



**UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO**

**CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**Previo a la obtención del título de:**

**INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD EN COSTOS DE INVERSIÓN,**

**PARA LA CREACIÓN DE LA DISTRIBUIDORA DE POLLOS**

**“W&M” EN EL SECTOR LA PRADERA**

**TUTOR:**

**Lsi. Yandres Janneth Garcia Charcopa, Mgs.**

**AUTORES:**

**Wilmer Alfredo Barbecho Navarro**

**Mayra Andrea Romero Aguirre**

**GUAYAQUIL – GUAYAS – ECUADOR**

**2019**

### **Certificado del Tutor de Titulación**

Lsi. Yandres Janneth Garcia Charcopa, Mgs., en calidad de Tutora del Trabajo de Titulación, certifico que los egresados Wilmer Alfredo Barbecho Navarro y Mayra Andrea Romero Aguirre son autores de la Tesis de Grado titulada: **“PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD EN COSTOS DE INVERSIÓN, PARA LA CREACIÓN DE LA DISTRIBUIDORA DE POLLOS “W&M” EN EL SECTOR LA PRADERA”**, misma que ha sido elaborada siguiendo a cabalidad todos los parámetros metodológicos exigidos por la Universidad San Gregorio de Portoviejo, orientada y revisada durante su proceso de ejecución bajo mi responsabilidad.

Lsi. Yandres Janneth Garcia Charcopa, Mgs.

**TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

### Certificado del Tribunal

El trabajo de investigación “**PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD EN COSTOS DE INVERSIÓN, PARA LA CREACIÓN DE LA DISTRIBUIDORA DE POLLOS “W&M” EN EL SECTOR LA PRADERA**”, presentado por los egresados Wilmer Alfredo Barbecho Navarro y Mayra Andrea Romero Aguirre, luego de haber sido analizado y revisado por los señores miembros del tribunal y en cumplimiento a lo establecido en la ley, se da por aprobado.

---

Ing. Andrea Ruiz Vélez, Mgs.

**Coordinadora de la carrera**

---

Lsi. Yandres Garcia Charcopa, Mgs.

**Tutora trabajo investigación**

---

Ing. Jimmy Milo Prieto, Mgs.

**Miembro del tribunal**

---

Ing. Lizbeth Sánchez León, Mgs.

**Miembro del tribunal**

### **Declaración de Autoría**

Wilmer Alfredo Barbecho Navarro y Mayra Andrea Romero Aguirre, autores de este trabajo de titulación denominado **“PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD EN COSTOS DE INVERSIÓN, PARA LA CREACIÓN DE LA DISTRIBUIDORA DE POLLOS “W&M” EN EL SECTOR LA PRADERA”**, declaramos que el mismo es de nuestra completa autoría y ha sido elaborado de acuerdo a las directrices y el Reglamento de Titulación de la Carrera de Gestión Empresarial de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, siendo de nuestra entera responsabilidad el contenido íntegro del mismo, así como las ideas, los resultados y las conclusiones de su contenido.

---

Wilmer Alfredo Barbecho Navarro

**Egresado de la carrera**

---

Mayra Andrea Romero Aguirre

**Egresada de la carrera**

## **Agradecimiento**

En el transcurso de nuestra carrera universitaria, la cual ha conllevado mucho esfuerzo y dedicación, hemos concluido esta etapa con mucho éxito. Por lo cual, agradecemos a Dios, infinitamente a nuestros padres, madres, hijos, familiares en general, que nos brindaron todo el apoyo incondicional durante todo el proceso de nuestra carrera.

Al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología por darnos la oportunidad de crecer profesionalmente con el convenio que realizó con la Universidad San Gregorio de Portoviejo, la misma que acogió este desafío y sin pensarlo dos veces abrió las puertas a que al igual que nosotros, muchos jóvenes, padres y madres de familia puedan continuar con el crecimiento profesional a nivel académico y laboral.

Agradezco también a nuestro tutor la Lsi. Yandres Garcia Charcopa, Mgs., por su dedicación para poder culminar este trabajo, ya que con su ayuda logramos terminar con mucho entusiasmo el trabajo aquí presentado.

Agradecemos a todos aquellos que de una u otra forma han aportado de manera significativa con sus buenos deseos para la culminación de este proyecto de vida.

¡Gracias a todos!

**Wilmer Barbecho Navarro**

**Mayra Romero Aguirre**

## **Dedicatoria**

Con todo el esfuerzo realizado en estos años de estudio, este proyecto está dedicado en primer lugar a Dios, por mostrarnos día a día que con humildad, paciencia y sabiduría todo es posible. A mis familiares que se sacrificaron por el poco tiempo que les brindé, ellos estuvieron en todo momento, llenándome de valentía para seguir estudiando, comprobando que con esfuerzo y perseverancia se pueden alcanzar las metas.

A mi mujer Stefanía Salagata, quién muy pronto se convertirá en mi esposa y compañera de vida por empujarme, motivarme y muchas veces regañarme, y de esta manera convertirse en uno de los pilares fundamentales para seguir adelante.

A mis hijos, mi razón de ser, mi inspiración y mi motor para continuar en esta lucha de llegar a ser cada día mejor padre, mejor ser humano y mejor profesional.

Con todo el amor del mundo,

**Wilmer Alfredo Barbecho Navarro**

## **Dedicatoria**

Primero a Dios por dirigir mi camino, darme la sabiduría, fuerza y fortaleza para poder cumplir con mis metas, A mi Madre que sin ella no hubiera podido continuar este camino gracias a sus palabras de aliento, paciencia y sabiduría que me brindo para continuar adelante, A mis hermanas, Mi Padre y mi familia porque sacrifique mi tiempo de estar con ellos para poder conseguir mis metas, por apoyarme en esta y otros objetivos que me he planteado.

A todos los que hicieron de esta una experiencia inolvidable, gracias a su amistad, cariño y respeto, por permitirme transformarme en una mejor versión cada día.

Con cariño,

**Mayra Andrea Romero Aguirre**

## Resumen

La presente investigación se constituyó en el estudio de Prefactibilidad en los costos de inversión para la creación de una Distribuidora de Pollos de nombres “W&M” en el sector La Pradera de la ciudad de Guayaquil. El primer enfoque fue determinar los costos de inversión a fin de evaluar si era económicamente rentable la creación de la distribuidora de pollos tomando en consideración los antecedentes históricos y como ha ido evolucionando a través del tiempo a nivel de las variedades de pollos que se pueden ofrecer a nuestros clientes y en especial al consumidor final, se utilizó una variedad de herramientas y recursos para conseguir una información veraz y sostenible en todo el proceso de investigación, a fin de considerar el impacto positivo o negativo del proyecto; se realizó estudio del mercado, la determinación de la demanda, el estudio de la inversión para la creación, su alcance en el mercado, el estudio de gastos de Inversión y Rentabilidad. El crédito se solicitó a la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Ecuatoriana Progresista Ltda., con la finalidad de mejorar la alimentación de los habitantes del sur de la ciudad de Guayaquil, brindando excelentes precios y cerca de sus domicilios.

### Palabras claves:

Costos

Inversión

Distribuidora

Pollos



## Abstract

The present investigation was constituted in the Pre-feasibility study on the investment costs for the creation of a Chicken Distributor of "W & M" names in the La Pradera sector of the city of Guayaquil. The first approach was to determine the investment costs in order to evaluate if the creation of the chicken distributor was economically profitable taking into account the historical background and how it has evolved over time at the level of the chicken varieties that can be offered to our clients and especially to the final consumer, a variety of tools and resources were used to obtain a truthful and sustainable information throughout the research process, in order to consider the positive or negative impact of the project; a market study was carried out, the determination of demand, the study of investment for creation, its scope in the market, the study of investment and profitability expenses. The credit was requested to the Cooperativa de Ahorro y Credito Juventud Ecuatoriana Progresista Ltda., With the purpose of improving the food of the inhabitants of the south of the city of Guayaquil, offering excellent prices and close to their homes.

### **Key words:**

Costs

Investment

Distributor

Chickens

## Tabla de Contenido

<b>Contenidos:</b>	<b>Paginas:</b>
Capítulo I .....	1
El Problema.....	1
1.1. Planteamiento del problema. Antecedentes .....	1
Ubicación del problema en un contexto.....	9
Situación conflicto .....	11
1.2. Formulación del problema .....	13
1.3. Delimitación del problema.....	13
1.4. Variables de la investigación .....	14
Variable independiente .....	14
Variable dependiente .....	14
1.5. Objetivos de la investigación .....	14
Objetivo General.....	14
Objetivos Específicos.....	14
1.6. Preguntas de Investigación.....	14
1.7. Justificación e Importancia .....	15
Capítulo II .....	20
Marco Teórico.....	20
2.1. Fundamentación Teórica: Antecedentes .....	20
2.1.1. Costo de Inversión .....	20
2.1.1.1. Proyecto de Inversión .....	21
2.1.2. Distribución de pollos .....	23
2.1.2.1 Origen y Evolución de las Aves.....	23
2.1.3. Origen de la Gallina Domestica .....	24
2.1.4. Origen de la Avicultura.....	24
2.1.5. Contribución de la avicultura a la generación de ingresos y nutrición .....	25
2.2.2. Estudio de mercado.....	25
2.2.3. Estudio Técnico .....	27
2.2.4. Estudio Financiero .....	29
2.3. Marco Referencial.....	30
2.4. Variables conceptuales de la Investigación.....	37
Variable independiente: Costos de Inversión.....	37
Variable dependiente: Creación de la Distribuidora de pollos.....	38
2.5. Operacionalización de las variables .....	39
2.6. Marco Conceptual.....	39
Capítulo III.....	46

Marco Metodológico.....	46
3.1. Diseño de la Investigación .....	46
3.2. Tipos de Investigación .....	47
3.3. Población.....	48
Tipos de Población.....	48
3.4. Muestra de la Población.....	48
Tamaño de la muestra .....	49
3.5. Técnicas e Instrumentos.....	49
Instrumentos.....	52
3.6. Procedimientos de la Investigación.....	53
Capitulo IV.....	55
Formulación Del Proyecto .....	55
4. Formulación del proyecto .....	55
4.1 Análisis e interpretación del proyecto.....	55
4.2. Estudio de mercado.....	56
4.2.1. La Demanda.....	57
4.2.1.1. Análisis de la Demanda.....	58
4.2.1.2. Proyección de la Demanda.....	58
4.2.2. La Oferta.....	59
4.2.4. El Producto.....	60
4.2.5. El Precio.....	61
4.2.6. La Distribución. ....	61
4.2.6.1 Canal de distribución .....	62
4.2.7. Planeación de las ventas.....	63
4.2.8. Estrategias de mercadeo.....	63
4.2.8.1 Análisis FODA.....	64
4.2.9. Mercado de insumos. ....	66
Aspectos a tener en cuenta. ....	66
4.2.9.1 Selección de proveedores insumos. ....	67
4.2.10. Promoción.....	67
Nombre de la Empresa:.....	67
Logotipo de la Distribuidora.....	67
Productos que ofrece.....	68
Horario de atención.....	68
Sitio web .....	68
4.2.11. Encuesta y levantamiento de información .....	69
Interpretación de la información.....	78
4.3. Estudio Técnico .....	80
4.3.1. Localización.....	80

4.3.1.1 Macro-Localización .....	81
4.3.1.2 Micro-Localización .....	82
4.3.2. Tamaño del Proyecto .....	83
4.3.3. Ingeniería del Proyecto .....	85
4.3.3.1 Flujograma del Proceso de Distribución de la carne de pollo.....	87
4.3.3.2Tecnología a utilizar .....	88
Maquinaria y Equipos .....	89
4.3.3.3 Proveedor .....	90
4.3.3.4 Selección de personal de Ventas.....	90
4.3.4 Recursos para la inversión .....	91
4.3.4.1 Distribución del local .....	92
4.3.4.2 Control de Calidad y Seguridad Industrial.....	93
4.3.4 Estudio administrativo .....	95
4.3.5 Planificación .....	96
4.3.6 Valores de la empresa .....	96
4.3.7 Misión y Visión.....	97
4.3.8 Estrategia Empresarial .....	97
4.3.8.1 Organigrama .....	98
4.3.8.2 Funciones Principales y Descripción del Cargo.....	99
Área de ventas.....	99
Área Operativa .....	100
4.4 Gastos.....	102
4.5 Estudio Legal .....	102
4.5.1 Tipo de Empresa .....	103
4.5.2 Trámites de Constitución .....	104
4.6 Estudio ambiental.....	104
4.7 Conclusiones y Recomendaciones .....	105
Capítulo V.....	107
Propuesta.....	107
5.1 Título de la propuesta.....	107
5.2 Autores de la propuesta.....	107
5.3 Empresa auspiciante.....	107
5.4 Área que cubre la propuesta.....	107
5.5 Fecha de presentación .....	108
5.6 Fecha de terminación .....	108
5.7 Duración del proyecto.....	108
5.8 Participantes del proyecto .....	108
5.9 Objetivo General de la propuesta.....	108
5.10 Objetivos específicos .....	108

5.11 Beneficiarios directos.....	109
5.12 Beneficiarios indirectos .....	109
5.13 Impacto de la propuesta .....	109
5.14 Descripción de la propuesta .....	110
Flujos de beneficio del proyecto .....	110
5.14.1 Costos Operativos .....	115
5.15.1 Gastos.....	116
5.15.2 Ingresos .....	119
5.15.3 Préstamos del proyecto (tabla de amortización) .....	121
5.15.4 Estados financieros .....	122
5.14.5 Flujo de caja.....	125
5.14.6 Evaluación económica .....	126
5.14.7 Evaluación financiera.....	129
5.14.8 Relación beneficio – costo .....	129
5.14.9 TIR .....	130
5.14.10 Ratios Financieros.....	132
5.14.11 Tiempos de recuperación de la inversión.....	133
5.14.12 Análisis de sensibilidad.....	133
5.15 Importancia .....	135
5.16 Metas del proyecto.....	135
5.17 Finalidad de la propuesta .....	135
Referencias.....	136

## Lista de Figuras

<b>Contenidos:</b>	<b>Paginas:</b>
Figura 1. Broilers .....	7
Figura 2. Archeopterix .....	24
Figura 3. Canal de Distribución .....	62
Figura 4. FODA .....	65
Figura 5. Logotipo.....	68
Figura 6. Rango de edad.....	70
Figura 7. Consumo de carne de pollo .....	71
Figura 8. Frecuencia de consumo .....	72
Figura 9. Motivos de consumo.....	73
Figura 10. Cantidad de distribuidoras .....	74
Figura 11. Consideraciones para la creación de la distribuidora .....	75
Figura 12. Nivel de confianza de los proveedores .....	76
Figura 13. Disponibilidad de compra.....	77
Figura 14. Precio por libra .....	78
Figura 15. Ubicación del proyecto .....	82
Figura 16. Ubicación del local .....	83
Figura 17. Distribución del local.....	84
Figura 18. Plano del local .....	85
Figura 19. Flujograma de procesos .....	88
<i>Figura 20.</i> Distribución del local por área .....	93
Figura 21. Organigrama .....	98
Figura 22. Análisis de costo .....	128
Figura 23. Punto de Equilibrio .....	128
Figura 24. Tiempo de Recuperación de la Inversión .....	132

## Lista de Tablas

<b>Contenidos:</b>	<b>Paginas:</b>
Tabla 1 Capacidad de pollos .....	6
Tabla 2 Conflicto.....	12
Tabla 3 Operalización de las variables.....	39
Tabla 4 Objetivo general.....	55
Tabla 5 Objetivo Especifico.....	56
Tabla 6 Determinación de la demanda.....	59
Tabla 7 Determinación de la oferta.....	59
Tabla 8 Análisis Demanda – Oferta.....	60
Tabla 9 Determinación del Precio.....	61
Tabla 10 Proveedores, sus insumos con costos.....	66
Tabla 11 Rango de edad.....	69
Tabla 12 Consumo de carne de pollo.....	70
Tabla 13 Frecuencia de consumo.....	71
Tabla 14 Motivos de consumo.....	72
Tabla 15 Cantidad de distribuidoras.....	73
Tabla 16 Consideraciones para la creación de la distribuidora.....	74
Tabla 17 Nivel de confianza de los proveedores.....	75
Tabla 18 Disponibilidad de compra.....	76
Tabla 19 Precio por libra.....	77
Tabla 20 Determinación de local comercial.....	81
Tabla 21 Recursos para la inversión.....	91
Tabla 22 Flujo de beneficios.....	110
Tabla 23 Activos.....	111
Tabla 24 Equipo de trabajo.....	112
Tabla 25 Muebles de oficina.....	112
Tabla 26 Máquinas y Equipos.....	113
Tabla 27 Equipo de Computación.....	113
Tabla 28 Inversión total de Activos.....	114
Tabla 29 Depreciación.....	115
Tabla 30 Nómina mensual.....	115
Tabla 31 Nomina Anual.....	116
Tabla 32 Gastos de Servicios Básicos.....	117
Tabla 33 Gastos de Publicidad.....	117
Tabla 34 Proyección de gastos.....	118
Tabla 35 Costo de Venta.....	119
Tabla 36 Presupuesto de Ingresos.....	120
Tabla 37 Detalle de Carga Financiera.....	121
Tabla 38 Participación de financiamiento.....	122
Tabla 39 Proyección del Estado de Pérdidas y Ganancias.....	123
Tabla 40 Balance General Proyectado.....	124
Tabla 41 Flujo de caja.....	125
Tabla 42 Costos fijos.....	126

Tabla 43 Costos Variables .....	126
Tabla 44 VAN .....	129
Tabla 45 Beneficio - Costo .....	130
Tabla 46 TIR .....	131
Tabla 47 Tiempo de recuperación.....	133
Tabla 48 Escenarios .....	134



## Lista de Apéndices

<b>Contenidos:</b>	<b>Paginas:</b>
Apéndice A Encuesta .....	2
Apéndice B Descripción de Maquinaria y Equipos .....	6
Apéndice C Cotizaciones de Maquinaria y Equipos.....	8

# Capítulo I

## El Problema

### 1.1. Planteamiento del problema. Antecedentes

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (2013) manifestó que la producción avícola es considerada la carne más consumida a nivel mundial, considerando que su crecimiento va en aumento y es el más flexible de los otros sectores ganaderos. En sus índices está posicionada como la segunda carne más consumida a nivel global en los últimos 15 años.

De acuerdo a la estimación de su producción a nivel mundial realizada en el año 2016 a través de un informe de estimación de la producción de alimentos a nivel mundial realizada por la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) en el año 2016, informa que este tipo de carne creció un 0.30% alcanzando los 320'7 millones de toneladas, aumentando así en los registros de producción de Estados Unidos, la Unión Europea, India, Rusia y Brasil, siendo la más destacada en cuanto a exportaciones se trata con un 12'7 millones de toneladas, con un 3.50% más en comparación a otros años.

Los estudios realizados por el sector agrícola certifican con optimismo que para el año 2020 la carne de pollo va a ser la carne proteínica más consumida a nivel mundial, pero para alcanzar con mejor ahínco estas cifras hay que escuchar a nuestros clientes, a nuestros consumidores y estar muy preparado para cambiar y perdurar los hábitos alimenticios en el consumo de esta carne para las nuevas generaciones.

La carne de pollo, por su estabilidad en los precios pues estos no varían de forma abrupta, si no que siguen una misma línea de precios y sus subidas y bajadas en precio no son muy significativas para el comprador y por ser consumido en mayor proporción por los ciudadanos del mundo, hacen que se incremente de gran manera la exportación de tipo de carne en los países como Arabia Sauri, Japón, Vietnam, los Emiratos Árabes Unidos, Brasil y Cuba, por lo consiguiente la producción de este tipo de carne crecerá a nivel mundial y sobre pasará los 115'19 millones de toneladas y con un aproximado de aumento para el 2025 en un 131'25 millones de toneladas, por otro lado se estima que en el 2030 se necesitara millones de toneladas de la carne de pollo pasando de 22 millones de toneladas a un 82 millones de toneladas, según la estimación de la FAO, esto se debe a que la carne de pollo es la más aceptada y consumida globalmente, es más barata al adquirirla en comparación a otros tipos de carne, además que se posiciona como el primer alimento saludable para el consumo humano por su alta densidad de nutrientes, ya que en su composición se puede encontrar varios minerales importantes como son: el hierro, magnesio, selenio, cromo y cobalto, y las vitaminas: tiamina, retinol, niacina, vitamina B6 y B12, lo que se estima que por estos motivos, la carne de pollo tenga mayor demanda en los países con vías de desarrollo.

La avicultura en América Latina atraviesa un gran proceso de expansión ya que produce al año alrededor de 20 millones de toneladas de pollo, lo que representa el 65% de la producción total del continente, por lo que Latinoamérica provee el 35% de carne de pollo, por lo que Latinoamérica es considerada la mayor productora de pollo en el mundo por su crecimiento entre el 2016 y 2017 de un 5.35% en pollos y un 4.0% en ponedoras, por su producción Chile, Bolivia, Honduras, Argentina, Paraguay, Uruguay, son los países que se puntúan en las primeras listas al crecer su

producción de carne de pollo, en Chile se presentó un 43% en su estatus por ser una fuente más económica y accesible de un alimento cárnico, en Bolivia ascendió a un 43.5 kilos de consumo de la carne de pollo, en Paraguay su cifra aumento de 6.3 kilos del consumo por persona a 18.5 kilos, en los países Argentina y Uruguay y Paraguay la carne aviar marco un record al subir de un 10.5% a 23.5 kilos per cápita por habitante al año.

La carne de pollo es de bajo costo de producción en comparación a otras actividades ganaderas o pecuarias, ocasionando que sea de fácil adquisición para la población en general y para la subsistencia de los agricultores de bajos recursos económicos.

La función que desempeñan las aves de corral es totalmente fundamental para el crecimiento y alimentación en los países en desarrollo, pues genera empleo en su región o sector donde se desempeña y va avanzando su producción en un rápido crecimiento pues la población global en sí, es cada vez es mayor.

Por lo que la carne de pollo y sus derivaos, se podrá decir que es la mayor fuente de proteínas y nutrientes de alta calidad, sino que además posee vitaminas y minerales importantes en la nutrición de las personas además que todo esto se lo puede encontrar fácilmente a través de este tipo de carne, sumándole que la mayoría de personas consumen este tipo de carne acompañado con arroz blanco pulido que guarda el resto de vitaminas y minerales esenciales para una alimentación completa, por lo que estos nutrientes son muy necesarios para millones de personas que conforman la población global en el mundo y más aún si estas viven en condiciones de pobreza, que es punto a favor como se lo había mencionado anteriormente es de fácil adquisición.

La avicultura comercial es la actividad más dinámica en comparación con otras áreas ganaderas nacionales, principalmente por los volúmenes de producción e incremento de la ingesta de la carne de pollo, a pesar de que el estado nacional no produce los principales insumos de los alimentos en la utilización de la producción avícola, al estar situada en la región costa del país, hacen que su ubicación geográfica e infraestructura portuaria un aliado a la hora de importar esos insumos con ciertas ventajas en comparación a otras regiones del país.

A todo esto, la gran ventaja de este tipo de carne proteínica es que no existe ningún tabú o mito que pudieran poner en riesgo la fama de su consumo, ya que todas las personas concuerdan que la carne blanca de pollo es la más saludable a diferencia de otros tipos de carne, y como consecuencia este otro tipo de carne ya sea porcino o vacuno es más utilizado o por decir reservado para los tipos de eventos u ocasiones especiales como algún tipo de celebración o fiestas, en donde es muy conocido es más utilizado en las fiestas navideñas o por el año nuevo, en parte es porque a consecuencia de la falta de instalaciones de almacenamiento de este producto en el hogar ya sea por la falta de frigorífico o energía eléctrica se les dificulta su consumo, a diferencia que la carne de pollo es más direccionada a una familia media, esto quiere decir que no es necesario el uso de este tipo de frigoríficos para conservar la carne o sobras.

Según la Corporación Nacional de Avicultores Ecuador (2015) indica que la producción y venta de la carne de pollo es un pilar fundamental para la economía socio-económica del país, en donde ha contribuido a la soberanía alimentaria de este producto, y estos datos se ven reflejados en el listado de países que consumen carne de pollo y huevos, el Ecuador se posiciona en el número 18. Por lo que 32Kg de

carne de pollo y 140 unidades de huevo es el promedio consumido de manera anual por habitante en el país.

Por lo que, a mayor producción de carne de pollo para cubrir la demanda total de la población, mayor será la inversión para la crianza y producción del ave, esto es realizado a través de los canales de producción como son las avícolas, estas existen en todas provincias del país, y trabajan en la producción sin excepción alguna a lo largo del año, con esto se conoce que las avícolas ayudaran a satisfacer el mercado por la alta demanda de este producto.

Cabe mencionar que de acuerdo al censo aplicado por la CONAVE (2006) indica que en el Ecuador tiene una capacidad de broiler de 28'383,190 para la producción de la carne de pollo, por lo que esta cifra en lo que va de la historia de producción de pollos en el país, aumento un 400% a en los últimos 20 años. Debido al constante incremento en el índice de familias y asociaciones dedicadas a este fin, ya que para los ecuatorianos es un producto de fácil adquisición por el bajo precio de la libra en comparación con otros productos cárnicos como la de res o cerdo, que por ser difícil criado y medicamentos que se les aplica para su aumentado volumen de masa corporal por parte de esos animales.

**Tabla 1**  
*Capacidad de pollos*

<b>Pollos ( Broilers)</b>			
<b>REGIÓN/Provincia</b>	<b>Número de Granjas</b>	<b>Capacidad Broiler</b>	<b>Número de Pollos (Broilers)</b>
<b>Total Nacional</b>	<b>1,223</b>	<b>28'383,190</b>	<b>18'850,808</b>
Región Sierra	620	14'015,930	9'230,347
Región Costa	448	12'269,425	8'006,745
Región Amazónica	155	2'097,835	1'613,716

*Nota:* Tomado de “Censo Avícola de CONAVE (2006). Tomado de <https://www.conave.org/informacion.html>

Según los resultados del Censo anteriormente mencionado, realizado por la Corporación Nacional de Avicultores Ecuador - CONAVE (2006) ejecutados en varias provincias del país, arrojó que la provincia del Guayas cuenta con la capacidad de Broilers (pollo para carne) de 7'639,800 posicionándose en el país como el segundo productor de pollos en pie, seguido de la provincia de El Oro con 2'299,975 y en el primer lugar se encuentra la provincia de Pichincha con 7'694,050. Gracias a estas cifras se puede determinar una vez más que la concentración del consumo de pollo en la localidad es mayor y por ende mayor reflejo de ganancias y menores pérdidas en su producción, distribución o venta.

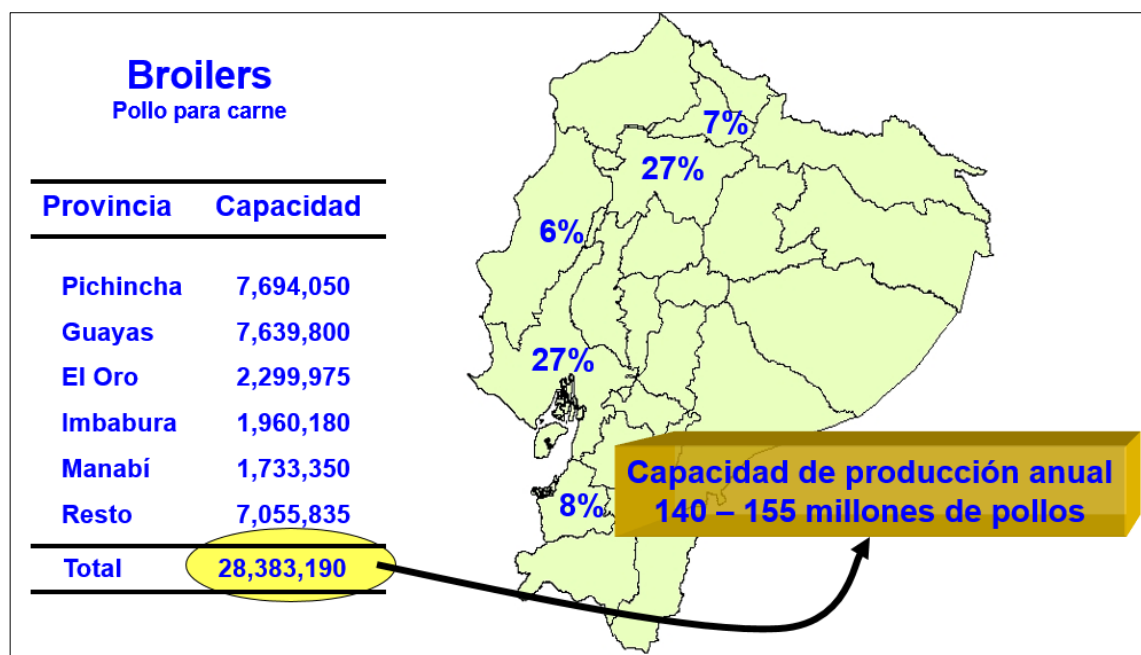


Figura 1. Broilers

Nota: Recuperado de “Censo Avícola de CONAVE (2006). Recuperado de <https://www.conave.org/informacion.html>

### Costos de inversión

Los costos en materia de contabilidad serán tratados de acuerdo a donde queremos manejarlo, ya que, de manera general, los costos es un factor clave para la decisión en la evolución de una inversión a corto, mediano o largo plazo, entonces se puede decir que el costo de inversión involucra el egreso en su totalidad dependiendo su alternativa, ya sea que esta se derive a una inversión, o un gasto de operación o un costo de oportunidad. (Chain, 2007).

Es necesario conocer y tener en cuenta los conceptos que son necesarios para la inversión que se estudia. Guadalupe Padilla (2003) en la historia de la contaduría se refiere que el hombre desde tiempos remotos ha tenido la necesidad de diseñar, controlar y tomar decisiones en base a sus actividades y más aún si tienen que ver con



sus finanzas, esta necesidad de control ha venido evolucionando desde el siglo XV hasta en la actualidad, pues la única forma de conocer la situación de las finanzas en una organización, y con el propósito de tomar decisiones, consiste en registrar todas las operaciones de ella.

Por esto, Guadalupe Padilla (2003) explica las diferencias de los diferentes tipos de costos tales como industriales, comerciales, de servicios o sociales, por lo que los costos industriales y comerciales son diferentes ya que los comerciales constituyen inversiones de tipo recuperables a través de la venta, o bien, aquellas cantidades derogables o lo que se sacrifica para obtener un beneficio superior, como lo es la inversión en un negocio o proyecto a emprender con fin de que la inversión realizada en este, sea devuelta en su totalidad como beneficio o utilidad, en cambio, si se habla de una empresa comercial y se dedica a la adquisición de bienes terminados para su posterior venta, sus costos están más centrados en las actividades de adquisición de mercancías, su distribución y promoción, y una empresa de servicios otorga un bien intangible pero que es necesario, sus costos están concentrados en la administración y su promoción, y para finalizar, la empresa social, conocida como beneficiaria o Estatal, tiene como objetivo el satisfacer las necesidades de la comunidad, para lo cual consigue donativos o contribuciones, sus costos se centras en las actividades prioritarias para poder cumplir sus metas ya planteadas. Ya conociendo lo que se trata de un costo de inversión, es necesario también conocer las clases de estos, para poder entender de mejor manera, hacia donde se tiene que dirigir para la inversión de la distribuidora de pollos, por lo que sus clases de inversión varían dependiendo la estructura económica de la empresa, su finalidad y los motivos por la cual se va a realizar.

Hay que tener en cuenta que al calcular el monto que debo invertir para la compra de los bienes de la empresa, ayudará asegurar el correcto funcionamiento en el área operativa, de administración y más aún en la parte comercial de este.

### **Ubicación del problema en un contexto**

La carne de pollo es el alimento más consumido entre las comidas de los ecuatorianos, por lo que ha contribuido significativamente en la economía del país y el mantener la contribución de la nutrición alimentaria de los habitantes, ya que este producto realmente no debe de faltar en ninguno de los hogares, tiendas y restaurantes del país, además por ser el más consumido en todo el país, y también a nivel mundial, porque además del hecho que su costo de adquisición de la libra es bajo para todos los niveles económicos de la sociedad desde la alta hasta la más baja, y agregándole el hecho de que los nutrientes que la carne blanca brinda en beneficio de la salud en sus consumidores, ya que es conocida por ser denominada como la carne más saludable en comparación con otros productos cárnicos rojos que por su naturalidad son dañinos y sobretodo perjudiciales para la buena salud del ser humano, incluso para aquellos animales que se sirven de ella. Recordando que la carne de pollo posee vitaminas y minerales importantes en la nutrición del ser humano, además que todo esto se lo puede encontrar fácilmente a través de este tipo de carne, sumándole que la mayoría de personas consumen este tipo de carne acompañado con arroz blanco pulido que guarda el resto de vitaminas y minerales esenciales para una alimentación completa.

En el país la carne de pollo es muy conocida por su excelente sabor al momento de su preparación virtudes tales como su fácil preparación, variedad de

platos y/o recetas y cocción, además que su fácil adquisición, se entiende que por estas virtudes es muy utilizado en los platos ecuatorianos y en sus platillos tradicionales, expuestos a nivel nacional como internacional, como por ejemplo unos de los principales platillos tradicionales a nivel de la costa más bien por la provincia del guayas es el como el seco de pollo, el afamado arroz con menestra y pollo asado, entre otros, que contienen como principal ingrediente la carne de pollo.

Por lo anteriormente expuesto y de acuerdo a los datos mencionados anteriormente por las cifras del CONAVE (2006) en la provincia del Guayas, específicamente en la ciudad de Guayaquil se centra el segundo ranking de consumo de la carne de pollo a diferencia de otras provincias y ciudades del país, haciendo que la inversión en la avicultura será provechosa y beneficiaria para quien emprenda en ella.

La Distribuidora de Pollos “W&M” se destina para cubrir la necesidad de requerir un distribuidor de la carne de pollo, que se apegue de acuerdo a las necesidades de consumidor esto es mediante la venta de la carne de pollo entera, por partes o por libra a través de la venta directa a nuestro cliente final en el local donde tendrá lugar de un espacio físico, por este último punto se observa que la Distribuidora da un servicio con un plus diferente a las demás, ya que otras distribuidoras del mercado no ofrecen la venta de la carne de pollo en partes ni mucho menos la venta al por menor, ya que realizan la distribución del producto solo para a mayoristas del mercado como comisariatos e hiper market, además que también se busca brindar este producto a Tiendas y Mini-Market ya posicionados en los sectores contiguos, asegurando la calidad, higiene y la confiabilidad de que la distribuidora es responsable en los pedidos que realizaren sus clientes.

Por esta razón, se plantea un estudio de Prefactibilidad para cuantificar los costos de creación de la Distribuidora de Pollos “W&M” ubicada en la Ciudad de Guayaquil dirigida para el sur de la ciudad en el sector La Pradera, ya que al ser una de las ciudades con más población en el territorio ecuatoriano, y cuya población aumenta constantemente al pasar de los años, y más aún al estar ubicada en la provincia que es considerada por ser la cuna de concentración comercial, por lo que se tomó en consideración esta oportunidad de emprendimiento que ofrece el sector avícola, por lo que de allí nace la propuesta la creación de una distribuidora de pollos.

### **Situación conflicto**

El problema radica debido a que en la ciudad de Guayaquil es una ciudad con más de dos millones de habitantes en la actualidad y dicha población aumenta considerablemente al pasar de los años, por ende, en el sector de estudio se ha tomado el sur de la ciudad en el sector La Pradera, uno de los sectores con más habitantes de la ciudad ya que cuenta con alrededor de 21,080 de habitantes, de acuerdo a los datos brindados por Centro de Estudios e Investigaciones Estadísticas de ESPOL (2015), por lo que es necesario contar con una distribuidora de pollo que abarque todo el sector.

La distribución de pollos, ayudará a cubrir la demanda por la compra de este tipo de carne ya que al ser el alimento que consumen a diarios los guayaquileños, por su fácil preparación, cocción y sobre todo precio, se pudo identificar a través de la revisión “in situ” que se realizó en el sector de La Pradera con el fin de determinar los problemas que hay en el sector y a que proveedores se puede cubrir con el

abastecimiento de la carne de pollo para su venta a los clientes de su barrio o ciudadela, y es que en ciertos sectores del sur se pudo observar que se presentan las siguientes novedades:

**Tabla 2**  
*Conflicto*

<b>Causas</b>	<b>Efectos</b>
Inexistencia de distribuidoras de pollo	Clientes no pueden consumir el producto
Locales alejados de la Ciudadela	Costo elevado del producto

Analizando el sector sur de la ciudad de Guayaquil, específicamente en el sector de La Pradera se evidencia la inexistencia de locales de distribución de pollos en dicho sector, por lo que la ciudadanía de ese sector tiene que optar en comprar otros productos y otro tipos de carnes o embutidos para cubrir la necesidad de suplir este tipo de carne, la cual como se indicaba anteriormente, es la carne más consumida a nivel de Guayaquil y así mismo en varias partes del país y en varios países del también del mundo, siempre considerando que esta carne generaría rentabilidad desde el primer día conociendo el mercado al cual se está enfocando, es decir, al nicho del mercado que una vez analizado, se ha logrado evidenciar que es el más aconsejable para poder lanzar el proyecto y hacerlo realidad.

La única distribuidora de pollos está en la ciudadela La Saiba, la cual se encuentra en un punto estratégico, situado en la mitad de dicha ciudadela, este local esta aproximadamente a más de 500 metros, aquella ciudadanía de la ciudadela

vecina, es decir, la comunidad de la de sus alrededores tienen que movilizarse en sus vehículos a esta gran distancia para poder adquirir este tipo de carne, por lo tanto, cada uno de los ciudadanos domiciliados en estas dos ciudadelas deben de hacerse más de una pregunta como por ejemplo; ¿Será que voy a comprar a la distribuidora? Y en ocasiones suelen responderse “está muy lejos”, mejor me quedo camino a la tienda para ver que puedo consumir. ¿Cuesta lo mismo el producto con el de la tienda? Realmente no cuesta lo mismo este producto es de menor costo en la distribuidora, ya que se lo obtiene de la avícola directo a la distribuidora, por lo tanto, este producto tiene un costo inferior al de cualquier tienda o mini-market.

## **1.2. Formulación del problema**

¿Cómo cuantificar los costos de inversión, para la creación de la distribuidora de pollos W&M, en el sector La Pradera, en la provincia del Guayas, en el periodo 2019?

## **1.3. Delimitación del problema**

<b>Área</b>	:	Empresarial
<b>Campo</b>	:	Inversión
<b>Aspecto</b>	:	Costos, inversión, Distribuidora pollos
<b>Tema</b>	:	Proyecto de Prefactibilidad en costos de inversión, para la creación de la distribuidora de pollos W&M, en el sector La Pradera
<b>Espacio</b>	:	Ecuador, Guayas, Guayaquil, parroquia Ximena

**Tiempo** : Periodo 2019

**Línea de Investigación** : Desarrollo e innovación empresarial

#### **1.4. Variables de la investigación**

##### **Variable independiente**

Costos de inversión

##### **Variable dependiente**

Creación de Distribuidora de pollos

#### **1.5. Objetivos de la investigación**

##### **Objetivo General**

Determinar los costos de inversión, para la creación de una distribuidora de pollos, en el sector La Pradera.

##### **Objetivos Específicos**

- Diagnosticar el problema y su ubicación en el contexto
- Fundamentar teóricamente costos de inversión y distribuidora de pollos
- Relacionar metodología tipos de investigación y técnicas a utilizar en el trabajo
- Aplicar los instrumentos para la investigación y su aplicación en el contexto
- Diseñar la Prefactibilidad en costos de inversión en creación

#### **1.6. Preguntas de Investigación**

- ¿Cómo se diagnosticó el problema y su ubicación?

- ¿Cómo fundamentar teóricamente los costos de inversión para la distribuidora de pollos?
- ¿Qué tipos de metodología de la investigación y técnicas se van utilizar en el proyecto?
- ¿Cuándo se aplicarían los instrumentos para la investigación?
- ¿Cuánto costaría la inversión para la factibilidad del proyecto?

### **1.7. Justificación e Importancia**

El proyecto de Prefactibilidad es muy importante porque una vez que se ha ubicado y analizado los sectores antes mencionados y detectar que no se cuenta una distribuidora de pollos que cubra la demanda de los habitantes de varias ciudadelas del sur de Guayaquil más específicamente del sector La Pradera, es indispensable analizar los costos de inversión para poder ejecutar la creación de la distribuidora de pollos “W&M”.

Con la creación de la Distribuidora, tendrá como beneficiarios directos a aquellos habitantes de las ciudadelas del sur de Guayaquil y donde se va a proveer de este producto para la venta directa en donde verán un ahorro notable al momento de realizar la compra de la carne de pollo por el precio de adquisición de ella en comparación con otras despensas y distribuidoras, así mismo se logrará ver el beneficio por la adquisición del producto a través de la Distribuidora propuesta a los clientes dueños de Tiendas o Mini-Market aledaños, ya que si ellos adquieren en producto a un mejor precio sus clientes también notaran el ahorro, además de que sus pedidos serán despachados en el tiempo acordado, y agregándole la confiabilidad de la calidad del producto, hace que se cree una cadena de valor muy importante, pues,



adicional a esto notarán que es un producto fresco ya que se adquiere desde la avícola y es directamente enviado a las tiendas o despensas de su sector en donde adquirirán el producto de acuerdo a sus necesidades porque el producto puede ser vendido por partes o completo.

Como se mencionó anteriormente el mercado para la venta o distribución de pollos en la ciudad de Guayaquil es un negocio rentable no solo por su alta demanda sino también en costos de producción y comercialización, entonces se puede decir que una vez que se haya analizado todos los costos de inversión para la creación de la distribuidora de pollos de nombre “W&M”, se procederá a solicitar al ente financiero de nombre BanEcuador un tipo de Microcrédito el cual consiste en un tipo de crédito que está destinado para el financiamiento del sector económico de Comercio y Servicios con facilidades de Emprendimiento, cuya fuente principal de pago la constituye el producto de las ventas o ingresos generados por dichas actividades.

El alcance social del presente proyecto se da una vez que se ha analizado los costos de inversión, y una vez que se apruebe el micro crédito otorgado por el ente financiero BanEcuador, se procederá a la creación de la Distribuidora de pollos “W&M”.

Este proyecto es conveniente porque ayudará mejorar la alimentación y su nivel de proteínas y vitaminas esenciales para una óptima alimentación de los habitantes del sur de la ciudad de Guayaquil en el Sector La Pradera a través de la creación de una distribuidora de pollos que no solo quede cerca de sus domicilios, haciendo que sea fácil su adquisición, sino que además entregue un producto fresco,

a un buen costo, dando ahorro a las familias y comodidad y confianza a nuestros proveedores.

En conclusión, y como se había indicado anteriormente el proyecto beneficiará principalmente a la comunidad del sector sur de la ciudad de Guayaquil en La Pradera, a través de la mejora de su alimentación y ahorro económico por bajos costos en comparación con la competencia, ahorrándose mucho más que gastos de movilización si no que ganando la confianza de que el producto es fresco y de calidad.

Por lo cual ya en la práctica será la resolución del problema existente en el sur de la ciudad de Guayaquil sector La Pradera, por lo cual es trascendental obtener una distribuidora de pollos en este sector por carecer de uno a pesar que registra un índice alto de población.

El valor teórico para este proyecto, es importante ya que sirve como herramienta o guía para futuros emprendedores o estudiantes con la voluntad de superarse y crear su propia distribuidora, o proyecto similar, y que con ayuda de los conocimientos aplicados en este proyecto podrán guiarse y lanzar su producto al público.

Debido a esto la utilidad metodológica del trabajo es que ayudará en gran manera a recolectar datos teóricos e históricos de las variables presentadas para analizar los costos en la inversión y poder avanzar con la creación de la distribuidora de pollos.

A nivel socio-cultural, la carne de pollo es uno de los principales elementos en los platillos tradicionales de la ciudad de Guayaquil como lo es el plato típico

denominado el seco de pollo, el afamado y bien conocido arroz con menestra y pollo asado, entre otros, que contienen como principal ingrediente la carne de pollo a la hora de su preparación, por su rápida cocción e exquisito sabor al momento de su preparación.

Este proyecto tiene como fin el aportar activamente en los objetivos nacionales de desarrollo pertenecientes al segundo eje de la Agenda Nacional de Desarrollo (2017-2021) del Plan “Toda una Vida”, objetivos planteados por el Gobierno del presidente Lcdo. Lenin Moreno Garcés, ya que se basa en la búsqueda de conseguir una “Economía al servicio de la sociedad”, la misma que se conseguirá a través de incentivar la productividad y competitividad, logrando el incremento económico en el mercado, que la carne de pollo se apega a esto por su alta demanda en la población no solo nacional, si no también mundial, y el garantizar la disponibilidad de los alimentos para el consumo de los ciudadanos, el proyecto busca eso, el generar un fuentes de ingresos a la soberanía del país, a través del incremento en productividad y competitividad, el generar fuentes de empleos digno, asegurar la disponibilidad de los alimentos de primera necesidad para el consumo de los ciudadanos, todo esto se lo obtendría en la creación de este proyecto de emprendimiento.

Siguiendo la misma línea sobre el Plan de Desarrollo, el proyecto también aporta en su primer eje con el tercer objetivo de “Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones”, se entiende que la producción y venta de la carne de pollo tiene un impacto menos negativo en el medio ambiente, menos contaminante a diferencia de las otras producciones agrícolas como el ganado, ya que la utilización del recurso del agua es menor cantidad.

## **Conclusión**

En este primer capítulo se identificó que, en el sector sur de la ciudad de Guayaquil, específicamente en la ciudadela la Pradera tiene la problemática en el consumo de carne de pollo, por diversas causas que conllevan que los habitantes de dicho sector no realicen el consumo de este producto y en otros casos realicen la compra del producto con costos elevados en ciertas tiendas ubicadas en el sector ya identificado.

Es importante resaltar el aporte del presente capítulo, porque es el punto de partida y es en el cual se establece toda la problemática a investigar, así como sus variables y sus objetivos a alcanzar cumpliendo los tiempos y enfocando el proyecto de inversión que se cumpla.

## Capítulo II

### Marco Teórico

#### 2.1. Fundamentación Teórica: Antecedentes

##### 2.1.1. Costo de Inversión

Se refiere Andes (2014) que los costos de inversión son bienes, que constituye el conjunto de esfuerzos y recursos invertidos con el fin de producir algo útil; la inversión está representada en: tiempo, esfuerzo o sacrificio, y recursos o capitales. La producción de un bien requiere un conjunto de factores integrales que son:

- a) Cierta clase de materiales
- b) Un número de horas de trabajo-hombre, remunerables
- c) Maquinaria, herramientas, y un lugar adecuado en la cual se lleve a cabo la producción (p. 24).

Se entiende que los costos de inversión son aquellos recursos que influyen al capital de la empresa.

Entonces se puede aclarar que los costos de inversión son aquellos costos adquiridos para la ejecución de un proyecto.

Para Silva (2014) los costos de inversión Corresponde a los montos de recursos que se estima demandará el proyecto, durante las etapas de diseño y/o ejecución (p. 12).

Silva nos indica que los costos de inversión corresponden a aquellos recursos que demanda un proyecto antes de ser lanzado.

Define Maúrtua (2014) que los costos de inversión de un proyecto son los recursos que se asignan a la inversión fija y capital de trabajo, tanto al inicio del proyecto como, ocasionalmente, a lo largo de su vida útil. (p. 32).

Se analiza que los costos de inversión de un proyecto son recursos compuestos por una inversión fija y un capital de trabajo sólido.

#### **2.1.1.1. Proyecto de Inversión**

Las inversiones para los proyectos consisten en todos los gastos que intervienen en la adquisición de los medios de producción (materiales, equipos, talento humano, edificio) y este generará beneficios por su inversión u actividad, dependiendo el plazo de proyección del mismo, por lo que es importante conocer que es un proyecto de inversión y su utilidad.

De acuerdo a Sapag (2008) son “Aquellos que conllevan necesariamente a la búsqueda de proposiciones coherentes destinadas a resolver las necesidades de las personas humanas” (p. 23).

Entonces se puede indicar que este autor comprende que los proyectos como tal son las búsquedas de las soluciones de un problema que está sucediendo en las diferentes ramas de las actividades que se realiza día a días.

Ketelhohm (2004) afirmó:

Inversión significa formación del capital. Desde el punto de vista económico se entiende por capital al conjunto de bienes, tangibles e

intangibles, que sirven para producir otros bienes. Dentro del capital incluyen todos los bienes destinados a las labores productivas, desde terrenos, edificios, instalaciones, maquinarias, equipos e inventarios hasta marcas, información, conocimiento, procesos, sistemas, destrezas y habilidades de ejecutivos y empleados. (p. 27).

Lo que quiere decir es que las inversiones es la vía para la asignación de recursos del proyecto a ejecutar, ya que permitirá saber todo lo que se necesita para ponerlo en marcha.

Según Baca Urbina (2006) indica que un “proyecto de inversión es un plan que, si se la asigna determinado monto de capital y se le proporciona insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general”. (p. 4).

En cambio, este autor indica que el proyecto de inversión es inyectar capital a un plan establecido y de esa manera poder producir un bien que sea útil para la sociedad en general.

Por otro lado, los proyectos de inversión según (Hernandez, 2005) son “el conjunto de planes detallados que tienen por objetivo aumentar la productividad de una empresa para incrementar las utilidades o la prestación de servicios” (p. 32). Este autor en cambio indica que los proyectos de inversión, un conjunto de planes los cuales tienen como meta alcanzar objetivos para incrementar ganancias de la empresa por medio de sus ventas o la generación de sus servicios.

Se puede decir que un proyecto de inversión es una propuesta que surge como resultado de estudios que la sustentan y que está conformada por un conjunto determinado de acciones con el fin de lograr ciertos objetivos.

El propósito del proyecto de inversión es poder generar ganancias o beneficios adicionales a los inversionistas que lo promueven y, como resultado de este, también se verán beneficiados los grupos o poblaciones a quienes va dirigido, conociendo sus necesidades y fortaleciendo las decisiones a tomar enfocándose netamente en valores a beneficio de la empresa.

### **2.1.2. Distribución de pollos**

La distribución está enfocado al marketing a fin de poder organizar todos los elementos y que llegue al consumidor final.

La distribución está enfocado a la mercadotecnia a fin de poder promocionar un producto y este llegue al consumidor final y éste se encuentre satisfecho.

#### **2.1.2.1 Origen y Evolución de las Aves**

De acuerdo a lo indicado en el libro de la Producción Avícola de (Vaca, Producción Avícola, sin fecha) Indica que las diferentes especies de animales que habitaron el planeta en épocas remotas han evolucionado, más aun en su aspecto físico, debido a la necesidad de adaptación a los cambios climáticos, del ambiente, sus hábitos de vida y su alimentación.

En el periodo Jurásico en donde aparece el animal de nombre *Arqueopteryx*, el cual es considerado en la transición biológica de los reptiles y las aves, y entre sus características que lo asemejaban era el pico, pues poseía un hocico alargado con dientes en ambas mandíbulas, además de ser un animal de tamaño pequeño muy



parecido a un ave, y que en su piel estaba cubierto por plumas a excepción de la cabeza y tenía garras en sus patas, todo esto se evidencio según los fósiles encontrados de estos animales. (Vaca, Produccion Avicola, sin fecha).



*Figura 2.* Archaeopteryx

*Nota:* Recuperado de “Producción Avícola: Origen y Evolución de las Aves”, de Leonel Vaca, sin fecha, Editorial Universidad Estatal a Distancia.

### **2.1.3. Origen de la Gallina Domestica**

El origen inmediato de la gallina domestica más aceptada, es la que proviene de troncos salvajes originadas en Asia, en donde ha sido demostrado que este tipo de especie se puede cruzar y que dio origen a la estirpe básica, la cual es la actual gallina doméstica. (Vaca, Producción Avícola, sin fecha).

### **2.1.4. Origen de la Avicultura**

En los años 3200 A.C., las evidencias históricas demuestran que en ese tiempo ya se domesticaban y explotaban a las gallinas en la India, y se difundieron en Persia, Grecia y Europa, y que desde su inicio hubo la domesticación de estas aves, algunos seleccionaban a las aves que tengan las mejores características para su reproducción, mientras que otros buscaban aves ágiles para la práctica de peleas de gallos, o que estas tengan una buena capacidad para la producción de huevos, por lo

que todo dependía del objetivo que tenía el avicultor. De esta forma se ha ido formando las características que distinguen a las aves con los de su misma especie. (Vaca, Producción Avícola, sin fecha).

Por lo que en América llegaron luego del primer y segundo viaje de Colon, por lo que llegaron a la costa de Colombia, en donde se realizaron las primeras importaciones de aves, aunque aún era denominada como una actividad campesina y familiar, por lo que el objetivo de la producción avícola es el obtener una cantidad determinada de la carne o huevos de pollo al menor coste posible. (Campoverde, 2012).

#### **2.1.5. Contribución de la avicultura a la generación de ingresos y nutrición**

En la historia, la crianza de estas aves surge por diferentes razones, desde la necesidad de ser una fuente de ingresos ya que los productos que se generan a través de la avicultura pasan a ser vendidos o canjeados para pagar o conseguir determinado objeto como para la compra de sal, aceite u otros productos de la canasta básica. Además este tipo de aves proporciona la proteína animal necesaria para el ser humano, bajo la forma de carne y huevos. (Alders, 2005).

#### **2.2.2. Estudio de mercado**

Para Kotler (2009) "consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización"(p. 29).

Este autor indica que el estudio de mercado consiste en aplicar las técnicas de la administración como es reunir, planificar, analizar y comunicar los datos del exterior para evaluar la situación del mercado nacional e internacional que podría enfrentar la empresa al momento de ser constituida como tal.

El estudio de mercado tiene cuatro etapas básicas, según Kotler (2009) consisten en:

Establecimiento de los objetivos del estudio y definición del problema que se intenta abordar: El primer paso en el estudio es establecer sus objetivos y definir el problema que se intenta abordar.

Realización de investigación exploratoria: Antes de llevar a cabo un estudio formal, los investigadores a menudo analizan los datos secundarios, observan las conductas y entrevistan informalmente a los grupos para comprender mejor la situación actual.

Búsqueda de información primaria: Se suele realizar de las siguientes maneras:

- Investigación basada en la observación
- Entrevistas cualitativas
- Entrevista grupal
- Investigación basada en encuestas
- Investigación experimental

Análisis de los datos y presentación del informe: La etapa final en el proceso de estudio de mercado es desarrollar una información y conclusión significativas para presentar al responsable de las decisiones que solicitó el estudio. (p. 30).

Randall (2007) definió el estudio de mercado de la siguiente manera: "La recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing" (p. 90).

En cambio, este autor considera que el estudio de mercado es la recopilación de información, el análisis de la misma y de esta manera poder presentar la información de manera resumida y así se pueda realizar tomas de decisiones con la fortaleza del área de marketing y poder tener una estrategia competitiva, y esta estrategia está orientada a generar un valor agregado a la empresa con sus clientes o competencia, y esto da como resultado un mayor ingreso a la empresa y por ende mayor ingreso a los colaboradores que trabajan día a día en las compañías, este valor lo reciben en los meses de Abril y se denomina Utilidades, las cuales son un ingreso adicional y esta se compone según el tiempo que han laborado y según las cargas familiares que tengan cada uno de los colaboradores, entre ellas tenemos, hijos o hijas, esposa.

Según Malhotra (2006) los estudios de mercado "describen el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor"(p. 44).

Se puede entonces decir que un estudio de mercado se manifiesta con una reunión o recopilación de la información, la cual será analizada y manejada de una manera sistemática a fin de poder evaluar la situación en el mercado, este análisis se elabora de manera tal que sea fácil la interpretación del mismo, considerando cada uno de los factores que se relacionan día a día con el manejar de la empresa, entre ellos consumidores, distribuidores y evaluando el perfil del consumidor, para así poder llegar de manera más fácil y creando confianza con cada tipo de clientes que una empresa puede tener.

### **2.2.3. Estudio Técnico**

Según Rosales (2009) definió que un "estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que

se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas” (p. 18).

Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita.

Por lo expuesto, un estudio técnico consiste en determinar el tamaño óptimo, la magnitud de costos y las inversiones que se necesitarán a la hora de implementar un proyecto, y esto a través de técnicas de estudio y analizando cada una de las variables que se está estudiando a fin de que pase de ser un estudio, y ponerlo en práctica con los conocimientos a que enfrentan y los costos en forma general que se debería de tener considerados antes de poner en práctica la idea original antes plasmada y ahora a ser ejecutada.

Según Sapag (2008) indico que “el estudio técnico tiene como finalidad proveer información para saber el monto de los costos de operación y las inversiones que se van a realizar, determinar los requerimientos de equipos, materiales y las necesidades de mano de obra, optimizando el empleo de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto” (p. 31).

Entonces, el estudio técnico consiste en proveer con información necesaria para la toma de una decisión con respecto a los costos de operación y de las inversiones que se van a realizar, a fin de determinar los mejores equipos y optimizar materiales, mano de obra, entre otros, generando una optimización en cada uno de los procesos que conlleva la producción y con esto presentar y proyectar mayores ingresos a la compañía, por medio de la productividad, genera mucho más compromiso con los colaboradores, con los clientes, y con los proveedores.

#### **2.2.4. Estudio Financiero**

Los autores Gitman (2003), Van Horne (2003), Elizondo y Altman (2003) concordaron al decir que el estudio financiero:

Es un estudio analítico con diseño documental basado en los fundamentos teóricos. El estudio financiero se basa en el cálculo de indicadores financieros que expresan la liquidez, solvencia, eficiencia operativa, endeudamiento, rendimiento y rentabilidad de una empresa. Se considera que una empresa con liquidez es solvente pero no siempre una empresa solvente posee liquidez” (p. 27).

En términos menos formales, los estudios financieros se basan para analizar la situación en el mercado a nivel financiero y que impacto tendría la creación de una nueva empresa con lo que respecta al endeudamiento y la futura rentabilidad de la empresa, si será solvente o no será solvente en un corto, mediano o largo plazo. Por medio de este estudio se puede considerar si una empresa puede ingresar al mercado de manera favorable o de manera no favorable, este estudio permite que se evalúe el sistema económico que tendría la compañía en el transcurso de los años, y saber si será rentable o no, el inyecto de capital de manera económico o por medio de bienes.

Sapag en su libro de Viabilidad Financiera (2008) definió que del estudio financiero contiene lo siguiente:

Estudio financiero tienen dos etapas que son el orden y el sistematizar información de carácter monetario, que proporcionaron las etapas anteriores, elaborando los cuadros de analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad” (p. 38).

Este estudio se establece, en último término de su aprobación o rechazo, debido a que calcula la rentabilidad que regresa de la inversión, todo medido con base económica.

Por lo mencionado anteriormente, para poder elaborar un estudio financiero se necesitan de dos etapas principales las cuales son el orden y la sistematización de la información obtenida de carácter económico, para que una vez con esta información se proceda a la elaboración de cuadros estadísticos a fin de que los analistas y la alta dirección puedan evaluar el proyecto y ver la viabilidad enfocándose en la rentabilidad a fin de poder obtener de la alta dirección una aprobación de ejecución del proyecto o en otro escenario el rechazo de dicho proyecto.

### **2.3. Marco Referencial**

Según Intriago (2011) en su proyecto de estudio “Factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de pollos en el cantón Junín, Provincia de Manabí” en la Universidad Politécnica Salesiana Cede Quito-Ecuador.

En el estudio de mercado de este caso se analizó la oferta y demanda en la producción de los pollos en la Provincia de Manabí y en base a esto determinaron la oferta y demanda futura y la demanda insatisfecha que pretenden cubrir. También determinaron precios en el mercado, proveedores, gustos y preferencias, competidores, canales de distribución. Todo esto les permitirá conocer las ventajas y dificultades que tiene el mercado de la carne de pollo.

En el estudio técnico estudiaron el tamaño, localización, distribución e ingeniería óptima del proyecto, para esto tuvieron que tomar en cuenta factores

como: el espacio, materia prima, almacenamiento, servicios básicos, mano de obra disponible, etc. También revisaron todos los aspectos y requerimientos legales que se necesita para la constitución y funcionamiento del proyecto.

El estudio financiero les permitió establecer la viabilidad y rentabilidad del proyecto a través del uso de índices, valores e información de carácter monetario y la elaboración de balances, flujo e informes que les permitió conocer el monto de la inversión los gastos y los costos a los que tuvieron que incurrir para la realización del proyecto, con información obtenida en el estudio técnico.

El estudio de impacto el cual reflejo las consecuencias y aceptación del proyecto por parte de los involucrados como: la ciudadanía, colaboradores.

A diferencia de este proyecto, que busca la producción basado en la crianza y alimentación del ave, además de su comercialización al mercado, es que el proyecto propuesto no se basa en la producción, si no netamente en la distribución de la carne de pollo a los proveedores del sector sujeto a estudio, actuando como intermediario entre el productor y el consumidor final, aun así, se sigue el mismo fin, que es cubrir la necesidad de los clientes en la adquisición de la carne de pollo.

Mientras que en otro caso tenemos según (Rodríguez, 2015) en su “Estudio de factibilidad para la comercialización de pollos en la parroquia de Chanduy, Cantón de Santa Elena.” De la Universidad Estatal Península de Santa Elena – Ecuador, Hace referencia en sus antecedentes lo siguiente:

La producción avícola a nivel mundial en los últimos años; es considerada como la segunda carne más consumida, pero es el primer alimento saludable para el



consumo humano además es de bajo costo de producción con relación a otras actividades pecuarias siendo de fácil adquisición.

Por lo cual se prevé un aumento con respecto a la producción mundial de carnes en el 2013 con 308,3 millones de toneladas, lo que representa un incremento de 4.3 millones, que implicaría el 1.4% respecto a la producción del 2012.

Se espera que la producción mundial de carne de aves en el 2014 alcance un nuevo record de 15% en los próximos cinco años, tanto en países productores, exportadores e importadores de carnes. Siendo Estados Unidos con 3.6 y 3.4 millones de toneladas de pollos por año.

CONAVE menciona que en el 2011 la producción en el Ecuador ha crecido notablemente, pero la oferta no es suficiente frente a la demanda de este producto en el mercado, el sector avícola contribuye el 13% del producto interno bruto PIB y con el 4% de la Producción Económicamente Activa (PEA).

Este estudio es el que más similitud tiene de acuerdo a los objetivos del proyecto, ya que en base a los datos brindados por las diferentes fuentes de producción y estadística nacional, da una seguridad para emprender en la creación de la distribuidora de pollos, ya que las cifras son positivas, además de seguir la misma línea de distribución de la carne de pollo, su diferencia se basa en que esta estará diseñada a la comercialización con servicio a domicilio, que en diferencia al propuesto que es a través de los canales de distribución a los proveedores del sector.

De la misma manera (Garcia, 2011) en su “Proyecto de factibilidad de creación de una empresa productora y comercializadora de carne de pollo en el

municipio de Tabio Cundinamarca” de la Universidad Minuto de Dios de la Ciudad de Bogotá-Colombia presenta como parte de la introducción lo siguiente:

La producción de carne avícola en los últimos 20 años ha incrementado su porcentaje de demanda y oferta, gracias a las transformaciones tecnológicas y a las mejoras de la eficiencia productiva, la apertura de nuevos mercados, el consumo de carne de pollo está ocupando un lugar importante en la dieta de los colombianos eso se debe a cambios de hábito y una vida saludable.

Las principales razones en que fundamenta el éxito expansivo de la producción de pollo es la actualización y mejora en los tratamientos técnicos, comerciales y de mercado que tiene todo el sector avícola, entre las principales se podría citar la calidad en el producto, carne sana y baja en colesterol, de fácil consumo y de buena digestión, permitiéndole al consumidor satisfacer una de las necesidades básicas con agrado.

En este momento APOLOS CHICKEN tiene una segmentación pequeña, pero a medida que pasa el tiempo incrementaremos nuestro mercado objetivo. Para ello se les dará a conocer:

En primer lugar, el estudio de mercado, seguido del estudio técnico y de ingeniería, estudio administrativo y jurídico, y el estudio financiero.

Para determinar la factibilidad del proyecto a medida que se ha realizado la investigación y análisis de la información recolectada.

La semejanza que persigue este proyecto es que busca cubrir la alta demanda por la necesidad de consumir la carne de pollo a través de su comercialización, la diferencia es que buscan también su producción en cuanto a incubación, crianza,

alimentación y faenamiento del ave, lo que no es nuestro objetivo, si no solo su distribución a proveedores específicos.

En esta ocasión se evidencia el trabajo de (Peñañiel, 2011) en su tema “Estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa dedicada a la crianza y comercialización de pollos en el Cantón Cayambe, Provincia de Pichincha” Universidad Técnica del Norte, Ibarra- Ecuador como parte de su resumen ejecutivo presenta:

El presente trabajo de grado nace con la necesidad de organizar en forma más tecnificada la producción y comercialización de pollos en el cantón Cayambe. Según el diagnóstico situacional realizado en la presente investigación, el sitio de mercadeo no es el adecuado para la mejor forma de distribución de pollos.

Con el desarrollo del marco teórico se buscó información del estado de investigación relacionada al tema, problema o necesidad expuestos, se han respetado las referencias bibliográficas de los diversos autores que fueron consultados y que sus transcripciones textuales y las interpretaciones del autor, sirvieron para sustentar teórica y científicamente las diferentes fases o capítulos que contiene el presente proyecto económico-productivo.

Mediante el estudio de mercado realizado, como una fase importante dentro del diseño del presente proyecto de factibilidad, se logró determinar que la producción u oferta en esta plaza es importante; sin embargo, no se logra cubrir la gran demanda de las aves.

El desbalance entre oferta y demanda, según la investigación desarrollada, se debe a múltiples factores, siendo los principales: producción tradicional sin tecnología, baja productividad, mal manejo de razas, deficiente manejo productivo.

Además, como hallazgos importantes del estudio de mercado, se logró verificar la necesidad de mejorar la oferta de pollos en pie por parte de pequeños productores, debido a que existe un mayor número de demandantes, así mismo la oportunidad de instalar una planta de avicultura adecuada, donde se aproveche la escasa oferta.

En cuanto se refiere al estudio técnico y financiero, ayudó a determinar el monto de inversiones fijas, variables y diferidas, requeridas para la puesta en marcha del proyecto de la pequeña empresa. Con el fin de precisar la viabilidad o factibilidad del proyecto, se aplicaron indicadores económicos-financieros, los cuales demostraron la factibilidad económica del proyecto.

En el estudio organizacional se diseña y propone la estructura organizacional y funcional de la pequeña empresa, aspectos estratégicos y filosóficos, sin dejar a un lado el marco legal de constitución. Como en todo proyecto, se hace también un análisis de los posibles impactos que generara la puesta en marcha del proyecto, interpretando aspectos tales como: ambiental, económico, comercial y educativo, donde los efectos positivos son muchos más preponderantes y casi nulos los efectos negativos.

El fin de esta tesis es que buscan cubrir la demanda del mercado de la carne de pollo a través de la crianza, lo que se diferencia y la comercialización que es lo que se sigue a través de nuestros proveedores siendo estos los moradores del sector.

Una vez revisado el trabajo de (Cumbal, 2013) con su tema “Estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa productora y comercializadora de pollos criollos en la ciudad de San Gabriel, Cantón Montufar, Provincia de Carchi.” De la Universidad Técnica del Norte, Ibarra - Ecuador.

El presente proyecto se ha elaborado para determinar la factibilidad de crear una pequeña empresa, en la ciudad de San Gabriel del cantón Montufar, provincia del Carchi; cuya finalidad es producir y comercializar pollos criollos, empleando un plan de producción y comercialización que satisfaga la expectativa de la demanda insatisfecha en carne de pollo; y a la vez se contribuya a la generación de fuentes de trabajo.

Mediante estos objetivos se ha desarrollado el presente proyecto productivo cuyos resultados alcanzados fueron detallados a continuación. Existe una demanda insatisfecha por cubrir para el año 2015 de 64.080 unidades.

La empresa está en capacidad de cubrir el 4.9% de la demanda insatisfecha. La inversión del proyecto será financiada mediante recursos propios con un 67% y la diferencia 33% será adquirida mediante una institución financiera. Para el análisis de los evaluadores financieros se trabajó con un costo de capital de 6.8% obteniendo un TIR del 11.69%, se determinó un periodo de recuperación de la inversión de 4 años, 2 meses y 27 días.

Su finalidad del producir pollos criollos mediante un plan de producción, es uno de los objetivos que se diferencian, mientras que su fin de la comercialización del producto final busca satisfacer la demanda insatisfecha en carne de pollo y su vez el de contribuir activamente en la generación de fuentes de empleo para la provincia, son los objetivos que van por la misma finalidad que el proyecto propuesto.

## **2.4. Variables conceptuales de la Investigación**

### **Variable independiente: Costos de Inversión**

La Universidad Nacional Autónoma de México de la Facultad de Ingeniería.

Conceptualiza los costos de inversión como:

La inversión es el gasto monetario en la adquisición de capital fijo o capital circulante, o el flujo de producción encaminado a aumentar el capital fijo de la sociedad o el volumen de existencias. Aunque también la se puede definir como la actividad económica por la cual se renuncia a consumir hoy con la idea de aumentar la producción a futuro. Por otro lado, también se dice que es gastar dinero con la esperanza de obtener utilidades. (p .35).

Básicamente está formada por bienes producidos que se utilizan para obtener nuevos productos y comprende el equipo, como los telares eléctricos, las estructuras, como las viviendas o las fábricas, y la existencia, como los automóviles que tienen los concesionarios en exposición.

La inversión no es más que los recursos materiales o financieros que son necesarios para ejecutar un proyecto de inversión, por lo que al pensar en los costos de inversión, se refiere a la cuantificación monetaria de los recursos que se va a necesitar para permitir la realización del proyecto. Estos pueden estar conformados por los Activos tales como:

- Plantas,
- Oficinas,

- Maquinarias,
- Equipos Electrónicos, etc.

Por lo que, al hablar de los costos de inversión, se refiere a los egresos de dinero necesarios para cubrir los costos de insumos y materiales necesarios para el proceso productivo, durante la fase o etapa del funcionamiento de la empresa.

### **Variable dependiente: Creación de la Distribuidora de pollos**

La creación de una empresa o una fuente de ingresos va ligada con la parte del emprendimiento, pues situamos en un mercado con competidores que venden igual o parecido a nuestros productos, por lo que es importante realizar un análisis de lo que se necesita para estructurar la creación del mismo, ya sea por sus recursos humanos, materiales y económicos.

Al ejecutar la creación de una distribuidora de pollos, se ponen en conocimiento que su creación se basa en la distribución de un producto para su comercialización en donde gana el dinero en la venta de productos que se encargada de distribuir más no del que fabrica, actúa de intermediaria entre el productor y el comerciante.

## 2.5. Operacionalización de las variables

**Tabla 3**

*Operalización de las variables*

Variables	Definición	Indicadores	Técnicas
Independiente	Costos de inversión	Los costos de inversión, se refiere a los egresos de dinero necesarios para cubrir los costos de insumos y materiales necesarios para el proceso productivo, durante la fase o etapa del funcionamiento de la empresa.	Egreso
		Dinero VAN TIR	Observación asistemática  Análisis documental
Dependiente	Creación de distribuidora de pollos	Su creación se basa en la distribución de un producto para su comercialización en donde gana el dinero en la venta de productos que se encargada de distribuir mas no del que fabrica, actúa de intermediaria entre el productor y el comerciante.	Distribución
		Intermediario Productor Comerciante	Encuesta: Cuestionario  FODA

## 2.6. Marco Conceptual

**Ahorro:** se define como la diferencia entre el ingreso disponible y el consumo efectuado por una persona, una empresa, etc. El ingreso de una persona, de una familia o de una empresa es la cantidad de dinero que ésta recibe por realizar una



actividad determinada remunerable (negocio, trabajo, venta de productos, etc.). El ingreso disponible es la cantidad de dinero que a una persona le queda de su ingreso luego de haber pagado los impuestos al Estado. (BANREPCULTURAL, 2017).

**Avícola:** Es la práctica de criar aves. Por lo general, estas satisfacen un mercado establecido, como la venta de huevos y carne. (EcuRed, 2017) .

**Avicultura:** es el trabajo de cuidar y criar aves como animales domésticos. La avicultura no solo se centra en la cría de las aves sino además en proteger su hábitat que es el espacio que se reúne las condiciones apropiadas para que el género pueda vivir y reproducirse. (CONCEPTOS&DEFINICIONES, 2014).

**Broilers:** se puede definir a un tipo de ave, de ambos sexos, cuyas características principales son su rápida velocidad de crecimiento y la formación de unas notables masas musculares. (Avicol, 2017).

**Cadena de valor:** es una herramienta propuesta por Michael Porter en su libro “la ventaja competitiva” y es poderosa herramienta de análisis para planificación estratégica.

Es esencialmente una forma de análisis de la actividad empresarial mediante la cual descomponemos una empresa en sus partes constitutivas, buscando identificar fuentes de ventaja competitiva en aquellas actividades generadoras de valor. (Arimany, 2016).

**Capital:** es uno de los factores de la producción y comprende el conjunto de los Bienes materiales que habiendo sido creados por el hombre, son utilizados para producir otros Bienes o servicios. (Eco-Finanzas, 2015).

**Clientes:** es "aquel" por quién se planifican, implementan y controlan todas las actividades de las empresas u organizaciones. (Thompson, Promo Negocios, 2018).

**Comercialización:** Se refiere a todas las acciones necesarias para transferir la propiedad de un producto y transportarlo de donde se elabora hacia su sitio de consumo. (Thompson, 2018).

**Competencia:** Facultad de movilizar un conjunto de recursos cognitivos (conocimientos, habilidades, capacidades, etc.) para enfrentar con pertinencia situaciones de problemas. (Perrenoud).

**Consumidor:** es una persona u organización que consume bienes o servicios, que los productores o proveedores ponen a su disposición y que decide demandar para satisfacer algún tipo de necesidad en el mercado. (Economipedia, 2016).

**Demanda:** representa la cantidad de bienes o servicios que individuos, empresas u organizaciones quieren y pueden vender en el mercado a un precio determinado. (thompson, Promo Negocios).

**Desarrollo:** es una condición social, en la cual las necesidades auténticas de su población se satisfacen con el uso racional y sostenible de recursos y sistemas naturales. La utilización de los recursos estaría basada en una tecnología que respeta los aspectos culturales y los derechos humanos. (ECOLINK, 2016).

**Dinero:** Es un medio de pago, es aceptado por todas las personas en pago de bienes y servicios, su función es ser el medio de cambio para evitar la dificultad del trueque. (Eco-Finanzas, Eco-Finanzas, s.f.).

**Distribución:** Es un conjunto de procesos que establecen la forma de trabajar, incluyendo la forma de venta final del producto al consumidor, además que dispone de muchos tipos de intermediarios en el mercado. (Alvarez, 1988).

**Economía:** Es la rama que estudia las actividades de las personas que viven en sociedad, en donde se realicen las actividades de obtención de bienes y servicios que estén dirigidos a satisfacer las necesidades. (Avila, Concepto de Economía, 2003).

**Egreso:** Son las salidas de dinero en la que se incluyen también las inversiones, aunque las inversiones se realizan para un beneficio de recuperarlas, igual cuentan como una salida de dinero. (Salazar, 2017).

**Estrategia:** (Thompson, Estrategias de Mercado, 2006) indica “El propósito de las estrategias de mercado es el de brindar a la empresa u organización una guía útil acerca de cómo afrontar los retos que encierran los diferentes tipos de mercado; por ello, son parte de la planeación estratégica a nivel de negocios” (p.1).

**Estudio del mercado:** Se basa en analizar la viabilidad de un proyecto empresarial, en donde recopila una gran cantidad de información de los clientes y sus competidores entorno al mercado en donde desean emprender. (mercado, s.f.).

**Factibilidad:** Es un proceso que se sigue para resolver el problema del proyecto a realizar, para esto se debe partir por los pronósticos y estimaciones para la preparación de la información para los estudios técnicos. (Santos, Estudio de factibilidad de un proyecto de inversion , s.f.).

**Gasto:** El gasto se refiere a los consumos derivados del uso y el consumo. (Fullana y Paredes, 2008).

**Mercado:** El mercado es el espacio o lugar en donde concurren los compradores y vendedores con el fin de adquirir un producto o servicio, en donde se lleva a cabo las actividades mercantiles, en donde se pone de acuerdo el precio que se pagara por la adquisición del bien o servicio. (Avila, Concepto de Mercado, 2003).

**Microempresa:** Empresas pequeñas que cuentan con una reducida mano de obra (a veces familiar) unos recursos financieros y tecnológicos escasos, y una producción a pequeña escala. (HEGOA, 2015).

**Producción:** es la acción de producir, a la cosa ya producida, al modo de producirla y a la suma de los productos, tanto del suelo como de la industria. (Definicion Economicas, 2016).

**Productividad:** es una combinación de ambas, ya que la efectividad está relacionada con el desempeño y la eficiencia con la utilización de recursos. (Ucema, 2017).

**Proveedor:** es una persona o una empresa que proporciona existencias y abastecimiento a otra empresa para que ésta pueda explotarlos en su actividad económica. (Economia simple, 2018).

**Proyecto:** Es el conjunto de acciones destinadas a resolver o vulnerar un problema ya identificado, priorizado y explicado en el momento de investigación de problemas críticos. (ucab, 2016).

**Rentabilidad:** Hace referencia a los beneficios que se han obtenido o se pueden obtener de una inversión. Tanto en el ámbito de las inversiones como en el ámbito empresarial es un concepto muy importante porque es un buen indicador del

desarrollo de una inversión y de la capacidad de la empresa para remunerar los recursos financieros utilizados. (Economipedia, 2017).

**Satisfacción al cliente:** es un campo de estudio amplio e incluye distintas disciplinas y enfoques. Este concepto ha sido enfocado desde perspectivas muy distintas y por autores pertenecientes a campos científicos diversos. (Thompson, 2016).

**Segmentación del mercado:** se define como "un grupo de consumidores que responden de forma similar a un conjunto determinado de esfuerzos de marketing" (Kotler & Armstrong).

**Socio-Cultural:** es la información cultural específica fijada en la lengua extranjera, cuyo dominio constituye la esencia de la dimensión sociocultural de la competencia comunicativa en esa lengua. (EcuRed, 2018).

**Técnica:** es un conjunto de saberes prácticos o procedimientos para obtener el resultado deseado. (ALEGSA, 2017).

**Ubicación geográfica:** es cualquier forma de localizar al ser humano, por ejemplo, mediante las coordenadas geográficas según latitud y longitud (Significados).

**Utilidades:** es la medida de satisfacción por la cual los individuos valoran la elección de determinados bienes o servicios en términos económicos. Los bienes y servicios tienen ciertas propiedades que satisfacen necesidades humanas y que repercuten de forma positiva en sus compradores o consumidores. (Economipedia, 2015).

**Venta al por mayor:** comprar un volumen grande de productos, a un precio menor del que se comprarían en cantidades unitarias o menores. (Artra, 2015).

**Venta al por menor:** ocurre cuando un negocio vende un producto o servicio a un individuo para su uso personal. (Artra, 2015).

## **Conclusión**

A través de este capítulo, se logra identificar referencias en lo que respecta a costo de inversión, estudio de mercados, estudios técnicos y estudios financieros, para con estos conceptos y referencias realizadas por otros autores poder alinear el proyecto a la ejecución correcta, verificando no salir del contexto y de las referencias ya revisadas anteriormente.

Adicional, se revisa las variables, así como su conceptualización y realizando un pequeño ejercicio de Operacionalización de las variables en el cual se revisa la información referente a indicadores que permitirán ver la viabilidad del proyecto y ejecutando cada una de las técnicas que se ha establecida en numerales anteriores. Todo con el fin que el proyecto se factible y se pueda ejecutar.

## Capítulo III

### Marco Metodológico

#### 3.1. Diseño de la Investigación

En este proyecto se aplicará la investigación de tipo Cuantitativa y Cualitativa en virtud de que estos tipos de investigación da un enfoque más claro sobre cuál será el objeto de análisis en la situación estudiada.

Según lo indicado en el libro de Sampieri (2014) indica que “la investigación cualitativa proporciona profundidad a los datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas. Asimismo, aporta un punto de vista “fresco, natural y holístico” de los fenómenos, así como flexibilidad.” (p. 16).

Con este tipo de investigación se busca examinar la manera en que las personas sujetas de estudio perciben o experimentan los fenómenos que lo rodean, y ayudará a profundizar los puntos de vista a través de sus interpretaciones de una forma subjetiva.

La investigación cuantitativa se la conceptualiza como:

Una investigación cuantitativa se intenta generalizar los resultados encontrados en un grupo o segmento (muestra) a una colectividad mayor (universo o población). También se busca que los estudios efectuados puedan replicarse. Al final, con los estudios cuantitativos se pretende confirmar y predecir los fenómenos investigados, buscando regularidades

y relaciones causales entre elementos. Esto significa que la meta principal es la formulación y demostración de teorías. (Sampieri, 2014) (p. 6).

En virtud de lo expuesto, se entiende que este tipo de investigación da la pauta para que en forma estructurada se recopile y analice los datos recogidos en las distintas fuentes de recolección de información a través de las herramientas que se van a aplicar. En el diseño bibliográfico se utilizó el análisis documental a través de libros, folletos e investigaciones donde se recopilará la información sobre el problema que se está planteando con la cual se sustentará la validez de este proyecto. Se manejó en el diseño de campo la herramienta de encuesta, para poder observar las características del problema de estudio, con esto se conseguirá obtener la información de investigación lo más real posible.

### **3.2. Tipos de Investigación**

Entre los tipos de investigación que se tiene la de tipo descriptiva y de tipo correlacional, las mismas que se describen a continuación:

**Descriptiva:** El propósito de este tipo de investigación es estudiar el hecho o fenómeno, además de que permite la medición de las variables implícitas en el objetivo de la investigación anteriormente planteada.

**Correlacional:** Ayuda a buscar la relación entre sí de las variables de investigación a través de sus herramientas de análisis tales como la observación, las



encuestas y cuestionarios y el análisis de información, todo esto para medir su relación y conocer cómo se puede comportar la variable en un contexto.

### **3.3. Población**

Se entiende como población al conjunto de personas, animales u objetos con características comunes en un espacio o lugar determinado, el cual se conocerá al momento de realizar la investigación. Generalmente es una población muy amplia dependiendo el tipo de enfoque en la investigación que se vaya a realizar.

#### **Tipos de Población**

**Finita:** Es aquella población que puede ser medible, tiene un inicio y un final, se puede llegar a conocer su tamaño.

**Infinita:** Es lo opuesto a la población finita ya que esta es imposible de medir, lo que impide desconocer su tamaño.

En este caso la delimitación de la investigación se realizará en la provincia del Guayas en el sur de la Ciudad de Guayaquil específicamente en el sector de La Pradera, la cual consta con 21,080 de población según las cifras recogidas del Municipio de Guayaquil.

### **3.4. Muestra de la Población**

La muestra se refiere a la parte de la población en la que se llevará a cabo la investigación, en donde mediante la aplicación de fórmulas se podrá determinar su tamaño.

### Tamaño de la muestra

Para conocer su tamaño, es necesaria la aplicación de la fórmula correspondiente a la población finita:

#### Datos:

**Tamaño de la población:** 21,080

**Error:** 8%

$$n = \frac{\text{Tamaño Poblacion}}{\text{error}^2 (\text{Tamaño Poblacion} - 1) + 1}$$

$$n = \frac{21.080}{0.08^2 (21,080 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{21.080}{0.08^2 (21,079) + 1}$$

$$n = \frac{21.080}{0.0064 (21,079) + 1}$$

$$n = \frac{21,080}{135.9056}$$

$$n = 155$$

### 3.5. Técnicas e Instrumentos

**Técnica de Análisis Documental:** Se aplicó esta técnica ya que permitió recopilar aquella información especializada de fuentes bibliográficas, tales como medios de comunicación físicos, digitales como por ejemplo redes sociales, respecto

a la distribución de pollos, adicional se consultó proyectos de titulación similares, para enriquecer la información disponible obtenida.

**Técnica de Observación:** Se aplicó el Método de observación que es el registro visual de lo que ocurre en la situación real de la investigación, clasificado y consignado los datos de acuerdo con algún esquema previsto y de acuerdo al problema que se estudia.

Por medio de esta observación se logró determinar los hábitos de compra del producto, la aceptación de producto orgánico en la población y cantidad de producto que está dispuesto a comprar.

Se decidió por esta técnica ya que se enfoca la observación de manera sistemática, evaluando las expresiones corporales de los habitantes de la ciudadela Pradera al tratar el tema de la apertura de una distribuidora de pollos en el sector. Con esta técnica se corrobora toda la información adquirida y evidenciar que sea real.

**Técnica de encuesta:** Uno de los mejores métodos para conocer la situación actual de la demanda del producto a trabajar es a través de las encuestas con un cuestionario muy bien estructurado, a fin de que se arrojen las respuestas correctas y estén sean confiables al momento de la toma de decisión.

Las características importantes para realizar el método de encuesta son:

- Es un método preparado para la investigación.
- Permite una aplicación masiva que mediante un sistema de muestreo pueda extenderse a una nación entera.

- Hace posible que la investigación social llegue a los aspectos subjetivos de los miembros de la sociedad.

Las encuestas que se realizaron en la investigación son de tipo personal, este es un método más confiable y exacto para obtener los resultados esperados.

En conclusión, esta encuesta se dirigió a vendedores de cadenas de supermercados porque es fundamental conocer su punto de vista acerca de una nueva competencia y que observan ellos de parte de los consumidores que son la población con la que tratan todos los días en su trabajo.

Una encuesta adicional se la realizó a la comunidad, la cual arrojó como resultado, una gran aceptación por parte de los habitantes del sur de Guayaquil con una buena acogida de una distribuidora de pollos y que se brinde un producto fresco y especialmente al alcance del bolsillo de cada una de las familias de dicho sector.

**Técnica FODA:** Al Hablar de una técnica como es el FODA, está conformada por la primera letra de las palabras: Fortaleza, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. De las cuatro palabras, se dividen en dos grupos, el primero comprende Oportunidades y Amenazas, las cuales son situaciones externas, y el segundo grupo comprende de Fortalezas y Debilidades corresponden a aquellas variables internas de la empresa.

En conclusión, esta técnica permitió evaluar el mundo exterior y el mundo interior de la compañía, con el fin de poder tomar una decisión, la cual puede ser tomada de manera directa en el caso de las Fortalezas y Debilidades y así mejorar cada paso que de la organización. En el caso de las Oportunidades y Amenazas son también evaluadas, por la situación cambiante del mercado a nivel global.

## **Instrumentos**

### **Cuestionario**

La elaboración del cuestionario, en consecuencia, debe considerarse como una base fundamental de la preparación de la encuesta. En la medida en que se acierte en la confección de un cuestionario y permita resolver algún tipo de problemática existente. Esta elaboración constituye una operación extremadamente delicada en la que se ha de cuidar no solamente el aspecto material de la confección, si no gasta los menores detalles de todos los elementos que en él intervienen.

La elaboración de un cuestionario nace para la preparación de la técnica de la encuesta, la información que se presenta en el formulario debe de ser clara, sencilla y breve para de esta manera no confundir y tampoco aburrir a la persona encuestada, sino más bien darle las facilidades de que pueda responder con un cuestionario con respuestas múltiples, como se muestra un ejemplo a continuación:

- ¿Cuántas distribuidoras de pollos en el sector usted conoce?
- ¿Cada qué tiempo consume carne de pollo?
- ¿Cuál de los siguientes motivos es el que lo lleva a consumir la carne de pollo?

Como se muestran anteriormente, las preguntas que se elaboran al encuestado, son muy sencillas con opción a que su respuesta sea de manera objetiva y que para el encuestador sea mucho más fácil de tabular la información, y poder presentar un gráfico de tal manera que se pueda tomar una decisión mucho más ágil y enfocando esta decisión al resultado de la encuesta.

Aun así, con un cuestionario con respuestas múltiples, se puede tener un riesgo como puede ser, la falta de seriedad en la respuesta, en especial aquellas personas que desean dar una buena impresión. También se puede encontrar con la tendencia de decir a todo “sí”, y así una serie de situaciones totalmente no predecibles. Por ende, al redactar este cuestionario se consideraron los siguientes aspectos:

- Utilizar el lenguaje Claro
- Ir de lo fácil a lo difícil
- Evitar contradicciones
- Evitar las presunciones
- Evitar la doble navegación porque suele confundir

### **3.6. Procedimientos de la Investigación**

Las técnicas y métodos que se utilizó en este proceso, se considera que son las necesarias y las más seguras apeándose a la realidad de la situación del mercado antes de crear la empresa. Con la observación se evidencio que es necesario la creación de una distribuidora de pollos, pensando en la economía de los habitantes de la ciudadela Pradera y viendo la factibilidad de la ubicación del local, pero eso, fue confirmado por la elaboración de las técnicas e instrumentos utilizados posterior a la observación.

Con las encuestas se confirman que el mercado acepta la creación de la distribuidora de pollos y ésta es rentable con la encuesta de la competencia y aquellos proveedores. No obstante, se logró conseguir nuestros proveedores, creando confianza al momento de la entrega de pollos a nuestro local ubicado en La Pradera, entre las novedades encontradas se evidencia que la competencia no abarca todo el

mercado con la distribución de pollo, es por eso que existe ventas de este producto a nivel de tiendas, a un costo elevado.

### **Conclusión**

En este capítulo, se empieza a ejecutar las actividades indicadas en el capítulo anterior en la Operacionalización de las variables, como también identificar los tipos de investigación que se ejercerá y el que permitió identificar el problema y buscar de esta manera la mejora de la investigación del proyecto.

Además se establece la población, es decir la cantidad de habitantes en el sector a investigar el cual es el Sector de la Pradera ubicado al sur de la ciudad de Guayaquil, el mismo que llega a un valor de 21,080 habitantes, y en vista que es una población bastante amplia se realiza el cálculo de la muestra a fin de poder realizar las encuestas respectivas el cual se reduce a un valor de 155 habitantes a encuestar.

## Capítulo IV

### Formulación Del Proyecto

#### 4. Formulación del proyecto

##### 4.1 Análisis e interpretación del proyecto

Mediante la puesta en marcha del Objetivo General y Especifico del proyecto, se determinarán los costos de inversión de la Distribuidora de pollos “W&M” en el sector de La Pradera, conforme se vaya desarrollando la investigación y a través de varios estudios y técnicas de investigación se determinará dichos costos para la ejecución del mismo.

A continuación, se presentan los Objetivos Generales y Específicos del Proyecto:

#### Objetivo General

##### Tabla 4

##### *Objetivo general*

---

<b>OBJETIVOS</b>	<b>MODO DE COMPROBACIÓN</b>
Determinar los costos de inversión, para la creación de una distribuidora de pollos, en el sector La Pradera	Este objetivo se lo comprobará en el trayecto de la investigación, por lo que a través del desarrollo del presente proyecto se verificara si será viable o no la ejecución del mismo.

---



## Objetivo Especifico

**Tabla 5**

*Objetivo Especifico*

OBJETIVOS	MODO DE COMPROBACIÓN
Diagnosticar el problema y su ubicación en el contexto	Este objetivo específico es el primero que se lo desarrolla y se expone la generación del problema y todos sus procesos, situación conflicto, variables justificación e importancia de la investigación.
Fundamentar teóricamente costos de inversión y distribuidora de pollos	Dicho el problema en este objetivo se interpreta de manera teórica las variables de la investigación, así mismo el estudio del mercado, estudio técnico el cual queda comprobado, así mismo la Operacionalización de las variables.

### 4.2. Estudio de mercado

El proyecto va dirigido a cubrir la demanda de adquisición de la carne de pollo mediante la creación de una distribuidora de pollo en el sector La Pradera, al sur de Guayaquil, ya que de acuerdo al estudio “in situ” que se realizó se pudo evidenciar la falta de un distribuidor de este producto, ya que el sector de estudio es considerado una de las ciudadelas con más habitantes en la ciudad, y ante la falta de proveedores de este producto los habitantes del sector, tienen que optar por adquirir sustitutos de la carne de pollo (carne de res, gallina, etc.) para suplir su necesidad o conseguirlo en otro lugar pero a un mayor costo (precios elevados, costo de traslado, etc.), por lo que a través de la investigación de mercados se puede recolectar información útil para poder conocer los diferentes agentes que intervienen en el

mercado de estudio, con el fin de obtener un índice de datos para la toma de decisiones, el cual se considerara para disminuir en lo posible los riesgos a que se enfrentara el proyecto.

Considerando que el estudio está dirigido en La Pradera, sector Sur de la ciudad de Guayaquil, se estudiara las preferencias de los consumidores que habitan en el lugar, la frecuencia de compra, el costo del producto, sus opiniones, expectativas, la existencia de competidores, productos sustitutos entre otros.

#### **4.2.1. La Demanda**

Ortegón, Pacheco y Roura (2005) indican que “La demanda es una función que relaciona los hábitos y costumbres, el ingreso de las personas y los precios de los bienes y servicios” (p. 40).

Por consiguiente, se puede medir la demanda de acuerdo a la capacidad que tienen los consumidores en adquirir un producto o servicio, de acuerdo a su capacidad económica, de preferencias, gustos y hábitos alimenticios.

De acuerdo a lo expuesto, la demanda que se estima que tendría la distribuidora de pollos en la venta de su producto, se apoyaría en los siguientes puntos:

1. De acuerdo a las cifras presentadas por la CONAVE, la carne de pollo es muy consumida en la ciudad de Guayaquil por su fácil cocción, sabor y precio,
2. El consumo de la carne de pollo en ciertas fechas festivas genera un aumento significativo en el incremento de la adquisición del producto, como lo es en Navidad, fin de año, Ferias gastronómicas, etc.

3. El sector La Pradera, ante la falta de una distribuidora de pollos que abarque ese gran sector se prevé abarcar la demanda de los hogares, restaurantes y tiendas del sector.

#### **4.2.1.1. Análisis de la Demanda**

La demanda es un punto muy importante a tratar en este estudio de viabilidad económica para este proyecto de la creación de la distribuidora de pollos “W&M”, a través del cálculo de la población de demanda se pudo definir la rentabilidad que podría tener el proyecto una vez que esté en ejecución, ya que se evidencio el poder adquisitivo de compra.

La demanda se la considero en relación a la población de la Ciudadela la Pradera según el último censo realizado, en el cual muestra la distribución según género y edades, poder económico, el cual se considera punto importante para la adquisición del producto a ser lanzado en la distribuidora como es el Pollo pelado 100% higiénico.

#### **4.2.1.2. Proyección de la Demanda**

En base a los datos presentados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2017) indica que la ciudad de Guayaquil cuenta con 2'644,891 habitantes de los cuales en el sector La Pradera cuenta con 21,080 habitantes aproximadamente, por lo que con estos datos se procede a determinar la demanda:

**Tabla 6***Determinación de la demanda*

<b>Demanda</b>	<b>Cantidad</b>
Población de referencia (Guayaquil)	2'644,891
Población La Pradera	21,080
Población demanda potencial	3,373
Población sin capacidad de pago (15%)	3,162
<b>Población de demanda</b>	<b>14,545</b>

**4.2.2. La Oferta**

Según Fisher y Espejo (2010) conceptualizó que la Oferta se refiere a "las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado". (p. 243) .

Por lo que quiere decir que la oferta son los productos en cantidades, los cuales están dispuesto a producir para cubrir una demanda en el mercado, sin necesidad de poder afectar a la población exigente.

Para su determinación de la oferta, se utiliza el resultado de la población de demanda de la **Tabla 6** y se multiplica para el porcentaje de participación estimado en el mercado de la competencia:

**Tabla 7***Determinación de la oferta*

<b>Oferta</b>	<b>%</b>	<b>Cantidad</b>
Mr. Pollo	7%	1,018
Avícola Fernández	5%	727
Avícola El Rancho	2%	291
Supermaxi	3%	436
<b>Población atendida por la competencia</b>	<b>17%</b>	<b>2,473</b>

### 4.2.3. Análisis demanda - oferta

Al revisar la siguiente **Tabla 8** se puede observar que se tiene una población demanda insatisfecha de una cantidad considerable, la misma que se encuentra ubicado en el sector de La Pradera y se podrá abarcar este mercado a través del proyecto que se propone para la creación de la Distribuidora de Pollos de nombre “W&M”, considerando cada uno de los parámetros que se ha revisado y del cual se seguirá revisando más adelante.

**Tabla 8**

*Análisis Demanda – Oferta*

Población de demanda real	14,545
Población atendida por la competencia	2,473
<b>Población demanda insatisfecha</b>	<b>12,072</b>

### 4.2.4. El Producto.

El producto que ofrece la distribuidora de pollos, es la venta de la carne de pollo que se apegue a las necesidades de los consumidores, esto es en sí, la venta de pollo entera, por libra, de carne fresca e higiénica para su venta, por esto último la distribuidora de pollos ofrece un valor agregado en su producto/servicio, otras distribuidoras del mercado no ofrecen la venta de la carne de pollo para la venta al por menor, ya que realizan la distribución del producto solo para los mayoristas del mercado, por lo que la carne de pollo se pondrá a la venta de manera directa a los

consumidores mediante la infraestructura física en donde se venderá el producto, ubicado en un lugar estratégico para la fácil adquisición del mismo.

#### 4.2.5. El Precio

El pollo en la ciudad de Guayaquil y a nivel de todo el país, es un producto de primera necesidad para las familias, por lo tanto, se comercializa a gran volumen y de esa manera no existen muchos controles con lo que respecta al sobreprecio de este producto, por lo tanto, el precio es muy representativo ya que existen temporadas bajas y altas para poder comercializar y poder cubrir en todas las épocas a la población a nivel de Guayaquil, con el producto de mayor calidad, a un precio correcto.

**Tabla 9**  
*Determinación del Precio*

<b>Producto</b>	<b>Precio de costo</b>	<b>Precio de mercado</b>	<b>Precio de Venta al publico</b>
Pollo 6 libras	2.30	8.00	6.40
Pollo 7 libras	3.25	10.00	7.30
Pollo 8 libras	4.10	12.00	8.20
Pollo 9 libras	5.00	14.00	9.10

#### 4.2.6. La Distribución.

La distribución según Córdoba (2011) afirma que consiste “es la transferencia de un bien o servicio del productor al consumidor o usuario industrial” (p. 78).

La distribución trata de poder cubrir y llegar a los lugares que antes no se habían alcanzado cubrir y abarcar en este caso a los habitantes de la Ciudadela La Pradera con una excelente atención y dando las facilidades para que puedan adquirir el producto considerado uno de la canasta familiar y al que todos se debe tener en las refrigeradoras de nuestros hogares, ya que es Económico y sobretodo más saludable que otros productos cárnicos.

#### 4.2.6.1 Canal de distribución

Córdoba (2011) indica que “Los canales de distribución son todos los medios de los cuales se vale la mercadotecnia para hacer llegar los productos hasta el consumidor en las cantidades apropiadas, en el momento oportuno y a los precios más convenientes para ambos.” (p.79).

El canal de distribución con el que operará la distribuidora será el canal industrial, ya que la estructura del canal se basa en la adquisición de la carne de pollo del proveedor y posterior distribución del producto a varios puntos del sector de La Pradera.

A continuación, se detalla la estructura del canal de distribución:



*Figura 3.* Canal de Distribución

Por lo que, de acuerdo al tipo de negocio, la Distribuidora de pollos actuaría como Intermediario mercantil, según Córdoba (2011) indica que “son los que en un momento dado adquieren los productos en propiedad para luego venderlos a otros intermediarios o al consumidor final. También se les llama intermediarios comerciales ya que revenden los productos que compran” (p. 80).

#### **4.2.7. Planeación de las ventas.**

Toda empresa necesita tener su plan de venta hacia donde se va dirigir y con quienes va a negociar en el mercado. Estas necesitan tener claro sus objetivos, controlar y dirigir el tráfico de producción la calidad y rentabilidad que no afecten en un futuro sus precios ya sean a largo o corto plazo. Al planear las ventas mayor oportunidad de beneficios se obtendrá en la producción y comercialización alcanzando el nivel proyectado, para evaluar las ventas es importante que sus precios sean reales y fijos para mantener el equilibrio en el mercado y analizar, las fortalezas y debilidades financieras. La proyección que se propondrá será una proyección porcentual de un 2% mensual.

#### **4.2.8. Estrategias de mercadeo.**

La estrategia de mercado que se realizó a través de un estudio de precios y de ubicación, a fin de poder aumentar la captación a los clientes identificados como objetivo principal y a la vez reducir las barreras que tienen los habitantes del sector para adquirir el producto que se le ofrece y de mejor calidad, dando prioridad la satisfacción del cliente con un producto sano, a un precio justo.



#### **4.2.8.1 Análisis FODA**

Mediante el análisis FODA que se va a detallar a continuación, se determina las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, que tiene la distribuidora en el mercado en el que compite:

##### **Fortalezas**

- El costo de la carne de pollo a la venta es de bajo costo
- Producto de calidad
- Venta del producto entero y por libra
- Venta del producto al por mayor y menor

##### **Debilidades**

- Ser nueva en el mercado
- Tomará tiempo posicionarse en el mercado
- Productos que sustituyen la carne de pollo
- Empresas competidoras ya posicionadas en el mercado (pronaca, mr. Pollo)

##### **Oportunidades**

- Insatisfacción de los habitantes de la pradera por no tener acceso a la adquisición de carne de pollo fácilmente
- Demanda permanente del producto
- Factibilidad para ampliar los puntos de distribución local y alrededores
- Mayor demanda del producto en fechas festivas del país

## Amenazas

- Inseguridad del sector
- Nuevos distribuidores
- Inestabilidad económica en el país
- Enfermedades que puedan afectar la producción del ave

A continuación, se grafica el análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas:

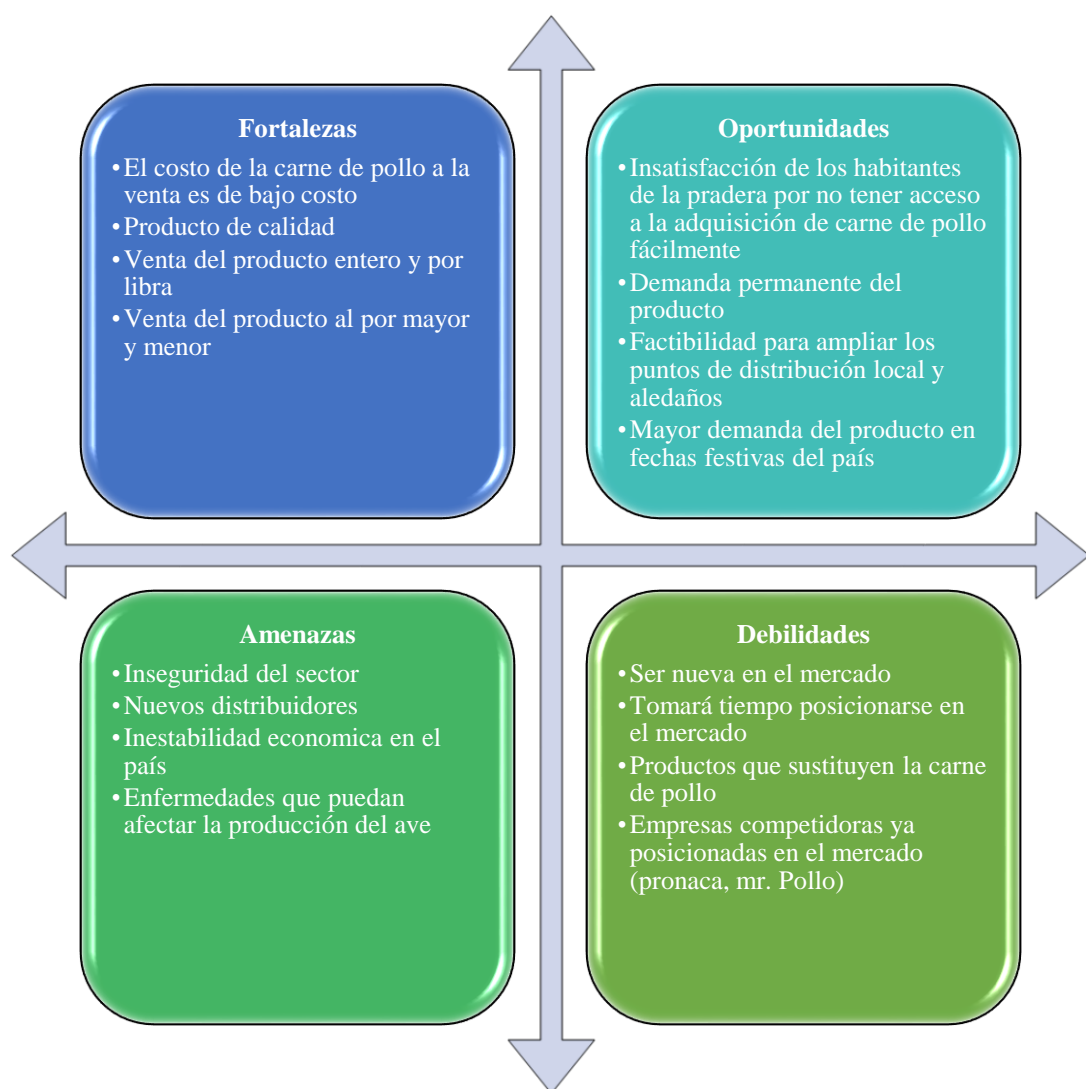


Figura 4. FODA

#### 4.2.9. Mercado de insumos.

Se gestionó convenios con nuestros proveedores directos a través del cual nos facilitarían los créditos y productos necesarios a fin de poder cubrir con la demanda ya establecida en el lugar.

Para potenciar las acciones del proyecto se necesita la colaboración de los habitantes del sector a fin de que se procedan a otorgar ideas de mejoras en el lugar en el cual se ubicara el local para su respectiva distribución.

**Tabla 10**

*Proveedores, sus insumos con costos*

Insumo	Producto	Precios del Producto por Proveedor	
		Avícola Jimmy	Avícola Verónica
Pollo pelado	Pollo 6 libras	2.30	2.70
	Pollo 7 libras	3.25	3.80
	Pollo 8 libras	4.10	5.00
	Pollo 9 libras	5.00	7.00

#### Aspectos a tener en cuenta.

Aspectos a tener en cuenta para realizar el estudio de mercado:

- Precisar la inversión disponible versus la necesaria: de acuerdo con la amplitud del mercado, la empresa debe de analizar si dispone de suficientes recursos para realizar un estudio de mercado completo del cual se puedan extraer conclusiones fiables.
- Definir de forma específica el público objetivo: la inversión necesaria para un estudio de mercado es muy importante. Para evitar que se dispare y, a la vez, que nos dé conclusiones erróneas, se debe de marcar la tipología de cliente

esperada. Puede que, después del estudio, se concluya que el producto es más adecuado para otros perfiles. En este caso, será necesario realizar un viraje en la estrategia

#### **4.2.9.1 Selección de proveedores insumos.**

La selección de los proveedores de los pollos para la distribuidora de pollos se mantiene con una lista de 3 proveedores a fin de poder tener unos proveedores de reserva que brinden la tranquilidad de no quedar en ningún momento sin el producto a distribuir, y que los habitantes del Sector no se vean afectado y vayan a buscar alternativas y cambiar este producto.

#### **4.2.10. Promoción**

La Distribuidora de pollos “W&M” establecerá de promoción para aumentar la captación de los clientes, las mismas que se detallan a continuación:

- El logotipo de la distribuidora, se considera que es muy bien aceptada por la clientela, en vista que tiene colores atrayentes y animados, además que están acordes al giro de la empresa,
- La entrega de trípticos a moradores del sector,
- Ofrecer descuentos por cantidad de pedidos,
- Descuentos del producto por temporada,

#### **Nombre de la Empresa:**

“Distribuidora de pollos “W&M”

#### **Logotipo de la Distribuidora**

El logotipo de la venta de carne de pollo va de acuerdo al giro de la empresa



*Figura 5.* Logotipo

### **Productos que ofrece**

- Pollos enteros
- Pollo en libra
- Transporte y distribución de carne de pollo

### **Horario de atención**

La Distribuidora de pollos “W&M” funcionara en los horarios de lunes a viernes de 08h00 a 14:00.

### **Sitio web**

La Distribuidora de pollos “W&M” tiene una página en una de las plataformas de red social más grandes del mundo que es Facebook, en donde se realiza las publicaciones de los productos, las promociones, además que gracias a

esta plataforma se tiene más contacto con el cliente, por la valorización del servicio y producto.

Debido a que la mayoría de personas cuando quieren saber de una empresa, lo primero que hacen es buscar en Facebook o Instagram para conocer más de esta, lo que daría una ventaja competitiva, al estar en una plataforma socialmente confiable, nuestros futuros clientes pueden encontrar la distribuidora fácilmente:

El link del sitio es: <https://www.facebook.com/Distribuidora-de-Pollos-WB-1773534962950674/>

#### 4.2.11. Encuesta y levantamiento de información

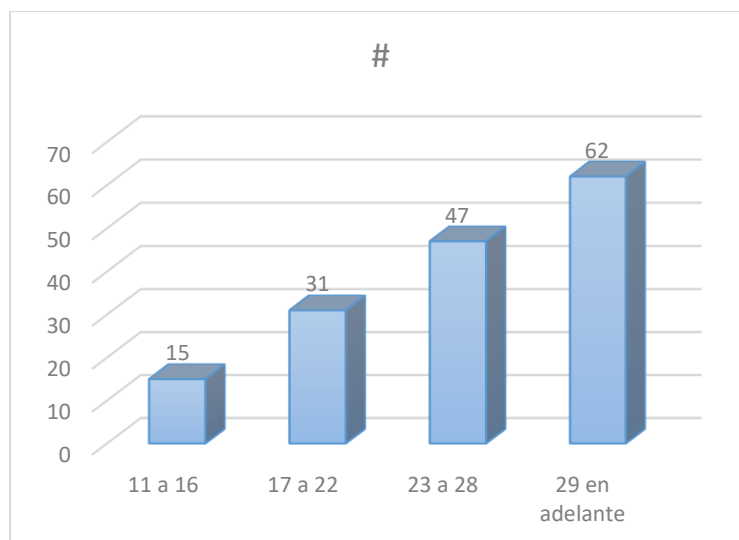
A través de la encuesta se evaluó el sector por medio de sus habitantes, lo cual dio la siguiente información:

La encuesta fue dirigida a todos los habitantes sin dirigirlo a ningún tipo de género, rango de edad, etc. Fue dirigido a público en general. (Apéndice A)

##### 1. El rango de la edad de los habitantes

**Tabla 11**  
*Rango de edad*

<b>Rangos</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
11 a 16	15	10%
17 a 22	31	20%
23 a 28	47	30%
29 en adelante	62	40%
<b>Totales</b>	<b>155</b>	<b>100%</b>



*Figura 6.* Rango de edad

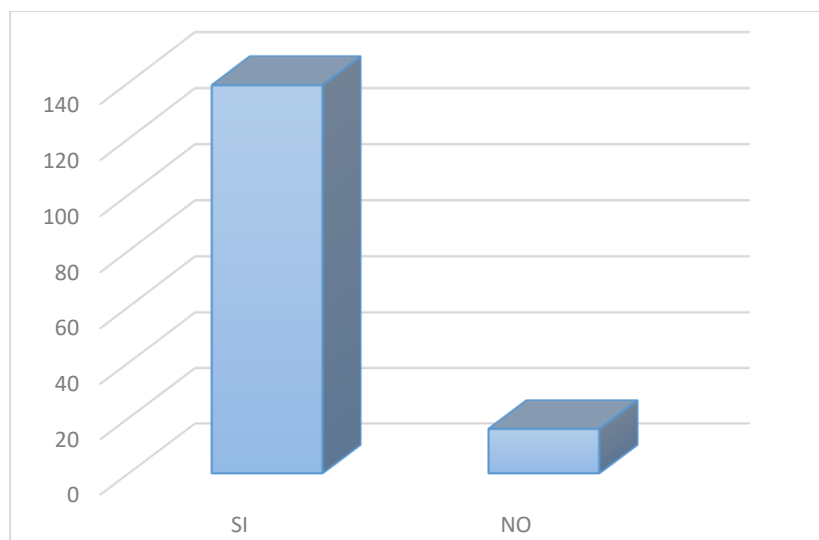
La información obtenida con respecto a los rangos de edad de los habitantes recae en 40 % habitantes de 29 años en adelante, este indicador demuestra el rango de edad de los habitantes del sector más frecuentes quienes están fortaleciendo sus artes culinarios, y al público en el cual nos enfocaremos con promociones conociendo sus cualidades y características según la edad.

## 2. Han consumido carne de pollo

**Tabla 12**

*Consumo de carne de pollo*

<b>Rangos</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
SI	139	90%
NO	16	10%
<b>Totales</b>	<b>155</b>	<b>100%</b>



*Figura 7. Consumo de carne de pollo*

El 90% de los habitantes ha consumido carne de pollo y el 10% restante no ha consumido carne de pollo, por lo tanto el enfoque que se brinda, es a un target de habitantes con conocimientos del producto que se incluirá en el sector investigado.

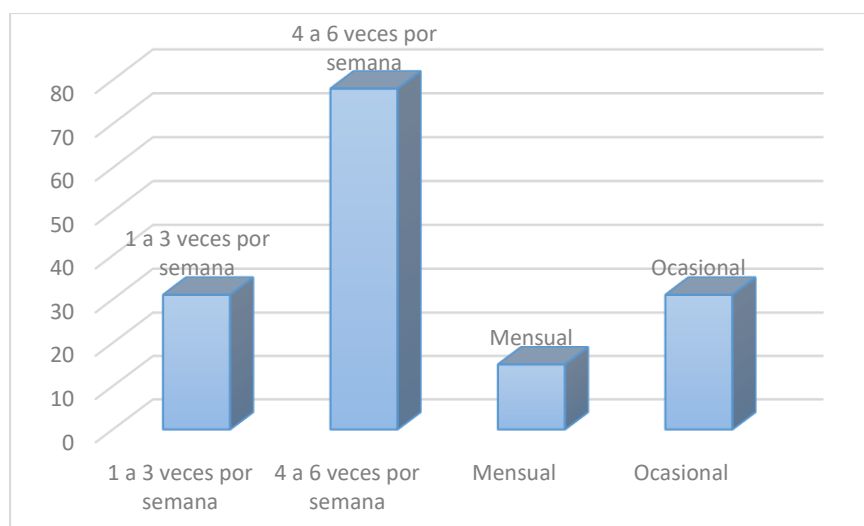
### 3. Frecuencia de consumo de carne de pollo

**Tabla 13**

*Frecuencia de consumo*

<b>Frecuencia</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
1 a 3 veces por semana	31	20%
4 a 6 veces por semana	78	50%
Mensual	15	10%
Ocasional	31	20%
<b>Totales</b>	<b>155</b>	<b>100%</b>





*Figura 8. Frecuencia de consumo*

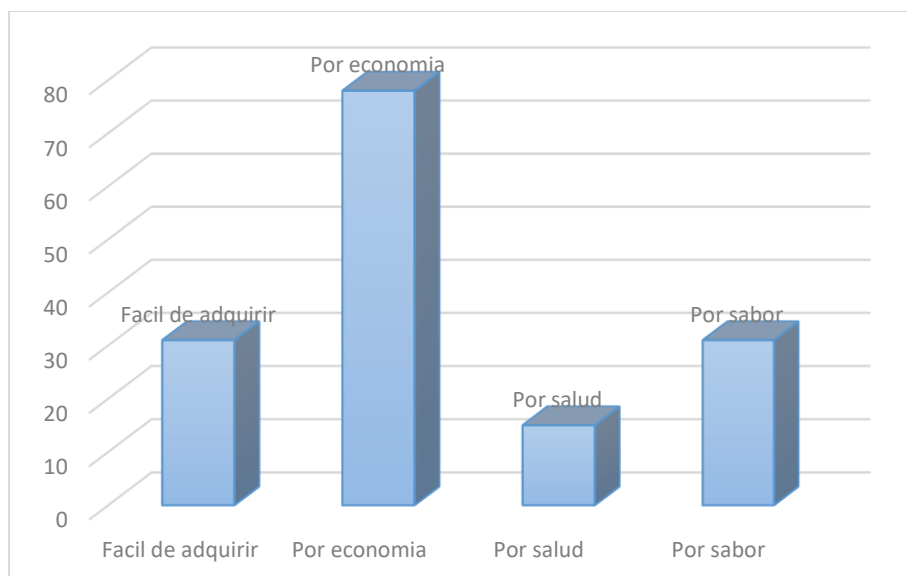
Los habitantes frecuentan el consumo de pollo de 4 a 6 veces por semana, es decir la aceptación de este producto es muy buena, por lo tanto el proyecto es factible y muy rentable, considerando la frecuencia del consumo por parte de los habitantes del sector.

#### 4. Motivos porque el consumo de carne de pollo

**Tabla 14**

*Motivos de consumo*

<b>Rangos</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Fácil de adquirir	31	20%
Por economía	78	50%
Por salud	15	10%
Por sabor	31	20%
<b>Totales</b>	<b>155</b>	<b>100%</b>



*Figura 9. Motivos de consumo*

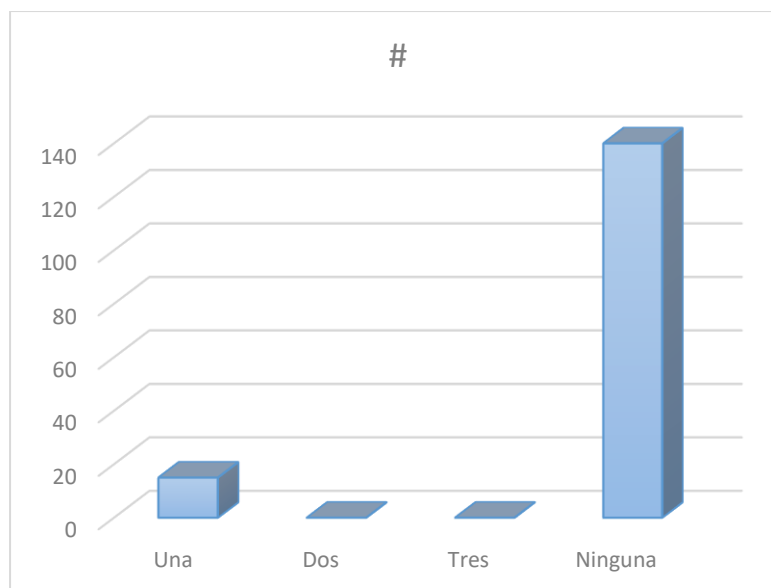
El 50% de los habitantes consumen esta carne por economía, el 20% por su sabor, el 20% por facilidad de adquirir, y el 10% restante por salud. Los motivos de consumo de la carne de pollo radican por economía a comparación de pos de carne, que muy aparte de costar más, estos también son dañinas para la salud.

## 5. Cantidad de distribuidoras de pollos en el sector

**Tabla 15**

*Cantidad de distribuidoras*

<b>Rangos</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Una	15	10%
Dos	0	0%
Tres	0	0%
Ninguna	140	90%
<b>Totales</b>	<b>155</b>	<b>100%</b>



*Figura 10.* Cantidad de distribuidoras

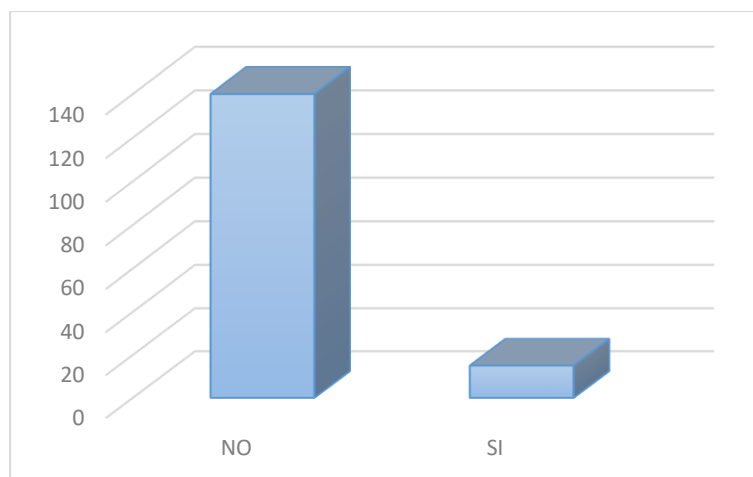
Una vez investigado el sector y haberle consultado a los habitantes, si existen distribuidoras de pollo en el lugar, existe una contestación del 90% que no existe ninguna distribuidora de pollos que cubra las expectativas de ellos y mucho menos en el sector.

## 6. Considera necesario la creación de la distribuidora de pollos

**Tabla 16**

*Consideraciones para la creación de la distribuidora*

<b>Rangos</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
NO	140	90%
SI	15	10%
<b>Totales</b>	<b>155</b>	<b>100%</b>



*Figura 11.* Consideraciones para la creación de la distribuidora

Con la pregunta anterior nos permitió dar paso a esta pregunta, si es necesario la creación de una distribuidora de pollo en el sector, los habitantes de manera aceptable indicaron que s están de acuerdo que se cree una distribuidora de pollos para beneficio del sector.

### 7. Confianza según proveedores de carne de pollo

**Tabla 17**

*Nivel de confianza de los proveedores*

<b>Nivel de confianza</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
MR POLLO	15	10%
SUPERMAXI	31	20%
AVICOLA FERNANDEZ	50	32%
AVICOLA JIMMY	59	38%
<b>Totales</b>	<b>155</b>	<b>100%</b>

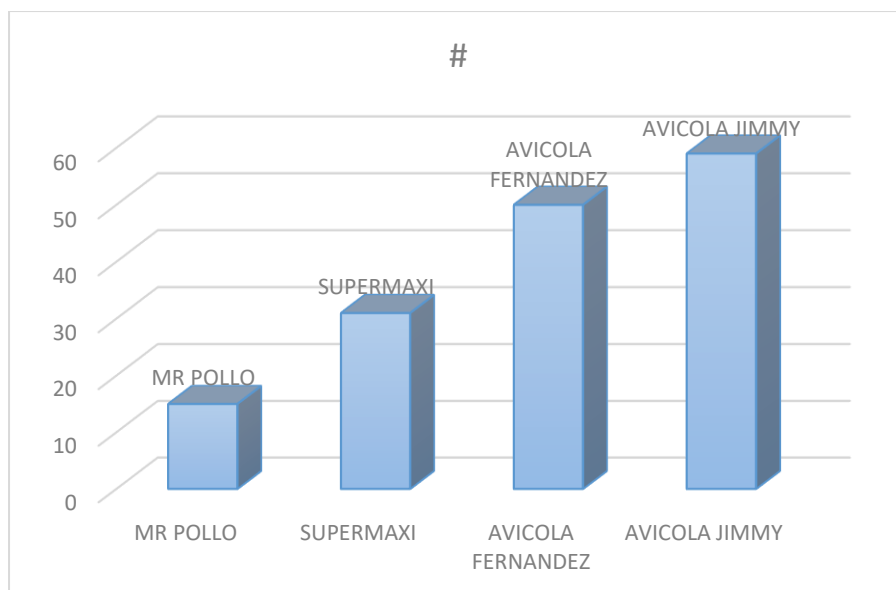


Figura 12. Nivel de confianza de los proveedores

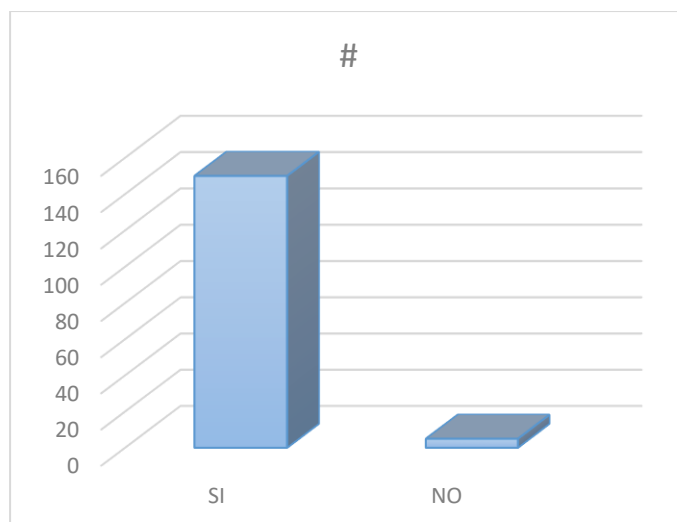
Los habitantes tienen más confianza con la avícola Fernández con el 50% ya que mantiene una trayectoria amplia en el mercado, el cual brinda su confianza y se convierte en nuestro mayor competidor hasta poder entrar a la mente de los consumidores del sector.

## 8. Disponibilidad de adquirir carne de pollo desde distribuidora

**Tabla 18**

*Disponibilidad de compra*

Rangos	#	%
SI	150	97%
NO	5	3%
<b>Totales</b>	<b>155</b>	<b>100%</b>



*Figura 13.* Disponibilidad de compra

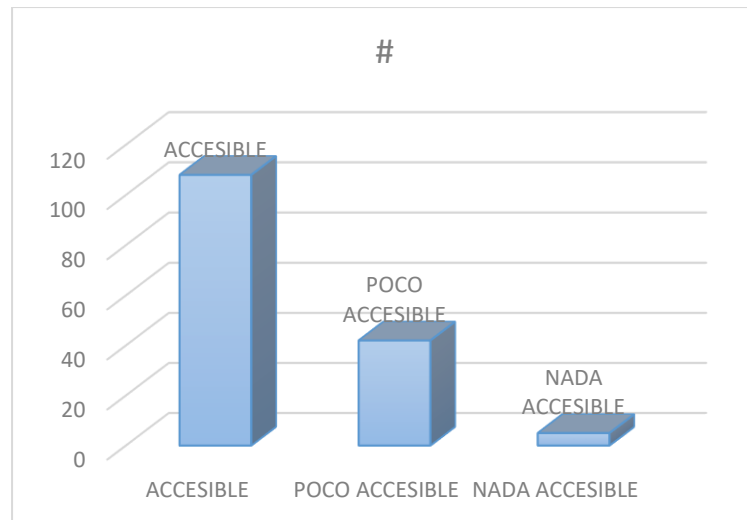
El 97% dio su respuesta positiva en adquirir la carne de pollo desde la distribuidora en vista que se ahorrarían dinero y tiempo en ir a buscar este producto en sectores aledaños para poder adquirirlo a menor precio.

### 9. Precio por libra de pollo

**Tabla 19**

*Precio por libra*

<b>Precio</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
ACCESIBLE	108	70%
POCO ACCESIBLE	42	27%
NADA ACCESIBLE	5	3%
<b>Totales</b>	<b>155</b>	<b>100%</b>



*Figura 14.* Precio por libra

El 70% de los habitantes eligieron que el precio es accesible, por lo que se demuestra la aceptación del precio del producto y a su vez la aceptación del mismo por parte de los habitantes, quienes se convertirían en los consumidores finales.

### **Interpretación de la información**

- El rango de edad de los habitantes recayó en 29 en adelante, tal como se muestra en el gráfico a continuación, lo que demuestra que los habitantes de este sector ya son conocedores de varios productos.
- Los habitantes del sector si había consumido ese producto, por lo tanto, fue un poco más fácil continuar con la entrevista.
- En el caso de la frecuencia en la cual consume el producto se corroboró que se lo consume por lo menos de 4 a 6 veces por semana, siendo este indicador una respuesta favorable para la ubicación de la distribuidora.

- El indicador que sobresalió por qué los habitantes de la Pradera consumen la carne de pollo, fue liderada por cuestión de economía, de la misma manera con un porcentaje menor fue por su sabor.
- Los habitantes del sector de la Pradera están totalmente de acuerdo que no existe ninguna distribuidora de pollos, por lo que para nosotros es beneficioso este resultado en vista que se va a llegar a todo el mercado de ese sector.
- Respondiendo si es necesario la creación de una distribuidora de pollos, los habitantes de la Pradera están de acuerdo que es factible la creación de una distribuidora de pollos dirigida a ese sector.
- Aunque no exista una distribuidora de pollo en el sector, los habitantes le otorgan mucha confianza a la Avícola Fernández por su trayectoria en el mercado como uno de los mejores proveedores de carne de pollo y lo cual para nosotros es importante porque se debe semejarnos a ellos y proyectar superarlos.
- Al preguntarle a los habitantes si estarían dispuestos a adquirir la carne de pollo directamente desde la distribuidora de pollos que se crearía en el sector, todos afirmaron su decisión.
- Con respecto al precio que estarían dispuestos a cancelar por el precio por libra de pollo, se consideró la mayor elección lo cual llevó a un precio de \$1,10 por libra de pollo.



### 4.3. Estudio Técnico

Este tipo de estudio se realiza una vez que se termina el estudio del mercado, por lo que, en este caso, permite proponer realizar la evaluación económica de un proyecto a realizar. El proyecto de inversión debe mostrar en su estudio técnico todas las maneras que se puedan elaborar un producto o servicio, que para esto se necesita precisar su proceso de elaboración. E-TÉCNICO (2018).

Por lo expuesto, el estudio técnico consiste en hacer un análisis de los procesos de intervienen en la producción de un producto o servicio para la ejecución de un proyecto de inversión, que, en nuestro caso, sería el proceso de distribución de la carne de pollo a través del local de venta directa al público y a través de la cartera de clientes.

#### 4.3.1. Localización

Cuando se habla de la Localización, se habla del lugar físico en donde se llevará a cabo la ejecución del proyecto, en donde se analizará los beneficios de su ubicación y costes, para obtener la máxima ganancia, por lo que, en base a nuestra idea de negocio, este se desarrollará en las propias instalaciones de la empresa en la cual su ubicación esta propuesta en un lugar estratégico para la oportuna cobertura de la población afectada. Carrión y Berastegi (2010).

Según Corriño y Gutierrez (2016) indico que para el estudio de la localización hay que tener los factores que influyen en el proyecto, tales como:

- a) **Macro-Localización:** Es donde se evalúa el sitio en donde se ubicará la empresa, en el país o en el espacio rural o urbano.
- b) **Micro-Localización:** Es la determinación en donde se ubicará la empresa, su distribución de las instalaciones en el local o terreno elegido.

Para determinar el lugar adecuado en donde se ubicará la Distribuidora de pollos, se evaluó las siguientes comparaciones:

**Tabla 20**

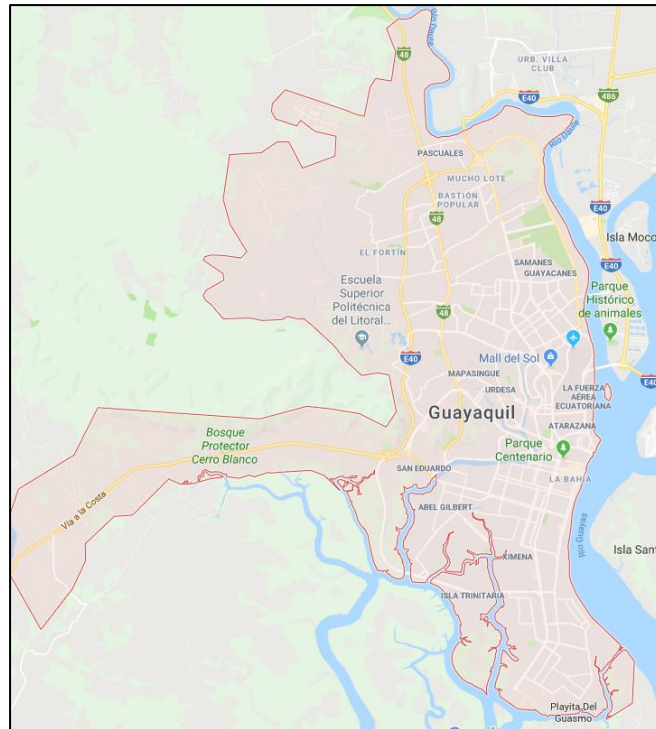
*Determinación de local comercial*

Ubicación	Localización	Metros Cuadrados	Zona	Descripción del local	Valor de arrendamiento
Ubicación 1	Calle principal	200	Residencial	1 baño, área de venta, no tiene parqueo	200,00
Ubicación 2	Calle secundaria	16	Residencial	1 baño, área de venta, no tiene parqueo	140,00
Ubicación 3	Calle principal	53	Comercial	1 baño, no tiene área de venta, no tiene parqueo	300,00
Ubicación 4	Calle principal	113	Comercial	1 baño, área de venta, cuenta con parqueo	100,00

De acuerdo a la información de la tabla arriba expuesta, se determinó que la mejor opción para la ubicación del local en donde operará la Distribuidora de pollos será la opción “Ubicación 4” por cumplir con la localización, metros cuadrados, zona y valor de arrendamiento que es beneficioso para su operación.

#### **4.3.1.1 Macro-Localización**

La macro localización en base al proyecto, se dará lugar en la ciudad de Guayaquil de la provincia del Guayas; en esta bella Ciudad conocida como “la capital de la economía del Ecuador”, está ubicada en la costa del Océano Pacífico cuenta con una Latitud: 2° 10’S y Longitud: 79° 54’O, es una de las ciudades más habitadas del país, ya que cuenta con alrededor de 2’644,891 habitantes dentro de su zona rural y urbana, su tasa de aumento poblacional anual en promedio es de 2.70%.



*Figura 15.* Ubicación del proyecto

*Nota:* Recuperado de Google Maps

#### 4.3.1.2 Micro-Localización

El local que ha sido evaluado anteriormente para la puesta en marcha de la Distribuidora de acuerdo a sus especificaciones de la **Tabla 20**, cuenta con una superficie de 113 m<sup>2</sup> y está localizado de manera estratégica en el sector específicamente en las calles Antonio Antey y Hugo Cortez que es una zona comercial, en donde sus habitantes en general pueden tener acceso al producto, ya sea a pie o en vehículo, además que la ubicación del mismo representa comodidad para la adquisición del producto de la avícola, el lugar será alquilado mediante contrato de renovación anual y el titular será uno de los socios de la Distribuidora.



*Figura 16.* Ubicación del local

*Nota:* Recuperado de Google Maps

#### **4.3.2. Tamaño del Proyecto**

Se conoce como tamaño de un proyecto a la capacidad de comercialización o producción dentro de un periodo de tiempo, es decir, es la capacidad que puede comercializar los bienes o servicios.

El tamaño del proyecto está definido por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios, durante un periodo de operación normal. Alva (2018).

Por lo que el tamaño del proyecto brindará los niveles de incidencia sobre el nivel de las inversiones que se vayan a calcular, y su rentabilidad al momento de poner en funcionamiento la distribuidora de pollos propuesta.

Para poder determinar la localización de la Distribuidora se ha tomado en cuenta los siguientes factores:

- Tipo de espacio requerido
- Facilidades para el parqueo y la zona de descarga y carga del producto

La Distribuidora de Pollos W&M contará con un local de 113 m<sup>2</sup>, al ser un local de tamaño adecuado tenemos espacio para las instalaciones y equipos necesarios para la refrigeración y conservación del producto, como se verá en las imágenes a continuación el local está estructurado de la siguiente manera:

- 1 baño (5 m<sup>2</sup>)
- 1 garaje (zona de descarga y carga del producto) 72 m<sup>2</sup>
- 1 cuarto de refrigeración (14 m<sup>2</sup>)
- Puerta trasera con acceso directo al área de refrigeración para la recepción del producto
- Ventanilla en donde se puede atender a los clientes para la venta directa (12 m<sup>2</sup>)
- Mini oficina (10 m<sup>2</sup>)



*Figura 17.* Distribución del local

*Nota:* Adaptado de HomeByMe (2019). Adaptado de <https://home.by.me/es/proyecto/mraromero93/distribuidora>

El costo del local a alquilar es de \$ 100,00 mensual, en el valor del alquiler no viene incluido el servicio de agua ni energía eléctrica, pero cuenta con medidor de agua y luz respectivamente.

Se puede visualizar el plano del local a alquilar:



*Figura 18.* Plano del local

*Nota:* Adaptado de HomeByMe (2019). Adaptado de <https://home.by.me/es/proyecto/mraromero93/distribuidora>

### **4.3.3. Ingeniería del Proyecto**

Teniendo en cuenta de que el proyecto propuesto se ejecuta en el plano de la Distribución de un producto, vale recordar el concepto de distribución, el autor Diez (2004) indica que: “Es el conjunto de actividades que permiten el traslado de

productos y servicios desde su estado final de producción al de adquisición y consumo” (p.3)

Por lo que el proceso de distribución de pollos “W&M” inicia desde la recepción del producto que es en la Avícola aliada la cual provee con la carne de pollo para la posterior venta directa a través del local en donde funcionara la distribuidora, así mismo el proceso de distribución del producto en los diferentes puntos donde están nuestros clientes, el administrador o vendedor se encargara de desarrollar y aplicar los convenidos con los puntos de venta del sector, como lo son: Restaurantes, Tiendas y Mini market; en donde se manejara el abastecimiento de la carne de pollo a cada uno de los establecimientos en convenio, además de cómo se mencionó anteriormente, la venta directa del producto a los habitantes del sector en donde encontraran un producto a menor precio y asegurando la calidad y frescura del mismo. Entonces al iniciar la operación de la distribuidora de pollos las ventas serán pequeñas y conforme se vayan aumentando las relaciones con el cliente y los convenidos con más establecimientos del sector, y así ir abarcando más el mercado.

Por lo expuesto, se puede conceptualizar brevemente el proceso de distribución y venta de la carne de pollo de la Distribuidora de pollos “W&M” en el sector La Pradera en la Ciudad de Guayaquil:

- **Pedidos:** Una vez receptado el pedido del cliente (Restaurantes, Tiendas y Mini market) se procede a coordinar con los responsables de logística para retirar el producto en la avícola aliada y hacer la entrega del producto al cliente final,

- **Recepción:** La carne de pollo será receptada en la avícola aliada, y será transportadas mediante un furgón frigorífico hacia el local en donde opera la distribuidora para su posterior venta y distribución a los clientes,
- **Distribución:** Toda vez que se realizó con antelación la planificación de entrega del producto, se emite una guía de remisión, que servirá para controlar las salidas y entregas del producto a los diferentes clientes en concordancia a los pedidos especificados, se procede a embargar los pedidos en el furgón frigorífico el cual conservara la cadena de frio, posteriormente se realiza la entrega del mismo en los diferentes puntos,
- **Venta directa:** Se realizará en el local destinado para la operación de la distribuidora, en el cual los clientes del sector pueden realizar la compra de la carne de pollo directamente en la distribuidora, consiguiendo así un producto fresco, de fácil adquisición y sobre todo a menor precio.

#### 4.3.3.1 Flujograma del Proceso de Distribución de la carne de pollo

1. **Recepción del pedido:** Se receipta el pedido realizado por el cliente (Restaurante, Tiendas, Mini market) de la carne de pollo,
2. **Coordinación de pedido:** Se solicita las unidades pedidas por el cliente,
3. **Disponibilidad del producto:** Se confirma la existencia de disponibilidad de la carne de pollo en la avícola aliada, solo en caso de que no haya disponibilidad, se re programa la fecha de entrega,
4. **Planificación de entrega del pedido:** Se coordina los pedidos del producto con logística para la organización de entrega a los clientes,
5. **Despacho del pedido:** Luego de realizar el punto anterior, se procede a emitir una guía de remisión para embarcar el producto en el furgón frigorífico



de acuerdo a las especificaciones del pedido y realizar las entregas del mismo en los diferentes puntos.

6. **Entrega del pedido:** La persona encargada de la logística de la distribuidora, será el responsable de controlar la entrega del pedido y, el conductor pasaría a ser el responsable de descargar el producto del furgón, por lo que vendría a denominarse “operario”.

Con la información expuesta, se puede realizar el flujograma del proceso de distribución:

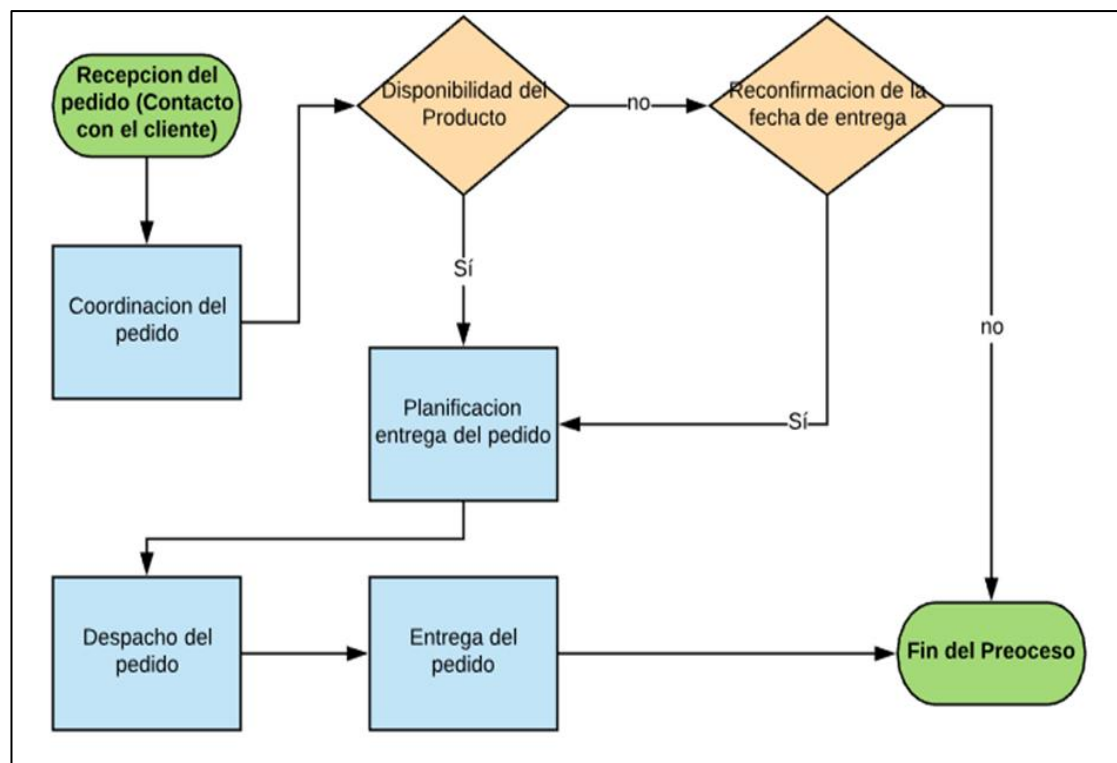


Figura 19. Flujograma de procesos

#### 4.3.3.2 Tecnología a utilizar

La tecnología que se va a utilizar será:

- Equipos de computación, los cuales serán utilizados para realizar actualizaciones en nuestro sitio web y publicar las promociones que puedan

existir. Adicional se realizará de manera periódica la edición de los diseños y poder innovando día a día.

- Balanza digital la cual constara de una etiquetera para que una vez pesado el producto, identificar de manera más fácil el costo del mismo.
- Teléfonos celulares personales que utilizará el personal de lo cual se priorizará que los mismos se encuentren en constante disponibilidad para la correcta comunicación con el proveedor y/o cliente.

### **Maquinaria y Equipos**

Entre la maquinaria y equipos que se necesitará para la puesta en marcha de la Distribuidora, serían los siguientes:

- Hino Serie 500 Modelo 1017 (FC9JISA)
- Congelador Horizontal Electrolux EFCC20A6HQW | 198 Litros - Color blanco
- Empacadora al vacío DZ-280 110V
- Balanza etiquetadora DGET
- Congelador Vertical INDURAMA

La Maquinaria y Equipos anteriormente presentada fueron determinadas de acuerdo al giro del negocio, y por sus características para el apoyo en el funcionamiento de la Distribuidora. (Apéndice B).

Cabe recalcar que la Maquinaria y Equipos presentadas en el presente proyecto, fueron cotizadas a la fecha. (Apéndice C).

#### **4.3.3.3 Proveedor**

La distribuidora de pollos “W&M”, tiene como proveedor la “Avícola Jimmy”, la cual proporcionara de la carne de pollo para la distribución a los diferentes clientes de la distribuidora en el sector de estudio.

La Avícola ha demostrado su compromiso con la responsabilidad, higiene y cooperación con la distribuidora, brindando confianza en la adquisición del producto, por lo que la avícola despachará el producto de acuerdo a las especificaciones de los pedidos solicitados por la distribuidora, en su planta y será embarcado el producto en el furgón frigorífico de propiedad de la distribuidora para luego trasladarse al local para su posterior distribución.

Además de las cuales anteriormente dichas, la Avícola “Jimmy” es conocida por su buena calidad, sabor e higiene del producto, a esto se le suma el valor económico por producto que brinda un margen de utilidad alto.

#### **4.3.3.4 Selección de personal de Ventas**

Para poder realizar la correcta selección del personal encargado de las ventas dentro de la Distribuidora, primero hay que recordar que es un Vendedor, Thompson (2006) afirmo que:

El vendedor es el elemento más importante de las ventas personales porque permite establecer una comunicación directa y personal con los clientes actuales y potenciales de la empresa, y además, porque tiene la facultad de cerrar la venta y de generar y cultivar relaciones personales a corto y largo plazo con los clientes.

Por lo antes expuesto, mediante la evaluación de su formación, habilidades y aptitudes que serán tomadas en cuenta al momento de realizar la entrevista de trabajo, rigiéndose a la descripción del cargo, se puede realizar una correcta contratación en base a los objetivos estratégicos planteados por la empresa.

#### 4.3.4 Recursos para la inversión

Se presenta los recursos en activos que se necesitaría para la buena función de la Distribuidora:

**Tabla 21**  
*Recursos para la inversión*

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción de Equipos</b>	<b>Clasificación</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor</b>
1	Camión Hiño Serie 500 Modelo 1017	Vehículo	26,000.00	26,000.00
1	Congelador Horizontal	Maquinarias y Equipos	300.00	300.00
1	Congelador Vertical	Maquinarias y Equipos	639.00	639.00
1	Empacadora	Maquinarias y Equipos	156.80	156.80
1	Balanza Etiquetadora	Maquinarias y Equipos	199.00	199.00
1	Computadora de escritorio	Equipos de Computación	1,400.00	1,400.00
1	Impresora	Equipos de Computación	320.00	320.00
1	Muebles	Muebles y Enseres	320.00	320.00
2	Escritorio ejecutivo	Muebles y Enseres	100.00	200.00
2	Sillas de oficina	Muebles y Enseres	75.00	150.00
2	Archivadores	Muebles y Enseres	100.00	200.00
1	Utensilios	Equipo de Trabajo	47.00	47.00
<b>Total USD</b>				<b>29,931.80</b>

#### **4.3.4.1 Distribución del local**

La infraestructura física en donde operara la Distribuidora, tiene la capacidad para la distribución de los pollos ya que cuenta con 113 m<sup>2</sup>, la misma que se encuentra dividida por áreas de:

- Zona de Carga/Descarga
- Bodega de materiales
- Bodega de Implementos de limpieza
- Oficina (área administrativa)
- Parqueadero delantero
- Zona de empaquetado
- Ventanilla de venta directa
- Cuarto de refrigeración
- Baño



Figura 20. Distribución del local por área

Nota: Adaptado de HomeByMe (2019). Adaptado de <https://home.by.me/es/proyecto/mraromero93/distribuidora>

#### 4.3.4.2 Control de Calidad y Seguridad Industrial

Vilas (1995) indicó que la calidad es un conjunto de características que nos brinda un producto o servicio el cual busca satisfacer la necesidad del cliente.

La calidad de la carne de pollo que se va a distribuir, depende mucho del proveedor que va a entregar el producto por lo que es de mucha importancia que, al momento de realizar el convenio con nuestro proveedor, no solo se asegure la calidad del producto si no también el conseguir un excelente precio por el volumen de compra.

Entonces para poder ofrecer un producto de calidad a los clientes es necesario considerar varios aspectos para tener un control de calidad e implementarlo en cada adquisición del producto antes de la posterior distribución al cliente, entre varios de estos factores pueden ser desde la apariencia física del producto, la temperatura y el envase, a continuación, se detallan varios de estos puntos:

- La carne de pollo no puede tener manchas de sangre
- La carne de pollo no debe tener restos de plumas, es decir, debe estar bien pelado
- La carne de pollo no debe estar sucia
- La carne de pollo no debe ser babosa
- La carne de pollo tiene que tener la frescura, el color y el olor propio del producto
- El enfriamiento del pollo debe mantener de 0° hasta 4°C
- Los cortes del pollo deben estar limpios y en buen estado

Así mismo, también se asegurará que el lugar donde se laborará cumpla con los estándares de salud y seguridad de los trabajadores, tomando medidas de seguridad necesarias para la manipulación del producto y el bienestar de los trabajadores.

Recordando que, cuando se habla de Seguridad Industrial se refiere de minimizar los riesgos en la empresa y, por ende, se requiere dar la protección a los trabajadores dando, por ejemplo, vestimentas necesarias para la ejecución de su trabajo. Perez y Merino (2008).

Aspectos a considerar:

- El personal que debe manipular el producto debe tener una vestimenta limpia y adecuada para el tipo de proceso, y mantener la higiene personal.
- El personal no podrá tener contacto con el producto si este esta: fumando, comiendo, o si tiene algún tipo de enfermedad viral
- La zona donde se venderá el producto directamente al cliente (local) deberá estar limpia, acondicionada, libre de roedores e insectos.
- El área donde laborara el personal no debe tener ningún tipo de riesgo, por lo que el extintor de incendios debe estar ubicado estratégicamente, así mismo las salidas de emergencias deben ser de fácil acceso.

Cabe mencionar que todos estos aspectos deben ser puestos en conocimiento a todo el personal que laborara en la Distribuidora, para su correcta implementación y mejoramiento continuo.

El monto de la inversión se consideraría por un valor aproximado de \$ 29.931,80 para la adquisición de las maquinarias, equipos y herramientas a ser utilizadas por la Distribuidora de pollos W&M.

#### **4.3.4 Estudio administrativo**

Como se conoce, el personal que labora en la empresa, es el recurso humano esencial para la administración y correcto funcionamiento de la Distribuidora, los mismos que se dividen por áreas de la siguiente manera:

- **Administrador:** Para tomar cualquier tipo de decisión es necesaria que sean aceptadas por él, así mismo es el encargado de autorizar cualquier tipo de movimiento económico dentro de la empresa, por lo que es el encargado de



registrar, controlar y mantener la información contable actualizada, realizar declaraciones tributarias, municipales entre otros, además del pago a los trabajadores y pago del seguro social, el registro contable, se encarga además de contratar y controlar el personal de la empresa, también receipta los pedidos realizados a los proveedores y su posterior pago.

- **Área operativa:** Esta área tiene de responsabilidad el cumplimiento de los reglamentos de tránsito y los reglamentos internos de la empresa, a fin de operar de acuerdo a las disposiciones de la ley, el control de despacho (carga y descarga del producto) y traslado del producto.
- **Área de ventas:** Encargado de detectar clientes potenciales, control del stock, responsable de la cobranza, coordinación de pedidos y distribución del producto.

#### **4.3.5 Planificación**

La Distribuidora de pollos de nombre “W&M” tiene como objetivo satisfacer las necesidades de los clientes mediante la ejecución de los objetivos del proyecto, a fin de poner en operación la distribuidora para ofrecer la carne de pollos a los diferentes clientes, y al público en general, contando con trabajadores comprometidos, entregando un producto fresco, salubre y de buen precio.

#### **4.3.6 Valores de la empresa**

Para el funcionamiento y crecimiento adecuado de la Distribuidora es necesario tener los valores bien arraigados en nuestro personal para tener un buen comportamiento y mejor desempeño de las diferentes actividades que se llevan a cabo en ella, valores que se detallan a continuación:

- Compromiso

- Cooperación
- Responsabilidad
- Calidad
- Excelencia en el servicio
- Respeto
- Amabilidad

#### **4.3.7 Misión y Visión**

##### **Misión**

La Distribuidora de pollos “W&M” está comprometida con el desarrollo económico de la ciudad de Guayaquil, y busca satisfacer el consumo de la carne de pollo mediante la distribución directa a los diferentes clientes del sector de La Pradera.

##### **Visión**

Posicionarnos en la distribución de carne de pollo a nivel cantonal

#### **4.3.8 Estrategia Empresarial**

Entre los objetivos estratégicos de la Distribuidora de pollos “W&M” están:

- Dar a conocer la Marca
- Ampliar la captación de clientes
- Promover el trabajo en equipo y la adecuada vinculación de nuevos trabajadores
- Expandir la distribuidora a nuevos espacios geográficos para la entrega del producto

#### 4.3.8.1 Organigrama

De acuerdo a su estructura, el organigrama que manejaría la Distribuidora es de tipo General, ya que según Benjamín y Fincowsky (2001) indicó que “contienen información representativa de una organización hasta determinado nivel jerárquico, según su magnitud y características” (p. 125).

#### Organigrama de la Distribuidora de Pollos “W&M”

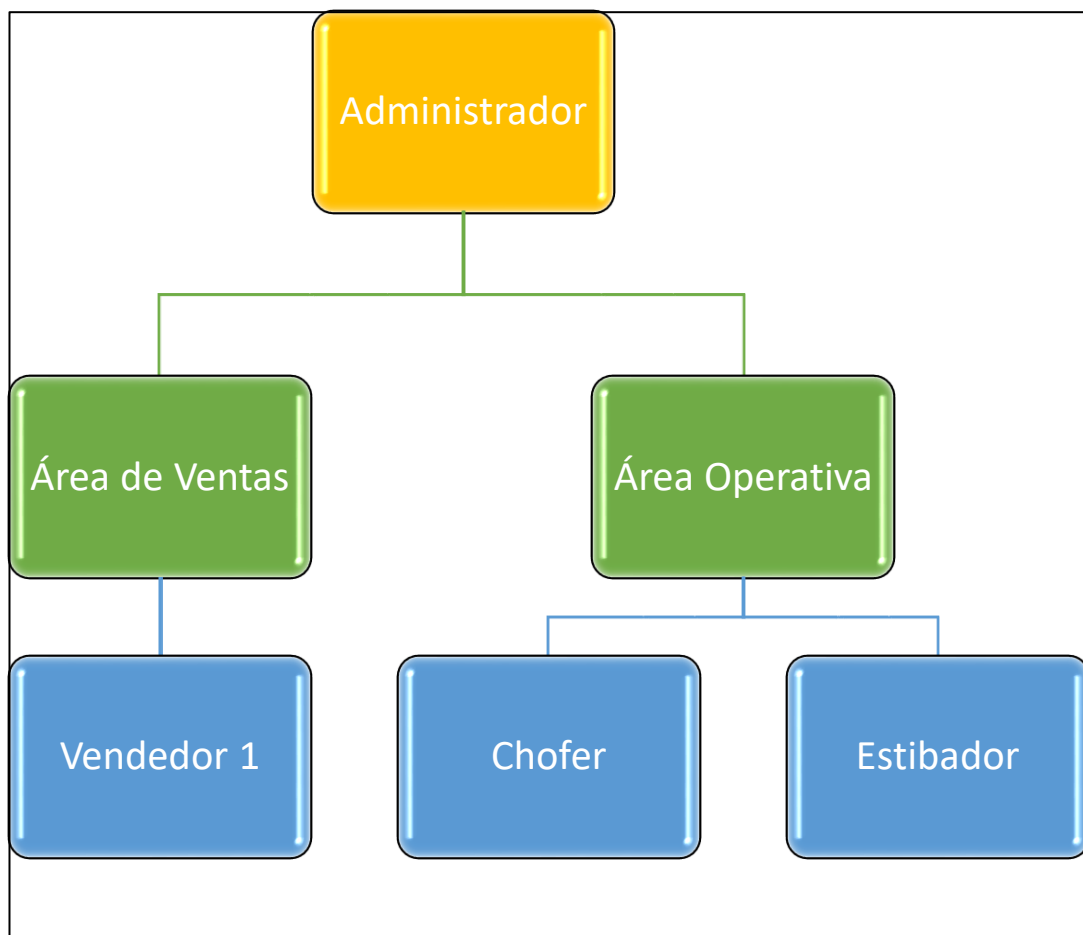


Figura 21. Organigrama

#### 4.3.8.2 Funciones Principales y Descripción del Cargo

**Administrador:** Es el encargado de coordinar y controlar los procesos de la empresa, está a cargo de la planificación, supervisión y seguimiento de las ventas que tenga la empresa.

##### Requisitos mínimos:

- |                       |   |
|-----------------------|---|
| <b>Formación</b>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de tercer nivel en administración de empresas, ingeniería comercial, economía o afines</li> <li>• Tener conocimientos en presupuestos, flujos de caja, normas de control, mercadeo y manejo de personal</li> </ul>  |
| <b>Edad requerida</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entre 23 a 40 años</li> </ul>  |
| <b>Experiencia</b>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprobable, mínimo 2 años</li> </ul>  |
| <b>Habilidades</b>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fluidez verbal, Dominio en numérico, Responsabilidad, Interpretación de análisis</li> <li>• Iniciativa para la toma de decisiones y resolución de problemas</li> <li>• Trabajo bajo presión</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Trato amable</li> </ul>  |
| <b>Funciones:</b>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable de la recepción o despacho del producto</li> <li>• Toma de decisiones</li> <li>• Desarrollar la planeación estratégica de la empresa</li> <li>• Mantiene el contacto con los proveedores en busca de nuevas y mejor producto/precio</li> <li>• Controlar la correcta utilización de bienes y recursos de la empresa</li> <li>• Realizar declaraciones ante el SRI, IESS, y el Municipio</li> <li>• Realizar los pagos a los proveedores y trabajadores, cumpliendo con los reglamentos de la ley</li> <li>• Controlar los pedidos realizados a los proveedores y el pago de los mismos</li> <li>• Registro de todos los movimientos contables de la empresa</li> </ul> |

##### Área de ventas

**Vendedor:** Encargado de detectar clientes potenciales, control del stock, responsable de la cobranza, coordinación de pedidos y distribución del producto.

**Requisitos mínimos:**

<b>Formación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de tercer nivel en administración de empresas, ingeniería comercial o afines</li> </ul>
<b>Edad requerida</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entre 20 a 35 años</li> </ul>
<b>Experiencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprobable, mínimo 1 año</li> </ul>
<b>Habilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fluidez verbal, Dominio en numérico, Responsabilidad, Interpretación de análisis</li> <li>• Dominio de utilitarios</li> <li>• Trabajo bajo presión</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Proactivo</li> </ul>
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trato amable</li> <li>• Detectar clientes potenciales</li> <li>• Detectar clientes potenciales</li> <li>• Entrega de facturas al área contable para el registro correspondiente</li> <li>• Seguimiento de consumo</li> <li>• Elaborar pronósticos de venta</li> <li>• Control, venta y cobranza</li> <li>• Brindar ayuda con el área operativa en base a la recepción, distribución y despacho del producto</li> <li>• Actuar como vínculo entre el cliente y la empresa</li> <li>• Desempeñar cualquier otra actividad adicional que se le asigne</li> </ul>

**Área Operativa**

**Chofer:** Se encarga de apoyar en el control de despacho (carga y descarga del producto) y transportación del producto (proveedor/clientes) llevar el mantenimiento del vehículo asignado.

**Requisitos mínimos:**

<b>Formación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Licencia de conducir tipo E vigente</li> </ul>
<b>Edad requerida</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entre 25 a 50 años</li> </ul>
<b>Experiencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprobable, mínimo 1 año</li> </ul>

<b>Habilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo bajo presión</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Proactivo</li> <li>• Trato amable</li> </ul>
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transportación del producto</li> <li>• Cuidar y Mantener en óptimas condiciones el vehículo asignado</li> <li>• Ayuda a la (carga/descarga) del producto</li> <li>• Desempeñar cualquier otra actividad adicional que se le asigne</li> </ul>

**Estibador:** Se encarga de llevar el control de despacho (carga y descarga del producto) es el responsable de tener planificado los tiempos en la entrega del producto a los diferentes clientes.

**Requisitos mínimos:**

<b>Formación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de Bachiller</li> </ul>
<b>Edad requerida</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entre 20 a 35 años</li> </ul>
<b>Experiencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprobable, mínimo 2 años</li> </ul>
<b>Habilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo bajo presión</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Proactivo</li> <li>• Organizado y Responsable</li> <li>• Trato amable</li> </ul>
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio al cliente</li> <li>• Mantener en orden los materiales que intervienen en el proceso de distribución</li> <li>• Apoyar en el control de calidad del producto</li> <li>• Manipulación eficiente del producto de acuerdo a los reglamentos internos</li> <li>• Brindar ayuda con el área operativa en base a la recepción, distribución y despacho del producto</li> <li>• Contabilización, pesaje y organización de los productos almacenados en el área de refrigeración</li> <li>• Control, venta y cobranza</li> <li>• Se encarga de la carga y descarga de los productos que ingresan y salen de la empresa</li> </ul>

- Ayuda con la limpieza del local en base a los reglamentos de higiene de la empresa
- Desempeñar cualquier otra actividad adicional que se le asigne

#### **4.4 Gastos**

Según el autor Marulanda (2009) indico que el gasto “es todo desembolso o erogación relacionada con los departamentos de administración y ventas, cuyo valor se consume en el periodo contable” (p. 7).

Entonces, el gasto encierra todas las erogaciones que son necesarias para la ejecución de la empresa no importando el tipo o giro de esta, ya que siempre, en toda empresa se va a presentar un gasto, por la venta, distribución o administración del producto.

#### **4.5 Estudio Legal**

Para el estudio legal se presentan todos los requerimientos necesarios que exige la ley para que la empresa pueda operar legalmente con todos los permisos de ley.

La distribuidora de pollos “W&M”, como su nombre lo indica, debe trasladar producto alimenticio de un lugar a otro para la entrega del producto en varios puntos del sector, por lo que, para no tener ningún impedimento o problema con la circulación del furgón frigorífico, es totalmente necesario cumplir a cabalidad todos los reglamentos de transito expedidos por los organismos de control, tales como:

- ATM (Autoridad de Tránsito Municipal)
- Superintendencia de Compañías y Valores
- Ministerio de Trabajo

- M.I. Municipalidad de Guayaquil
- Registro Mercantil
- SRI

#### 4.5.1 Tipo de Empresa

La empresa tendrá como razón social el nombre de “Distribuidora de pollos “W&M”, la cual funcionará como una compañía de Responsabilidad Limitada, de acuerdo al giro del negocio y a las especificaciones de la Ley de Compañías (2014) la que indica lo siguiente:

**Art. 92-** La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar. Si no se hubiere cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de la compañía, las personas naturales o jurídicas, no podrán usar en anuncios, membretes de cartas, circulares, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o sigla que indiquen o sugieran que se trata de una compañía de responsabilidad limitada. (p. 23)



En base a lo descrito anteriormente, la Distribuidora de pollos “W&M” es una compañía de responsabilidad limitada, ya que en su nombre esta descrito el término que anuncia el tipo de operaciones que realiza la empresa, además del tipo de negocio en el que se desenvuelve la empresa.

#### **4.5.2 Trámites de Constitución**

A continuación, se detallan los trámites que se deben realizar para la legalización de la Compañía:

- Aprobación del nombre de la compañía ante la Superintendencia de Compañías y valores
- Apertura de una cuenta bancaria en cualquier institución financiera
- Celebrar la escritura publica
- Solicitud y aprobación de escritura de constitución de la compañía
- Inscribir las escrituras en el registro mercantil
- Reingresar de documentación a la Superintendencia de compañías y valores
- Obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Obtener el permiso de emisión de facturas ante el Servicio de Rentas Internas (SRI)
- Obtener la patente municipal

#### **4.6 Estudio ambiental**

Según lo descrito en Gestión en Recursos Naturales (2018) indico que el impacto ambiental consiste en “la alteración del medio ambiente, provocada directa o indirectamente por un proyecto o actividad en un área determinada, en términos

simples el impacto ambiental es la modificación del ambiente ocasionada por la acción del hombre o de la naturaleza” (p. 1)

Debido al giro del negocio que tiene la distribuidora de pollos no tiene mayor impacto ambiental, ya que no genera desechos que pudieren afectar al medio ambiente, pero es importante resaltar que los desechos que generaría la empresa serán manejados adecuadamente, mediante el uso de fundas biodegradables y separación de desechos.

Así mismo, por el uso del furgón frigorífico necesario para la distribución, la distribuidora se compromete a realizar todos los mantenimientos necesarios para disminuir en la medida de lo posible la contaminación por emisión de CO<sub>2</sub>.

#### **4.7 Conclusiones y Recomendaciones**

##### **Conclusiones**

- Los habitantes del sector de La Pradera se encuentran insatisfechos por la difícil adquisición de la carne de pollo en su sector, además por su alto precio,
- La Distribuidora tiene oportunidad de aprovechar el mercado objeto de estudio, ya que cuenta con buena aceptación del producto
- Al contar con buena aceptación del producto por los habitantes del sector, hay un alto porcentaje de que el proyecto sea viable y rentable
- Estar claros en la misión, visión y valores que tiene la distribuidora de pollos, es un paso muy importante en la estructura de la misma, ya que esta información debe de conocerla desde el trabajador hasta el gerente, de la misma manera se realiza el flujograma de actividades previo la entrega el producto al cliente.

## **Recomendaciones**

- Tener presente el cuidado de los desechos para evitar los impactos ambientales que pudiere causar la empresa en el sector
- Mantener las alianzas con los proveedores que aseguren la calidad del producto, asegurando los estándares de calidad que ofrece la distribuidora
- Los nuevos emprendedores que quieran invertir en negocios deben tener especial preparación administrativa para poder gestionar de mejor manera la empresa, asegurando el éxito y la rentabilidad.

## **Capítulo V**

### **Propuesta**

#### **5.1 Título de la propuesta**

Proyecto de Prefactibilidad en costos de inversión, para la creación de la distribuidora de pollos “W&M” en el sector la pradera.

#### **5.2 Autores de la propuesta**

- Barbecho Navarro Wilmer Alfredo
- Romero Aguirre Mayra Andrea

#### **5.3 Empresa auspiciante**

Ninguna

#### **5.4 Área que cubre la propuesta**

El proyecto está destinado a cubrir el sur de la ciudad de Guayaquil, específicamente en el sector de La Pradera, considerando que es uno de los sectores de Guayaquil en donde registra mayor número de habitantes, al visitarlo se puede evidenciar la inexistencia de locales de distribución de pollos que abarque este mercado, por lo que la Distribuidora de Pollos, ayudará a cubrir la demanda y abastecimiento del producto con el fin de incentivar la adquisición y consumo diario de la carne de pollo, pues es una de las carnes blancas de más consumo en la ciudad por su fácil preparación, sabor, cocción y precio, consiguiendo evitar que los habitantes de este sector adquieran sustitutos (carne o embutidos) para cubrir la necesidad de suplir este tipo de carne blanca.

Por lo anteriormente expuesto, se puede considerar que existe una alta rentabilidad al poner en marcha el proyecto en el mercado al cual se está enfocando.

### **5.5 Fecha de presentación**

Junio del 2019

### **5.6 Fecha de terminación**

Agosto del 2019

### **5.7 Duración del proyecto**

La duración del estudio de factibilidad es de 6 meses aproximadamente, esto no incluye el tiempo de funcionamiento de la empresa

### **5.8 Participantes del proyecto**

- Autores del proyecto
- Socios de la empresa
- El recurso humano
- Habitantes del sector de estudio y ciudadelas aledañas
- Proveedores de Equipos
- Proveedores de furgones (vehículo)

### **5.9 Objetivo General de la propuesta**

Determinar los costos de inversión, para la creación de una distribuidora de pollos, con la implementación de un local comercial para la venta del producto a los habitantes del sector de La Pradera.

### **5.10 Objetivos específicos**

- Creación de la Distribuidora para cubrir la demanda del sector

- Diseño de la estructura organizacional de la Distribuidora
- Elaborar presupuestos con el fin de proyectar la rentabilidad

#### **5.11 Beneficiarios directos**

- Socios de la empresa
- Habitantes del sector La Pradera,
- Habitantes de ciudadelas aledañas
- Dueños de Tiendas o Mini-Market

#### **5.12 Beneficiarios indirectos**

- Socios de la empresa
- Empleo, por la contratación del recurso humano
- Proveedores de equipos, por la compra de equipos para la operación de la empresa
- Proveedores de furgones (vehículo) por la compra del camión para el traslado de pedidos

#### **5.13 Impacto de la propuesta**

En el impacto de la propuesta se puede determinar lo siguiente:

- Monto a inyectar para el lanzamiento de la distribuidora.
- Ingresos mensuales promedio para la recuperación de la inversión.
- Beneficios sociales al personal.
- Ideas para el trayecto que realizaría el camión en el momento de su distribución.

### 5.14 Descripción de la propuesta

En la propuesta se establecerá los diversos gastos y los costos que generará el lanzamiento de la distribuidora de pollos, con el fin de ver la rentabilidad y/o beneficios de manera anual para poder llevar un registro.

Por esta razón se presenta a continuación el flujo de beneficios esperados que tendría el proyecto dentro de los periodos del año 1 al año 5:

#### Flujos de beneficio del proyecto

**Tabla 22**

*Flujo de beneficios*

<b>Concepto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Flujo de beneficios	22,075.95	37,277.23	57,818.23	85,458.19	122,528.20

#### Activos:

A continuación, se presentan los activos necesarios que, se considera que es el conjunto de bienes y otros recursos controlados económicamente por la empresa, de los que es probable que la empresa obtenga beneficios económicos en el futuro y pueda prestar sus funciones de manera eficaz.

**Tabla 23**  
*Activos*

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción de Equipos</b>	<b>Clasificación</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor</b>
1	Camión Hiño Serie 500 Modelo 1017	Vehículo	26,000.00	26,000.00
1	Congelador Horizontal	Maquinarias y Equipos	300.00	300.00
1	Congelador Vertical	Maquinarias y Equipos	639.00	639.00
1	Empacadora	Maquinarias y Equipos	156.80	156.80
1	Balanza Etiquetadora	Maquinarias y Equipos	199.00	199.00
1	Computadora de escritorio	Equipos de Computación	1,400.00	1,400.00
1	Impresora	Equipos de Computación	320.00	320.00
1	Muebles	Muebles y Enseres	320.00	320.00
2	Escritorio ejecutivo	Muebles y Enseres	100.00	200.00
2	Sillas de oficina	Muebles y Enseres	75.00	150.00
2	Archivadores	Muebles y Enseres	100.00	200.00
1	Equipo de Trabajo (Utensilios)	Equipo de Trabajo	47.00	47.00
<b>Total USD</b>				<b>29,931.80</b>

### **Equipos de Trabajo:**

El equipo de trabajo es aquel conjunto de personas asignadas en una empresa con habilidades y competencias establecidas para que la empresa o compañía pueda crecer en el transcurso de los años, utilizando los recursos que tiene actualmente y sacando el mejor provecho de ellos.



**Tabla 24**  
*Equipo de trabajo*

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción de cargo</b>	<b>Sueldo</b>
1	Administrador	394.00
1	Vendedor	246.25
1	Chofer	246.25
1	Estibador	246.25
<b>Total USD</b>		<b>1,132.75</b>

### **Activos fijos**

En esta ocasión se va a subdividir los activos según sus respectivas categorías, con el fin de poder evaluar cada sección del proyecto.

**Tabla 25**  
*Muebles de oficina*

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción de Equipo</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor</b>
1	Muebles	320.00	320.00
2	Escritorio	100.00	200.00
2	Sillas de oficina	75.00	150.00
2	Archivadores	100.00	200.00
<b>Total USD</b>			<b>870.00</b>

Los muebles de oficina serán utilizados por el personal de la distribuidora de pollos, entre ellos tanto el área administrativa como el área operativa.

**Tabla 26**  
*Máquinas y Equipos*

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción de Equipo</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor</b>
1	Camión Hiño Serie 500 Modelo 1017	26,000.00	26,000.00
1	Congelador Horizontal	300.00	300.00
1	Congelador Vertical	639.00	639.00
1	Empacadora	156.80	156.80
1	Balanza Etiquetadora	199.00	199.00
<b>Total USD</b>			<b>27,294.80</b>

La máquina y equipos detallados anteriormente, servirán para la distribución y comercialización directa e indirectamente al consumidor final, intentando abarcar cada uno de los rincones del sector de la Pradera.

**Tabla 27**  
*Equipo de Computación*

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción de Equipo</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor</b>
1	Computadora de escritorio	1,400.00	1,400.00
1	Impresora	320.00	320.00
<b>Total USD</b>			<b>1,720.00</b>

Con respecto a los equipos de computación, serán utilizados por el área administrativa en caso de entrega de informes, contabilizar y actualizar en tiempo real, la situación de la empresa a fin de poder proyectar la situación en un corto futuro.

**Tabla 28**  
*Inversión total de Activos*

<b>Cant,</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
<b><u>Muebles y Enseres</u></b>			
2	Escritorio ejecutivo	100.00	200.00
2	Sillas de oficina	75.00	150.00
1	Muebles	320.00	320.00
2	Archivadores	100.00	200.00
	<b>Total Muebles y Enseres</b>	<b>595.00</b>	<b>870.00</b>
<b><u>Equipos de Computación</u></b>			
1	Computadora	1,400.00	1,400.00
1	Impresora multifuncional	320.00	320.00
	<b>Total Equipos de Computación</b>		<b>1,720.00</b>
<b><u>Maquinarias y Equipos</u></b>			
1	Congelador Horizontal	300.00	300.00
1	Congelador Vertical	639.00	639.00
1	Empacadora	156.80	156.80
1	Balanza Etiquetadora	199.00	199.00
	<b>Total Maquinarias y Equipos</b>		<b>1,294.80</b>
<b><u>Vehículo</u></b>			
1	Camión Hino Serie 500 Modelo 1017	26,000.00	26,000.00
	<b>Total Vehículo</b>		<b>26,000.00</b>
<b><u>Equipo de Trabajo (Utensilios)</u></b>			
2	Cuchillos	10.00	20.00
2	Tablero	6.00	12.00
3	Trinches	5.00	15.00
	<b>Total Equipo de Trabajo</b>		<b>47.00</b>
<b>Total de Inversión en Activos Fijos USD</b>			<b>29,931.80</b>

## Depreciación de los Activos

Los equipos que se tiene en nuestra empresa se deprecian, por su constante uso.

**Tabla 29**  
*Depreciación*

Activo Fijo	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vehículo	5	5,200.00	5,200.00	5,200.00	5,200.00	5,200.00
Maquinaria Y Equipos	10	129.48	129.48	129.48	129.48	129.48
Equipo De Trabajo (Utensilios)	5	9.40	9.40	9.40	9.40	9.40
Equipos De Computación	3	573.33	573.33	573.33	0.00	0.00
Muebles Y Enseres	10	87.00	87.00	87.00	87.00	87.00
<b>Total depreciación</b>		<b>5,999.21</b>	<b>5,999.21</b>	<b>5,999.21</b>	<b>5,425.88</b>	<b>5,425.88</b>

### 5.14.1 Costos Operativos

Al referirnos a los costos Operativos, es todo aquello que se refiere a los costos que cubre la mano de obra dentro de la empresa, entre ellos se tiene:

**Tabla 30**  
*Nómina mensual*

Cantidad	Descripción de Cargo	Sueldo	Aporte Patronal	Gasto Mensual
1	Administrador	394.00	47.87	441.87
1	Vendedor	246.25	29.92	276.17
1	Chofer	246.25	29.92	276.17
1	Estibador	246.25	29.92	276.17
<b>Total USD</b>		<b>1,132.75</b>	<b>137.63</b>	<b>1,270.38</b>

Se está considerando de manera anual los sueldos del personal, y a su vez el valor considerado los valores exigidos por la ley como son con el cumplimiento del pago del Décimo Tercero, Décimo cuarto, y Aporte patronal con el fin de cumplir las obligaciones ante el ente regulador, esto es, el IESS.

**Tabla 31**  
*Nomina Anual*

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción de cargo</b>	<b>Sueldo Anual</b>	<b>Décimo Tercero</b>	<b>Décimo Cuarto</b>	<b>Aporte Patronal</b>	<b>Total Anual</b>
1	Administrador	394.00	32.83	29.50	47.87	6,050.45
1	Vendedor	246.25	20.52	29.50	29.92	3,914.28
1	Chofer	246.25	20.52	29.50	29.92	3,914.28
1	Estibador	246.25	20.52	29.50	29.92	3,914.28
<b>Total USD</b>		<b>1,132.75</b>	<b>94.40</b>	<b>118.00</b>	<b>137.63</b>	<b>17,793.30</b>

Como se observa en el cuadro arriba detallado se realiza la proyección de los sueldos y Salarios del personal a contratarse para la ejecución de la Distribuidora de Pollos, Proyectando un trabajo a medio tiempo y por ende las vinculaciones se realizarían con contratos tiempo parcial.

### **5.15.1 Gastos**

#### **Proyecciones de Gastos**

Se ha revisado cada uno de los factores de la inversión a ejecutarse para la creación de la distribuidora de pollos W&M, se indica el porqué del crédito.

En conjunto con los datos obtenidos en la **Tabla 31** de los sueldos y salarios del personal, ahora se detalla las proyecciones de gastos de manera anual durante el

periodo del año 1 al año 5, junto con otros gastos necesarios para la puesta en marcha de la Distribuidora, por lo que se detalla el valor de cada uno:

Los gastos por servicios básicos son los necesarios para cumplir con las normas de infraestructura de los locales de la ciudad de Guayaquil, de los cuales el Municipio de la ciudad brinda en las zonas pobladas legalmente.

**Tabla 32**  
*Gastos de Servicios Básicos*

<b>Descripción</b>	<b>Gasto Mensual</b>
Agua Potable	10.00
Energía Eléctrica	20.00
Suministros de Limpieza	5.00
<b>Gasto Servicios Básicos</b>	<b>35.00</b>

Los gastos de publicidad son necesarios para dar a conocer la Distribuidora a los habitantes del sector, por lo que su inversión se fijaría en dos tipos de publicidad, como se presenta a continuación:

**Tabla 33**  
*Gastos de Publicidad*

<b>Gastos de Publicidad</b>	<b>Mensual</b>	<b>Año 1</b>
Volantes	5.00	60.00
Banners	15.00	180.00
<b>Total</b>	<b>20.00</b>	<b>240.00</b>

Mediante el detalle que se evidencia a continuación, se desglosa los valores correspondientes a Gastos proyectados de manera mensual y anual:

**Tabla 34**  
*Proyección de gastos*

<b>Descripción</b>	<b>Mensual</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Gasto Sueldos y Salarios	1,624.37	19,492.42	20,207.80	20,949.42	21,718.27	22,515.33
Gasto Servicios Básicos	35.00	420.00	435.41	451.39	467.96	485.13
Gasto Combustible	85.00	1,020.00	1,057.43	1,096.24	1,136.47	1,178.18
Útiles De Oficina	10.00	120.00	124.40	128.97	133.70	138.61
Arriendo Del Local	100.00	1,200.00	1,244.04	1,289.70	1,337.03	1,386.10
Gasto Publicidad	20.00	240.00	248.81	257.94	267.41	277.22
Otros Gastos	25.00	300.00	311.01	322.42	334.26	346.52
<b>Subtotal Gastos</b>	<b>1,899.37</b>	<b>22,792.42</b>	<b>23,628.91</b>	<b>24,496.09</b>	<b>25,395.09</b>	<b>26,327.09</b>
% Imprevistos	0.05					
<b>Total De Gastos</b>	<b>1,994.34</b>	<b>23,932.05</b>	<b>24,810.35</b>	<b>25,720.89</b>	<b>26,664.85</b>	<b>27,643.45</b>

### **Costo de Ventas**

Los costos de ventas están establecidos en base al análisis de costos datos por los competidores, con el fin de determinar qué valor y cantidad del producto se debe adquirir para la venta.

Cabe mencionar que el costo unitario es el valor dado por la Avícola Jimmy como el costo por producto a comprar para la posterior venta.

**Tabla 35**  
*Costo de Venta*

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
260	Pollo 6 Libras	2.30	598.00
310	Pollo 7 Libras	3.25	1,007.50
120	Pollo 8 Libras	4.10	492.00
100	Pollo 9 Libras	5.00	500.00

### **5.15.2 Ingresos**

Los ingresos proyectados para el primer año son consecuentes a las ventas establecidas en el mismo año, considerando que según los estudios realizados existirá una acogida del 90%, en vista que el sector escasea de este tipo de negocio y por ende otros se ven beneficiados por el mismo.

Entre el segundo al cuarto año de labores, se estará un poco más posicionados en el mercado considerando que se intentará abarcar en todo el sector incluyendo tiendas y distribuyendo la carne de pollo desde el local ubicado en un punto estratégico en el cual todo el público en general tendrá una oportunidad de ser atendido por nuestro personal de la mejor manera.

En el quinto año, con el fin de afianzar a nuestros clientes se dará promociones, intentando abarcar los sectores aledaños tales como Ciudadela la Saiba, Ciudadela 9 de octubre y Ciudadela la Sopeña.

### **Presupuesto de Ingresos**

Los ingresos que se detallan a continuación, también fueron establecidos en base al análisis de costos de los competidores del mercado, como se puede observar



en la **Tabla 36**, con el pasar del tiempo las ventas se incrementarían, por motivo de que la Distribuidora tendrá más tiempo de funcionamiento, será más conocida en la comunidad por su servicio y calidad del producto lo que provocaría que se obtenga la fidelidad del cliente.

De acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas en el sector La Pradera, la cual cuenta con una economía media baja, la adquisición de la carne de pollo es fundamental por tema de precios, y por esto según la población se determinó la cantidad de ventas:

**Tabla 36**  
*Presupuesto de Ingresos*

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pollo 6 Libras	3,120.00	3,588.00	4,126.20	4,745.13	5,456.90
PVP Producto 1	6.40	7.36	8.46	9.73	11.19
<b>Ingreso Producto 1</b>	<b>19,968.00</b>	<b>26,407.68</b>	<b>34,924.16</b>	<b>46,187.20</b>	<b>61,082.57</b>
Pollo 7 Libras	1,440.00	1,656.00	1,904.40	2,190.06	2,518.57
PVP Producto 2	7.30	8.40	9.65	11.10	12.77
<b>Ingreso Producto 2</b>	<b>10,512.00</b>	<b>13,902.12</b>	<b>18,385.55</b>	<b>24,314.89</b>	<b>32,156.45</b>
Pollo 8 Libras	1,440.00	1,656.00	1,904.40	2,190.06	2,518.57
PVP Producto 3	8.20	9.43	10.84	12.47	14.34
<b>Ingreso Producto 3</b>	<b>11,808.00</b>	<b>15,616.08</b>	<b>20,652.27</b>	<b>27,312.62</b>	<b>36,120.94</b>
Pollo 9 Libras	1,200.00	1,380.00	1,587.00	1,825.05	2,098.81
PVP Producto 4	9.10	10.47	12.03	13.84	15.92
<b>Ingreso Producto 4</b>	<b>10,920.00</b>	<b>14,441.70</b>	<b>19,099.15</b>	<b>25,258.62</b>	<b>33,404.53</b>
<b>Ingresos Totales</b>	<b>53,208.00</b>	<b>70,367.58</b>	<b>93,061.12</b>	<b>123,073.34</b>	<b>162,764.49</b>

### 5.15.3 Préstamos del proyecto (tabla de amortización)

Una vez que se hayan realizado los trámites y el cumplimiento de los requisitos solicitados por la entidad financiera denominada BanEcuador, y realizada la simulación del crédito que se está solicitando, se proyecta la información emitida por la entidad financiera con respecto a las cuotas e interés a cancelar por el monto a financiar de \$ 29,946.82 (Veinte nueve mil novecientos cuarenta y seis con 82/100 dólares americanos) a 5 años plazo (60 meses) con una Tasa del 16%.

**Tabla 37**  
*Detalle de Carga Financiera*

No,	Capital	Interés	Cuota	Capital pagado
1	29,946.82	4,182.23	8,536.78	4,354.55
2	25,592.27	3,485.50	8,536.78	5,051.28
3	20,540.99	2,677.30	8,536.78	5,859.48
4	14,681.51	1,739.78	8,536.78	6,797.00
5	7,884.52	652.26	8,536.78	7,884.52
<b>TOTAL</b>		<b>12,737.08</b>	<b>42,683.89</b>	<b>29,946.82</b>

*Nota:* Tomado de BanEcuador “Simulación de crédito” (2019). Tomado de <https://www.banecuador.fin.ec/simulador-de-credito/>

En la **Tabla 37** se muestra los valores estimados, según propuesta por la entidad financiera para poder justificar tanto el monto otorgado como crédito y a su vez valores considerados como intereses y cuotas a pagar.

Cabe mencionar que mencionado financiamiento al proyecto que cubre el préstamo tiene una participación de 85,45%, mientras que por nuestro propio aporte cubrimos el porcentaje restante de 14,55%, tal como se detalla en la tabla siguiente:

**Tabla 38**  
*Participación de financiamiento*

<b>Fuente</b>	<b>Valor</b>	<b>% Participación</b>
Propia	5,100.00	14,55%
Préstamo	29,946.82	85,45%
<b>Total</b>	<b>35,046.82</b>	<b>100%</b>

#### **5.15.4 Estados financieros**

Mediante Estado de Pérdidas y Ganancias, se pone en evidencia los gastos e ingresos financieros que tiene la Distribuidora, con la finalidad de obtener su utilidad neta, la misma que nos ayuda a determinar si la puesta en marcha de la Distribuidora tendrá o no la rentabilidad para su funcionamiento en un tiempo determinado.

A continuación, se detalla la Proyección del Estado de Pérdidas y Ganancias en un periodo de cinco años:

**Tabla 39**  
**Proyección del Estado de Pérdidas y Ganancias**

<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Ingresos Operativos</b>	53,208.00	70,367.58	93,061.12	123,073.34	162,764.49
Ventas	53,208.00	70,367.58	93,061.12	123,073.34	162,764.49
<b>Gastos Operativos</b>	61,141.90	63,164.14	65,260.60	66,860.67	69,113.84
Costo Variable Total	31,170.00	32,313.94	33,499.86	34,729.31	36,003.87
Gasto Sueldos Y Salarios	19,492.42	20,207.80	20,949.42	21,718.27	22,515.33
Gasto Servicios Básicos	420.00	435.41	451.39	467.96	485.13
Gasto Combustible	1,020.00	1,057.43	1,096.24	1,136.47	1,178.18
Útiles De Oficina	120.00	124.40	128.97	133.70	138.61
Arriendo Del Local	1,200.00	1,244.04	1,289.70	1,337.03	1,386.10
Gasto Publicidad	240.00	248.81	257.94	267.41	277.22
Otros Gastos	300.00	311.01	322.42	334.26	346.52
Gasto Imprevistos	1,139.62	1,181.45	1,224.80	1,269.75	1,316.35
Gasto Depreciación	5,999.21	5,999.21	5,999.21	5,425.88	5,425.88
Gasto Amortización	40.64	40.64	40.64	40.64	40.64
<b>Utilidad/Pérdida Operativa</b>	<b>-7,933.90</b>	<b>7,203.44</b>	<b>27,800.52</b>	<b>56,212.67</b>	<b>93,650.65</b>
Gasto Financiero	4,182.23	3,485.50	2,677.30	1,739.78	652.26
<b>Utilidad/Pérdida Bruta</b>	<b>-12,116.13</b>	<b>3,717.94</b>	<b>25,123.22</b>	<b>54,472.89</b>	<b>92,998.39</b>
15% Empleados	-	557.69	3,768.48	8,170.93	13,949.76
Impuesto A La Renta 25%	-	790.06	5,338.69	11,575.49	19,762.16
<b>Utilidad/Pérdida Del Ejercicio</b>	<b>-12,116.13</b>	<b>2,370.18</b>	<b>16,016.06</b>	<b>34,726.46</b>	<b>59,286.47</b>

En base a la tabla arriba expuesta, se puede colegir que el proyecto de la Creación de la Distribuidora de Pollos es rentable a razón de que en cada año se obtendrá una utilidad significativa, y que llegando al año 5 a tener una utilidad de \$ 59,286.47.

**Tabla 40**  
*Balance General Proyectado*

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Activo</b>						
<b>Corriente</b>	<b>4,591.84</b>	<b>-5,838.99</b>	<b>-2,480.23</b>	<b>13,716.20</b>	<b>47,112.18</b>	<b>103,980.65</b>
Caja/bancos	4,591.84	-5,838.99	-2,480.23	13,716.20	47,112.18	103,980.65
<b>Fijo</b>	<b>29,931.80</b>	<b>23,932.59</b>	<b>17,933.37</b>	<b>11,934.16</b>	<b>6,508.28</b>	<b>1,082.40</b>
Vehículo	26,000.00	26,000.00	26,000.00	26,000.00	26,000.00	26,000.00
Dep, Ac, Vehículo		-5,200.00	-10,400.00	-15,600.00	-20,800.00	26,000.00
Maquinaria y equipos	1,294.80	1,294.80	1,294.80	1,294.80	1,294.80	1,294.80
Dep, Ac, Maquinaria y equipos		-129.48	-258.96	-388.44	-517.92	647.40
Equipo de trabajo (Utensilios)	47.00	47.00	47.00	47.00	47.00	47.00
Dep, Ac, Herramientas		-9.40	-18.80	-28.20	-37.60	47.00
Equipos de computación	1,720.00	1,720.00	1,720.00	1,720.00	1,720.00	1,720.00
Dep, Ac, Equipos de computación		-573.33	-1,146.67	-1,720.00	-1,720.00	1,720.00
Muebles y enseres	870.00	870.00	870.00	870.00	870.00	870.00
Dep, Ac, Muebles y enseres		-87.00	-174.00	-261.00	-348.00	435.00
<b>Diferido</b>	<b>203.18</b>	<b>162.54</b>	<b>121.91</b>	<b>81.27</b>	<b>40.64</b>	<b>-</b>
Gasto de constitución	203.18	203.18	203.18	203.18	203.18	203.18
Amort, Ac, Gasto de constitución		-40.64	-81.27	-121.91	-162.54	203.18
<b>Otros activos</b>	<b>320.00</b>	<b>320.00</b>	<b>320.00</b>	<b>320.00</b>	<b>320.00</b>	<b>320.00</b>
Marcas y patentes	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00
<b>Total activos</b>	<b>35,046.82</b>	<b>18,576.14</b>	<b>15,895.05</b>	<b>26,051.63</b>	<b>53,981.10</b>	<b>105,383.05</b>
<b>Pasivo</b>						
Préstamo a largo plazo	29,946.82	25,592.27	20,540.99	14,681.51	7,884.52	0.00
<b>Total pasivos</b>	<b>29,946.82</b>	<b>25,592.27</b>	<b>20,540.99</b>	<b>14,681.51</b>	<b>7,884.52</b>	<b>0.00</b>
<b>Patrimonio</b>						
Capital social	5,100.00	5,100.00	5,100.00	5,100.00	5,100.00	5,100.00
Utilidad retenida			-12,116.13	-9,745.94	6,270.11	40,996.58
Utilidad del ejercicio		-12,116.13	2,370.18	16,016.06	34,726.46	59,286.47
<b>Total patrimonio</b>	<b>5,100.00</b>	<b>-7,016.13</b>	<b>-4,645.94</b>	<b>11,370.11</b>	<b>46,096.58</b>	<b>105,383.05</b>
<b>Pasivo + patrimonio</b>	<b>35,046.82</b>	<b>18,576.14</b>	<b>15,895.05</b>	<b>26,051.63</b>	<b>53,981.10</b>	<b>105,383.05</b>

### 5.14.5 Flujo de caja

Para poder conocer la liquidez de la Distribuidora es necesario elaborar el flujo de caja como medio para conocer su comportamiento anual de los movimientos que se incurran en esos periodos, tanto los movimientos de Ingresos y Gastos para poder anticipar el destino de la inversión y si esta tiene futuro. El flujo de caja que se detalla a continuación está proyectado a un periodo de 5 años:

**Tabla 41**  
*Flujo de caja*

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Fuentes</b>		<b>53,208.00</b>	<b>70,367.58</b>	<b>93,061.12</b>	<b>123,073.34</b>	<b>162,764.49</b>
Ventas		53,208.00	70,367.58	93,061.12	123,073.34	162,764.49
<b>Usos</b>		<b>63,638.82</b>	<b>67,008.82</b>	<b>76,864.70</b>	<b>89,677.35</b>	<b>105,896.01</b>
<b>Para inversión</b>	<b>-35,046.82</b>	-	-	-	-	-
<b>Para costos y gastos</b>		<b>63,638.82</b>	<b>67,008.82</b>	<b>76,864.70</b>	<b>89,677.35</b>	<b>105,896.01</b>
Costo variable total		31,170.00	32,313.94	33,499.86	34,729.31	36,003.87
Gasto sueldos y salarios		19,492.42	20,207.80	20,949.42	21,718.27	22,515.33
Gasto servicios básicos		420.00	435.41	451.39	467.96	485.13
Gasto combustible		1,020.00	1,057.43	1,096.24	1,136.47	1,178.18
Útiles de oficina		120.00	124.40	128.97	133.70	138.61
Arriendo del local		1,200.00	1,244.04	1,289.70	1,337.03	1,386.10
Gasto publicidad		240.00	248.81	257.94	267.41	277.22
<b>Otros gastos</b>		<b>300.00</b>	<b>311.01</b>	<b>322.42</b>	<b>334.26</b>	<b>346.52</b>
Gasto imprevistos		1,139.62	1,181.45	1,224.80	1,269.75	1,316.35
Gasto financiero		4,182.23	3,485.50	2,677.30	1,739.78	652.26
15% empleados		-	557.69	3,768.48	8,170.93	13,949.76
Impuesto a la renta 25%		-	790.06	5,338.69	11,575.49	19,762.16
Pago de capital préstamo		4,354.55	5,051.28	5,859.48	6,797.00	7,884.52
<b>Flujo de efectivo</b>		<b>-10,430.82</b>	<b>3,358.76</b>	<b>16,196.42</b>	<b>33,395.98</b>	<b>56,868.47</b>
Efectivo inicial	-35,046.82	-35,046.82	-45,477.64	-42,118.88	-25,922.46	7,473.53
<b>Efectivo final</b>	<b>-35,046.82</b>	<b>-45,477.64</b>	<b>-42,118.88</b>	<b>-25,922.46</b>	<b>7,473.53</b>	<b>64,342.00</b>

### 5.14.6 Evaluación económica

#### Costos Fijos

A continuación, se refleja un resumen de los costos fijos, los cuales están compuestos por los gastos incurridos para el funcionamiento de la distribuidora, tales como servicios básicos, salarios, combustible entre otros:

**Tabla 42**  
*Costos fijos*

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo fijo	23,932.05	24,810.35	25,720.89	26,664.85	27,643.45

#### Costos Variables

Los costos variables son aquellos que ayudan a evidenciar la producción o venta de nuestro producto, pues demuestra cuanto ha producido la empresa en un periodo determinado.

**Tabla 43**  
*Costos Variables*

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Variable	7,200.00	8,280.00	9,522.00	10,950.30	12,592.85

#### Punto de equilibrio en dólares

A continuación, se desglosa el cálculo del punto de equilibrio en el cual se demuestra en conjunto con los datos de la **Tabla 42** de los costos fijos y **Tabla 43** de costos variables, los cuales pueden subir o bajar dependiendo las ventas que se realicen. Aplicando la formula se obtendrá los siguientes resultados:

<b>Datos</b>	<b>Y</b>	<b>X</b>
Total ingresos	53,208.00	53,208.00
Costo indirecto	23,932.05	31,170.00
Costo variable	31,170.00	32,313.94

$$1 - \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Costos variables} + \text{Ventas totales}}$$

$$Pe = \frac{23,932.05}{1 - \frac{31,170.00}{53,208.00}}$$

$$Pe = \frac{23,932.05}{0.41419}$$

$$Pe = 57,780.94$$

Se obtendrá aplicando la formula un Punto de Equilibrio de 57,780.94, lo cual significa que existe un equilibrio de tal manera que se pueden cubrir con las obligaciones en el ejercicio de la distribuidora.



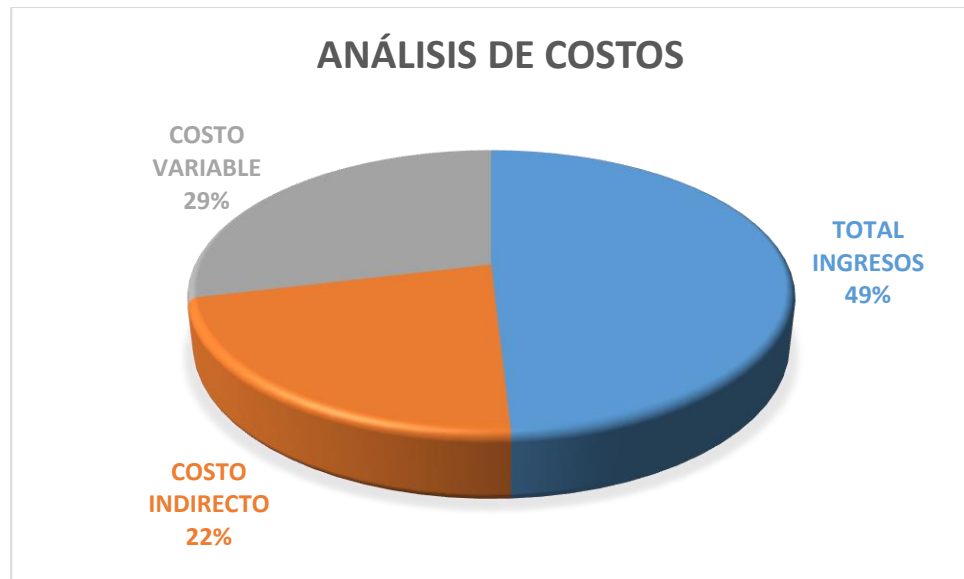


Figura 22. Análisis de costo

En la **Figura 22** se muestra los costos directos e indirectos y a su vez el total de ingresos, y sobresale el total de ingresos, demostrando que se obtiene el 49% de ingresos sobre los costos que logran abarcar el 51% de toda la masa.

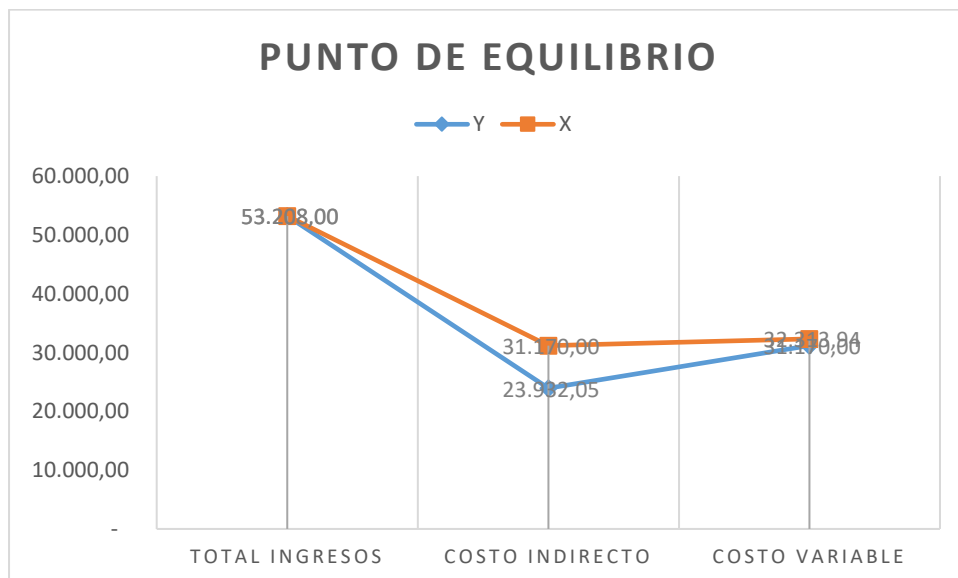


Figura 23. Punto de Equilibrio

### 5.14.7 Evaluación financiera

El VAN es el Valor Actual Neto y es utilizado en nuestro caso como un indicador financiero que permitió determinar la viabilidad de la distribuidora de pollos, proyectando los flujos que se tiene tanto en ingresos como egresos y el tiempo que estimado en el cual se descontó la inversión inicial, la cual se cancelaría ya que existió un préstamo bancario.

A través de este indicador se demostró que la distribuidora de pollos en un lapso no mayor a 5 años, será rentable y se proyecta ampliarla mucho más, generando en el lapso de 5 años.

**Tabla 44**  
VAN

Valor inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
-	-				
35,046.82	10,430.82	3,358.76	16,196.42	33,395.98	56,868.47

N°	FNE	(1+I)^	FNE (1+I)^
0	-35,046.82		-35,046.82
1	-10,430.82	1.16	-8,992.09
2	3,358.76	1.35	2,496.10
3	16,196.42	1.56	10,376.36
4	33,395.98	1.81	18,444.30
5	56,868.47	2.10	27,075.82
	<b>VAN</b>		<b>14,353.69</b>

### 5.14.8 Relación beneficio – costo

La relación costo – beneficio, una vez revisada la situación proyectada previo la ejecución y lanzamiento de la distribuidora de pollo, se consideran los aspectos financieros y proyecciones tanto como ingresos y egresos, y da una relación positiva

ya que se ha procedido a revisar el VAN con un crecimiento cada año, a comparación de la información con la que nace la Distribuidora de Pollos.

**Tabla 45**

*Beneficio - Costo*

Nº	Inversión	Ingresos	Costos	FNE
0	35,046.82	-	-	-35,046.82
1		53,208.00	31,132.05	22,075.95
2		70,367.58	33,090.35	37,277.23
3		93,061.12	35,242.89	57,818.23
4		123,073.34	37,615.15	85,458.19
5		162,764.49	40,236.29	122,528.20

**E1** 303,250.46

**EC** 113,939.66

**EC+INV.** 148,986.47

**B/C** 2.04

Cuando el beneficio costo es mayor a uno, el valor de los beneficios es mayor a los costos del proyecto, por lo que en conclusión el proyecto es viable. Se recomienda la inversión debido a que existen beneficios por el retorno del capital invertido y una ganancia de 2.04.

#### **5.14.9 TIR**

El TIR es la tasa interna de retorno, es muy similar al indicador VAN (Valor Actual Neto) pero existe una diferencia la cual radica en que el TIR mide el retorno de la inversión, es decir en el caso de la Distribuidora de Pollo, se lo revisa en base al Flujo de caja, es decir se evalúa la proyección de los ingresos por ventas versus sus Gastos, entre ellos se tiene, Gastos administrativos, Gastos de ventas, Gastos

Generales, Costo de Venta y cumplimiento de las obligaciones ante el SRI (Servicio de Rentas Internas del Ecuador).

**Tabla 46**  
*TIR*

<b>Tasa de descuento</b>	<b>VAN</b>
0%	64,342.00
4%	47,716.23
8%	34,282.62
12%	23,338.27
16%	14,353.69
20%	6,925.71
24%	744.36
28%	-4,430.94
32%	-8,788.49
36%	-12,476.87
40%	-15,614.21
44%	-18,295.11
48%	-20,595.81
<b>TIR</b>	25%

Este resultado de TIR indica, que, si su resultado es mayor que nuestra tasa de descuento del 16%, significa que el interés equivalente sobre el capital del proyecto es mayor que el interés mínimo aceptable del capital bancario, por lo que se recomendaría la ejecución del proyecto por ser rentable.

A continuación, se visualiza gráficamente los datos del Tiempo de Recuperación de la Inversión, en base a los datos de la **Tabla 46**:

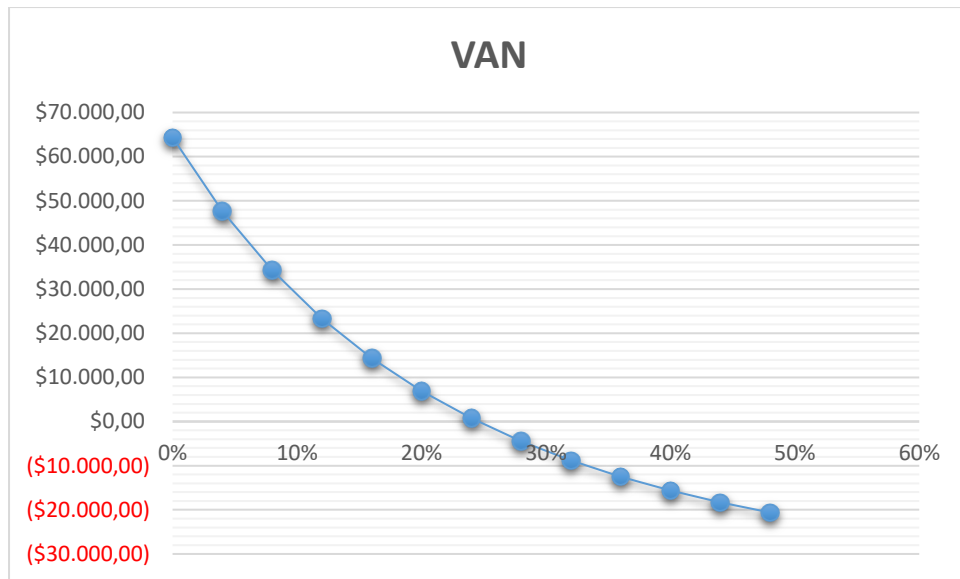


Figura 24. Tiempo de Recuperación de la Inversión

#### 5.14.10 Ratios Financieros

A través de los ratios financieros se puede determinar la fluidez, rotación de activos, indicador de endeudamiento y como tal su margen de utilidad en el trayecto de la vida operativa de la empresa con el fin de proyectar todo lo que conlleva la empresa.

$$\text{Liquidez corriente} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}} = \frac{4.591,84}{29.946,82} = 0,15$$

Con la aplicación de la fórmula de liquidez podemos determinar que la distribuidora en el primer año contaría en el primer año con una liquidez del 0,15 lo que es positiva.

$$\text{Rotación activo totales} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos totales}} = \frac{53.208,00}{35.046,82} = 1,52$$

Por medio de este indicador refleja que la empresa casi triplica las ventas a comparación de sus activos totales, permitiendo que sea muy rentable puesto que llega a tener el 1.52 sobre la masa total.

#### 5.14.11 Tiempos de recuperación de la inversión.

**Tabla 47**

*Tiempo de recuperación*

Nº años	Flujo	Inversión	Diferencia
		35,046.82	
1	-10,430.82		45,477.64
2	3,358.76		42,118.88
<b>3</b>	<b>16,196.42</b>		<b>25,922.46</b>
4	33,395.98		-7,473.53
5	56,868.47		0.78

El periodo de recuperación de la inversión es de 3.78 años

Para obtener los meses: 3.78 menos 3 es igual a 0.78 que multiplicado por 12 meses da 9.36, redondeado 9, equivale a 9 meses.

Para obtener los días: Se realizó el mismo procedimiento teniendo un valor de 3.78 menos 3 es igual a 0.78 multiplicado por 30 equivale a 23.4, es decir 23 días.

PRI= 3 años 9 meses 23 días luego de este tiempo ya se puede decir que se obtiene ganancias.

#### 5.14.12 Análisis de sensibilidad

##### Datos

Ventas	53,208.00
Gastos fijos	23,932.05

Gastos variables	7,200.00
Beneficio	22,075.95

Validando la información correspondiente a las ventas y gastos tanto fijos como variables y proyectando la ganancia que se obtendría al ejecutar cada año de labores en la compañía, esto demuestra que las ventas que se tendrán serán de tal manera que superan en su totalidad en la suma de los gastos tanto fijos como variables, generando un beneficio de 22,075.95.

**Tabla 48**  
*Escenarios*

<b>Cuenta</b>	<b>Valores actuales</b>	<b>Moderado 5%</b>	<b>Pesimista -25%</b>	<b>Optimista 15%</b>
<b>Ingreso</b>	53,208.00	55,868.40	39,906.00	61,189.20
<b>Beneficio</b>	22,075.95	24,736.35	8,773.95	30,057.15

Mientras mayor sea los ingresos, mayor será la utilidad que se recibe en la distribuidora, en el escenario optimista mayor será el ingreso de beneficios con un valor de 30,057.15, como nivel medio o también llamado moderado de ingresos estaría un valor de 24,736.35 de beneficios lo cual nos deja en un nivel medio de ingresos, lo cual es un escenario bueno y factible, mientras que en el escenario pesimista tendríamos reflejado un déficit puesto que el nivel de ingresos es menor que el esperado y el valor proyectado.

### **5.15 Importancia**

Este proyecto una vez revisado y analizado la evolución en el tiempo, permite corroborar la viabilidad económica de la investigación, por lo que su viabilidad será 100% confiable para su elaboración y ejecución.

### **5.16 Metas del proyecto**

Entre las metas planteadas del proyecto se mencionan:

- ✓ Fundar la Distribuidora de Pollos W&M, en el sector sur de la ciudad de Guayaquil.
- ✓ Potenciar el consumo de la carne de pollo en el Sector Sur de Guayaquil en la Cdla. la Pradera.
- ✓ Conseguir el nivel de ventas deseado con el fin de cubrir las obligaciones y aumentar el margen de utilidad de la distribuidora.

### **5.17 Finalidad de la propuesta**

Se espera que la propuesta de negocio se haga realidad, por lo que esto beneficiara los bolsillos de los habitantes de la Cdla. La Pradera con una distribuidora de pollos y de esta manera fomentar el consumo de carne de pollo, ya que se acerca más este producto a la comunidad de este sector.



## Referencias

- Abogado - Conexion Legal. (s.f.). *Concepto de distribuidora*. Obtenido de <https://www.abogado.com/recursos/negocios-de-franquicias/qu-es-una-distribuidora.html>
- Agenda Nacional de Desarrollo. (2017-2021). *Plan Toda una Vida*. Obtenido de [http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_0K.compressed1.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf)
- Alders, R. (2005). *Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación FAO*. Obtenido de Producción Avícola por Beneficio y por Placer: <http://www.fao.org/docrep/008/y5114s/y5114s04.htm#TopOfPage>
- ALEGSA. (2017).
- Alva, N. (2018). *Academia*. Obtenido de Tamaño del Proyecto: [http://www.academia.edu/7189355/TAMA%C3%91O\\_DEL\\_PROYECTO](http://www.academia.edu/7189355/TAMA%C3%91O_DEL_PROYECTO)
- Alvarez, R. (1988). Introducción a la Administración de Ventas . En R. A. Gonzalez, *Introducción a la Administración de Ventas* (págs. 46-47). San Jose : Universidad Estatal a Distancia .
- Andes. (2014). *Costo de Inversión*.
- Arimany, L. (2016). *Emprende*.
- Artra. (2015).
- Avicol. (2017). *La industria del pollo para la carne*.
- Avila, J. (2003). Concepto de Economía. En J. J. Macedo, *Economía* (pág. 11). Jalisco: Umbral S.A.
- Avila, J. (2003). Concepto de Mercado. En J. J. Macedo, *Economía* (pág. 37). Jalisco: Umbral S.A.
- Baca. (2006). *Definición de Proyecto de Inversión*.
- BanEcuador. (19). *BanEcuador*. Obtenido de Simulación de Crédito: <https://www.banecuador.fin.ec/simulador-de-credito/>
- BANREPCULTURAL. (2017). *Enciclopedia*.
- BBVA. (2017). *Que es la inversión* . Obtenido de <https://www.bbva.com/es/que-es-la-inversion/>
- Benjamin y Fincowsky. (2001). *Organización de Empresas*. Obtenido de <https://naghelsy.files.wordpress.com/2016/01/enrique-franklin-organizacion-de-empresas.pdf>
- Campoverde, E. (18 de 07 de 2012). *Avicultura*. Obtenido de Origen de la Avicultura: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:-jg0fUvWWBMJ:aviculturas.blogspot.com/2012/07/blog-post.html+&cd=3&hl=es&ct=clnk&gl=ec>

- Carrion y Berastegi. (2010). *Guia para la elaboracion de proyectos*. Obtenido de [http://www.pluralismoyconvivencia.es/upload/19/71/guia\\_elaboracion\\_proyectos\\_c.pdf](http://www.pluralismoyconvivencia.es/upload/19/71/guia_elaboracion_proyectos_c.pdf)
- Centro de Estudios e Investigaciones Estadísticas de ESPOL. (2015). *Dspace*. Obtenido de REPOSITORIO DE ESPOL: [https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/14779/43/2\\_SECTOR ES%20MUNICIPALES.pdf](https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/14779/43/2_SECTOR ES%20MUNICIPALES.pdf)
- Chain, N. S. (2007). *Proyectos de Inversion - Formulacion y Evaluacion*. En N. S. Chain, *Proyectos de Inversion - Formulacion y Evaluacion* (pág. 97).
- CONAVE. (2006). Obtenido de Censo Nacional realizado por MAGAP/SESA, CONAVE con georeferenciación, datos de producción, capacidad instalada y además condiciones sanitarias: Recuperado de <https://www.conave.org/informacion.html>
- CONAVE. (2006). *Datos de produccion y capacidad instalada* . Obtenido de <http://www.conave.org/informacion.html>
- CONCEPTOS&DEFINICIONES. (2014). *A general-Definista*.
- Conexion ESAN. (28 de 06 de 2016). *Costos de Inversion*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/06/costos-de-inversion-y-de-operacion-en-la-formulacion-de-un-proyecto/>
- Cordoba, M. (2011). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos*. EcoeEdiciones.
- Corporación Nacional de Avicultores Ecuador. (2015). *CONAVE*. Obtenido de <http://www.conave.org/informacion.html>
- Corrillo y Gutierrez. (2016). *Estudio de Localizacion de un Proyecto*. Obtenido de [http://www.revistasbolivianas.org.bo/pdf/rvc/v7n11/v7n11\\_a05.pdf](http://www.revistasbolivianas.org.bo/pdf/rvc/v7n11/v7n11_a05.pdf)
- Cumbal, M. E. (2013). *Estudio de factibilidad para la creacion de una pequeña empresa productora y comercializadora de pollos criollos en la ciudad de San Gabriel, canton Montufar, provincia de Carchi*.
- Definicion Economicas. (2016).
- Diez, E. (2004). *Distribucion comercial*. MCGRAW-HILL S.A.
- Eco-Finanzas. (2015). *Capital*.
- Eco-Finanzas. (2018). *Eco-Finanzas*. Recuperado el 2018, de Dinero: <https://www.eco-finanzas.com/diccionario/D/DINERO.htm>
- Eco-Finanzas. (s.f.). *Eco-Finanzas*. Obtenido de Dinero: <https://www.eco-finanzas.com/diccionario/D/DINERO.htm>
- ECOLINK. (2016). *Desarrollo*.
- Economia simple. (2018). *proveedor*.
- Economipedia. (2015).
- Economipedia. (2016). *Economia mas facil*.

- Economipedia. (2017). *Haciendo Facil la economia*.
- EcuRed. (2017). *Conocimiento con todos y para todos*.
- EcuRed. (2018). *Conocimientos con todos y para todos*.
- Emprende Pyme. (2018). *Estudio de Mercado*. Obtenido de Que es un estudio de mercado: <https://www.emprendepyme.net/que-es-un-estudio-de-mercado.html>
- E-TÉCNICO. (2018). Obtenido de <https://e-tecnico.webnode.es/servicios/>
- FAO. (2016). *informe de estimación de la producción de alimentos a nivel mundial*. Obtenido de Avicultura: <http://www.avicultura.com/2016/10/04/un-gran-futuro-para-la-carne-de-pollo-segun-la-fao/>
- Fisher y Espejo. (2010). Mercadotecnia. En E. L. Jorge, *Mercadotecnia* (pág. 243).
- Fullana y Paredes. (2008). Concepto de gasto. En C. F. Paredes, *Manual de Contabilidad de costes* (pág. 42). Madrid: Delta.
- Garcia, A. C. (2011). *Proyecto de factibilidad de creacion de una empresa productura y comercializadora de carne de pollo en el municipio de Tabio Cundinamarca*.
- Gestión en Recursos Naturales. (2018). *Impacto Ambiental*. Obtenido de <https://www.grn.cl/impacto-ambiental.html>
- Guadalupe Padilla. (2003). *Costos y Presupuestos*. (FCA, Ed.) Obtenido de Universidad Nacional Autonoma de Mexico: [http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/98/3/costos\\_y\\_presu.pdf](http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/98/3/costos_y_presu.pdf)
- HEGOA. (2015). *Accion Humanitaria y Cooperacion al desarrollo*.
- Hernandez, H. y. (2005). *Proyecto de inversion*.
- HomeByMe. (2019). *Planificacion de espacios 3D*. Obtenido de <https://home.by.me/es/proyecto/mraromero93/distribuidora>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (06 de 10 de 2017). *INEC*. Obtenido de Guayaquil en cifras: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/guayaquil-en-cifras/>
- Intriago, Y. E. (2011). *Factibilidad para la creacion de una empresa dedicada a la produccion y comercializacion de pollos en el canton Juni, Provincia de Manabi*.
- Ketelhohm, M. y. (2004). Inversiones. En K. e. al, *Analisis de inversiones estrategicas* (pág. 27). Grupo Editorial Norma.
- Kotler, B. y. (2009). *Estudio de Mercado*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (s.f.).
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018).
- Ley de Compañías. (20 de mayo de 2014). *Superintendencia de Compañías y valores*. Obtenido de Registro Oficial 312 de 05-nov-1999: [https://www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf](https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf)

- Malhotra. (2006). *Estudio de mercado*.
- Marulanda, O. (2009). *UPG*. Obtenido de <https://www.upg.mx/wp-content/uploads/2015/10/LIBRO-44-Curso-costos-y-presupuestos.pdf>
- mercado, E. d. (s.f.). *Emprende Pyme*. Obtenido de Que es un estudio de mercado: <https://www.emprendepyme.net/que-es-un-estudio-de-mercado.html>
- Nuria Martínez. (2015). *El sitio Avicola*. Obtenido de <http://www.elsitioavicola.com/poultrynews/30364/el-consumo-de-pollo-cada-vez-mas-fuerte-en-america-latina/>
- Organizacion de las naciones unidas para la alimentacion y la agricultura. (2013). *FAO*. Obtenido de Revision del desarrollo avicola: <http://www.fao.org/docrep/019/i3531s/i3531s.pdf>
- Ortegón, Pacheco y Roura. (2005). *Metodologia General De Identificacion, Preparacion Y Evaluacion De Proyectos de inversion publica*. Chile: CEPAL.
- Peñañiel, R. A. (2011). *Estudio de factibilidad para la creacion de una pequeña empresa dedicada a la crianza y comercializacion de pollos en el canton Cayambe, provincia de Pichincha*.
- Perez y Merino. (2008). *Definicion de seguridad industrial*. Obtenido de <https://definicion.de/seguridad-industrial/>
- Perrenoud, P. (s.f.).
- Perrenoud, P. (2018).
- Randall. (2007). *Estudio de mercado*.
- Rodriguez, L. L. (2015). *Estudio de Factibilidad para la comercializacion de pollos en la parroquia Chanduy, canto de Santa Elena*.
- Rosales. (2009). *Estudio Tecnico*.
- Salazar, A. (14 de 12 de 2017). *ABC Finanzas*. Obtenido de Egresos: <https://www.abcfianzas.com/finanzas-personales/egresos>
- Sampieri, R. H. (2014). Metodologia de la Investigacion . En C. F. Roberto Hernandez Sampieri, *Metodologia de la Investigacion* (pág. 16). Mexico: Interamericana Editores S.A.
- Santos, T. (2018). *Estudio de factibilidad de un proyecto de inversion*. Obtenido de Factibilidad: <http://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>
- Santos, T. (s.f.). *Estudio de factibilidad de un proyecto de inversion* . Obtenido de Factibilidad: <http://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>
- Sapag. (2008). *Estudio tecnico*.
- Sapag. (2008). *Viabilidad Financiera*.
- Sapag, S. y. (2008). *Proyecto de inversion*.
- Significados. (s.f.). 2016.
- Significados. (2016).

- Sis International Research. (s.f.). *Investigacion Cuantitativa* . Obtenido de <https://www.sisinternational.com/investigacion-cuantitativa/>
- Thompson, I. (05 de 2006). *Estrategias de Mercado*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercado/estrategias-mercado.html>
- Thompson, I. (agosto de 2006). *PromoNegocios*. Obtenido de Definición de Vendedor: <https://www.promonegocios.net/venta/definicion-vendedor.html>
- Thompson, I. (2016).
- Thompson, I. (2018).
- thompson, I. (2018). *Promo Negocios*.
- Thompson, I. (2018). *Promo Negocios*.
- thompson, I. (s.f.). *Promo Negocios*.
- ucab. (2016). *Definiciones*.
- Ucema. (2017). *Productividad: estudios de casos*.
- Universidad Nacional Autonoma de Mexico . (s.f.). *Facultad de Ingenieria* . Obtenido de Concepto de Costos de Inversion y Costo Operativo: [http://www.ingenieria.unam.mx/~jkuri/Apunt\\_Planeacion\\_internet/TEMAVI.4.pdf](http://www.ingenieria.unam.mx/~jkuri/Apunt_Planeacion_internet/TEMAVI.4.pdf)
- Vaca, L. (2018). Produccion Avicola. En L. V. Adam, *Produccion Avicola* (págs. 29-30). Universidad Estatal a Distancia.
- Vaca, L. (sin fecha). Produccion Avicola. En L. V. Adam, *Produccion Avicola* (págs. 29-30). Universidad Estatal a Distancia.
- Vilas, R. (1995). *Gestion de Calidad Agroalimentaria*. Mundi-Prensa.

# Apéndices

## Apéndice A Encuesta



### CARTA DE PRESENTACIÓN

**Propósito:**

Analizar las opiniones y respuestas de los encuestados, para así poder continuar con la creación de la Distribuidora de Pollos.

**Saludos cordiales,**

Estimado(a),

El presente cuestionario que se está presentando es de carácter anónimo, por lo que usted está en libertad de responder sin ningún compromiso.

Una de las principales fuentes de información es para conocer la aceptación previa la creación de la Distribuidora de Pollos, se solicita muy amablemente que conteste las siguientes preguntas que servirán para el beneficio de la ciudadela la Pradera.

**Atentamente,**

Barbecho Navarro Wilmer Alfredo

Romero Aguirre Mayra Andrea

**Cuestionario de Investigación de Mercado para la creación de la Distribuidora de Pollos W&M.**

**ENCUESTA**

**Objetivo:** Analizar la aceptación de la comunidad de la Ciudadela la Pradera con la finalidad de satisfacer las necesidades con la creación de la Distribuidora de Pollos.

**Instrucciones:**

Lea detenidamente las preguntas

Cualquier consulta realizarla al encuestador

No tiene límite de tiempo para contestar

No se aceptan tachones

**Por favor marque con una X de acuerdo a su respuesta a cada una de las preguntas.**

1. Elija su rango de edad

11 a 16


17 a 22

23 a 28

29 en adelante

2. Usted ha consumido en alguna ocasión carne de pollo

SI

NO

*En caso de que su respuesta sea NO termina la encuesta*

3. Cada que tiempo consume carne de pollo

1 a 3 veces por semana

Mensual

4 a 6 veces por semana

Ocasional

Quincenal

4. Cuál de los siguientes motivos es el que lo lleva a **consumir** la carne de pollo.

Fácil de Adquirir

Por economía



Por salud

Por sabor

Otros: \_\_\_\_\_

5. Cuantas distribuidoras de pollos en el sector usted conoce

Una  Tress

Dos  Ninguna

6. ¿Considera que es necesario la creación de una Distribuidora de Pollos en el sector?

SI  NO

7.Cuál de los siguientes proveedores se inclina su confianza

	MR POLLO	SUPERMAXI	AVICOLA FERNANDES	AVICOLA JIMMY	OTROS
Mañana					

Favor indique el por qué: \_\_\_\_\_

8. ¿Estaría dispuesto a adquirir la carne de pollo directamente desde la Distribuidora?

SI  NO

9. Según lo indicado anteriormente, que tan accesible es comprar la carne de pollo:

Accesible  Nada Accesible

Poco Accesible

10. ¿Le parece conveniente que pueda adquirir en una distribuidora no solo el pollo entero sino también en porciones?

SI

NO

**Estimado(a)**

Gracias por su tiempo y dedicación al momento de llenar la encuesta, que nos ayudara a analizar el mercado en el cual nos enfocaremos para satisfacer las necesidades.

Wilmer Barbecho – Mayra Romero  
C.I. 0929243830 – C.I. 0951052984

### Apéndice B Descripción de Maquinaria y Equipos

<b>DESCRIPCIÓN FÍSICA:</b>	Tiene la capacidad de carga de 2960 kg y una capacidad del tanque de 200 litros.
<b>COSTO</b>	29,900 Dólares
Hino Serie 500 Modelo 1017 (FC9JISA)	
<b>DIMENSIONES</b>	<b>EMBRAGUE</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peso Bruto: 7405</li> <li>• Distancia Entre Ejes: 7640 mm</li> <li>• Neumáticos: 10400</li> <li>• Clase MTOP: 4350</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo: Hidráulico con booster de aire</li> <li>• Diámetro: 350 mm</li> <li>• Caja de Cambios: LX06s</li> <li>• 6 velocidades + 1 Reversa</li> </ul>
<b>MOTOR 55440</b>	<b>FRENOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modelo : J05E-TC</li> <li>• Cilindraje : 5125 cc</li> <li>• Cilindros : 4 en línea Potencia</li> <li>• Máxima : 175 PS a 2500 rpm</li> <li>• Torque : 500 Nm a 1500 rpm</li> <li>• Inyección : Common Rail</li> <li>• Emisión : Euro III</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Freno de Servicio : Hidráulicos con tambor, accionamiento de zapatas</li> <li>• Control de Freno de Servicio : Aire sobre hidráulico (mixtos)</li> <li>• Freno Auxiliar : Electro válvula de vacío en el escape</li> <li>• Freno de Parqueo : Mecánico</li> </ul>

<b>DESCRIPCIÓN FÍSICA:</b>	Capacidad de 200 litros
<b>COSTO</b>	500 Dólares
Congelador Horizontal Electrolux EFCC20A6HQW   198 Litros - Color blanco	
<b>DIMENSIONES</b>	<b>PUERTAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 85cm alto</li> <li>• 91 cm ancho</li> <li>• 55cm de profundidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 puerta</li> </ul>
<b>VOLTAJE</b>	<b>SISTEMA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 110 voltios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistema enfriado Frost</li> <li>• Función Dual Congela y Enfria (Regulable)</li> <li>• Tubería de Cobre y Aluminio</li> <li>• Drenaje deshielo con mayor practicidad deshielo</li> <li>• Libre de CFC, no agota la capa de ozono (gas refrigerante R600A)</li> <li>• Gabinete de aluminio Texturizado</li> </ul>

<b>DESCRIPCIÓN FÍSICA:</b>	Empacadora
<b>COSTO</b>	156,80 Dólares
Empacadora al vacío DZ-280 110V	
<b>DIMENSIONES</b>	<b>POTENCIA</b>
• 240x280x115	• 120W
<b>VOLTAJE</b>	<b>SISTEMA BENEFICIOS</b>
• 110 voltios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Velocidad de producción.</li> <li>• Fácil de limpiar y largo tiempo de vida útil, resistente a agentes externos tales como corrosión, y humedad.</li> </ul>

<b>DESCRIPCIÓN FÍSICA:</b>	Balanza etiquetadora
<b>COSTO</b>	199 Dólares
Balanza etiquetadora DGET	
<b>DIMENSIONES</b>	<b>CAPACIDAD</b>
• 369 x 276 mm.	• 6 y 15 Kg.
<b>VOLTAJE</b>	<b>SISTEMA</b>
• 110 voltios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Taras Prefijadas: 10</li> <li>• Configuración del ticket.</li> <li>• Etiquetas: 5 formatos programables por el usuario</li> <li>• Salida RS232</li> <li>• Software para PC</li> <li>• 10 vendedores con nombre</li> <li>• 5 tipos de IVA Para familias y departamentos</li> </ul>

<b>DESCRIPCIÓN FÍSICA:</b>	Capacidad de 419 litros
<b>COSTO</b>	639 Dólares
Congelador Vertical Indurama	
<b>DIMENSIONES</b>	<b>PUERTAS</b>
169cm alto 71 cm ancho 69 cm	• 1 puerta de vidrio panorámico
<b>VOLTAJE</b>	<b>SISTEMA</b>
• 110 voltios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo Congelador vitrina</li> <li>• Ruedas y nivelaciones</li> <li>• Capacidad (lt) 361</li> <li>• Eficiencia Energética A+</li> <li>• Capacidad Refrigerador (lt) 419</li> <li>• Control de Temperatura</li> </ul>


## Apéndice C Cotizaciones de Maquinaria y Equipos

**OLX** ¿Qué estás buscando? Categorías Ing

### Furgon Volkswagen 6 Toneladas

Publicado hace 1 mes  
Quito, Pichincha

**\$26.000**



6 / 6

Año:	2012	Tipo de Vendedor:	Particular
Kilometraje:	123.000	Marca:	VW
Condición:	Usado		

Camión refrigerado en excelentes condiciones listo para trabajar

**mercado libre** Buscar productos, marcas y más... Descarga gratis la app de Mercado Libre

Categorías Historial Vender Ayuda Crea tu cuenta Ingresar Compras

También puede interesarte: cocina a gas - vitrinas usadas - lampara - dispensador de agua - olla arrocera

Volver al listado | [Hogar y Muebles](#) | [Electrodomésticos](#) | [Refrigeradoras](#) Compartir Vender uno igual

**ELECTRO MEGA CONGELADOR 200L**



**200L**

**Electrolux**

**DIMENSIONES**  
ALTO: 85 CM  
ANCHO: 91 CM  
PROFUNDIDAD: 55 CM

**CAPACIDAD**  
200 LITROS

**ESPECIFICACIONES**  
- LUZ LED INTERIOR  
- PUERTA CON LLAVE  
- SISTEMA FROST

Nuevo - 10 vendidos

**Congelador Horizontal  
Electrolux 200 Litros 7  
Pies Blanco**

**U\$S 300**

**Pago a acordar con el vendedor**  
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.  
[Más información](#)

**Entrega a acordar con el vendedor**  
Quito, Pichincha (Quito)  
[Consultar costos](#)

Cantidad: 1 unidad (6 disponibles)

**Comprar**

Abri con



**RINO**  
MAQUINARIA

1700 367222  
0995 54 04 22

### Equipo Empacadora al vacío casera DZ-280 110V



Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	\$140,00	\$140,00
Subtotal		\$140,00
IVA 12%		\$16,80
Total		\$156,80

Forma de pago

Empacadora al vacío tipo casera para bajo volumen de trabajo.

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Descarga gratis la app de Mercado Libre


Historial Vender Ayuda

Crea tu cuenta Ingresar Compras

¿puede interesarte: ssd - pc - fuente de poder - gtx 1060 - core i5

El listado Computación > Software > Aplicaciones Comerciales

Compartir Vender uno igual



Nuevo - 32 vendidos

### Sistema Facturacion Caja Registradora Con Balanza Etiquetas

U\$S 199

Pago a acordar con el vendedor  
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.  
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor  
Quito, Pichincha (Quito)  
[Más información](#)

Cantidad: 1 unidad (472 disponibles)

Comprar

© Imagen Registrada con derecho de autor



**ELECTRO MEGA** **CONGELADOR VITRINA**  
VERTICAL PUERTA DE VIDRIO

**indurama**

**DIMENSIONES**  
Alto: 169 cm  
Ancho: 73 cm  
Profundidad: 69 cm

**CAPACIDAD**  
419 Litros

**ESPECIFICACIONES**

- Vidrio Panorámico
- Rejillas desmontables
- Calificación Tipo A
- Control de temperatura
- Ruedas y niveladores

**419 Litros**

Nuevo - 3 vendidos

### Congelador Vertical Indurama Vidrio Panorámico 419 L Cvi- 520

**U\$S 639**

 Pago a acordar con el vendedor

Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.

[Más información](#)

 Entrega a acordar con el vendedor

Guito, Pichincha ( Guito )

[Más información](#)

Cantidad: 1 unidad  (5 disponibles)

**Comprar**