrar ningún porcentaje que tenga que ver con el Impuesto a Consumos Especiales (ICE).

7.5.1.6 Impuestos, Tasas y Contribuciones Municipales.

La empresa Industrial Avícola Flores S.A invertirá en los permisos básicos de funcionamiento, para poder empezar con las actividades comerciales de la misma.

Ya que el galpón se encontrará en una zona alejada de la población los permisos de funcionamiento son más económicos.

Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Total
PERMISOS MUNICIPALES Y BOMBEROS	\$ 450,00	1	\$ 450,00

Tabla 44 Impuestos, Tasas y Contribuciones Municipales.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.5.1.7 Impuestos al Comercio Exterior.

El producto está dirigido para la venta nacional, la empresa no tiene aspiraciones internacionales aún, por lo tanto este punto no aplica.

7.5.1.8 Impuestos a la Salida de Divisas.

El producto está dirigido para la venta nacional, la empresa no tiene aspiraciones internacionales aún, por lo tanto este punto no aplica.

7.5.1.9 Impuestos a los Vehículos Motorizados.

Debido a la actividad comercial de la empresa, este punto no aplica a la presente propuesta.

7.5.1.10 Impuestos a las Tierras Rurales (aplica solo proyectos rurales).

Ya que la empresa Industrial Avícola Flores S.A estará ubicada dentro del perímetro urbano, este punto no aplica.

7.6 Estados Financieros proyectados.

7.6.1 Balance General Inicial.

A continuación se detallarán todos los activos y pasivos que la empresa Industrial Avícola Flores S.A utilizará para iniciar sus actividades comerciales.

Balance Inicial			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS CORRIENTE	
Caja	\$ 318.737,40	Ctas por Pagar	\$ -
Cuentas por cobrar	\$ -	Impuestos por Pagar	\$ -
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 318.737,40	TOTAL PASIVOS CORRIENTES	\$ -
ACTIVOS FIJOS		PASIVO CIRCULANTE	
Muebles, equipos de oficina y producción	\$ 236.500,40	Deuda LP	\$ 581.540,85
(-) Depreciación		TOTAL PASIVOS CIRCULANTE	\$ 581.540,85
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 236.500,40	TOTAL PASIVOS	\$ 581.540,85
ACTIVOS DIFERIDOS		PATRIMONIO	
Gastos preoperacionales	\$ 219.650,00	Capital Social	\$ 193.846,95
Lanzamiento del producto (Página web)	\$ 500,00	Utilidad del Ejercicio	\$ -
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 220.150,00	Utilidades Retenidas	\$ -
		TOTAL PATRIMONIO	\$ 193.846,95
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 775.387,80	PASIVO MAS PATRIMONIO	\$ 775.387,80

Tabla 45 Balance General Inicial.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.6.2 Estado de Pérdidas y Ganancias.

A continuación se detallarán todos los ingresos, costos y gastos que la empresa Industrial Avícola Flores S.A tendrá en una proyección realizada a 5 años:

% de Repartición Utilidades a Trabajadores % de Impuesto a la Renta		15%	15%	15%	15%	15%
		22%	22%	22%	22%	22%
		AÑO #1	AÑO #2	AÑO #3	AÑO #4	AÑO #5
Precio de Venta Unitario		\$ 0,86	\$ 0,88	\$ 0,91	\$ 0,94	\$ 0,98
Unidades Vendidas		1.239.840	1.301.832	1.432.015	1.503.616	1.578.797
(=) Total Ventas		\$ 6.361.043,40	\$ 6.904.849,00	\$ 7.852.056,19	\$ 8.523.328,47	\$ 9.251.987,82
Costo de Venta por unidad		\$ 0,76	\$ 0,78	\$ 0,81	\$ 0,83	\$ 0,86
Costo de Venta		\$ 5.617.139,40	\$ 6.097.348,65	\$ 6.933.782,93	\$ 7.526.552,04	\$ 8.169.996,97
Utilidad Bruta		\$ 743.904,00	\$ 807.500,35	\$ 918.273,25	\$ 996.776,43	\$ 1.081.990,85
Costo mano de obra directa	100%	\$ 14.194,20	\$ 15.879,43	\$ 16.708,00	\$ 17.581,88	\$ 18.503,57
Total de utilidad Bruta en venta		\$ 729.709,80	\$ 791.620,92	\$ 901.565,25	\$ 979.194,55	\$ 1.063.487,28
(-) Gastos Sueldos y Salarios	100%	\$ 41.102,70	\$ 46.064,77	\$ 48.504,44	\$ 51.077,55	\$ 53.791,41
(-) Gastos Servicios Básicos	100%	\$ 10.632,00	\$ 10.991,36	\$ 11.362,87	\$ 11.746,93	\$ 12.143,98
(-) Gastos administrativos	100%	\$ 8.107,50	\$ 8.381,53	\$ 8.664,83	\$ 8.957,70	\$ 9.260,47
(-) Suministros de planta	100%	\$ 867,50	\$ 896,82	\$ 927,13	\$ 958,47	\$ 990,87
(-) Gastos de Amortización	100%	\$ 43.930,00	\$ 43.930,00	\$ 43.930,00	\$ 43.930,00	\$ 43.930,00
(-) Gastos de Depreciación	100%	\$ 43.589,03	\$ 43.589,03	\$ 43.589,03	\$ 7.961,90	\$ 7.961,90
Total Gastos		\$ 104.639,70	\$ 110.264,49	\$ 113.389,27	\$ 116.670,65	\$ 120.116,73
(=) Utilidad Operativa		\$ 625.070,10	\$ 681.356,43	\$ 788.175,98	\$ 862.523,89	\$ 943.370,55
(-) Gastos Financieros (INTERESES DE LA DEUDA)	100%	\$ 59.610,84	\$ 47.061,19	\$ 34.511,54	\$ 21.961,89	\$ 9.412,24
(=) Utilidad Neta (Utilidad antes de Imptos)		\$ 565.459,26	\$ 634.295,24	\$ 753.664,44	\$ 840.562,00	\$ 933.958,31
(-) Repartición Trabajadores		\$ 84.818,89	\$ 95.144,29	\$ 113.049,67	\$ 126.084,30	\$ 140.093,75
(-) Impto a la Renta		\$ 105.740,88	\$ 118.613,21	\$ 140.935,25	\$ 157.185,09	\$ 174.650,20
(=) Utilidad Disponible		\$ 374.899,49	\$ 420.537,74	\$ 499.679,53	\$ 557.292,61	\$ 619.214,36

Tabla 46 Estado de Resultados.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.6.2.1 Flujo de Caja Proyectado.

Flujo de Efectivo						
	AÑO #0	AÑO #1	AÑO #2	AÑO #3	AÑO #4	AÑO #5
Utilidad antes Imptos Renta		\$ 565.459,26	\$ 634.295,24	\$ 753.664,44	\$ 840.562,00	\$ 933.958,31
(+) Gastos de Depreciación		\$ 43.589,03	\$ 43.589,03	\$ 43.589,03	\$ 7.961,90	\$ 7.961,90
(+) Gastos de amortización		\$ 43.930,00	\$ 43.930,00	\$ 43.930,00	\$ 43.930,00	\$ 43.930,00
(-) Inversiones en Activos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Amortizaciones de Deuda		\$ 116.308,17	\$ 116.308,17	\$ 116.308,17	\$ 116.308,17	\$ 116.308,17
(-) Pagos de Impuestos		\$ -	\$ 190.559,77	\$ 213.757,49	\$ 253.984,92	\$ 283.269,39
Variación CxC		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Capital de Trabajo		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 318.737,40
Flujo Neto	\$ (775.387,80)	\$ 536.670,12	\$ 414.946,33	\$ 511.117,81	\$ 522.160,82	\$ 905.010,04
Pay Back del flujo		\$ (238.717,68)	\$ 176.228,65	\$ 687.346,46	\$ 1.209.507,28	\$ 2.114.517,32

Tabla 47 Flujo de Caja Proyectado.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.6.2.1.1 Indicadores de Rentabilidad y Costo de Capital.

7.6.2.1.1.1 TMAR

A continuación se detallará el cálculo de la TMAR:

CAPM $K_e = R_f + B(R_m - R_f) + R_c$	
RF	1,36%
B	1,25
RC	0,81%
RM	12,32%
Tasa del Accionista	15,87%

Tabla 48 CAPM
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

CPPC COSTO PROMEDIO PONDERADO		
Capital Propio	CP	25%
Deuda a Terceros	D	75%
Costo de Oportunidad del proyecto	COP	15,87%
Tasa de interés	i	10,78%
Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento del PROYECTO	TMAR	12,05%

Tabla 49 Costo Promedio Ponderado.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.6.2.1.1.2 VAN

La empresa Industrial Avícola Flores S.A tiene un VAN positivo de \$1.240.878.72 lo que indica que propuesta es viable y los inversionistas tendrán ganancias adicionales al monto de inversión.

7.6.2.1.1.3 TIR

La tasa interna de retorno que la empresa Industrial Avícola Flores S.A tiene es del 61,17%, porcentaje que es mayor a la TMAR cuyo valor es del 12,05%, con estas cifras se puede concluir que la propuesta es viable y rentable ante los ojos de los inversionistas.

7.6.2.1.1.4 PAYBACK

Esta propuesta tendrá un PAYBACK de 18 meses, es decir que en menos del primer año se podrá recuperar la inversión realizada, esto es gracias al volumen de ventas que la empresa tendrá.

TMAR	12,05%
Inversión Inicial	\$ (775.387,80)

PAYBACK	18	MESES			
MESES	0	\$ -775.387,80			
1	1	\$ 44.722,51	\$ 44.722,51	\$ -775.387,80	\$ (730.665,29)
2	2	\$ 44.722,51	\$ 89.445,02	\$ -775.387,80	\$ (685.942,78)
3	3	\$ 44.722,51	\$ 134.167,53	\$ -775.387,80	\$ (641.220,27)
4	4	\$ 44.722,51	\$ 178.890,04	\$ -775.387,80	\$ (596.497,76)
5	5	\$ 44.722,51	\$ 223.612,55	\$ -775.387,80	\$ (551.775,25)
6	6	\$ 44.722,51	\$ 268.335,06	\$ -775.387,80	\$ (507.052,74)
7	7	\$ 44.722,51	\$ 313.057,57	\$ -775.387,80	\$ (462.330,23)
8	8	\$ 44.722,51	\$ 357.780,08	\$ -775.387,80	\$ (417.607,72)
9	9	\$ 44.722,51	\$ 402.502,59	\$ -775.387,80	\$ (372.885,21)
10	10	\$ 44.722,51	\$ 447.225,10	\$ -775.387,80	\$ (328.162,70)
11	11	\$ 44.722,51	\$ 491.947,61	\$ -775.387,80	\$ (283.440,19)
12	12	\$ 44.722,51	\$ 536.670,12	\$ -775.387,80	\$ (238.717,68)
13	1	\$ 44.722,51	\$ 581.392,63	\$ -775.387,80	\$ (193.995,17)
14	2	\$ 44.722,51	\$ 626.115,14	\$ -775.387,80	\$ (149.272,66)
15	3	\$ 44.722,51	\$ 670.837,65	\$ -775.387,80	\$ (104.550,15)
16	4	\$ 44.722,51	\$ 715.560,16	\$ -775.387,80	\$ (59.827,64)
17	5	\$ 44.722,51	\$ 760.282,67	\$ -775.387,80	\$ (15.105,13)
18	6	\$ 44.722,51	\$ 805.005,18	\$ -775.387,80	\$ 29.617,38
19	7	\$ 44.722,51	\$ 849.727,69	\$ -775.387,80	\$ 74.339,89
20	8	\$ 44.722,51	\$ 894.450,20	\$ -775.387,80	\$ 119.062,40

21	9	\$ 44.722,51	\$ 939.172,71	\$ -775.387,80	\$ 163.784,91
22	10	\$ 44.722,51	\$ 983.895,22	\$ -775.387,80	\$ 208.507,42
23	11	\$ 44.722,51	\$ 1.028.617,73	\$ -775.387,80	\$ 253.229,93
24	12	\$ 44.722,51	\$ 1.073.340,24	\$ -775.387,80	\$ 297.952,44

Tabla 50 PAYBACK
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.7 Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples.

7.7.1 Productividad.

El análisis de productividad plantea dos escenarios, uno positivo con un aumento en las ventas del 25% y uno negativo con una disminución en las ventas del 40%.

Tomamos en cuenta estos valores ya que se espera aumentar las ventas en un 25% en el siguiente año, y tomando en cuenta cualquier tipo de riesgos que se tengan durante las etapas de crecimiento del ave, tomamos una disminución en las ventas de un 40%.

Resumen de escenario		
	Positivo	Negativo
Tasa de Interés	25%	-40%
VAN	\$ 1.067.004,66	\$ 582.002,54
TIR	60,77%	29,17%

Tabla 51 Análisis de Productividad.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.7.2 Precio Mercado Local.

Para el análisis del precio del mercado local se han tomado dos escenarios, uno positivo con un aumento del 55% en el precio y uno negativo con una disminución del precio en un 20%.

Se han tomado estos valores ya que según los precios históricos la libra del ave en pie ha llegado a un precio mínimo de \$0,57, y su precio máximo de venta al público ha sido de \$1,10 la libra.

Resumen de escenario		
	Positivo	Negativo
Tasa de Interés	55%	-20%
VAN	\$ 660.220,34	\$ 340.758,88
TIR	45,49%	23,48%

Tabla 52 Precio del Mercado Local
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.7.3 Precio Mercado Externo.

Debido a que la empresa Industrial Avícola Flores S.A venderá su producto solo en el sector sur de la Isla Trinitaria, y no en mercados externos este punto no aplica para esta propuesta.

7.7.4 Costo de Materia Prima.

Para el análisis del costo de la materia prima se han tomado dos escenarios uno positivo con una disminución de los costos en un 10% y uno negativo con un aumento de los costos en un 10%.

Resumen de escenario		
	Negativo	Positivo
Tasa de Interés	10%	-10%
VAN	\$ 468.543,46	\$ 383.353,74
TIR	32,28%	26,41%

Tabla 53 Costo de la Materia Prima
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.7.5 Costo de Materiales Indirectos.

Industrial Avícola Flores S.A no tiene costos de materiales indirectos de producción por lo tanto este punto no aplica para esta propuesta.

7.7.6 Costo de Suministros y Servicios.

Para el análisis de los costos de suministros y servicios se han tomado dos escenarios, uno positivo con una disminución del 10% en el valor total y uno negativo con un aumento del precio en un 10%.

Resumen de escenario		
	Negativo	Positivo
Tasa de Interés	10%	-10%
VAN	\$ 430.208,09	\$ 421.689,12
TIR	29,64%	29,05%

Tabla 54 Costo de Suministros y Servicios.

Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.7.7 Costo de Mano de Obra Directa.

Tomando en cuenta variaciones del 10% en un escenario positivo y un 10% en un escenario negativo, se puede concluir que no existen variaciones considerables en los costos de mano de obra directa.

7.7.8 Costo de Mano de Obra Indirecta.

Tomando en cuenta variaciones del 10% en un escenario positivo y un 10% en un escenario negativo, se puede concluir que no existen variaciones considerables en los costos de mano de obra indirecta.

7.7.9 Gastos Administrativos.

Para el análisis de los gastos administrativos se han tomado dos escenarios, uno negativo con un aumento del 15% en los gastos y uno positivo con una disminución de los gastos en un 15%.

Resumen de escenario		
	Negativo	Positivo
Tasa de Interés	15%	-15%
VAN	\$ 489.840,90	\$ 362.056,31
TIR	33,75%	24,94%

Tabla 55 Gastos Administrativos.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.7.10 Gastos de Ventas.

Para el análisis de los gastos de ventas se han tomado dos escenarios, uno negativo con un aumento del 5% en los gastos y uno positivo con una disminución de los gastos en un 5%.

Resumen de escenario		
	Negativo	Positivo
Tasa de Interés	5%	-5%
VAN	\$ 447.246,03	\$ 404.651,17
TIR	30,81%	27,88%

Tabla 56 Gastos de Ventas.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.7.11 Inversión en Activos Fijos.

Para el análisis de la inversión en activos fijos se han tomado dos escenarios, uno negativo con un aumento del 20% en los gastos y uno positivo con una disminución de los gastos en un 20%.

Resumen de escenario		
	Negativo	Positivo
Tasa de Interés	20%	-20%
VAN	\$ 511.138,33	\$ 340.758,88
TIR	35,22%	23,48%

Tabla 57 Inversión en Activos Fijos
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.7.12 Tasa de interés promedio (puntos porcentuales).

Para el análisis de la tasa de interés promedio se han tomado dos escenarios, uno negativo con un aumento del 2% en la tasa de interés y uno positivo con una disminución de los gastos en un 2%.

Resumen de escenario		
	Negativo	Positivo
Tasa de Interés	2%	-2%
VAN	\$ 434.467,58	\$ 417.429,63
TIR	29,93%	28,76%

Tabla 58 Tasa de Interés Promedio.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.8 Balance General.

Balance General						
	Año 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos						
Caja/Bancos	\$ 318.737,40	\$ 855.407,52	\$ 1.270.353,85	\$ 1.781.471,66	\$ 2.303.632,48	\$ 3.208.642,52
Cuentas por cobrar	\$ -					
Total de Activo Corriente	\$ 318.737,40	\$ 855.407,52	\$ 1.270.353,85	\$ 1.781.471,66	\$ 2.303.632,48	\$ 3.208.642,52
Activos Fijos						
Muebles, equipos de oficina y producción	\$ 236.500,40	\$ 236.500,40	\$ 236.500,40	\$ 236.500,40	\$ 236.500,40	\$ 236.500,40
Dep Acumulada	\$ -	\$ 43.589,03	\$ 87.178,07	\$ 130.767,10	\$ 138.729,00	\$ 146.690,90
Total de Activos fijos	\$ 236.500,40	\$ 192.911,37	\$ 149.322,33	\$ 105.733,30	\$ 97.771,40	\$ 89.809,50
Activos diferidos						
Gastos preoperacionales	\$ 219.650,00	\$ 219.650,00	\$ 219.650,00	\$ 219.650,00	\$ 219.650,00	\$ 219.650,00
Lanzamiento del producto (Página web)	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Amortización acumulada	\$ -	\$ 43.930,00	\$ 87.860,00	\$ 131.790,00	\$ 175.720,00	\$ 219.650,00
Total de activos diferidos	\$ 220.150,00	\$ 176.220,00	\$ 132.290,00	\$ 88.360,00	\$ 44.430,00	\$ 500,00
Total de Activos	\$ 775.387,80	\$ 1.224.538,89	\$ 1.551.966,18	\$ 1.975.564,96	\$ 2.445.833,88	\$ 3.298.952,02
Pasivos						
Ctas por Pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Impuestos por Pagar	\$ -	\$ 190.559,77	\$ 213.757,49	\$ 253.984,92	\$ 283.269,39	\$ 314.743,95
Total de Pasivo corriente	\$ -	\$ 190.559,77	\$ 213.757,49	\$ 253.984,92	\$ 283.269,39	\$ 314.743,95
Deuda LP	\$ 581.540,85	\$ 465.232,68	\$ 348.924,51	\$ 232.616,34	\$ 116.308,17	\$ -
Total de Pasivos	\$ 581.540,85	\$ 655.792,45	\$ 562.682,00	\$ 486.601,26	\$ 399.577,56	\$ 314.743,95
Patrimonio						

Capital Social	\$ 193.846,95	\$ 193.846,95	\$ 193.846,95	\$ 193.846,95	\$ 193.846,95	\$ 193.846,95
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ 374.899,49	\$ 420.537,74	\$ 499.679,53	\$ 557.292,61	\$ 619.214,36
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ -	\$ 374.899,49	\$ 795.437,23	\$ 1.295.116,75	\$ 1.852.409,36
Recuperación del Capital de Trabajo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 318.737,40
Total de Patrimonio	\$ 193.846,95	\$ 568.746,44	\$ 989.284,18	\$ 1.488.963,70	\$ 2.046.256,31	\$ 2.984.208,07
Pasivo más Patrimonio	\$ 775.387,80	\$ 1.224.538,89	\$ 1.551.966,18	\$ 1.975.564,96	\$ 2.445.833,88	\$ 3.298.952,02

Tabla 59 Balance General.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.8.1 Razones Financieras.

7.8.1.1 Liquidez.

Este ratio financiero nos indica que por cada \$1,00 de deuda que la empresa Industrial Avícola Flores S.A tenga obtiene:

- 4,5 veces para cubrirla en el año #1.
- 5,9 veces para cubrirla en el año #2.
- 7,0 veces para cubrirla en el año #3.
- 8,1 veces para cubrirla en el año #4.
- 10,2 veces para cubrirla en el año #5.

RATIOS FINANCIEROS		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ratios de Liquidez						
Liquidez o Razón Corriente = Activo Corriente / Pasivo Corriente	en veces	4,5	5,9	7,0	8,1	10,2
Liquidez Seca o Prueba Ácida = (Activo Corriente - Inventarios) / Pasivo Corriente	en veces	4,5	5,9	7,0	8,1	10,2
Capital de Trabajo	en dinero	\$ 664.847,75	\$ 1.056.596,35	\$ 1.527.486,74	\$ 2.020.363,08	\$ 2.893.898,57
Índice de liquidez = (Activos Corrientes / Pasivo corriente)	en veces	4	6	7	8	10

Tabla 60 Ratios de Liquidez.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.8.1.2 Gestión.

El índice de rotación de activos nos muestra la eficiencia de la utilización de los activos que posee la empresa, en relación a las ventas que se mantienen.

RATIOS FINANCIEROS		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
RATIOS DE ACTIVIDAD (Uso de Activos)						
Rotación de Activos = Ventas / Activos	en veces	5,2	4,4	4,0	3,5	2,8

Tabla 61 Ratios de Gestión.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.8.1.3 Endeudamiento.

El ratio de endeudamiento nos muestra una reducción en durante la proyección a 5 años de un 42% en el año #1 a un 10% al cabo del año #5.

Esto quiere decir que si se podrán cubrir las deudas en todos los años.

RATIOS FINANCIEROS		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
RATIOS DE ENDEUDAMIENTO						
Endeudamiento o Apalancamiento = Pasivo / Activo	en porcentaje	54%	36%	25%	16%	10%
Pasivo Corriente / Pasivo	en porcentaje	29%	38%	52%	71%	100%
Pasivo / Patrimonio	en veces	1,2	0,6	0,3	0,2	0,1
Cobertura 1 = Utilidad Operativa / Gastos Financieros	en veces	104,0	143,1	222,5	381,7	967,5
Cobertura 2 = (Flujo de Efectivo + Servicio de Deuda) / Servicio de Deuda		4,1	3,5	4,4	4,8	8,2

Tabla 62 Ratios de Endeudamiento.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.8.1.4 Rentabilidad.

RATIOS FINANCIEROS		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ratios de Rentabilidad						
Margen Bruto = Utilidad Bruta / Ventas Netas	en porcentaje	100%	100%	99,8%	100%	100%
Margen Operacional = Utilidad Operacional / Ventas Netas	en porcentaje	97%	98%	97,8%	98%	98%
Margen Neto = Utilidad Neta / Ventas Netas	en porcentaje	97%	97%	97,4%	98%	98%
ROA = Utilidad Neta / Activos	en porcentaje	501%	431%	387%	342%	276%
ROE = Utilidad Neta / Patrimonio	en porcentaje	1080%	676%	513%	409%	305%

Tabla 63 Ratios de Rentabilidad.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

7.9 Conclusión Financiera.

El análisis financiero realizado nos muestra que la creación de una empresa productora y comercializadora de aves de corral en pie en la ciudad de Guayaquil es viable y rentable, ya que presenta una recuperación de la inversión de los accionistas en 18 meses.

La empresa cuenta con el apoyo del Gobierno Local, ya que apoyan a la inversión para crear microempresas que ayuden a producir bienes, productos o servicios que impulsen la compra nacional.

Existe el dinero para pagar la deuda adquirida para el financiamiento de la empresa ya que se tiene una cobertura de casi 6 veces por cada dólar de deuda en el primer año.

Los diferentes análisis de sensibilidad no muestran muchos cambios en contra de la propuesta por lo que se podría soportar incluso una disminución del precio en un 55%, siendo el análisis del precio la variación más sensible que tendría la empresa.

La empresa cuenta con un VAN positivo de \$1.240.878,72, una TIR de 61,17% superando al porcentaje de la TMAR cuyo valor es 12,05%.

En conclusión esta propuesta será muy atractiva para que los futuros inversionistas decidan creer en esta empresa, y contribuir económicamente al funcionamiento de las actividades comerciales de la misma.

CAPÍTULO 8

PLAN DE CONTINGENCIA.

CAPÍTULO 8

8. PLAN DE CONTINGENCIA

8.1 Plan de Administración del Riesgo.

El plan de contingencia de la empresa Industrial Avícola Flores S.A está diseñado con el fin de evitar la mayor cantidad de problemas que sucedan a lo largo del tiempo en que se desarrollen las actividades comerciales de la empresa.

Mantener un control sobre cada una de las actividades de la empresa es de vital importancia, ya que el monto de inversión es sumamente alto al igual que el tiempo que se necesita para que una nueva producción de aves este apta para salir a la venta.

8.1.1 Principales Riesgos.

La empresa planea implementar el Plan de Administración del riesgo con el objetivo de evitar los siguientes riesgos:

- Pestes y plagas dentro de los galpones que afecten directamente a las aves, causando enfermedades o incluso la muerte del producto.
- Cambios en los precios de la libra del ave en pie, ya que se conoce que este negocio se maneja por ciclos, la empresa deberá estar económicamente preparada para afrontar esta baja de precios.
- Desastres naturales, que afecte las instalaciones, infraestructura o a las aves que se encuentren en los galpones.

- Accidentes laborales, tanto para los empleados que se encuentren en la granja como los que se encuentren en la oficina.
- Leyes que afecten tanto positiva como negativamente a la empresa.

8.1.2 Reuniones para mitigar los riesgos.

Las reuniones que se realizarán con los empleados de la empresa serán semanalmente, durante estas reuniones todos los colaboradores deberán llevar sus reportes por escrito detallando los diferentes trabajos que la empresa les otorgue debido a su puesto de trabajo:

- El Jefe de Ventas deberá reportar:
 - Ventas Semanales.
 - Precios del Mercado.
 - Precios de la Competencia.
 - Tabla de Crecimiento de Ventas.
 - Clientes Potenciales.
 - Ventas aproximadas para la semana siguiente.
 - Informe de los depósitos de los clientes.
 - Informe detallado de las cuentas por cobrar.
- El Despachador deberá reportar al Jefe de Logística y Despacho quién a su vez deberá reportar:
 - Estado de las gavetas del camión.
 - Despacho de aves Diarias.
 - Merma diaria del ave.

- Peso Promedio de las aves que se encuentren en el galpón.
- Cantidad de aves que se encuentran dentro del galpón, enfatizando la cantidad de hembras y machos.
- El Oficial de Planta deberá reportar al Jefe de Producción y Planta quién a su vez deberá reportar:
 - Informe del cumplimiento de los controles de calidad detallado por etapa y por galpón.
 - Capacidad de Producción de los galpones vacíos.
 - Tiempo de espera para la venta de la nueva producción de las aves en etapa de engorde.
 - Informe del estado de los materiales usados para la incubación del ave broiler.
 - Informe del estado de la maquinaria de la empresa.
 - Informe del Veterinario, donde conste todas las vacunas aplicadas y observaciones que necesiten control por parte de la empresa.

8.1.3 Tormenta de ideas (brainstorming), listas de verificación (check lists).

Luego de las reuniones cada jefe deberá reunirse con su equipo de trabajo con el fin de encontrar soluciones a los problemas que se hayan ocasionado durante la semana, incluyendo los posibles problemas que puedan suscitarse en un futuro.

Todos los informes deberán ser entregados a la Gerencia de la empresa, informes que serán analizados y discutidos por ambas partes, antes de tomar cualquier tipo de decisión.

8.2 Planeación de la respuesta al riesgo.

8.2.1 Monitoreo y control del riesgo.

Todos los controles y monitoreos se realizarán semanalmente, todos los jefes de los distintos departamentos deberán estar al día en sus informes ya que las reuniones se realizarán eligiendo el día de forma aleatoria, con esta medida se presiona a los distintos departamentos a tener toda la información al día, incluyendo los depósitos que los clientes deban realizar.

8.3 Plan de Contingencia y Acciones Correctivas.

Industrial Avícola Flores S.A. elaborará un plan de contingencia con el fin de contrarrestar los principales riesgos expuestos anteriormente, esperando se logren aprovechar los recursos de la mejor manera posible, y se mantenga un control exhaustivo tanto en los informes del veterinario, como en los mantenimientos de equipos, máquinas y galpones, como de los controles de calidad necesarios para el correcto crecimiento y engorde del ave.

CAPÍTULO 9

CONCLUSIONES.

CAPÍTULO 9

9. CONCLUSIONES

En el planteamiento de la investigación realizada sobre la factibilidad de crear una empresa productora y comercializadora de aves de corral en pie en la ciudad de Guayaquil se puede concluir lo siguiente:

- Es rentable invertir en esta propuesta ya que el tiempo de recuperación de la inversión es de 10 meses aproximadamente.
- La TIR es del 61,17%.
- La empresa cuenta con un VAN positivo de \$1.240.878,72
- Existe un gran porcentaje del mercado seleccionado para la venta que estaría dispuesto a cambiar su proveedor actual.
- Los requerimientos de los clientes potenciales se encuentran dentro de las políticas de la empresa.
- El gobierno de turno está implementando ayudas a emprendedores que para que puedan tener su microempresa.
- Gracias al crecimiento actual del pollo, se aspira que las ventas aumenten significativamente en los próximos años.
- La empresa contará con todo el personal capacitado necesario para realizar las actividades de la empresa de manera eficiente y eficaz, otorgando al cliente un producto de calidad.

Por estos motivos se podría concluir que si es factible crear una empresa productora y comercializadora de aves de corral en pie en la ciudad de Guayaquil.

CAPÍTULO 10

RECOMENDACIONES.

CAPÍTULO 10

10. RECOMENDACIONES

Sobre las conclusiones y los resultados de las investigaciones realizadas durante la etapa de investigación de mercado de la presente propuesta, se realizan las siguientes recomendaciones:

- Realizar un aumento en la capacidad de producción de la granja al finalizar el tercer año de venta del producto, ya que si se espera poder abastecer al mercado seleccionado se deberá aumentar la cantidad de producción del ave.
- Cumplir con los requerimientos de los clientes en todo momento con el objetivo de lograr una amplia cartera de clientes al finalizar cada año, ya que los clientes están dispuestos a cambiar de proveedores siempre que se cumpla este punto.
- Analizar la posibilidad de adquirir un segundo camión con el fin que las reparticiones sean más rápidas y se pueda cumplir con los horarios de entrega pactados.
- Establecer la granja en un terreno que cumpla con los requisitos del Gobierno, con el fin de evitar problemas de reubicación de la granja a futuro.
- Analizar la posibilidad de vender dos tipos de aves en pie al sector de la Isla Trinitaria, logrando reducir pérdidas en la época donde el ave se encuentra con precios bajos, en relación a los costos.

CAPÍTULO 11

FUENTES.

CAPÍTULO 11

11. FUENTES.

- Banco Central del Ecuador. (30 de septiembre de 2015). Banco Central del Ecuador. Recuperado el 30 de mayo de 2016, de <http://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/836-en-el-segundo-trimestre-de-2015-el-pib-de-ecuador-mostr%C3%B3-un-crecimiento-inter-anual-de-10>
- Basantes, X. (Compositor). (2014). *Innovación y Crecimiento de Pronaca*. [J. Ribadeneira, Intérprete, & P. U. Talina Mosquera, Dirección] Guayaquil, Guayas, Ecuador.
- BBVA. (19 de septiembre de 2012). Recuperado el 15 de julio de 2015, de *Emprendedores*: <http://www.bbvacontuempresa.es/a/la-teoria-del-empresario-innovador-schumpeter>
- *CODIGO LABORAL ECUATORIANO*. (29 de marzo de 2012). Recuperado el 30 de mayo de 2016, de <http://diosnomuere.blogspot.com/2012/03/codigo-laboral-ecuatoriano.html>
- *Derecho Ecuador*. (17 de diciembre de 2012). Recuperado el 30 de mayo de 2016, de <http://www.derechoecuador.com/articulos/detalle/archive/doctrinas/derecho-laboral/2012/12/17/contratacion-de-personas-con-discapacidad>
- Dino, P. N. (2007). *Teoría del Plan de Negocio*. Perú.

- *Discapacidad Online*. (07 de enero de 2012). Recuperado el 30 de mayo de 2016, de Inserción laboral y discapacidad: <http://www.discapacidadonline.com/insercion-laboral-discapacidad.html>
- *Dr. Leyes*. (2016). Recuperado el 16 de mayo de 2016, de De las obligaciones del empleador y del trabajador: <https://www.drleyes.com/page/internacional/documento/4/180/295/Ecuador/Codigo-de-Trabajo/Obligaciones-Empleador-y-Trabajador/>
- Ecuavisa (Ed.). (15 de Enero de 2014). *ECUADOR BUSCA REDUCIR LAS IMPORTACIONES EN EL 2014*. Recuperado el 07 de Julio de 2015, de <http://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/actualidad/50926-ecuador-busca-reducir-importaciones-2014>
- EMPRESARIAL, F. C. (05 de marzo de 2012). *FISO CLUB EMPRESARIAL*. Recuperado el 27 de mayo de 2016, de <https://fisoclubempresarial.wordpress.com/2012/03/05/fiso-club-empresarialpor-que-preferir-constituir-una-sociedad-anonima-a-cualquier-otra-sociedad-mercantil/>
- Enriquez, C. (15 de diciembre de 2015). Las 12 cosas que debe conocer sobre el decimotercer sueldo. *Diario El Comercio*.
- Exterior, B. B. (06 de Mayo de 2015). *BANCOMEXT*. Recuperado el 09 de Julio de 2015, de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/coll_a_e/capitulo2.pdf
- FOROS ECUADOR. (11 de agosto de 2015). *FOROS ECUADOR.EC*. Recuperado el 30 de mayo de 2016, de

<http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/econom%C3%ADa-y-finanzas/13425-d%C3%A9cimo-cuarto-sueldo-2016>

- Freire, A. (2005). *Pasión por Emprender - De la idea a la cruda realidad*. (M. d. Garcés, Ed.) Bogota, Colombia: Norma.
- H. CONGRESO NACIONAL . (16 de diciembre del 2015). CODIGO DEL TRABAJO. Guayaquil: Norma: Codificación 17.
- *Incubadora Inictel*. (s.f.). Recuperado el 29 de julio de 2015, de <http://incubadora.inictel.net/?ts=fENsZWFuUGVwcGVybWludEJsYWNrfHw1Y2U4NHxidWNrZXQwNTV8fGJ1Y2tldDA0Nnx8fHw1NWI5Mzk2MTRjY2Rhfhx8MTQzODlwMjIwOS4zMjc1fDU1Y2RiYWFiYjFkNmZiOTM0MGZhNWZmZmJiMGUyMjAwNDBhNjBjNDND8fHx8fDF8fHwwfDU1YjkzOTYxZjk1MjVmOTMxOTIhNTU3YXx8fDB8f>
- *Indumetálicas Archila*. (2015). Recuperado el 29 de julio de 2015, de <http://www.indumetalicasarchila.com/index.php/sectores-de-produccion/sector-avicola/8-criadoras-avicolas>
- INEC. (enero de 2016). *INEC*. Recuperado el 30 de mayo de 2016, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2016/InflacionEnero2016/Reporte_inflacion_201601.pdf
- *Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social*. (01 de agosto de 2011). Recuperado el 30 de mayo de 2016, de <https://www.iess.gob.ec/es/web/afiliado/fondos-de-reserva>
- Justo Arnal, D. d. (1992). *Investigación Educativa Fundamentos y Metodología* (Vol. 1). Barcelona, España: Labor .
- López, M. M. (2013). *Teoría de la Producción y Costos*. Guayaquil.

- *Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.* (28 de Enero de 2015). Recuperado el 08 de Julio de 2015, de Acuerdos Ministeriales: http://balcon.magap.gob.ec/mag01/pdfs/aministerial/2015/2015_018.PDF
- *Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.* (9 de Septiembre de 2014). Recuperado el 12 de Agosto de 2015, de www.agricultura.gob.ec
- *Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.* (03 de Julio de 2015). Recuperado el 06 de Julio de 2015, de <http://www.agricultura.gob.ec/inicia-censo-nacional-avicola/>
- *Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.* (Junio de 2015). Obtenido de Banco Central del Ecuador: <http://biblioteca.bce.ec/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=66375>
- *Ministerio de Industrias y Productividad.* (05 de febrero de 2014). Recuperado el 12 de agosto de 2015, de <http://www.industrias.gob.ec/bp-016-gonzalez-existe-una-respuesta-positiva-e-inmediata-de-los-empresarios-para-aumentar-la-produccion-y-dinamizar-la-economia-del-pais/>
- Navarro, S. (14 de mayo de 2008). *Mandato Constituyente No. 8 – Sobre la Tercerización e Intermediación Laboral.* Recuperado el 30 de mayo de 2016, de <https://snavarro.wordpress.com/2008/05/14/mandato-constituyente-no-8-%E2%80%93-sobre-la-tercerizacion-e-intermediacion-laboral/>
- PBP . (13 de noviembre de 2014). *Pérez Bustamante y Ponce.* Recuperado el 30 de mayo de 2016, de El nuevo Reglamento sobre juntas generales de socios y accionistas de las compañías de

- responsabilidad limitada, anónimas, en comandita por acciones y de economía mixta se emitió mediante Resolución de la Superintendencia de Compañías No SCV-DNCDN-14-014,
- PRO ECUADOR, PYMES. (03 de mayo de 2012). Recuperado el 30 de mayo de 2016, de <http://www.proecuador.gob.ec/2012/05/03/gobierno-de-ecuador-apoya-a-pymes-en-consorcios-exportadores/>
 - *Real Academia de la Lengua Española*. (Octubre de 2014). Recuperado el 15 de julio de 2015, de Diccionario: <http://lema.rae.es/drae/?val=faena>
 - *Real Academia de la Lengua Española*. (octubre de 2014). Recuperado el 15 de julio de 2015, de Diccionario: <http://lema.rae.es/drae/?val=faena>
 - Ribadeneira, J. (01 de Agosto de 2012). Innovación, Pronaca. (E. Negocios, Entrevistador)
 - Ribadeneira, J. (05 de Noviembre de 2014). Estrategias de Pronaca. (X. Basantes, Entrevistador, & T. Mosquera, Editor) Guayaquil, Guayas, Ecuador.
 - Roberto Hernández Sampieri, C. F. (s.f.). *Metodología de la Investigación* (Quinta ed.). (J. M. Chacón, Ed.) México, Bogotá, Buenos Aires, Caracas, Guatemala, Madrid, Nueva York, San Juan, Santiago, Sao Paulo, Auckland, Londrés, Milán, Montreal, Nueva Delhi, San Francisco, Singapur, Toronto, St. Louis, Sydney: Mc Graw Hill.
 - Saieh, A. I. (06 de junio de 2010). *Pontífica Universidad Católica de Chile*. Recuperado el 28 de mayo de 2016, de Diplomados Ingeniería Industrial UC: <http://www.claseejecutiva.cl/2010/06/por-que-una-s-a/>
 - Torres, K. (24 de agosto de 2015). "El consumo de pollo y de huevos cada vez es mayor". *El Telégrafo*, págs. 3-5.

- UCSG. (2014). Recuperado el 15 de julio de 2015, de SINDE:
<http://www2.ucsg.edu.ec/sinde/acerca-de/lineas-de-investigacion.html>
- UESS, C. d. (7 de mayo de 2014). *La mediación y su eficacia en la solución de conflictos*. Recuperado el 30 de mayo de 2016, de
<http://www.camuees.com.ec/la-mediacion-y-su-eficacia-en-la-solucion-de-conflictos/>
- Vera, E. (06 de marzo de 2015). El Universo. *Ecuador aplicará salvaguardias al 32 % de sus importaciones durante 15 meses*.
- *Wikipedia*. (03 de mayo de 2015). Recuperado el 29 de julio de 2015, de
<https://es.wikipedia.org/wiki/Galp%C3%B3n>
- *Word Reference*. (2005). Recuperado el 15 de julio de 2015, de
Diccionario de la Lengua Española:
<http://www.wordreference.com/definicion/aves%20broilers>

CAPÍTULO 12

ANEXOS.

CAPÍTULO 12

12. ANEXOS.



Ilustración 21 Ingreso de Aves Broilers a los Galpones.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.



Ilustración 22 Implementación de Bebederos.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.



Ilustración 23 Implementación de Comederos.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.



Ilustración 24 Etapa de Crecimiento.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.



Ilustración 25 Etapa de Engorde.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.



Ilustración 26 Alimentación Etapa de Engorde.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.



Ilustración 27 Etapa de Selección y Despacho.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.



Ilustración 28 Ave Macho lista para la Venta.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.



Ilustración 29 Ave Hembra lista para la Venta.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.



Ilustración 30 Diferencia entre Hembra y Macho.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.

CAPÍTULO 13

MATERIAL COMPLEMENTARIO.

CAPÍTULO 13

13. MATERIAL COMPLEMENTARIO.

A continuación se detalla una tabla de aproximaciones de precios tomando como referencia los puntos mínimos y máximos que ha tenido la libra del ave en pie al por mayor.

COSTO DE LA CRIANZA DEL AVE	ESCENARIOS	PRECIO DE VENTA A PROVEEDORES MAYORISTAS	PERDIDA/ GANANCIA POR LIBRA	PERDIDA/ GANANCIA POR AVE PROMEDIO 6,5 LBS	CORRIDAS	PERDIDA/ GANANCIA POR CORRIDA
\$ 0,76	ABUNDANCIA (PERDIDA)	\$ 0,56	\$ -0,20	\$ -1,29	33.950,00	\$ -43.822,19
\$ 0,76		\$ 0,57	\$ -0,19	\$ -1,23	33.950,00	\$ -41.615,44
\$ 0,76		\$ 0,58	\$ -0,18	\$ -1,16	33.950,00	\$ -39.408,69
\$ 0,76		\$ 0,59	\$ -0,17	\$ -1,10	33.950,00	\$ -37.201,94
\$ 0,76		\$ 0,60	\$ -0,16	\$ -1,03	33.950,00	\$ -34.995,19
\$ 0,76		\$ 0,61	\$ -0,15	\$ -0,97	33.950,00	\$ -32.788,44
\$ 0,76		\$ 0,62	\$ -0,14	\$ -0,90	33.950,00	\$ -30.581,69
\$ 0,76		\$ 0,63	\$ -0,13	\$ -0,84	33.950,00	\$ -28.374,94
\$ 0,76		\$ 0,64	\$ -0,12	\$ -0,77	33.950,00	\$ -26.168,19
\$ 0,76		\$ 0,65	\$ -0,11	\$ -0,71	33.950,00	\$ -23.961,44
\$ 0,76		\$ 0,66	\$ -0,10	\$ -0,64	33.950,00	\$ -21.754,69
\$ 0,76		\$ 0,67	\$ -0,09	\$ -0,58	33.950,00	\$ -19.547,94
\$ 0,76		\$ 0,68	\$ -0,08	\$ -0,51	33.950,00	\$ -17.341,19

\$ 0,76		\$ 0,69	\$ -0,07	\$ -0,45	33.950,00	\$ -15.134,44
\$ 0,76		\$ 0,70	\$ -0,06	\$ -0,38	33.950,00	\$ -12.927,69
\$ 0,76		\$ 0,71	\$ -0,05	\$ -0,32	33.950,00	\$ -10.720,94
\$ 0,76		\$ 0,72	\$ -0,04	\$ -0,25	33.950,00	\$ -8.514,19
\$ 0,76		\$ 0,73	\$ -0,03	\$ -0,19	33.950,00	\$ -6.307,44
\$ 0,76		\$ 0,74	\$ -0,02	\$ -0,12	33.950,00	\$ -4.100,69
\$ 0,76		\$ 0,75	\$ -0,01	\$ -0,06	33.950,00	\$ -1.893,94
\$ 0,76		RECUPERACIÓN	\$ 0,76	\$ 0,00	\$ 0,01	33.950,00
\$ 0,76	\$ 0,77		\$ 0,01	\$ 0,07	33.950,00	\$ 2.519,56
\$ 0,76	\$ 0,78		\$ 0,02	\$ 0,14	33.950,00	\$ 4.726,31
\$ 0,76	\$ 0,79		\$ 0,03	\$ 0,20	33.950,00	\$ 6.933,06
\$ 0,76	\$ 0,80		\$ 0,04	\$ 0,27	33.950,00	\$ 9.139,81
\$ 0,76	\$ 0,81		\$ 0,05	\$ 0,33	33.950,00	\$ 11.346,56
\$ 0,76	\$ 0,82		\$ 0,06	\$ 0,40	33.950,00	\$ 13.553,31
\$ 0,76	ESCASEZ (GANANCIA)		\$ 0,83	\$ 0,07	\$ 0,46	33.950,00
\$ 0,76		\$ 0,84	\$ 0,08	\$ 0,53	33.950,00	\$ 17.966,81
\$ 0,76		\$ 0,85	\$ 0,09	\$ 0,59	33.950,00	\$ 20.173,56
\$ 0,76		\$ 0,86	\$ 0,10	\$ 0,66	33.950,00	\$ 22.380,31
\$ 0,76		\$ 0,87	\$ 0,11	\$ 0,72	33.950,00	\$ 24.587,06
\$ 0,76		\$ 0,88	\$ 0,12	\$ 0,79	33.950,00	\$ 26.793,81
\$ 0,76		\$ 0,89	\$ 0,13	\$ 0,85	33.950,00	\$ 29.000,56
\$ 0,76		\$ 0,90	\$ 0,14	\$ 0,92	33.950,00	\$ 31.207,31
\$ 0,76		\$ 0,91	\$ 0,15	\$ 0,98	33.950,00	\$ 33.414,06
\$ 0,76		\$ 0,92	\$ 0,16	\$ 1,05	33.950,00	\$ 35.620,81
\$ 0,76		\$ 0,93	\$ 0,17	\$ 1,11	33.950,00	\$ 37.827,56
\$ 0,76		\$ 0,94	\$ 0,18	\$ 1,18	33.950,00	\$ 40.034,31
\$ 0,76	\$ 0,95	\$ 0,19	\$ 1,24	33.950,00	\$ 42.241,06	

\$ 0,76		\$ 0,96	\$ 0,20	\$ 1,31	33.950,00	\$ 44.447,81
\$ 0,76		\$ 0,97	\$ 0,21	\$ 1,37	33.950,00	\$ 46.654,56
\$ 0,76		\$ 0,98	\$ 0,22	\$ 1,44	33.950,00	\$ 48.861,31
\$ 0,76		\$ 0,99	\$ 0,23	\$ 1,50	33.950,00	\$ 51.068,06
\$ 0,76		\$ 1,00	\$ 0,24	\$ 1,57	33.950,00	\$ 53.274,81
\$ 0,76		\$ 1,01	\$ 0,25	\$ 1,63	33.950,00	\$ 55.481,56
\$ 0,76		\$ 1,02	\$ 0,26	\$ 1,70	33.950,00	\$ 57.688,31
\$ 0,76		\$ 1,03	\$ 0,27	\$ 1,76	33.950,00	\$ 59.895,06
\$ 0,76		\$ 1,04	\$ 0,28	\$ 1,83	33.950,00	\$ 62.101,81
\$ 0,76		\$ 1,05	\$ 0,29	\$ 1,89	33.950,00	\$ 64.308,56
\$ 0,76		\$ 1,06	\$ 0,30	\$ 1,96	33.950,00	\$ 66.515,31
\$ 0,76		\$ 1,07	\$ 0,31	\$ 2,02	33.950,00	\$ 68.722,06
\$ 0,76		\$ 1,08	\$ 0,32	\$ 2,09	33.950,00	\$ 70.928,81

Tabla 64 Pérdidas y Ganancias Aproximadas por ciclidad de precios.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.



Ilustración 31 Modelo de Tarjeta de Presentación.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.



Ilustración 32 Logo de la Empresa.
Elaborado por: Ivette Flores Alava.



**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, **Flores Alava Ivette Denisse**, con C.C: # **0930818166** autora del trabajo de titulación: **“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de aves de corral en pie en la ciudad de Guayaquil”** previo a la obtención del título de **Ingeniería en Desarrollo de Negocios Bilingües** 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 titulación 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 titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 25 de agosto del 2016.

Nombre: **Flores Alava Ivette Denisse.**

C.C: **0930818166.**



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



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

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Propuesta para la Creación de una Empresa Productora y Comercializadora de aves de corral en pie en la Ciudad de Guayaquil.		
AUTOR	Flores Alava Ivette Denisse		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Carpio Freire Carlos Raúl		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales.		
CARRERA:	Emprendimiento		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniería en Desarrollo de Negocios Bilingüe.		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	25 de agosto del 2016	No. DE PÁGINAS:	223
ÁREAS TEMÁTICAS:	Administración y Emprendimiento de Negocios.		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Aves de Corral, Abastecimiento, Guayaquil, Empresa, Emprendimiento, Cliente, Proveedor.		

RESUMEN/ABSTRACT

La presente propuesta busca analizar la factibilidad de crear una empresa productora y comercializadora de aves de corral en pie en la ciudad de Guayaquil mediante análisis de mercado, financieros, legales y tributarios. Se realizó una investigación de mercado, con el fin de conocer si los clientes potenciales de la empresa estaban dispuestos a realizar un cambio de proveedor, y cuáles eran las exigencias que tenían para poder hacerlo, mediante esta investigación se pudo conocer que efectivamente los clientes estarían dispuestos al cambio, siempre que exista el compromiso de abastecerlos de aves en todo momento. El análisis financiero que se realizó es atractivo para los inversionistas ya que las valoraciones los ratios y las cifras en general muestran que invertir en la empresa es viable y rentable ya que esta inversión se recuperará en menos de un año, teniendo ganancias significativas.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTORES/ES:	Teléfono: +593-986376126	E-mail: ivette_flores_alava1@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Loor Ávila Beatriz Anabell, MGS	
	Teléfono: +593-4-2206950-094135879	
	E-mail: Beatriz.loor@cu.ucsg.edu.ec / biachimsc70@gmail.com	

SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA

Nº. DE REGISTRO (en base a datos):	
Nº. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	