



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA FINANZAS**

**“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA AVÍCOLA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA  
DE HUEVOS EN LA PARROQUIA PAN DE AZÚCAR, PROVINCIA  
DE MORONA SANTIAGO, AÑO 2023.”**

**Trabajo de Titulación**

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADA EN FINANZAS**

**AUTORA:**

**LIA JESSENIA QUICHIMBO VERA**

Riobamba – Ecuador

2023



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA FINANZAS**

**“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA AVÍCOLA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA  
DE HUEVOS EN LA PARROQUIA PAN DE AZÚCAR, PROVINCIA  
DE MORONA SANTIAGO, AÑO 2023.”**

**Trabajo de Titulación**

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADA EN FINANZAS**

**AUTORA: LIA JESSENIA QUICHIMBO VERA**

**DIRECTORA: ING. ANDREA DEL PILAR RAMIREZ CASCO**

Riobamba – Ecuador

2023

© 2023, Lia Jessenia Quichimbo Vera

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Lia Jessenia Quichimbo Vera, declaro que el presente Trabajo de Titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 31 de octubre de 2023

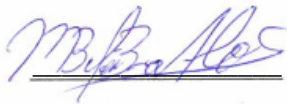




**Lia Jessenia Quichimbo Vera**

**1401043706**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA FINANZAS**

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación; tipo: Proyecto de Investigación, **“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA AVÍCOLA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HUEVOS EN LA PARROQUIA PAN DE AZÚCAR, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO, AÑO 2023.”**, realizado por la señorita: **LIA JESSENIA QUICHIMBO VERA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	<b>FIRMA</b>	<b>FECHA</b>
Ph.D. María Belén Bravo Ávalos <b>PRESIDENTE DEL TRIBUNAL</b>		2023-10-31
Ing. Andrea Del Pilar Ramírez Casco <b>DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN</b>		2023-10-31
Ing. Freddy Marco Armijos Arcos <b>ASESOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN</b>		2023-10-31

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo investigativo lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador en todo momento, por darme la fuerza para continuar en cada meta planteada, a mis padres por su amor, trabajo y sacrificio, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y ser la persona que soy, a mis amigos por todos los buenos momentos compartidos, a todas las personas que han estado en el proceso de aprendizaje, en especial a aquellos que abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos, dejaron una huella mostrando las capacidades y el potencial que se esconde dentro de nosotros.

Lia

## **AGRADECIMIENTO**

El principal agradecimiento a Dios por ser mi guía en esta trayectoria. Al finalizar un trabajo tan arduo y lleno de dificultades, en el cual se tuvo el apoyo de varias personas, en especial de mis tutores, por su dedicación y paciencia, gracias por su guía, así como todos sus consejos, los llevaré grabados para siempre en la memoria en mi futuro profesional. A mi familia, por su apoyo incondicional, también agradezco a esa persona especial que estuvo en todo momento durante el desarrollo de la carrera universitaria.

Lia

## ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xiv
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xvii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xix
RESUMEN.....	xx
ABSTRACT.....	xxi
INTRODUCCIÓN.....	1

### CAPÍTULO I

<b>1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>3</b>
<b>1.1 Problema de investigación.....</b>	<b>3</b>
<i>1.1.1 Planteamiento del problema.....</i>	<i>3</i>
<i>1.1.2 Formulación del problema.....</i>	<i>5</i>
<b>1.2 Objetivos.....</b>	<b>5</b>
<i>1.2.1 General.....</i>	<i>5</i>
<i>1.2.2 Específicos.....</i>	<i>5</i>
<b>1.3 Justificación del problema.....</b>	<b>5</b>
<i>1.3.1 Justificación teórica.....</i>	<i>6</i>
<i>1.3.2 Justificación metodológica.....</i>	<i>6</i>
<i>1.3.3 Justificación práctica.....</i>	<i>7</i>
<i>1.3.4 Justificación económica y social.....</i>	<i>7</i>
<i>1.3.5 Justificación ambiental.....</i>	<i>7</i>
<b>1.4 Marco metodológico.....</b>	<b>7</b>
<i>1.4.1 Enfoque de la investigación.....</i>	<i>7</i>
<i>1.4.2 Tipo de la investigación.....</i>	<i>8</i>
<i>1.4.3 Instrumentos de investigación.....</i>	<i>8</i>
<i>1.4.4 Técnica de investigación.....</i>	<i>8</i>



1.5	<b>Línea de investigación</b> .....	9
-----	-------------------------------------	---

## CAPÍTULO II

2.	<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	10
2.1	<b>Estado del arte</b> .....	10
2.2	<b>Marco conceptual</b> .....	12
2.2.1	<i>Proyecto</i> .....	12
2.2.2	<i>Inversión</i> .....	12
2.2.2.1	<i>Inversión inicial</i> .....	13
2.2.3	<i>Proyecto de inversión</i> .....	13
2.2.3.1	<i>Etapas de un proyecto</i> .....	13
2.2.4	<i>Clasificación de proyectos</i> .....	14
2.2.5	<i>Ciclo de vida de un proyecto</i> .....	14
2.2.6	<i>Sostenibilidad</i> .....	15
2.2.6.1	<i>Desarrollo sostenible</i> .....	15
2.2.7	<i>Empresa</i> .....	16
2.2.8	<i>Empresa avícola</i> .....	16
2.2.9	<i>Las Pymes</i> .....	16
2.2.10	<i>Misión</i> .....	16
2.2.11	<i>Visión</i> .....	17
2.2.12	<i>Valores corporativos</i> .....	17
2.2.13	<i>Organigramas</i> .....	17
2.2.14	<i>Manual de funciones</i> .....	17
2.2.15	<i>Normativa de la empresa</i> .....	17
2.2.16	<i>Fuentes de información</i> .....	18
2.2.17	<i>Estudio de mercado</i> .....	18
2.2.18	<i>Tipos de segmentaciones de mercado</i> .....	18
2.2.19	<i>Precio</i> .....	19

2.2.20	<i>Demanda</i> .....	19
2.2.21	<i>Oferta</i> .....	19
2.2.22	<i>Costos</i> .....	20
2.2.23	<i>Marketing mix</i> .....	20
2.2.24	<i>Punto de equilibrio</i> .....	21
2.2.25	<i>Estudio técnico</i> .....	21
2.2.26	<i>Elementos que conforman el estudio técnico</i> .....	22
2.2.27	<i>Estudio administrativo</i> .....	22
2.2.28	<i>Estudio ambiental</i> .....	23
2.2.29	<i>Impacto ambiental</i> .....	23
2.2.30	<i>Plan de implementación de medidas de mitigación</i> .....	23
2.2.31	<i>Estudio financiero</i> .....	23
2.2.32	<i>Estados financieros</i> .....	24
2.2.32.1	<i>Estado de situación inicial o Balance general</i> .....	24
2.2.32.2	<i>Estado de resultado integral</i> .....	25
2.2.32.3	<i>Estado de Cambios en el Capital Contable</i> .....	26
2.2.32.4	<i>Estado de Flujos de Efectivo</i> .....	26
2.2.33	<i>Financiamiento</i> .....	26
2.2.34	<i>Indicadores financieros</i> .....	27
2.2.34.1	<i>VAN</i> .....	27
2.2.34.2	<i>TIR</i> .....	28
2.2.34.3	<i>Periodo de recuperación</i> .....	28
2.2.34.4	<i>Relación beneficio</i> .....	28
2.3	<b>Definición de variables</b> .....	29
2.3.1	<i>Conceptual</i> .....	29
2.3.2	<i>Operacional</i> .....	29
2.4	<b>Operacionalización de variables</b> .....	29

### CAPÍTULO III

<b>3.</b>	<b>Marco metodológico</b> .....	30
<b>3.1</b>	<b>Enfoque de la investigación</b> .....	30
<b>3.2</b>	<b>Alcance</b> .....	30
<b>3.3</b>	<b>Diseño</b> .....	30
<b>3.4</b>	<b>Tipo de la Investigación</b> .....	30
<b>3.5</b>	<b>Método, técnicas e instrumentos de investigación</b> .....	31
<b>3.5.1</b>	<i>Método científico</i> .....	31
<b>3.5.2</b>	<i>Técnica</i> .....	32
<b>3.5.2.1</b>	<i>Encuesta</i> .....	32
<b>3.5.2.2</b>	<i>Entrevista</i> .....	32
<b>3.5.2.3</b>	<i>Observación</i> .....	32
<b>3.5.3</b>	<i>Instrumento de investigación</i> .....	32
<b>3.5.3.1</b>	<i>Cuestionario</i> .....	32
<b>3.6</b>	<b>Población y muestra</b> .....	33

### CAPÍTULO IV

<b>4.</b>	<b>ANÁLISIS E INTERMPRETACIÓN DE RESULTADOS</b> .....	34
<b>4.1</b>	<b>Encuesta</b> .....	34
<b>4.2</b>	<b>Entrevista</b> .....	47

### CAPÍTULO V

<b>5.</b>	<b>MARCO PROPOSITIVO</b> .....	49
<b>5.1</b>	<b>Tema</b> .....	49
<b>5.2</b>	<b>Descripción del proyecto</b> .....	49
<b>5.2.1</b>	<i>FODA</i> .....	49
<b>5.2.2</b>	<i>Análisis CAME</i> .....	50

5.2.3	<i>Análisis Pestel</i> .....	50
5.2.4	<i>Modelo Canvas</i> .....	51
5.2.5	<i>Partes interesadas del proyecto</i> .....	52
5.3	<b>Estudio del mercado</b> .....	53
5.3.1	<i>Perfil del cliente</i> .....	53
5.3.1.1	<i>Familias</i> .....	53
5.3.2	<i>Estrategias de mercadeo</i> .....	53
5.3.3	<i>Canales de distribución</i> .....	53
5.3.4	<i>Información nutricional</i> .....	54
5.4	<b>Análisis de la demanda</b> .....	54
5.4.1	<i>Demanda actual</i> .....	54
5.4.2	<i>Demanda proyectada</i> .....	55
5.5	<b>Análisis de la oferta</b> .....	56
5.6	<b>Empresa</b> .....	57
5.6.1	<i>Logotipo de la empresa</i> .....	57
5.6.2	<i>Misión</i> .....	57
5.6.3	<i>Visión</i> .....	57
5.6.4	<i>Valores</i> .....	58
5.6.4.1	<i>Compromiso</i> .....	58
5.6.4.2	<i>Calidad</i> .....	58
5.6.4.3	<i>Confiabilidad</i> .....	58
5.6.5	<i>Política de calidad</i> .....	58
5.6.6	<i>Organigrama</i> .....	59
5.7	<b>Marketing mix</b> .....	59
5.8	<b>Estudio técnico</b> .....	61
5.8.1	<i>Ingeniería del proyecto</i> .....	61
5.8.2	<i>Tamaño del proyecto</i> .....	61
5.8.3	<i>Localización</i> .....	61
5.8.3.1	<i>Macro localización</i> .....	61

5.8.3.2	<i>Micro localización</i> .....	62
<b>5.8.4</b>	<b><i>Diseño</i></b> .....	<b>63</b>
5.8.4.1	<i>Infraestructura de galpones</i> .....	63
<b>5.9</b>	<b>Estudio legal</b> .....	<b>63</b>
<b>5.10</b>	<b>Procesos misionales o de producción</b> .....	<b>64</b>
<b>5.11</b>	<b>Buenas prácticas en la producción avícola</b> .....	<b>64</b>
5.11.1	<i>Bienestar animal</i> .....	65
5.11.2	<i>Salud y bioseguridad</i> .....	65
5.11.3	<i>Gestión de residuos</i> .....	65
5.11.4	<i>Sostenibilidad y responsabilidad ambiental</i> .....	66
5.11.5	<i>Control de la higiene y la seguridad alimentaria</i> .....	66
5.11.6	<i>Programa de capacitación</i> .....	66
5.11.7	<i>Inspecciones y seguimiento</i> .....	66
5.11.8	<i>Compromiso con la calidad y la mejora continua</i> .....	66
<b>5.12</b>	<b>Estudio económico-financiero</b> .....	<b>67</b>
5.12.1	<i>Inversión inicial</i> .....	67
5.12.2	<i>Inversión de activos fijos</i> .....	68
5.12.2.1	<i>Terreno y construcción</i> .....	68
5.12.2.2	<i>Maquinaria y equipo</i> .....	69
5.12.2.3	<i>Vehículo</i> .....	69
5.12.2.4	<i>Muebles de oficina</i> .....	70
5.12.2.5	<i>Equipo de oficina</i> .....	70
5.12.2.6	<i>Herramientas</i> .....	70
5.12.3	<i>Inversión de activos diferidos</i> .....	71
5.12.3.1	<i>Gastos de constitución</i> .....	71
5.12.3.2	<i>Gastos de organización</i> .....	71
5.12.3.3	<i>Gastos de instalación</i> .....	72
5.12.4	<i>Capital de trabajo</i> .....	72
5.12.4.1	<i>Materia prima directa</i> .....	72

5.12.4.2	<i>Mano de obra directa</i> .....	73
5.12.4.3	<i>Costos indirectos de producción</i> .....	73
5.12.4.4	<i>Mano de obra indirecta</i> .....	74
5.12.4.5	<i>Depreciación</i> .....	74
5.12.4.6	<i>Amortización</i> .....	74
5.12.4.7	<i>Servicios básicos</i> .....	75
<b>5.13</b>	<b>Estructura de gastos</b> .....	<b>75</b>
5.13.1	<i>Gastos administrativos</i> .....	75
5.13.2	<i>Gastos de ventas</i> .....	76
5.13.3	<i>Otros gastos</i> .....	77
<b>5.14</b>	<b>Financiamiento del proyecto</b> .....	<b>77</b>
5.14.1	<i>Amortización del préstamo</i> .....	77
5.14.2	<i>Financiamiento por accionistas</i> .....	78
<b>5.12.</b>	<b>Análisis de los costos</b> .....	<b>79</b>
<b>5.13.</b>	<b>Proyección de ingresos</b> .....	<b>80</b>
<b>5.14.</b>	<b>Estados financieros</b> .....	<b>82</b>
<b>5.15.</b>	<b>Punto de equilibrio</b> .....	<b>84</b>
<b>5.16.</b>	<b>Análisis de rentabilidad (VAN, TIR, B/C, PRI)</b> .....	<b>85</b>
5.16.1.	<i>VAN</i> .....	85
5.16.2.	<i>TIR</i> .....	86
5.16.3.	<i>Beneficio costos</i> .....	87
5.16.4.	<i>Periodo medio de recuperación</i> .....	87
<b>5.17.</b>	<b>Maximización de la empresa de forma sostenible</b> .....	<b>87</b>
<b>5.18.</b>	<b>Resumen del marco propositivo</b> .....	<b>89</b>

## CONCLUSIONES

## RECOMENDACIONES

## BIBLIOGRAFÍA

## ANEXOS

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 2-1:</b> Estructura del Estado de situación inicial o balance general .....	25
<b>Tabla 2-2:</b> Estructura del Estado de resultado integral o estado de pérdidas y ganancias .....	25
<b>Tabla 2-3:</b> Estructura del Estado de flujos de efectivo .....	26
<b>Tabla 2-4:</b> Operacionalización de variables .....	29
<b>Tabla 4-1:</b> Edad de los habitantes.....	34
<b>Tabla 4-2:</b> Actividad económica de los habitantes .....	35
<b>Tabla 4-3:</b> Miembros de la familia .....	36
<b>Tabla 4-4:</b> Consumo de huevos de gallina.....	37
<b>Tabla 4-5:</b> Frecuencia de consumo de ovoproductos.....	38
<b>Tabla 4-6:</b> Cantidad de consumo de huevos semanalmente .....	39
<b>Tabla 4-7:</b> Consumo de huevos por familia a la semana .....	40
<b>Tabla 4-8:</b> Preferencia en la compra de huevos de gallina .....	41
<b>Tabla 4-9:</b> Opinión del precio de huevos en la zona.....	42
<b>Tabla 4-10:</b> Precio a pagar por la cubeta de huevos .....	43
<b>Tabla 4-11:</b> Preferencia del lugar para la compra de huevos .....	44
<b>Tabla 4-12:</b> Posible consumo de ovoproductos .....	45
<b>Tabla 4-13:</b> Medio de comunicación para promoción del producto .....	46
<b>Tabla 5-1:</b> Matriz de partes interesadas.....	52
<b>Tabla 5-2:</b> Ponderación de la matriz de partes interesadas .....	53
<b>Tabla 5-3:</b> Demanda actual de consumo.....	55
<b>Tabla 5-4:</b> Demanda proyectada de consumo.....	55
<b>Tabla 5-5:</b> Documentación para el estudio legal .....	64
<b>Tabla 5-6:</b> Inversión Inicial del proyecto .....	67
<b>Tabla 5-7:</b> Inversión total de activos fijos .....	68
<b>Tabla 5-8:</b> Terreno y construcción .....	68
<b>Tabla 5-9:</b> Costo total del terreno y construcciones .....	69
<b>Tabla 5-10:</b> Maquinaria y equipo .....	69
<b>Tabla 5-11:</b> Vehículo .....	69
<b>Tabla 5-12:</b> Muebles de oficina.....	70
<b>Tabla 5-13:</b> Equipo de oficina.....	70
<b>Tabla 5-14:</b> Herramientas.....	70
<b>Tabla 5-15:</b> Inversión de activos diferidos .....	71
<b>Tabla 5-16:</b> Gastos de constitución .....	71

<b>Tabla 5-17:</b> Gastos de organización .....	71
<b>Tabla 5-18:</b> Gastos de organización .....	72
<b>Tabla 5-19:</b> Capital de trabajo .....	72
<b>Tabla 5-20:</b> Materia prima directa.....	72
<b>Tabla 5-21:</b> Mano de obra directa .....	73
<b>Tabla 5-22:</b> Costos indirectos de producción .....	73
<b>Tabla 5-23:</b> Mano de obra indirecta .....	74
<b>Tabla 5-24:</b> Depreciación en línea recta de los activos fijos.....	74
<b>Tabla 5-25:</b> Amortización .....	74
<b>Tabla 5-26:</b> Energía eléctrica .....	75
<b>Tabla 5-27:</b> Agua potable.....	75
<b>Tabla 5-28:</b> Gastos totales .....	75
<b>Tabla 5-29:</b> Gastos del personal administrativo .....	75
<b>Tabla 5-30:</b> Suministros .....	76
<b>Tabla 5-31:</b> Sueldo del personal de ventas .....	76
<b>Tabla 5-32:</b> Publicidad .....	76
<b>Tabla 5-33:</b> Otros gastos .....	77
<b>Tabla 5-34:</b> Financiamiento total .....	77
<b>Tabla 5-35:</b> Gastos financieros.....	78
<b>Tabla 5-36:</b> Gastos financieros.....	78
<b>Tabla 5-37:</b> Estructura del capital financiado por accionistas .....	78
<b>Tabla 5-38:</b> Costos de producción.....	79
<b>Tabla 5-39:</b> Costo unitario de producción .....	80
<b>Tabla 5-40:</b> Precio de venta al público .....	80
<b>Tabla 5-41:</b> Proyección de ingresos .....	81
<b>Tabla 5-42:</b> Otros ingresos: venta de carne .....	81
<b>Tabla 5-42:</b> Otros ingresos: venta de abono .....	81
<b>Tabla 5-42:</b> Regla de tres para 4300 aves.....	81
<b>Tabla 5-42:</b> Regla de tres para 5000 aves.....	81
<b>Tabla 5-43:</b> Estado de resultados.....	82
<b>Tabla 5-44:</b> Flujo de caja.....	83
<b>Tabla 5-45:</b> Cuadro de resumen de los costos y ventas del primer año .....	84
<b>Tabla 5-46:</b> Resumen del punto de equilibrio en dólares y unidades.....	84
<b>Tabla 5-47:</b> Costos y gastos operacionales.....	85
<b>Tabla 5-48:</b> Cálculo de VAN .....	86
<b>Tabla 5-49:</b> Cálculo del VAN negativo.....	86



<b>Tabla 5-50:</b> Cálculo del TIR .....	86
<b>Tabla 5-51:</b> Periodo medio de recuperación .....	87

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 2-1:</b> Etapas de un proyecto. ....	13
<b>Ilustración 2-2:</b> Clasificación de proyectos.....	14
<b>Ilustración 2-3:</b> Ciclo de vida de un proyecto .....	15
<b>Ilustración 2-4:</b> Fuentes de información .....	18
<b>Ilustración 2-5:</b> Tipos de segmentaciones de mercado.....	19
<b>Ilustración 2-6:</b> Clasificación de los costos .....	20
<b>Ilustración 2-7:</b> Factores del marketing mix .....	21
<b>Ilustración 2-8:</b> Elementos que conforman el estudio técnico.....	22
<b>Ilustración 2-9:</b> Clasificación de los Estados financieros.....	24
<b>Ilustración 2-10:</b> Clasificación de los principales indicadores financieros.....	27
<b>Ilustración 3-1:</b> Técnicas del método científico .....	31
<b>Ilustración 4-1:</b> Edad de los habitantes .....	34
<b>Ilustración 4-2:</b> Actividad económica de los habitantes.....	35
<b>Ilustración 4-3:</b> Miembros de la familia .....	36
<b>Ilustración 4-4:</b> Consumo de huevos de gallina .....	37
<b>Ilustración 4-5:</b> Frecuencia de consumo de ovoproductos .....	38
<b>Ilustración 4-6:</b> Frecuencia de consumo de ovoproductos .....	39
<b>Ilustración 4-7:</b> Consumo de huevos por familia a la semana.....	40
<b>Ilustración 4-8:</b> Preferencia en la compra de huevos de gallina .....	41
<b>Ilustración 4-9:</b> Opinión del precio de huevos en la zona .....	42
<b>Ilustración 4-10:</b> Precio a pagar por la cubeta de huevos.....	43
<b>Ilustración 4-11:</b> Preferencia del lugar para la compra de huevos .....	44
<b>Ilustración 4-12:</b> Posible consumo de ovoproductos .....	45
<b>Ilustración 4-13:</b> Medio de comunicación para promoción del producto.....	46
<b>Ilustración 5-1:</b> Análisis FODA del proyecto .....	49
<b>Ilustración 5-2:</b> Análisis CAME del proyecto.....	50
<b>Ilustración 5-3:</b> Análisis Pestel .....	50
<b>Ilustración 5-4:</b> Modelo Canvas del proyecto .....	51
<b>Ilustración 5-5:</b> Composición de nutricional del huevo de gallina.....	54
<b>Ilustración 5-6:</b> Producción de huevos de gallina por regiones.....	56
<b>Ilustración 5-7:</b> Logotipo de la empresa: Granja EQAV.....	57
<b>Ilustración 5-8:</b> Organigrama de la empresa: Granja EQAV .....	59
<b>Ilustración 5-13:</b> Marketing mix de la empresa EQAV .....	60

<b>Ilustración 5-9:</b> Macro localización del proyecto.....	62
<b>Ilustración 5-10:</b> Micro localización del proyecto .....	63
<b>Ilustración 5-11:</b> Infraestructura del galpón.....	63
<b>Ilustración 5-12:</b> Maximización de la empresa de forma sostenible .....	88

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

**ANEXO A:** ENCUESTA A LA POBLACIÓN

**ANEXO B:** ENCUESTA A TIENDAS

**ANEXO C:** PROYECCIÓN DE CONSUMO EN DOS AÑOS

**ANEXO D:** PROYECCIÓN DE CONSUMO PARA EL AÑO 1 Y 2

**ANEXO E:** PROYECCIÓN DE CONSUMO PARA EL AÑO 3

**ANEXO F:** PROYECCIÓN DE CONSUMO PARA EL AÑO 4 Y 5

**ANEXO G:** CUADRO DE RESUMEN DE LAS GALLINAS PONEDORAS

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación denominado Proyecto de inversión para la creación de una empresa avícola en la parroquia Pan de Azúcar, año 2023, tiene como objetivo principal de brindar productos de calidad dentro del mercado, generando fuentes de trabajo en el entorno. Todo esto se realizó a través de una metodología mixta. Mediante un estudio de mercado aplicando la encuesta como técnica de investigación a los habitantes del cantón Morona, se pudo determinar la demanda con una aceptación del 87,11% hacia este tipo de empresa, por otra parte se pudo determinar que no existen empresas avícolas dentro del sector. Además, se realizaron los estudios técnicos en los cuales encontramos la inversión inicial con el capital de trabajo, activos fijos, y los activos diferidos, detallando los valores correspondientes, logrando así brindar productos de calidad a precios accesibles. En el estudio legal, organizacional y administrativo, se propone la estructuración total de la microempresa para un mejor manejo en cada uno de los procesos. Y finalmente, en el estudio financiero por medio del análisis respectivo, la avícola deberá contar con una inversión inicial de \$118.089,05 para la creación y desarrollo de la empresa; en cuanto a la factibilidad del proyecto se calcularon dos indicadores importantes como es el VAN con un valor de \$ 27300,29 al ser mayor que 0, nos indica que la implementación de la empresa “Granja EQAV” es factible, y la TIR con un porcentaje del 33,18% al ser mayor que la Tasa de rendimiento mínima aceptable TREMA (23,60%), se afirma que el proyecto es viable. Se concluye que el proyecto es factible y sostenible en el periodo de estudio para la creación de la empresa.

**Palabras clave:** <INVERSIÓN >, <ESTUDIO TÉCNICO>, <ESTUDIO ECONÓMICO>, <ESTUDIO FINANCIERO>, <PRODUCCIÓN>, <RENTABILIDAD >.

1883-DBRA-UPT-2023



## ABSTRACT

This research work called Investment Project for the creation of a poultry company in Pan de Azúcar parish, year 2023, has as its main objective to provide quality products in the market, generating sources of employment in the environment. All this was done through a mixed methodology. Through a market study applying the survey as a research technique to the inhabitants of the Morona canton, it was possible to determine the demand with an acceptance of 87.11% towards this type of company, on the other hand, it was determined that there are no poultry companies within the sector. In addition, technical studies were conducted in which we found the initial investment with working capital, fixed assets, and deferred assets, detailing the corresponding values, thus providing quality products at affordable prices. In the legal, organizational, and administrative study, the total structuring of the microenterprise is proposed for better management in each of the processes. Finally, in the financial study, by means of the respective analysis, the poultry farm should have an initial investment of \$118. 089.05 for the creation and development of the company; regarding the feasibility of the project, two important indicators were calculated such as the NPV with a value of \$ 27300.29 being greater than 0, indicates that the implementation of the company "Granja EQAV" is feasible, and the IRR with a percentage of 33.18% being greater than the minimum acceptable rate of return TREMA (23.60%), it is stated that the project is feasible. It is concluded that the project is feasible and sustainable for the creation of the company in the studied period.

**Keywords:** <INVESTMENT>, <TECHNICAL STUDY>, <ECONOMIC STUDY>, <FINANCIAL STUDY>, <PRODUCTION>, <PROFITABILITY>.



Lcda. Yajaira Natali Padilla Mgs.

0604108126

## INTRODUCCIÓN

Por su precio, beneficios nutricionales el huevo es considerado un gran alimento nutricional lleno de vitaminas y proteínas, definido en el Boletín Informativo CEI titulado “Reconocimiento cultural y nutricional del huevo” en el año 2022 como un alimento funcional; además, contiene compuestos con actividad biológica, en cuanto a su estructura, la clara está compuesta por agua, proteínas, hidratos de carbono, minerales, vitaminas, y también es rica en ácido oleico, ácido linoleico y ácidos omega 3.

Por otra parte, la yema de huevo está compuesta de lípidos, proteínas siendo la mayor fuente de vitaminas y minerales, además de ser una excelente fuente de vitamina D y colina, es un compuesto necesario para diversos procesos en el cuerpo humano, de igual modo es importante para la producción de muchos alimentos, helados, pastas, cosmética, convirtiéndolo en uno de los productos más consumidos, donde una de su principal característica es la tendencia de crecimiento dentro de las industrias avícolas en el Ecuador desarrollándose partir de los años 50 en la cual se puede observar la industrialización y optimización de recursos.

Sin embargo, hoy en día dentro de la Provincia de Morona Santiago no existen empresas productoras que pueden satisfacer la totalidad de la demanda a nivel local debido principalmente por su ubicación, capacidad de producción, nivel de consumo. Por lo que se busca ayudar a las personas para acceder a un producto de calidad, así mismo contribuir al desarrollo económico de la parroquia.

El siguiente proyecto describe el proyecto de inversión para la creación de una empresa avícola en la provincia de Morona Santiago orientado a la producción pollas de alta calidad, en la cual se obtendrán mejores resultados productivos en referencia a la fase de postura. El presente trabajo de titulación denominado “Proyecto de inversión para la creación de una empresa avícola productora y comercializadora de huevos en la parroquia Pan de Azúcar, provincia de Morona Santiago.”, se desarrolla aplicando una metodología muy completa que incluye los diferentes estudios que deben desarrollar para la creación y puesta en funcionamiento de una empresa, analizando la problemática a resolver, con los métodos de investigación necesarios para la recopilación de información, basado en el marco teórico presentado en este estudio apoyado por artículos científicos, libros, sitios web, etc. Esto le permitirá crear un sistema una investigación proactiva que detallará los aspectos organizativos, financieros y tecnológicos, así como también determinar y controlar los costos de producción, transformación y comercialización al servicio de la población.

El objetivo principal es cubrir las necesidades de los compradores, con un producto de calidad, accesibles al mercado, con precios justos, así como también para la generación de nuevas fuentes de trabajo dentro de su entorno, que sea manejado adecuadamente y que cumpla con las expectativas que tienen los clientes cuando deciden adquirir los productos ofrecidos generando satisfacción en donde no solo es necesario realizar una importante inversión en innovación tecnológica, sino también determinar y controlar los costos de producción, transformación y comercialización, que siempre estarán al servicio de los intereses de la población, industria, ya que, con la ayuda de la innovación tecnológica, eficiente se pueden obtener productos que cuentan con requisitos y normativas que aseguren la calidad de gran ayuda en general.



## CAPÍTULO I

### 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

#### 1.1 Problema de investigación

##### 1.1.1 *Planteamiento del problema*

Según la Corporación Nacional de Avicultores, el sector avícola aporta a Ecuador con el 3% del PIB nacional, lo que representa un aporte económico para las zonas rurales del país, en el cual es necesario promover algunos cambios en la producción de proteína de origen aviar debido a que uno de los problemas de mayor frecuencia es la producción para el consumo doméstico con una comercialización mínima, en donde no se realizan estudios de mercado además de una escasa industrialización (CONAVE, 2023).

Por otra parte, la innovación tecnológica no está relacionada con los objetivos estratégicos de las empresas, dentro de la industria avícola ecuatoriana carece de transformación digital, por lo que es importante la generación de políticas integradas que faciliten recursos económicos, tecnológicos y de conocimientos para encaminarlo dentro del contexto con base en las necesidades de las industrias mediante la automatización de las plantas de producción (Núñez & Montero, 2019, p. 7).

El Ecuador se produjeron 3.812 millones de huevos en el país, lo que representa unos 10,4 millones diarios según las cifras de la Corporación Nacional de Avicultores del Ecuador en el año 2022, dado que el huevo es un producto de alto consumo, de tal forma que es difícil cubrir la demanda de huevos debido a que no existe una eficiente cadena de producción y comercialización desde el producto inicial hasta el final dentro de la provincia de Morona Santiago lo cual obliga a los consumidores pagar un precio mayor por el producto debido a que la gran parte de producción se encuentra dentro de la Región Sierra.

Además, según las cifras del Instituto Nacional de estadísticas y Censos en el año 2021 en cuanto a la producción semanal de huevos de gallina el 7,54 % provienen de las aves criadas en campo y el 92,46 % de planteles avícolas. En la cual la Región Sierra aporta con el 95,53 % lo que significa que la mayor producción nacional se encuentra dentro de este sector, seguida de la Costa con el 4,04 %, y la Amazonía apenas llega al 0,45 % (INEC, 2022, p. 13).

En la provincia de Morona Santiago la mayoría de las actividades agropecuarias están en manos de pequeños productores, caracterizado por presentar métodos tradicionales de producción con una escasa industrialización, lo cual trae consigo varios problemas como los altos costos de producción y fuerte dependencia de los intermediarios para su comercialización, falta de información referente a la condición social, la productividad y la economía crean una visión sólida para la avicultura, ya que las granjas tradicionales utilizan un modelo económico casi obsoleto y, de hecho, se cree que la transición a una economía sostenible fortalecerá la industria avícola. La sustentabilidad se refiere a la armonía entre el proceso de producción y el medio ambiente, si todos los recursos se utilizan correctamente sin dejar huella ecológica, entonces se está en el camino correcto.

Conforme se menciona en el Diario Vasco (2021), el huevo de gallina es un comestible muy importante, ya que, es alimento sustancial en la dieta de algunos habitantes con contribución carente de proteína animal. En los productos alimenticios de todo el mundo, está estrechamente asociado con productos que contienen huevos en pan, pasteles, natillas, jamón, etc. Sin embargo, olvidamos lo importante que es cuando pensamos en este producto que es tan simple que es muy apreciado. Este producto tiene una variedad de opciones que también se pueden usar con la mayoría de los ingredientes que usa a la mano.

Según información de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros no existen registros de la existencia de empresas avícolas dentro de la parroquia incluso dentro de la cabecera cantonal Morona, motivo por el cual es de gran importancia realizar el presente trabajo investigativo en el que, la comercialización del producto se llevará dentro del Cantón Morona, debido a que existe un mayor número de habitantes, presentando una alternativa accesible con un producto de calidad, accesibles al mercado, con precios justos, así como también para la generación de nuevas fuentes de trabajo dentro de su entorno.

En el entorno local, en la parroquia de Pan de Azúcar, se puede observar la ausencia de granjas que se dediquen a la producción de productos avícolas por la falta de apoyo técnico-financiero a pequeños productores para el manejo de dicho producto que permita la generación de liquidez. Por consiguiente, se propone la creación de un proyecto inversión para la creación de una empresa avícola en la Parroquia de “Pan de Azúcar”, en la provincia de Morona Santiago, la misma que contribuiría a la generación de empleo, dinamizando la economía local, logrando así una mejor perspectiva del mercado objeto de este estudio, además que la humedad, la temperatura ambiente y las amplias áreas rurales lo convierten en un lugar ideal para la producción de huevos para mejorarla de manera eficiente y poder generar fuentes de empleo con mano de obra idónea con lo que aumentaría la productividad para tener un crecimiento

económico y ser competitivos en los mercados en el sector que pertenezca, incluso el transporte y la venta dentro de la provincia.

### **1.1.2 Formulación del problema**

¿Cuáles serán los beneficios de ejecutar un proyecto de inversión para la creación de una empresa avícola productora y comercializadora de huevos en la parroquia Pan de Azúcar, en la provincia de Morona Santiago?

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 General**

- Elaborar un proyecto de inversión mediante un modelo sostenible para determinar la viabilidad de una empresa avícola productora y comercializadora de huevos en la parroquia Pan de Azúcar, provincia de Morona Santiago, año 2023.

### **1.2.2 Específicos**

- Identificar el valor actual neto y el periodo de recuperación de la inversión del presente proyecto de inversión.
- Explicar mediante el estudio financiero definir la inversión inicial, el financiamiento y la rentabilidad que se genera en el presente trabajo.
- Desarrollar un estudio de mercado mediante el marketing mix que permita identificar las principales variables de la empresa como lo es el precio, plaza, producto y promoción.

## **1.3 Justificación del problema**

Ecuador es uno de los países que tiene como objetivo fortalecer los sectores prioritarios, entre otros tenemos la agroindustria, alimentos, que actualmente está pasando por transformaciones en el desarrollo de los sectores a través de las iniciativas de varias empresas que buscan agregar valor a los productos para entregarlos al mercado cambiando la matriz productiva del Ecuador a nivel nacional e internacional.

El presente proyecto nace de la necesidad buscar el crecimiento y desarrollo de la Provincia de Morona Santiago, específicamente en la parroquia Pan de Azúcar donde trae mejoras en el diario vivir de la comunidad permitiéndoles lograr sus objetivos en menor tiempo contribuyendo al incremento de la producción avícola, para satisfacer la demanda a nivel nacional.

En el Plan de Creación de oportunidades 2021-2025 principalmente al Eje Económico dentro del objetivo 3: Fomentar la productividad y competitividad en los sectores agrícola, industrial, acuícola y pesquero, bajo el enfoque de la economía circular. En el cual se contempla el apoyo a proyectos productivos agropecuarios, brindando igualdad de oportunidades con costos competitivos, capacitación, financiamiento, mejorando las ganancias de los productores, así como también la tecnificación de los procesos, logrando así el progreso de los sectores de modo que, se promueva la soberanía y seguridad alimentaria con el fin de satisfacer la demanda nacional.

### ***1.3.1 Justificación teórica***

De acuerdo con Fernández (2020), la investigación teórica detalla el propósito del estudio es registrar una reflexión y discusión académica sobre un conocimiento existente para su reflexión, por ende, este proyecto estará basado en trabajos de investigación aplicando estrategias en la exploración de libros, artículos científicos, sitios web y varias revistas digitales con un máximo de tiempo de 5 años antes del actual. El propósito de este estudio es brindar conocimiento basado en las teorías y conceptos existentes de la producción avícola, la investigación de mercado, la investigación técnica, la investigación legal, la investigación organizacional y su evaluación económica para determinar la factibilidad de ejecución del proyecto (p. 6).

### ***1.3.2 Justificación metodológica***

En la justificación metodológica se propone encontrar un nuevo método o estrategia para la generación de un confiable y valido. Mediante la revisión minuciosa de bibliografía permite obtener los medios necesarios para dar viabilidad al estudio, aplicando estrategias en la exploración de libros, artículos científicos, sitios web y varias revistas digitales. El presente proyecto es de tipo investigativo con un enfoque cualitativo y cuantitativo con el propósito de generar un mayor conocimiento sobre el proceso de factibilidad al crear una empresa avícola productora y comercializadora de huevos (Vizmanos et al., 2022, p. 1).

### ***1.3.3 Justificación práctica***

Para Arispe et al., (2020), la justificación práctica es una contribución práctica diseñada para ayudar a sugerir estrategias para el apoyo a resolver problemas. Este estudio se justifica en relación con el desarrollo de perspectivas teóricas y científicas, la aplicación de los conocimientos adquiridos en beneficio de la población, a saber, gerentes, empleados, socios y la sociedad. Como medio para corregir eventos que afectan a la organización y planes para periodos futuros (p. 28).

### ***1.3.4 Justificación económica y social***

Además, al implementar este proyecto que tiene como objetivo crear nuevas fuentes de trabajo y contribuir al desarrollo del país, la empresa se verá inmersa en un entorno social que no puede ser ignorado e involucra a miembros de la sociedad en condiciones vulnerables que fortalecerán el desarrollo. Dada la tendencia actual hacia la responsabilidad social empresarial, la implementación del proyecto es muy importante, es el motor que genera impulso económico en beneficio de las personas de la región.

### ***1.3.5 Justificación ambiental***

En el proceso productivo existen prácticas sustentables que promueven el medio ambiente y su protección, previniendo daños y así como, prácticas nocivas ocasionadas por las empresas, lo cual es parte fundamental, por lo que se definen varias acciones factibles basadas en la calidad: producción responsable y estandarizada, reciclaje y la adecuada implementación de procesos técnicos de eliminación de residuos para minimizar el impacto en el medio ambiente.

## **1.4 Marco metodológico**

### ***1.4.1 Enfoque de la investigación***

Conforme a Campos (2020), la investigación con un enfoque mixto es aquella que condensan, en el mismo estudio, procedimientos de recolección, análisis y combinación o integración de datos de enfoques y líneas cuantitativas y cualitativas. En el presente proyecto se determina un enfoque mixto ya que la investigación en su parte cualitativa va a dar a conocer la percepciones y experiencias de los ciudadanos

con respecto al consumo de productos, y con respecto a la parte cuantitativa se da un análisis de datos provenientes de las encuestas (p. 1).

#### ***1.4.2 Tipo de la investigación***

Para Guevara et al.,( 2022) investigación descriptiva es un método eficaz para la recolección de datos durante el proceso de investigación. El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas (p. 3).

La investigación tiene un nivel descriptivo, ya que se menciona las diferentes situaciones con respecto a la creación de la empresa, como el momento y lugar en el que se desarrolla el proyecto obtener un criterio propio, puesto que se hará uso de una encuesta para la recopilación de datos, procediendo a convertirlos en información cuantificable, lo cual nos permitirá medir los resultados y conocer clientes potenciales.

#### ***1.4.3 Instrumentos de investigación***

El instrumento básico utilizado en la investigación por encuesta es el cuestionario, que podemos definir como el documento que recoge de forma organizada los indicadores de las variables implicadas en el objetivo de la encuesta. Un cuestionario es un conjunto de preguntas sobre un hecho o aspecto de interés para la investigación, a las que responden los encuestados.

Se trata de un instrumento fundamental para la obtención de datos (Sánchez et al., 2020, p. 51).

#### ***1.4.4 Técnica de investigación***

Para Sánchez et al., (2020), la encuesta se constituye el término medio entre la observación y la experimentación. Aquí registra lo que puede observar, y en los casos en que no se puede recrear el experimento, se pregunta a los participantes. Por tanto, se puede decir que las encuestas son un método descriptivo para descubrir ideas, necesidades, preferencias, hábitos de uso (p. 53).

## **1.5 Línea de investigación**

La presente línea de investigación es Administración y economía, con su sub línea en Gestión de calidad e innovación empresarial, haciendo hincapié en proyectos de inversión.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Estado del arte

Para la presente investigación se realizó una búsqueda bibliográfica en diferentes repositorios de las universidades del Ecuador y el mundo en la cual se presentan proyectos con temáticas similares con la finalidad de ser una guía para el proyecto planteado.

En el trabajo de titulación “VIABILIDAD FINANCIERA PARA LA CONSTITUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HUEVOS EN EL MUNICIPIO DE ORTEGA TOLIMA Y MUNICIPIOS ALEDAÑOS”, plantea:

“La producción de alimentos es de vital importancia dado que todo ser humano necesita alimentarse a diario debido a que el cuerpo necesita de elementos nutritivos, vitaminas y minerales que le otorgan energía y sacian sus necesidades de comer. Por tal motivo la demanda de los productos alimenticios va en forma ascendente y esto implica que para el sector avícola debe actuar de una manera eficaz para poder cumplir con las necesidades del consumidor (Caviedes & Novoa, 2022, p. 20)”.

La producción avícola está en aumento debido a los minerales, vitaminas y nutrientes por el consumo de huevos, el autor concluye que el proyecto es muy viable dado que no hay ninguna distribuidora de huevos en el lugar de estudio, además habla de un 43 % de utilidad operacional de acuerdo con la producción proyectada a cinco años.

Por otra parte, en el trabajo de investigación denominado “CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HUEVOS EN LA CIUDAD DE MONTERIA CORDOBA” menciona:

“Teniendo en cuenta que el huevo es un ingrediente habitual en la alimentación del hombre desde su origen y se caracteriza por su alta densidad nutritiva y además no tiene una segmentación específica en cuanto al tipo de consumidor, puesto que, por tratarse de un producto de consumo, toda la sociedad sin distinción alguno pueda consumirlo (Castrellon & Martínez, 2018, p. 52)”.

En el cual el autor plantea que se identificaron factores de interés los clientes, con la obtención de beneficios económicos y un desarrollo local con la introducción de técnicas modernas en aspectos como



genética, alimentación, sanidad, instalaciones y equipos logrando satisfacer las necesidades de los consumidores, así como también mejorando la economía en el sector, con un Valor Presente Neto de la empresa corresponde a \$20.985.381, lo cual indica que la empresa es rentable y la decisión de creación es favorable.

Por otro lado, en el trabajo de investigación titulado “IMPLEMENTACIÓN DE UNA GRANJA AVÍCOLA PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN ECOLÓGICA DE HUEVOS Y CARNES DE AVES DOMÉSTICAS CON SELLOS VERDES ARTICULADA CON LA PEDAGOGÍA ANCESTRAL EN EL MUNICIPIO DE PUERTO CAICEDO (PUTUMAYO el autor menciona que:

“El interés por realizar este proyecto surge de la necesidad de implementar en el Municipio “Una granja avícola para la producción y comercialización ecológica de huevos y carnes de aves domésticas con sellos verdes en el municipio de Puerto Caicedo (Putumayo)”, debido a que estos productos son traídos a costos muy altos de algunos departamentos de la costa Norte, Sucre, Bogotá, Valle, Antioquia y Nariño. El no contar con las posibilidades de abastecer 100% el mercado con la producción que existe en el departamento, también él no contar con empresas productoras de concentrado en el territorio o la carencia de aprovechar los recursos naturales propios de la Amazonía (Angulo, 2020, p. 8)”.

Lo cual da a entender que se requiere de la implementación de proyectos productivos avícolas impulsando a los habitantes contribuyendo a una mejor calidad de vida con productos accesibles, mitigando el impacto ambiental con un desarrollo sostenible.

En el trabajo de titulación denominado “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA AVÍCOLA EN LA MATRIZ DEL CANTÓN GUAMOTE PROVINCIA DE CHIMBORAZO PERÍODO 2021-2025” la autora menciona:

“El estudio de factibilidad pretende la creación de una empresa avícola en la matriz del cantón Guamote, brindando un producto con valores nutricionales basados en estándares de calidad la misma que mejorara la calidad de vida de las personas contribuyendo al bien común y al desarrollo del cantón y provincia (Logroño, 2022, p. 72)”.

El autor expone la creación de una microempresa avícola beneficia al Cantón Guamote de aporte a la población, generando nuevas fuentes de empleo ofreciendo productos con un alto valor nutricional generando así una ventaja competitiva dentro del mercado, además de generar un valor actual neto VAN

de \$ 205.372,05 y una tasa interna de retorno de 30,39% generando resultados positivos ya que es un negocio rentable.

Por otra parte, en el trabajo de investigación denominado “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA AVÍCOLA EN LA PARROQUIA DE CUNCHIBAMBA EN LA CIUDAD DE AMBATO” en la cual recomienda la implementación de la Microempresa avícola Emma con el fin de: “establecer nuevas estrategias para la comercialización del producto, así obteniendo resultados positivos para la toma de decisiones lo cual ayudará a la parroquia a un crecimiento económico y beneficios sociales (Tubón, 2022, p. 106).” El autor expone que la producción avícola es escasa dentro de esta parroquia, mejorando la economía y evitando la migración de los habitantes hacia otros lugares generando fuentes de empleo para los habitantes de la zona y proporcionando un producto de calidad, con una TIR de 17,46% lo cual es positivo para la implementación de la microempresa avícola.

## **2.2 Marco conceptual**

### **2.2.1 Proyecto**

Para Moreno (2016) un proyecto definitivamente está completo si se crea con el propósito de crear un producto o servicio que satisfaga una necesidad privada o social a través de métodos apropiados y una planificación sistemática (p. 18).

El proyecto de Proyecto de inversión para la creación de una avícola productora y comercializadora de huevos, perteneciente a la provincia de Morona Santiago, cantón San Juan Bosco, parroquia de Pan de Azúcar es con el propósito fundamental para la creación de fuentes de trabajo, así como también mejorar la producción que existen dentro de la provincia.

### **2.2.2 Inversión**

Puede entenderse como un tipo de comportamiento que se refiere al beneficio de un determinado recurso en un determinado período de tiempo, y también puede entenderse como un acto de invertir una determinada cantidad de fondos o dinero en una actividad o proyecto económico con el objetivo de obtener rentabilidad.

### 2.2.2.1 Inversión inicial

Estos son los recursos necesarios para iniciar el proyecto y normalmente permiten adquirir los activos necesarios para el desarrollo del proyecto, tales como equipos, maquinarias o disponibilidad de efectivo con el fin de obtener beneficios (Moreno, 2016, p. 165).

### 2.2.3 Proyecto de inversión

Un proyecto de inversión es un proceso que consiste en acciones específicas y tareas precisas, que resultan en la preparación de documentación estructurada y confiable. El proyecto de inversión es un proceso que consta de actividades específicas y tareas precisas que permiten obtener un documento estructurado y confiable (Rodríguez, 2018, p. 15).

#### 2.2.3.1 Etapas de un proyecto

Para Cardona (2018, pp. 25-26), existen algunas etapas de un proyecto de investigación las cuales encontramos seis que define el autor:



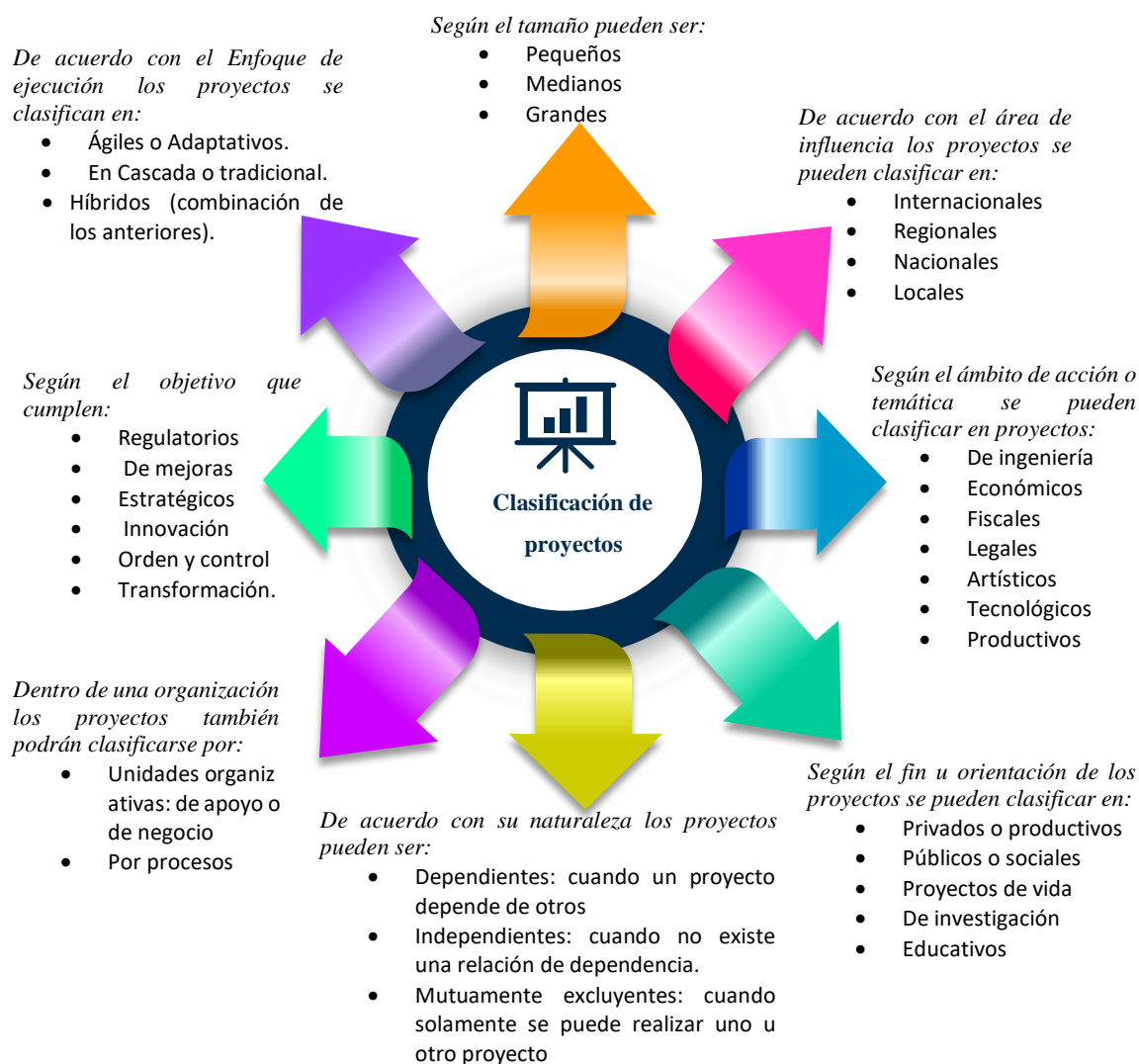
**Ilustración 2-1:** Etapas de un proyecto.

**Fuente:** Cardona, 2018.

**Realizado por:** Quichimbo L., 2023.

## 2.2.4 Clasificación de proyectos

Conforme López (2021), clasifica a los proyectos de la siguiente manera en la cual encontramos:



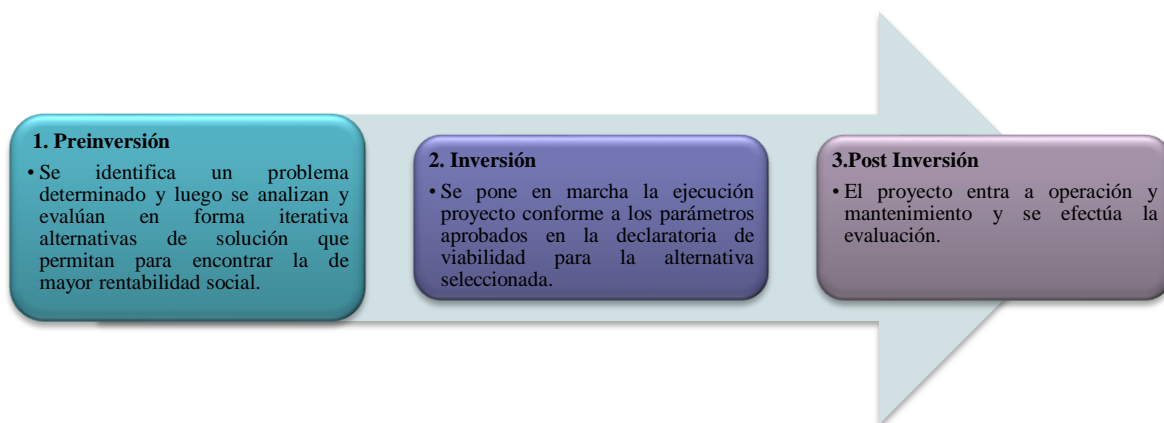
### Ilustración 2-2: Clasificación de proyectos

Fuente: López, 2021.

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

## 2.2.5 Ciclo de vida de un proyecto

En resumen, conceptualizamos el ciclo de vida de un proyecto como una serie de etapas por las que pasa este de principio a fin. Cada organización define el ciclo de vida del proyecto de acuerdo con sus necesidades. El Ministerio de Finanzas y Economía de Perú (2023), presenta 3 etapas las cuales son:



### **Ilustración 2-3:** Ciclo de vida de un proyecto

**Fuente:** Ministerio de Finanzas y Economía de Perú, 2023.

**Realizado por:** Quichimbo L., 2023.

#### **2.2.6 Sostenibilidad**

La sostenibilidad es conjunto de criterios orientados al comportamiento ético con todo lo que nos rodea de modo que permita lograr una equidad intra e intergeneracional así como gestionar las relaciones con el medio natural y social, manteniendo su disponibilidad y equilibrio ecológico, y promoviendo una distribución más equitativa y justa de los recursos, beneficios y costes ambientales, es decir hace referencia a la capacidad de satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. (Solís, 2019, p. 3).

##### **2.2.6.1 Desarrollo sostenible**

El desarrollo sostenible, es un concepto que se refiere a la capacidad de satisfacer las necesidades actuales de la sociedad sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades, basado en tres pilares fundamentales:

**Sostenibilidad ambiental:** Implica la gestión responsable de los recursos naturales y la prevención de la degradación ambiental. Busca mantener la salud de los ecosistemas, conservar la biodiversidad y reducir los impactos negativos en el medio ambiente.

**Sostenibilidad social:** Se centra en la justicia social, la igualdad de oportunidades y la promoción del bienestar de todas las personas. Incluye la protección de los derechos humanos, la eliminación de la pobreza y la mejora de la calidad de vida.

Sostenibilidad económica: Implica la gestión eficiente de los recursos económicos y la promoción de una economía que sea viable a largo plazo. Busca la generación de riqueza, la estabilidad financiera y la creación de empleo.

### **2.2.7 Empresa**

Es una organización que busca generar una actividad de lucro o labor social para satisfacer las necesidades de la sociedad, formada por un conjunto de individuos, bienes materiales, así como también financieros con un objetivo en común.

### **2.2.8 Empresa avícola**

Una granja avícola es una granja que cría aves solo con fines comerciales, ya sea para carne o huevos. La industria avícola se caracteriza por la cría de un gran número de aves, principalmente gallinas y ponedoras.

### **2.2.9 Las Pymes**

Las Pymes son las pequeñas y medianas empresas las cuales se han convertido según Peñafiel et al. (2019), en una de las fuente de empleo más importante del país porque requieren de personas que puedan suministrar bienes y servicios al mercado. Las PYMES son importantes impulsores de la dinamización económica y productiva del país por su aporte como fuente de empleo e ingresos, además de que el tamaño de su unidad productiva es menor que el de las empresas más grandes, su estructura poco rígida y su menor tamaño facilitan su funcionamiento, adaptándose a segmentos específicos y diferentes mercados (p. 4).

### **2.2.10 Misión**

Para Contreras et al. (2021), la misión de una empresa es la naturaleza perdurable de una organización y proporciona una identidad consistente que trasciende los ciclos de vida del producto o los ciclos de mercadeo, desarrollos tecnológicos, fantasías gerenciales y ejecutivos individuales. En la cual la contribución más duradera y significativa de las empresas visionarias son sus ideologías fundamentales (p. 5).

### **2.2.11 Visión**

Como lo manifiesta Kirkpatrick (2017), citado en Contreras et al. (2021), la visión es el impacto positivo que una organización quiere lograr, una descripción formal del estado futuro deseado a largo plazo de la organización, por otra parte la investigación muestra que las empresas cuya visión se centra en un estado futuro ideal están mejor preparadas para el cambio (p. 6).

### **2.2.12 Valores corporativos**

En muchos sentidos, los valores corporativos definen la naturaleza de las empresas, sus acciones y prioridades, así como la forma en que entienden las actividades empresariales. Es decir, son parte esencial de su identidad, se derivan de las necesidades de la empresa y del compromiso con el medio ambiente, y la relación con el cliente que es fundamental. Si la empresa se basa en valores sólidos y plenamente informados por todos los integrantes, la empresa funcionará de manera más eficiente, porque todos pueden tener unos principios para identificarse, una guía para guiar sus acciones y hacerse respetar. (Pérez, 2021)

### **2.2.13 Organigramas**

Un organigrama, también conocido como diagrama jerárquico o gráfico organizacional, es una representación gráfica de la estructura organizativa de una empresa que muestra las dependencias entre los diferentes roles dentro de un grupo permitiendo ver de forma clara las relaciones de los integrantes y los departamentos lo cual crea una ventaja competitiva dentro de las empresas.

### **2.2.14 Manual de funciones**

Para Pozo & Palacios (2020), en los manuales de funciones radica el esclarecimiento de manera detallada de los procedimientos internos de una empresa. Con la implementación de estos manuales, es posible ampliar los conocimientos del personal, mejorar la calidad de los servicios o productos, así como reducir los costos administrativos y evitar deficiencias que puedan perjudicar a la organización (p. 2).

### **2.2.15 Normativa de la empresa**

Es un conjunto de leyes, regulaciones y requerimientos legales que deben cumplir, es decir, la normativa empresarial son un conjunto de reglas que determinan las operaciones de las organizaciones, regulan el

comportamiento del capital humano y formulan reglas claras. Es bien sabido que lo que pueden vivir en un entorno respetuoso y amigable para que cada tarea pueda desarrollarse de la mejor manera. Dadas las actividades estas variarán dependiendo del tipo de negocio.

### 2.2.16 Fuentes de información

Conforme lo manifiesta Vargas et al. (2019, p. 1), las fuentes de información que podemos encontrar son tres, en las cuales tenemos:

#### Primarias

Las fuentes de información primarias son aquellas que contienen información original, la cual es publicada por primera vez y que es el resultado de un trabajo intelectual.

#### Secundarias

Por otra parte, las fuentes de información secundarias son aquellas que, por lo general, sintetizan fuentes de información de primer orden para lograr una búsqueda más clara de estas.

#### Terciarias

Por último, una fuente de información terciaria es aquella que contiene información recopilada de una fuente secundaria, contiene, por ende, y a la vez, información primaria.



**Ilustración 2-4:** Fuentes de información

**Fuente:** Vargas, 2019.

**Realizado por:** Quichimbo L., 2023.

### 2.2.17 Estudio de mercado

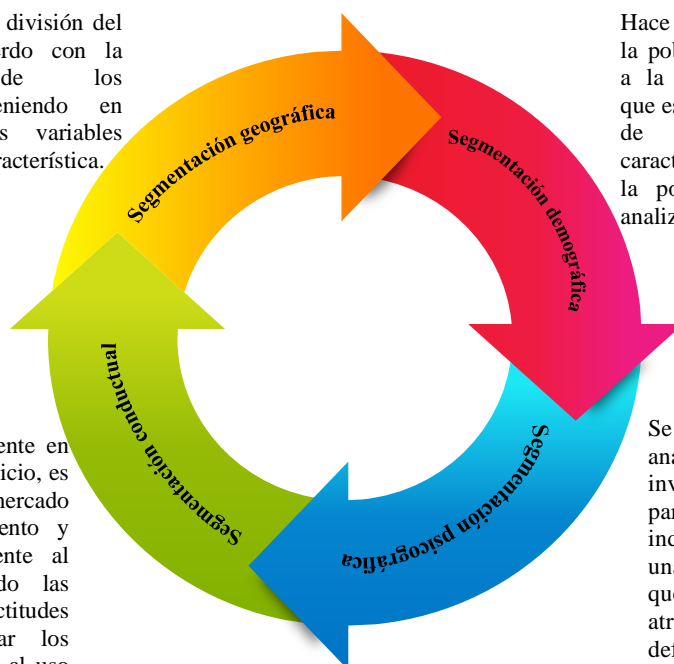
Para (Moncayo et al., 2021), el estudio de mercado es una serie de actividades realizadas para comprender cómo responden el mercado, los proveedores y la competencia a un producto o servicio. Además, podrá analizar aspectos relevantes como los precios de los productos o cómo se comunican y distribuyen estos productos. (p. 6).

### 2.2.18 Tipos de segmentaciones de mercado

(Arévalo, 2019, pp. 93–96), divide de cuatro maneras la segmentación del mercado en las cuales podemos encontrar:



Se define como la división del mercado de acuerdo con la localización de los consumidores, teniendo en cuenta todas las variables asociadas a esta característica.



Hace referencia al estudio de la población, específicamente a la segmentación, decimos que es la división del mercado de acuerdo con las características específicas de la población que se desea analizar.

Se enfoca directamente en el producto o el servicio, es la división del mercado según el conocimiento y comportamiento frente al producto, analizando las reacciones y las actitudes que podrían tomar los consumidores frente al uso del bien.

Se relaciona con el estudio y análisis de la personalidad, involucrando rasgos particulares de los individuos, además de ser una poderosa herramienta ya que permite dividir con los atributos de las personas definiendo un perfil de consumidor.

### **Ilustración 2-5:** Tipos de segmentaciones de mercado

**Fuente:** Arévalo, 2019.

**Realizado por:** Quichimbo L., 2023.

#### **2.2.19 Precio**

Es el valor monetario asignado a un bien o servicio que se pone a disposición en un mercado en la cual los clientes o compradores deben realizar el pago para completar la transacción.

#### **2.2.20 Demanda**

Para Rodríguez (2022), es la cantidad de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a comprar en cada nivel de precios durante un período de tiempo, en cual la cantidad demandada disminuye a medida que aumenta el precio y viceversa. Cuanto mayor sea el precio, menor será la demanda de los consumidores (p. 41).

#### **2.2.21 Oferta**

Por otra parte, la oferta se entiende como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a cada nivel de precios en un período de tiempo determinado. Cuanto más alto sea el precio, más productores estarán dispuestos a ofrecer el producto. Los productores evalúan el precio

de un bien para decidir ofrecer más o menos cantidad, y si el precio es alto, decidirán ofrecer más cantidad Rodríguez (2022, p. 41).

### 2.2.22 Costos

El costo es el valor de todo el dinero utilizado para brindar un servicio durante un período de tiempo que se puede recuperar. Los costos incluyen costos directos y costos indirectos, los costos directos se refieren a los costos que tienen un mayor impacto en la realización del producto, como los materiales y la mano de obra directa (Pacheco, 2019, p. 8).



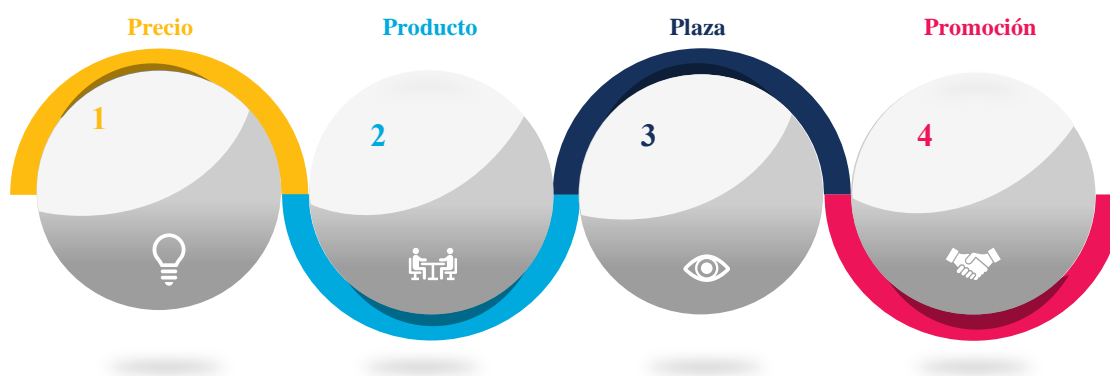
**Ilustración 2-6:** Clasificación de los costos

**Fuente:** Mazón, 2019.

**Realizado por:** Quichimbo L., 2023.

### 2.2.23 Marketing mix

Por su parte León et al. (2019), el crecimiento de la empresa depende de un conjunto de planes estratégicos basados en los objetivos los cuales se quieren alcanzar así como también el posicionamiento en el mercado para mantenerse, el mismo que cada día es competitivo desde la calidad del servicio o producto hasta la capacidad de respuesta para la atención a los clientes, por lo cual las estrategias es el recurso más importante ya que crea ventajas competitivas para las empresas (p. 2). Dentro del marketing mix podemos encontrar cuatro aspectos importantes a resaltar, los cuales son:



Es uno de los factores de mezcla de marketing, ya que la organización debe crear algo de valor para el consumidor, teniendo así un precio por el cual el consumidor esté dispuesto a pagar.

Consiste en encontrar el producto deseado y adecuado para un mercado objetivo determinado.

Son actividades en que la empresa realiza para poner en disposición en el mercado para que el proyecto llegue al cliente.

Son los medios que se utiliza para llegar a los consumidores objetivos, en el cual encontramos: comunicación directa, periódicos, anuncios, publicidad en internet, entre otros.

### **Ilustración 2-7:** Factores del marketing mix

**Fuente:** León, 2019.

**Realizado por:** Quichimbo L., 2023.

#### **2.2.24 Punto de equilibrio**

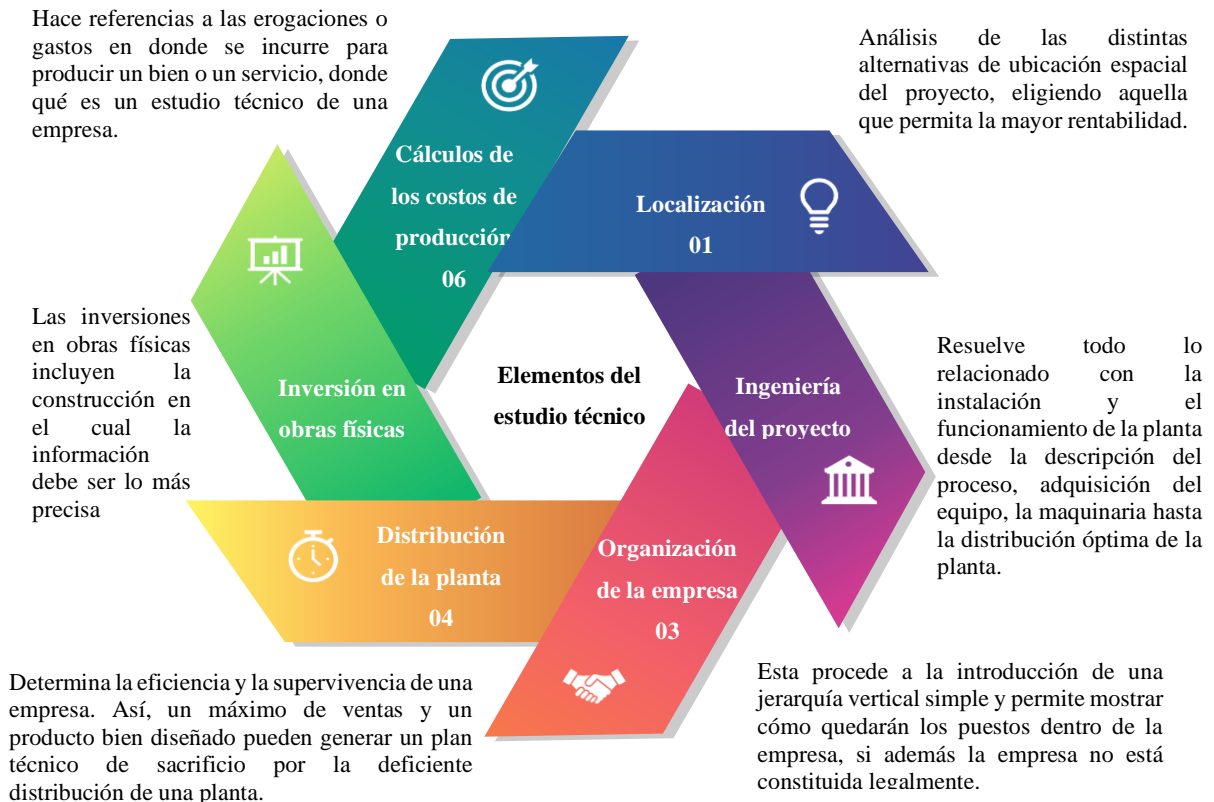
Es el punto en el que los ingresos son iguales a los gastos, es decir, el punto donde no hay pérdida ni ganancia. En el punto de equilibrio de la empresa, los ingresos son iguales a los gastos, por lo que no hay pérdidas ni ganancias. Es un punto de partida que un aumento en las ventas da como resultado una ganancia y una disminución en las ventas da como resultado una pérdida (Calderón, 2021, p. 47).

#### **2.2.25 Estudio técnico**

El estudio técnico analiza elementos relacionados con el diseño básico del producto y/o del proceso a implementar. Además, el producto debe estar descrito en detalle para mostrar todos los requisitos que se pretenden hacerlo posible. Finalmente, para cada elemento que conforma el estudio técnico, se elabora un análisis de inversión para determinar su factibilidad económica (Diaz, 2022, p. 30).

### 2.2.26 Elementos que conforman el estudio técnico

Los elementos que conforman el estudio técnico son de gran importancia de contestar la interrogante si es o no conveniente de realizar una inversión en un proyecto, dentro de los elementos del estudio técnico encontramos:



**Ilustración 2-8:** Elementos que conforman el estudio técnico

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

### 2.2.27 Estudio administrativo

Da soporte a los procesos administrativos como herramientas a ser utilizadas en la organización para alcanzar metas y satisfacer requerimientos. Al igual que otras actividades, los procesos de administración deben ser utilizados para llevar a cabo de manera eficaz las tareas asignadas que conlleven al logro de su fin, es decir, forman parte de la gestión de la organización, ya que la adecuada gestión de sus actividades exige su pleno cumplimiento con cada proceso para asegurar su competitividad (Vasques et al., 2021, p. 2).

### **2.2.28 Estudio ambiental**

Este es un requisito adicional imprescindible en cualquier proyecto de desarrollo. Esto tiene que ser considerado en industrias como la agricultura y la construcción, ya que existen externalidades negativas en su ejecución u operación. Los estudios de impacto ambiental deben ser elaborados tomando en cuenta la realidad histórica y social de las comunidades y territorios afectados por el proyecto. Los técnicos encargados de realizar los estudios de impacto ambiental deben ser altamente profesionales, éticos y humanos, es decir que debe existir una visión del posible impacto futuro del proyecto que se está implementando.

### **2.2.29 Impacto ambiental**

Es un proceso de estudio técnico e interdisciplinario del entorno físico, biológico y socioeconómico del proyecto propuesto con el objetivo general de preservar, proteger, restaurar y/o mejorar los recursos naturales, culturales y ambientales existentes, así como la salud y calidad humana. de vida.

### **2.2.30 Plan de implementación de medidas de mitigación**

Los planes de mitigación incluyen una evaluación de los factores que pueden considerarse perjudiciales y, cuando sea posible, medidas para prevenir efectos a corto, mediano y largo plazo. El plan consta de varios componentes: evaluación de riesgos, clasificación de áreas de investigación según el grado de vulnerabilidad, estrategias de mitigación, zonificación estratégica, evaluación de los beneficios de las medidas tomadas, alternativas de financiamiento planificadas, implementación de proyectos, seguimiento y presentación de informes de resultados (Palacio, 2019, p. 23).

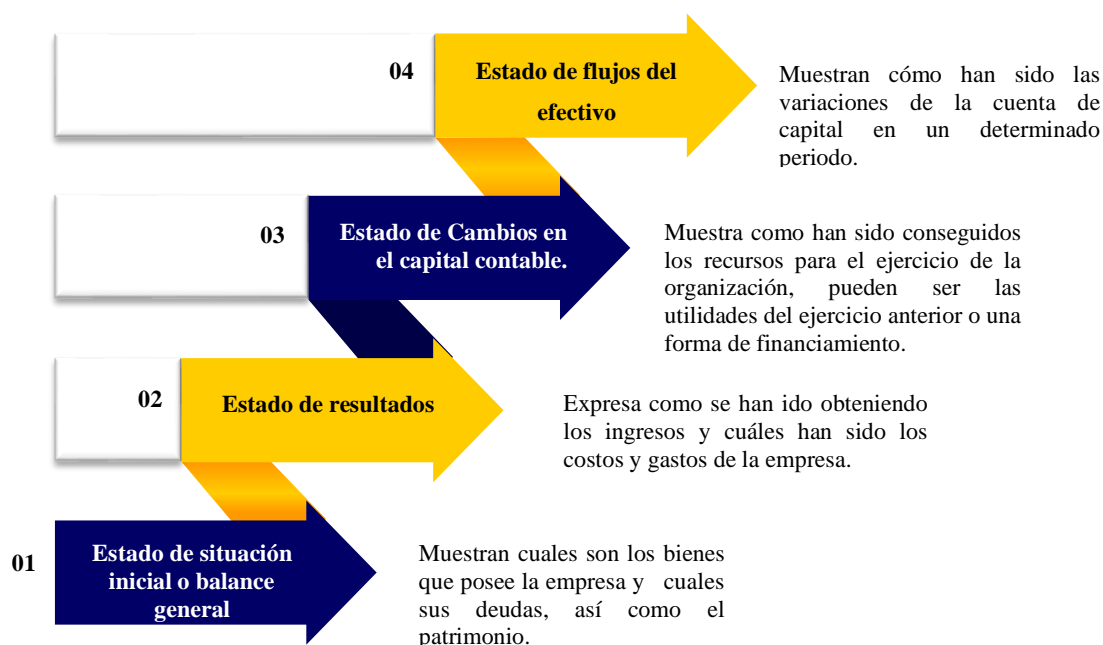
### **2.2.31 Estudio financiero**

Un estudio financiero es el proceso de analizar la viabilidad de un proyecto. Basado en los recursos financieros disponibles y el costo total del proceso de producción.

Su objetivo principal es poder comprobar si un proyecto de interés es viable en términos de viabilidad económica.

### 2.2.32 Estados financieros

Los estados o informes financieros según Sáenz (2022) son documentos que estructuran y reflejan de manera concreta los cambios en los resultados de la actividad o desempeño, las condiciones económicas y la experiencia de las entidades económicas realizadas por una organización (p. 10-13). En él podemos encontrar las siguientes cuentas principales:



**Ilustración 2-9:** Clasificación de los Estados financieros

**Fuente:** Hilario, 2020.

**Realizado por:** Quichimbo L., 2023.

#### 2.2.32.1 Estado de situación inicial o Balance general

El estado de situación inicial en términos monetarios muestra, la situación financiera de una entidad económica en una determinada fecha.

Describe los recursos disponibles de la empresa, los pasivos frente a los acreedores y la participación de los propietarios o accionistas en la empresa. Proporciona información sobre activos, pasivos y patrimonio. Esto se hace de acuerdo con el esquema de la ecuación contable, que determina cómo se organizan las partidas en las cuentas (Haro, 2021, p. 16).

**Tabla 2-1:** Estructura del Estado de situación inicial o balance general

<b>ACTIVO</b>	<b>PASIVO</b>
<b>Activo Corriente</b>	<b>Corriente</b>
Efectivo y equivalente de efectivo	Cuentas y documentos por pagar
Deudores diversos	Deudas Financieras
cuentas por cobrar	<b>No Corriente</b>
inventarios	Deudas no financieras (dividendos e impuestos)
<b>Activo No Corriente</b>	Deudas financieras
Terrenos	<b>PATRIMONIO</b>
Vehículos	Capital social
Edificios	Utilidades del ejercicio anterior
Equipo de oficina	Reservas

Fuente: Haro, 2021.

Realizado por: Quichimbo, L., 2023.

### 2.2.32.2 Estado de resultado integral

El estado de resultado integral muestra las ganancias y pérdidas de actividades ordinarias y extraordinarias de un período determinado, en un período determinado se dice porque la utilidad se ha obtenido de diversas actividades realizadas a lo largo del tiempo. Desde un punto de vista financiero, esto es muy importante, ya que permitirá a los usuarios de la información financiera evaluar posibles cambios futuros en los recursos financieros para predecir el potencial de la empresa (Elizalde, 2019, p. 4).

**Tabla 2-2:** Estructura del Estado de resultado integral o estado de pérdidas y ganancias

<b>VENTAS</b>
- Costo de ventas
<b>= UTILIDAD BRUTA</b>
<b>(-) GASTOS</b>
Gastos de venta
Gastos financieros
Gastos de administración
<b>= UTILIDAD OPERACIONAL</b>
<b>(+/-) Otros ingresos y gastos</b>
<b>Ingresos</b>
Otros ingresos
Ingresos financieros
<b>Gastos</b>
Otros gastos
<b>(=) Utilidad antes de participación a trabajadores</b>
(-) % participación a trabajadores
(-) Impuesto a la renta
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>

Realizado por: Quichimbo L., 2023

### 2.2.32.3 Estado de Cambios en el Capital Contable

El Estado de Cambios en el Capital Contable es una cuenta que refleja cambios en los elementos de capital de los libros de una empresa durante un período contable determinado, resultantes de decisiones tomadas por los propietarios de la empresa en relación con su inversión en dicha empresa, que pueden estar relacionadas con: evaluar las acciones del gobierno. para el logro de metas, así como también se indican los resultados de los períodos mencionados y de años anteriores, así como la evolución de dichas cuentas de capital.

### 2.2.32.4 Estado de Flujos de Efectivo

Su objetivo principal es brindar información sobre los ingresos y pagos de efectivo de la empresa, actividades principales, inversiones y financiamiento, informando a los usuarios sobre las fuentes y el uso de los fondos utilizados por la empresa en un período de tiempo determinado. Están disponibles durante este período para que la empresa cuente con las herramientas suficientes para realizar un diagnóstico relacionado con la capacidad de la empresa para obtener financiamiento externo y determinar si la empresa está creciendo con recursos propios o gracias a estos fondos obtenidos de terceros.

**Tabla 2-3:** Estructura del Estado de flujos de efectivo

+ Ingresos
- Egresos
- Gastos no desembolsables
(=) Utilidad después de impuestos
- Impuestos
(=) Utilidad después de impuestos
+ Ajustes por gastos no desembolsables
- Egresos no afectos a impuestos
+ Beneficio no afectos a impuestos
(=) Flujo de caja

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

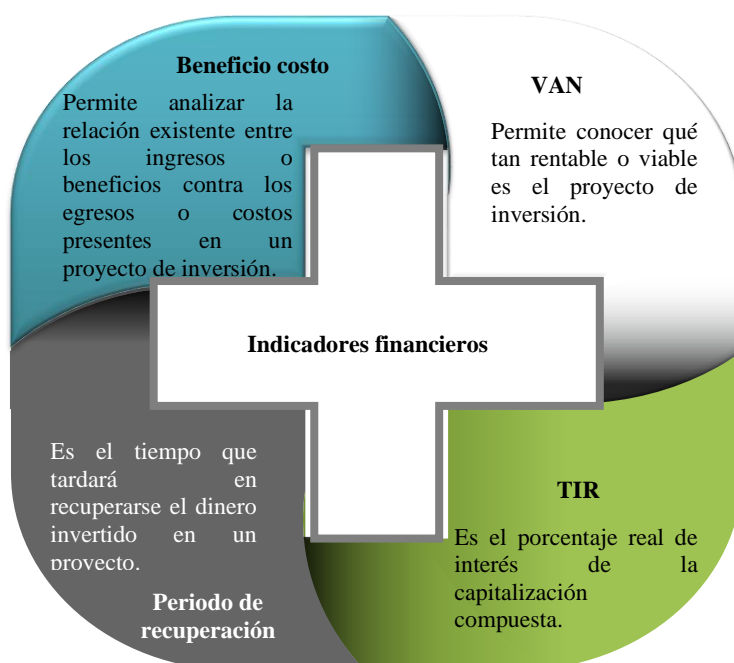
### 2.2.33 Financiamiento

El financiamiento es el proceso de proporcionar recursos, como dinero y crédito, a una empresa o persona para llevar a cabo sus planes. En el caso de los negocios, estos suelen ser préstamos bancarios o inversiones de inversores.



### 2.2.34 Indicadores financieros

Según Campoverde et al. (2019), entre los principales indicadores financieros podemos encontrar:



**Ilustración 2-10:** Clasificación de los principales indicadores financieros

Fuente: Campoverde, 2019.

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

#### 2.2.34.1 VAN

El VAN es catalogado como aquel instrumento que permite conocer qué tan rentable o viable es el proyecto de inversión, para lo cual se aplica una fórmula, cuyo resultado facilitará el análisis de viabilidad.

$$VAN = -I. I. + \sum \frac{FNC}{(1+i)^n}$$

El proyecto de inversión es expresado como flujo de efectivo en el tiempo cero, es decir, valor presente una vez deducidas las inversiones utilizadas para su ejecución, se estima el importe depende del proyecto individual y generalmente se evalúa después de cinco años, pero también hay casos si la evaluación se va a hacer por diez años o más dependiendo de acciones a las que se comprometerá.

#### 2.2.34.2 TIR

Es el porcentaje real de interés de la capitalización compuesta, valor que es equivalente al actuarial de las cotizaciones junto con las pensiones; por lo que, se considera a la TIR como el indicador de rentabilidad del proyecto de inversión.

Cuando la TIR es mayor que la tasa de descuento, el inversor debe aceptar el proyecto porque será rentable. Cuando la TIR es igual a la tasa de descuento, significa que el VAN es igual a 0. Cuando la TIR es menor que la tasa de descuento, el inversor debe rechazar el proyecto porque no será rentable.

$$TIR = tn + (tm - tn) \left[ \frac{VAN+}{(VAN+) - (VAN-)} \right]$$

#### 2.2.34.3 Periodo de recuperación

Es el tiempo que tardará en recuperarse el dinero invertido en un proyecto, el cual es estimado a partir de las entradas de efectivo.

Para determinar si el proyecto debe ser aceptado o rechazado por el inversionista, se debe tomar en cuenta los siguientes criterios de decisión en base al período de recuperación máxima aceptable, que es el plazo determinado por la gerencia para la recuperación de las inversiones:

- a)  $PRI < PRI$  máximo aceptable = aceptar el proyecto
- b)  $PRI > PRI$  máximo aceptable = rechazar el proyecto

$$PRI = \frac{Inv. Inicial - F. Acum. Inf.}{F. Acum. Sup. - F. Acum. Inf.}$$

#### 2.2.34.4 Relación beneficio

Permite analizar la relación existente entre los ingresos o beneficios contra los egresos o costos presentes en un proyecto de inversión (Aguilera, 2017). En otras palabras, esta relación le permite determinar el porcentaje de beneficios a costos, teniendo así en cuenta los ingresos y costos esperados.

$$\text{Beneficio costo} = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Costo neto}} \times 100$$

## 2.3 Definición de variables

### 2.3.1 Conceptual

- *Proyecto de inversión*
- *Estudio financiero*
- *Estudio ambiental*
- *Estudio técnico*

### 2.3.2 Operacional

Para el presente trabajo investigativo se va a utilizar:

- *VAN*
- *TIR*
- *Período de recuperación*
- *Beneficio costo*

## 2.4 Operacionalización de variables

**Tabla 2-4:** Operacionalización de variables

Variable	Tipo	Conceptualización	Categoría	Indicador
Proyecto de inversión	Independiente	Donde se propone acciones para la obtención de ganancias con la ejecución del mismo.	Cualitativo	VAN TIR Beneficio costo
Rentabilidad de la empresa avícola.	Dependiente	Beneficio que se percibe por la realización de una actividad económica.	Cuantitativo	Costos Ingresos Gastos

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

## CAPÍTULO III

### 3. MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1 Enfoque de la investigación

Para Campos (2020), la investigación con un enfoque mixto es aquella que condensan, en el mismo estudio, procedimientos de recolección, análisis y combinación o integración de datos de enfoques y líneas cuantitativas y cualitativas (p. 2). En el presente proyecto se determina un enfoque mixto ya que la investigación en su parte cualitativa va a dar a conocer la percepciones y experiencias de los ciudadanos con respecto al consumo de los ovoproductos, y con respecto a la parte cuantitativa se da un análisis de datos provenientes de las encuestas.

#### 3.2 Alcance

Este proyecto de inversión para la Creación de una empresa avícola se ejecutaría en el periodo 2023, en la Provincia de Morona Santiago, parroquia Pan de azúcar.

#### 3.3 Diseño

Según Montano (2021), la investigación no experimental es aquella que se observa sin intervenir ni manipular a los sujetos ni intentar controlar las variables en la situación observada. Se utiliza la investigación no experimental, ya que no se utiliza la manipulación ni control de variables y no se orienta al estudio de ciencias prácticas, estudiando las características del mercado objetivo.

#### 3.4 Tipo de la Investigación

Guevara et al. (2022) propone que la investigación descriptiva es un método eficaz para la recolección de datos durante el proceso de investigación. Puede utilizarse de múltiples formas, siempre es necesario establecer un objetivo (p. 3). El propósito de la investigación descriptiva es comprender la situación, costumbres y actitudes de la época a través de descripciones precisas de actividades, objetos, procesos y personas.

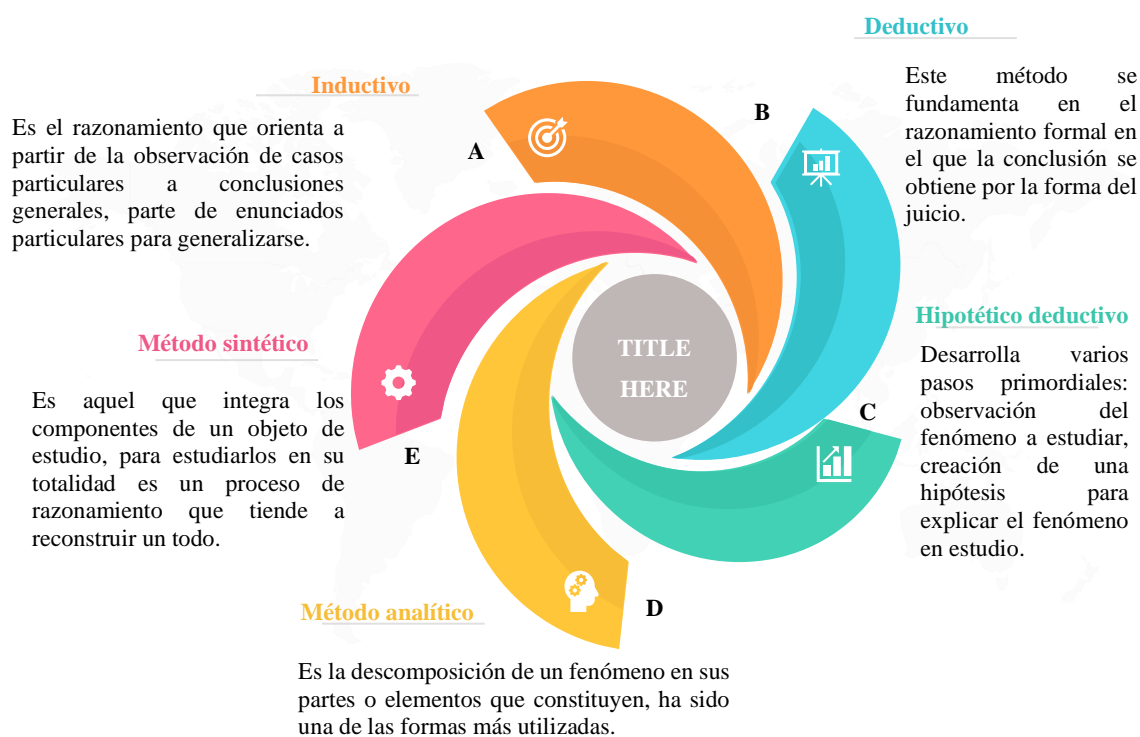
La investigación tiene un nivel descriptivo, ya que se menciona las diferentes situaciones con respecto a la creación de la empresa, como el momento y lugar en el que se desarrolla el proyecto obtener un

criterio propio, puesto que se hará uso de una encuesta para la recopilación de datos, procediendo a convertirlos en información cuantificable, lo cual nos permitirá medir los resultados y conocer clientes potenciales.

### 3.5 Método, técnicas e instrumentos de investigación

#### 3.5.1 Método científico

Los métodos analizan, describen procedimientos y criterios utilizados en la investigación, en el presente trabajo se utilizará el método científico ya que constituye un procedimiento fiable para la obtención de conocimiento. Se aplica este método ya que sigue de forma ordenada una serie de pasos, técnicas y procedimientos para resolver problemas. El cual tiene las siguientes técnicas que menciona Cabezas et al. (2018, p. 19) los cuales son:



**Ilustración 3-1:** Técnicas del método científico

**Fuente:** Campoverde, 2018.

**Realizado por:** Quichimbo L., 2023.

Se va a utilizar el método inductivo ya que se aplicará la observación de casos para llegar a el estudio de mercado dentro del cantón llegando así al marco propositivo de la investigación. Por otra parte,

dentro de la investigación también se va a aplicar el método deductivo para realizar el análisis del problema que existe dentro del cantón. En cuanto a el método analítico se aplicará para el diagnóstico y la generación de soluciones sobre la demanda del consumo de ovoproductos.

### **3.5.2 Técnica**

#### **3.5.2.1 Encuesta**

Para Torres & Inga (2020), la encuesta se constituye el término medio entre la observación y la experimentación. Aquí registra lo que puede observar, y en los casos en que no se puede recrear el experimento, se pregunta a los participantes. Por tanto, se puede decir que la investigación es un método descriptivo para descubrir ideas, necesidades, preferencias, hábitos de uso. Las preguntas son cerradas ya que son las más manejadas por los encuestadores ya que son fáciles analizar y comparar y nos lleva menos tiempo (p. 4).

#### **3.5.2.2 Entrevista**

A través de la entrevista se va a indagar a cerca de los hallazgos sobre el problema a profesionales expertos y calificados en las áreas de gestión, el cual se realizará con técnicos de producción buscando establecer un contacto directo y de fácil apoyo para conocer más la oferta, el manejo, la rentabilidad que tienen las empresas avícolas.

#### **3.5.2.3 Observación**

La observación es un elemento fundamental dentro del proceso de investigación ya que el presente trabajo se va a realizar un estudio y análisis del entorno el cual ayuda a comprender el mercado y las variables que son objeto de estudio.

### **3.5.3 Instrumento de investigación**

#### **3.5.3.1 Cuestionario**

El instrumento básico utilizado en la investigación por encuesta es el cuestionario, que podemos definir como el documento que recoge de forma organizada los indicadores de las variables implicadas en el objetivo de la encuesta.

Un cuestionario es un conjunto de preguntas sobre un hecho o aspecto de interés para la investigación, a las que responden los encuestados.

Se trata de un instrumento fundamental para la obtención de datos (Torres & Inga, 2020, p. 8).

### 3.6 Población y muestra

Para el año 2023 según el Instituto Nacional de Estadísticas y censos para el cantón Morona proyecta 63081 habitantes de los cuales se tomará a la Población Económicamente Activa con un rango de edad de 15 a 64 años que representan el 56,62% de la población total, dando una población de 35719 habitantes. (Secretaría de Planificación, 2021)

Se aplica la fórmula para calcular la muestra finita de la población.

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{E^2(N - 1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$
$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot (0,50) \cdot (0,50) \cdot (35719)}{(0,05)^2(35719 - 1) + (35719)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}$$
$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot (0,50) \cdot (0,50) \cdot (35719)}{(0,05)^2(35719 - 1) + (35719)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}$$
$$n = 380$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Margen de confiabilidad, 95% constante 1.96

p = Probabilidad de que el evento ocurra 50%

q = Probabilidad de que el evento no ocurra 50%

E = Error de estimación o error muestral 5%

N = Población o universo de estudio 35719

N-1 = Factor de correlación

Realizados los cálculos correspondientes se obtuvo una muestra de 380 habitantes los cuales serán tomados en cuenta para el estudio de mercado.

## CAPÍTULO IV

### 4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1 Encuesta

##### Preguntas generales

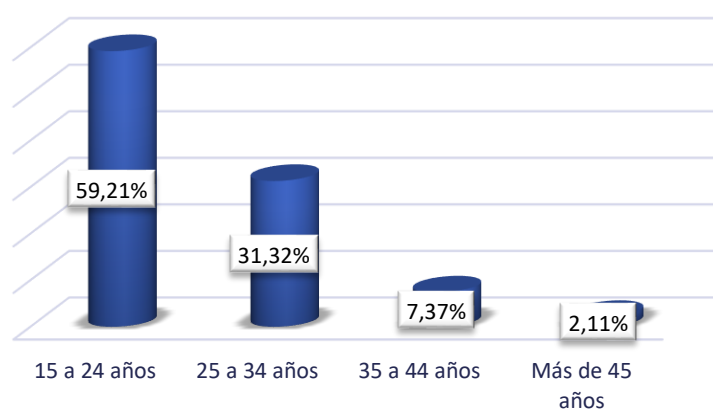
##### Edad

**Tabla 4-1:** Edad de los habitantes

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
15 a 24 años	225	59,21%
25 a 34 años	119	31,32%
35 a 44 años	28	7,37%
Más de 45 años	8	2,11%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuestas.

Realizado por: Quichimbo L., 2023.



**Ilustración 4-1:** Edad de los habitantes

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

##### Análisis e interpretación:

En la **Ilustración 4-1** se observa la edad de la población del Cantón Morona, según datos de la encuesta realizada a los habitantes, el 59,21% tienen un rango de edad de 15 a 24 años, por otra parte, el 2,11% tiene más de 45 años, datos que se asemeja a la proyección del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.



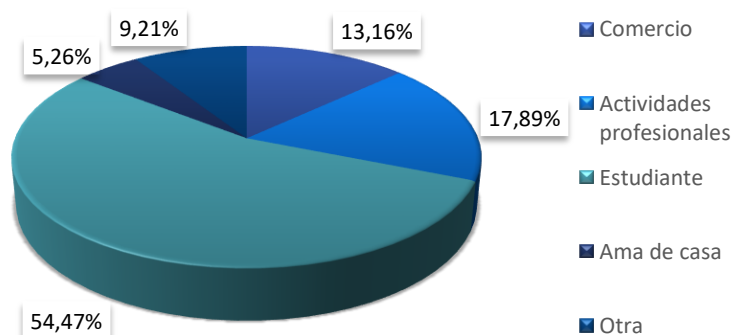
### La actividad económica que realiza es:

**Tabla 4-2:** Actividad económica de los habitantes

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Comercio	50	13,16%
Actividades profesionales	68	17,89%
Estudiante	207	54,47%
Ama de casa	20	5,26%
Otra	35	9,21%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuestas.

Realizado por: Quichimbo L., 2023.



**Ilustración 4-2:** Actividad económica de los habitantes

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

### Análisis e interpretación:

Por otra parte, en la **Ilustración 4-2** se observa que el 54,05% de la población son estudiantes, el 17,89% son personas que realizan actividades profesionales, seguido del 13,6% que se dedica al comercio, y el 5,26% son amas de casa. Con los datos obtenidos mediante las encuestas se da a entender que el Cantón Morona se encuentra conformado en su mayoría por estudiantes, reflejando a los posibles clientes.

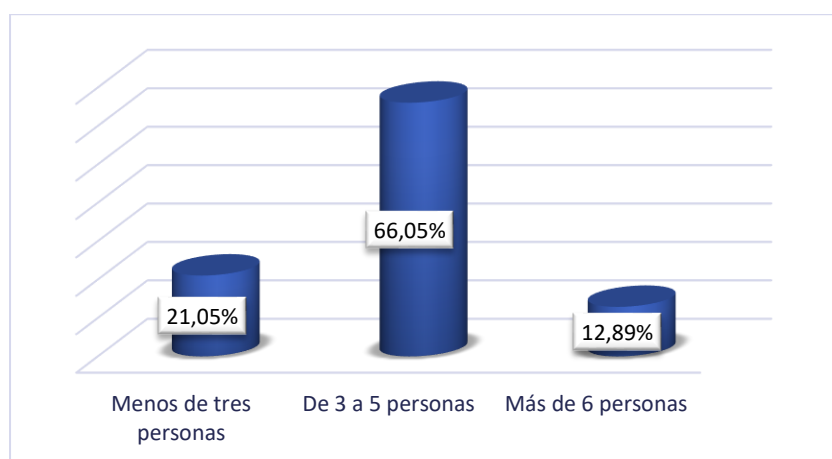
## ¿Cuántos miembros son en su familia?

**Tabla 4-3:** Miembros de la familia

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Menos de tres personas	83	21,84%
De 3 a 5 personas	248	65,26%
Más de 6 personas	49	12,89%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuestas.

Realizado por: Quichimbo L., 2023.



**Ilustración 4-3:** Miembros de la familia

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

### Análisis e interpretación:

Dentro de las familias del Cantón Morona el 66,05% está compuesto de 3 a 6 personas, seguido de menos de tres personas con el 21,05% y por último del 12,89% con más de 6 personas, en el cual existe un mayor consumo mayor de unidades para las familias que son de tres a cinco personas.

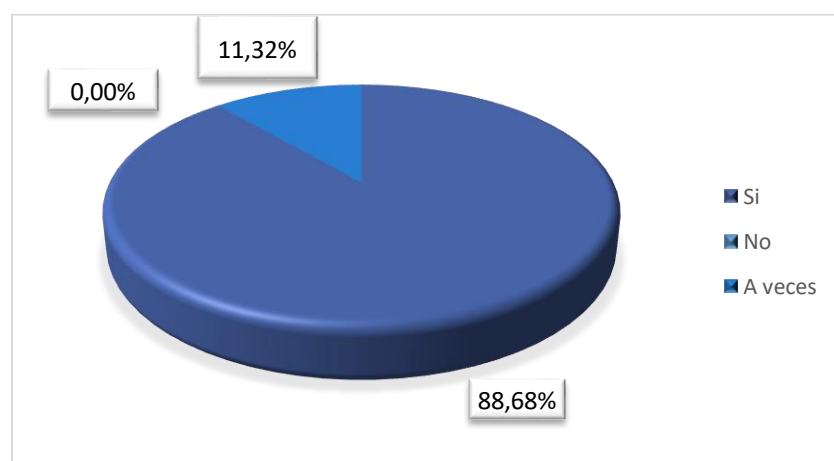
### Pregunta 1: ¿Usted consume ovoproductos (huevos de gallina)?

**Tabla 4-4:** Consumo de huevos de gallina

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	337	88,68%
No	0	0,00%
A veces	43	11,32%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuestas.

Realizado por: Quichimbo L., 2023.



**Ilustración 4-4:** Consumo de huevos de gallina

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

### Análisis e interpretación:

Como se observa en la **Ilustración 4-4** el 88,68% de la población del Cantón Morona sí consume huevos de gallina, seguido con un 11,32% con un consumo no tan frecuente, en este punto se demuestra que existe un número significativo de clientes potenciales en el cual nos ayuda a determinar la demanda del producto, mostrando que tendrá acogida. El consumo de huevos de gallina se debe a que son accesibles a la mayoría de la población además de ser un alimento con aporte nutricional.

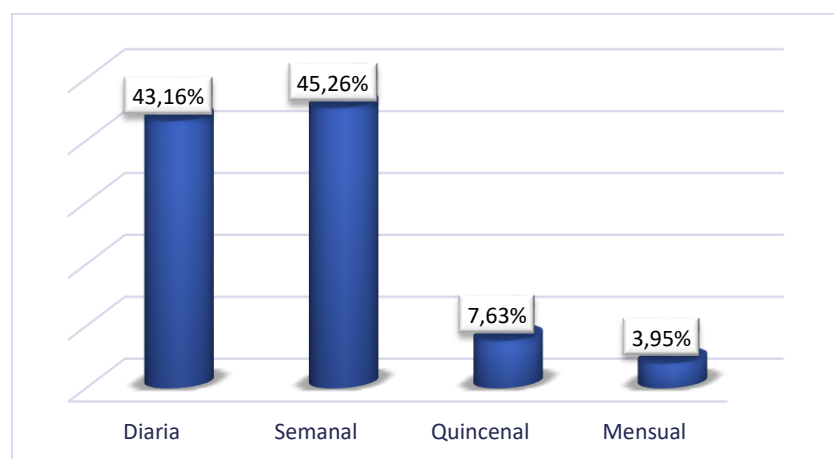
## Pregunta 2: ¿Con qué frecuencia consume ovoproductos?

**Tabla 4-5:** Frecuencia de consumo de ovoproductos

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Diaria	164	43,16%
Semanal	172	45,26%
Quincenal	29	7,63%
Mensual	15	3,95%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuestas.

Realizado por: Quichimbo L., 2023.



**Ilustración 4-5:** Frecuencia de consumo de ovoproductos

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

### Análisis e interpretación:

La frecuencia de consumo de la muestra de los habitantes del Cantón Morona es del 43,16% diario, seguido del 45,26% semanal y apenas del 3,95% mensual, por lo que se determina que existe una frecuencia de consumo en promedio de 7 unidades a la semana por persona, debido a que es un alimento versátil para la gastronomía lo que hace que sea empleado frecuentemente en las cocinas de las personas.

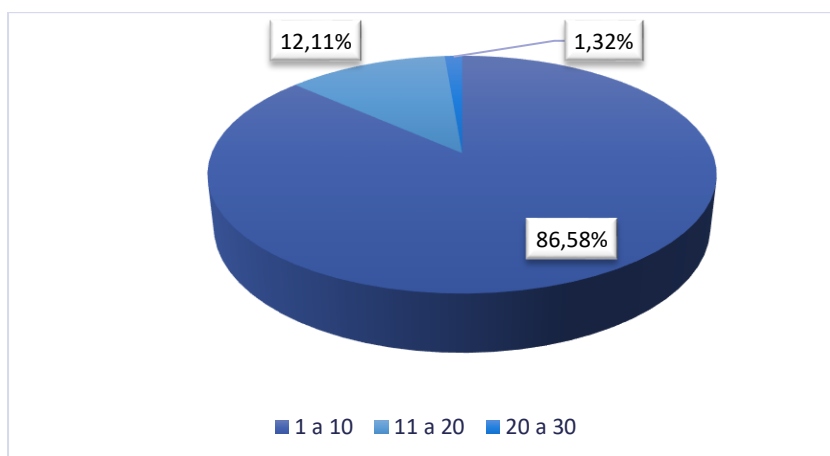
### Pregunta 3: ¿Qué cantidad de ovoproductos consume usted semanalmente?

**Tabla 4-6:** Cantidad de consumo de huevos semanalmente

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
1 a 10	329	86,56%
11 a 20	46	12,11%
20 a 30	5	1,32%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuestas.

Realizado por: Quichimbo L., 2023.



**Ilustración 4-6:** Frecuencia de consumo de ovoproductos

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

#### **Análisis e interpretación:**

La cantidad de consumo de huevos semanalmente según las encuestas existe un consumo del 86,58% de 1 a 10 unidades de huevos, seguido con un consumo del 12,11% de 11 a 20 unidades y del 1,32% con más de 20 unidades, con un consumo promedio de 7 unidades por persona a la semana, debido a factores como la calidad del producto y su precio demostrando la preferencia por un producto fresco.

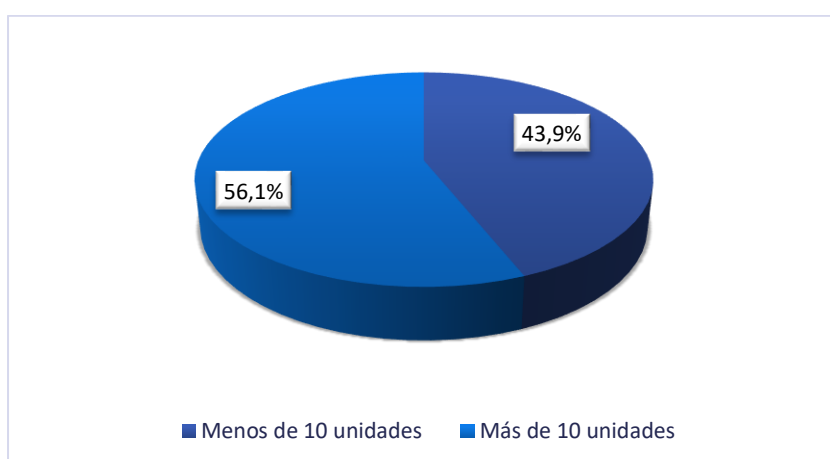
#### Pregunta 4: ¿Cuál es la cantidad de huevos que consume su familia a la semana?

**Tabla 4-7:** Consumo de huevos por familia a la semana

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 10 unidades	167	43,9%
Más de 10 unidades	213	56,1%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Encuestas.

Realizado por: Quichimbo L., 2023.



**Ilustración 4-7:** Consumo de huevos por familia a la semana

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

#### **Análisis e interpretación:**

El consumo de huevos de gallina semanal es del 56,1% con más de 10 unidades por familia, y con el 43,9% menos de 10 unidades. En este caso por familia hay un consumo mayor de diez unidades, siendo el 64,2% familias con más de tres miembros en donde se encuentra el mayor consumo del producto, lo que permite observar que la adquisición del producto en su presentación debe ser en cubetas de más de 10 unidades.

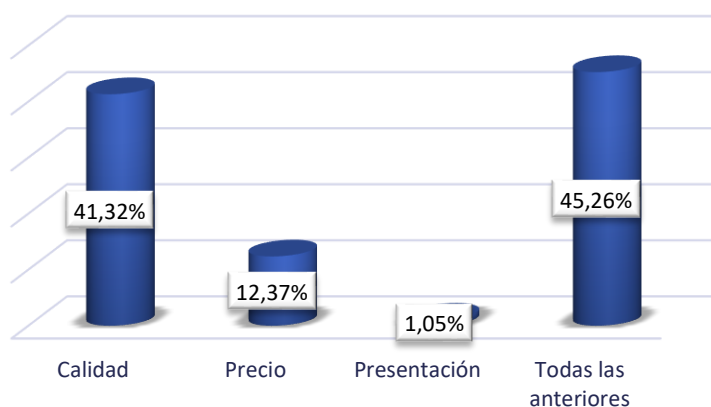
### Pregunta 5: ¿Qué prefiere en la compra de ovoproductos?

**Tabla 4-8:** Preferencia en la compra de huevos de gallina

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	157	41,32%
Precio	47	12,37%
Presentación	4	1,05%
Todas las anteriores	172	45,26%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuestas.

Realizado por: Quichimbo L., 2023.



**Ilustración 4-8:** Preferencia en la compra de huevos de gallina

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

#### **Análisis e interpretación:**

La preferencia que tienen los consumidores del Cantón Morona Santiago es de la calidad, precio y presentación del producto con el 45,26% por lo cual es importante garantizar que los clientes se encuentren satisfechos, percibiendo un producto con diferenciación de la competencia, seguido del 41,32% que optan por la calidad del producto y apenas el 1,05% de los encuestados tienen una preferencia en la presentación del producto.

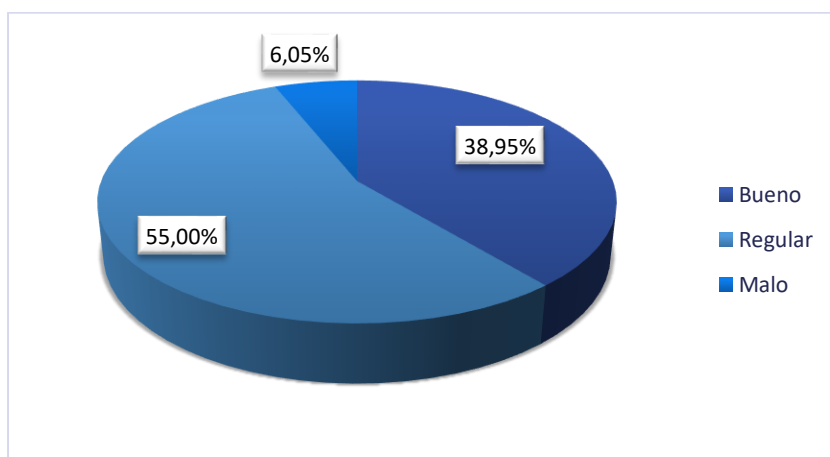
## Pregunta 6: ¿Qué opina de los precios de los ovoproductos?

**Tabla 4-9:** Opinión del precio de huevos en la zona

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	148	38,95%
Regular	209	55,00%
Malo	23	6,05%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuestas.

Realizado por: Quichimbo L., 2023.



**Ilustración 4-9:** Opinión del precio de huevos en la zona

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

### **Análisis e interpretación:**

El 55% de los encuestados concuerdan que el precio de los ovoproductos en la zona es regular, seguido del 38,95% con bueno y el 6,05% como malo, lo que indica que hay oportunidades de desarrollo para mejor satisfacción a los clientes en cuanto a la adquisición de los huevos de gallina dentro de la zona.



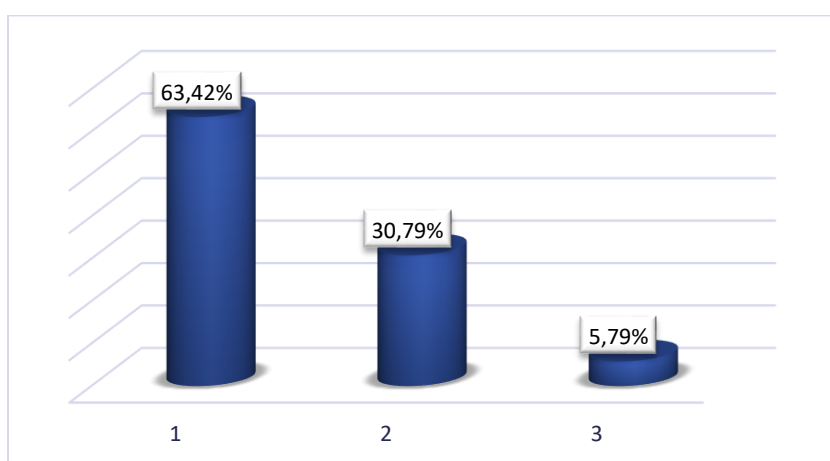
### Pregunta 7: ¿Qué precio que está dispuesto a pagar por la cubeta de huevos?

**Tabla 4-10:** Precio a pagar por la cubeta de huevos

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
3	241	63,42%
3,5	117	30,79%
3,75	22	5,79%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuestas.

Realizado por: Quichimbo L., 2023.



**Ilustración 4-10:** Precio a pagar por la cubeta de huevos

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

### **Análisis e interpretación:**

El 63,42% concuerda que el precio a pagar por una cubeta de huevos es de 3 dólares, seguido con el 30,79% de la población está dispuesto a pagar 3,50 dólares y el 5,79% concuerda con el 3,75%. Con el cual se considera que hay una preferencia en el precio de tres dólares para la adquisición del producto.

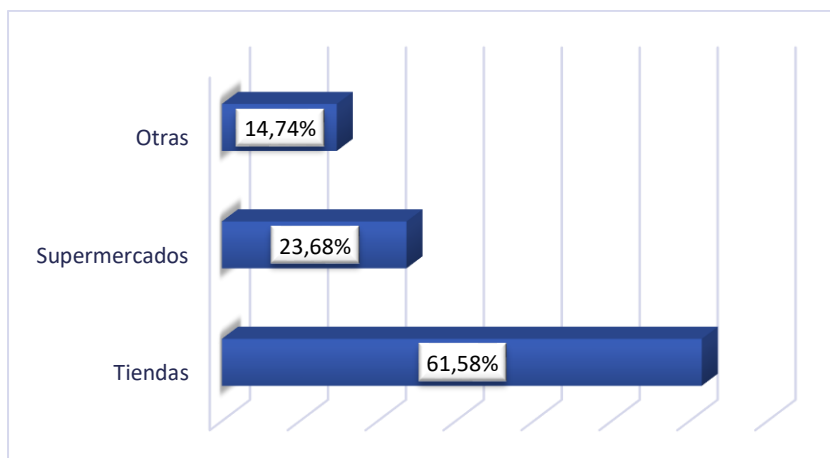
### Pregunta 8: ¿Dónde prefiere comprar los ovoproductos?

**Tabla 4-11:** Preferencia del lugar para la compra de huevos

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Tiendas	234	61,58%
Supermercados	90	23,68%
Otras	56	14,74%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuestas.

Realizado por: Quichimbo L., 2023.



**Ilustración 4-11:** Preferencia del lugar para la compra de huevos

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

#### **Análisis e interpretación:**

El 61,58% de los encuestados adquieren sus ovoproductos en las tiendas, seguido del 23,68% en supermercados, y el 14,75% adquieren sus productos en otros lugares. Con lo mencionado anteriormente se evidencia que la compra del producto es en las tiendas debido a que hay una mayor accesibilidad debido a la cercanía, o por las unidades a comprar.

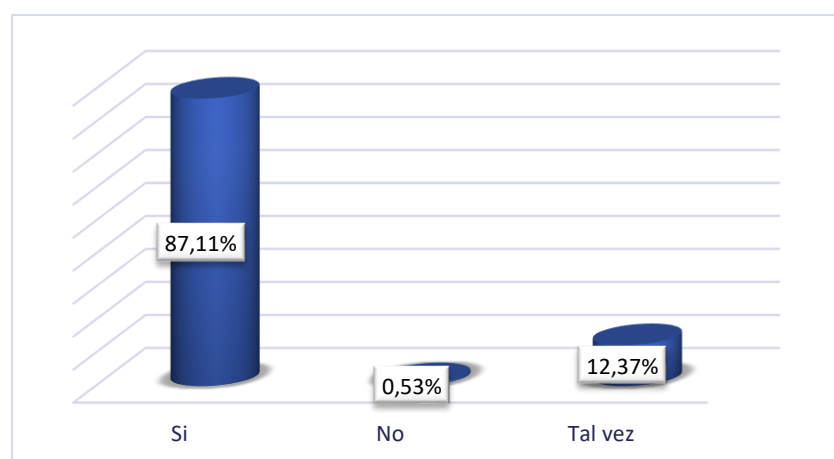
**Pregunta 9: En caso de crearse una empresa productora y comercializadora de huevos en el sector, usted consumiría usted este producto.**

**Tabla 4-12:** Posible consumo de ovoproductos

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	331	87,11%
No	2	0,53%
Tal vez	47	12,37%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuestas.

Realizado por: Quichimbo L., 2023.



**Ilustración 4-12:** Posible consumo de ovoproductos

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

### **Análisis e interpretación:**

El 87,11% concuerda que consumiría los ovoproductos al crearse una empresa dentro del sector, por otra parte, el 12,37% posiblemente consumiría el producto y por último el 0,53% no consumiría este producto. Esto nos permite afirmar que, si hay una aceptación dentro del mercado, lo que apoya el objetivo de la elaboración del proyecto de inversión para la creación de la empresa avícola productora y comercializadora de huevos.

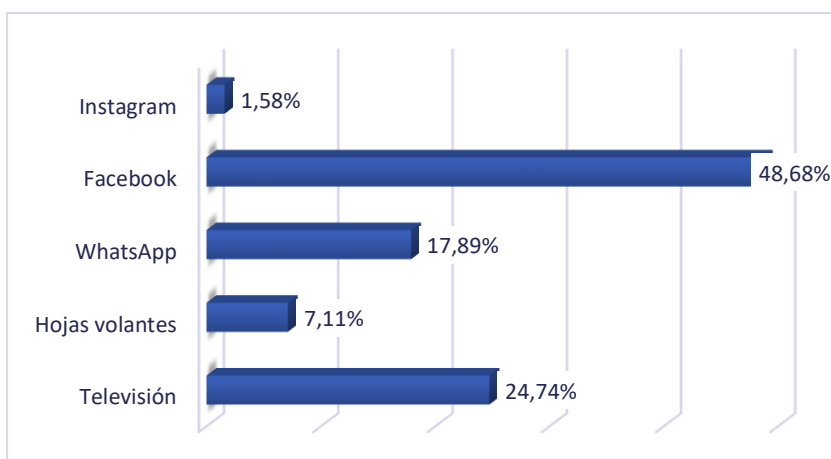
**Pregunta 10: En qué medio le gustaría que se dé a conocer el producto.**

**Tabla 4-13:** Medio de comunicación para promoción del producto

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	94	24,74%
Hojas volantes	27	7,11%
WhatsApp	68	17,89%
Facebook	185	48,68%
Instagram	6	1,58%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuestas.

Realizado por: Quichimbo L., 2023.



**Ilustración 4-13:** Medio de comunicación para promoción del producto

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

**Análisis e interpretación:**

Según la encuesta el 48,68% concuerda que Facebook es el medio por el cual le gustaría adquirir información sobre el producto, seguido del 24,74% mediante televisión el apenas el 1,58% por Instagram. El medio de comunicación con mayor aceptación se debe a que Facebook es un medio con mayor aceptación.

## 4.2 Entrevista

### 1. Coméntenos sobre su experiencia trabajando en esta empresa avícola.

Mi Nombre es Daniel Esmeraldas, soy Ingeniero Zootecnista, graduado en la Escuela superior Politécnica de Chimborazo. La producción avícola es muy linda, en estos 15 meses de trayectoria en esta empresa he aprendido mucho y por lo tanto uno crece profesionalmente, debido a que con cada cría que pasa se aprende algo nuevo. Como lo mencione anteriormente está empresa tiene dos años de forma independiente, pero es una empresa bien establecida que crece con pasos agigantados, hace dos años solo tenían dos granjas de 6 galpones cada una, ahora ya tiene 4 granjas con la misma capacidad y tecnología, su proyecto es lograr 12 granjas en 5 años, y en cada granja se maneja 250mil aves.

### 2. ¿Cuánto tiempo lleva la empresa dentro de la industria?

La empresa PRODECA en la industria avícola tiene 12 años, de los cuales 10 años formo parte de PRONACA y de forma independiente tiene dos años en el mercado.

### 3. ¿Las instalaciones que manejan cuentan con tecnología, qué tipo de tecnología?

La empresa PRODECA maneja galpones de ambiente controlado, estos galpones son manejados de forma automática a través de un tablero PLASSON, esta tecnología es brasileña, y estos galpones tienen una capacidad para 42mil pollitos.

### 4. ¿En el caso de ser instalaciones actuales, qué tipo de mantenimiento reciben?

A Estos galpones se les da un mantenimiento cada 42 días, es decir después de cada cría. Donde se va arreglando todas las fallas que se presentaron durante la producción. Porque si en algún momento llega a fallar el tablero de control las pérdidas son muy grandes, debido a que son galpones de ambiente controlado y al apagarse el sistema los pollos se asfixian y en menos de 30 minutos y tendrías una mortalidad de un 80%.

### 5. Del uno al 1 al 10 qué tan rentable es la empresa avícola en la que trabaja

La rentabilidad en esta empresa debe estar de un 8.5 a 9.

**6. Para la comercialización del producto, ¿qué medios utilizan?**

Los medios que utiliza la empresa son las redes sociales y también a través de contactos con los grandes comerciantes de la provincia del Guayas.

**7. ¿El sector avícola es competitivo, qué las diferencia de las demás avícolas?**

Siempre una empresa con otra se diferencia en la calidad del producto, y nosotros ofrecemos al mercado un pollo con los estándares más altos en calidad.

Entregamos a nuestros clientes pollos con una carne muy bien compactada, pollos de patas, piel y pechuga amarilla, esa es nuestra carta de presentación y el plus de nuestros pollos.

**8. ¿Cuáles son las complicaciones dentro de la empresa avícola?**

Los problemas con mayor frecuencia son de carácter bacteriano, pero con un buen manejo y llevando a cabo una estricta bioseguridad, se puede controlar todo agente patógeno presente en el ambiente, y así obtener un pollo sano y con buena ganancia de peso.

## CAPÍTULO V

### 5. MARCO PROPOSITIVO

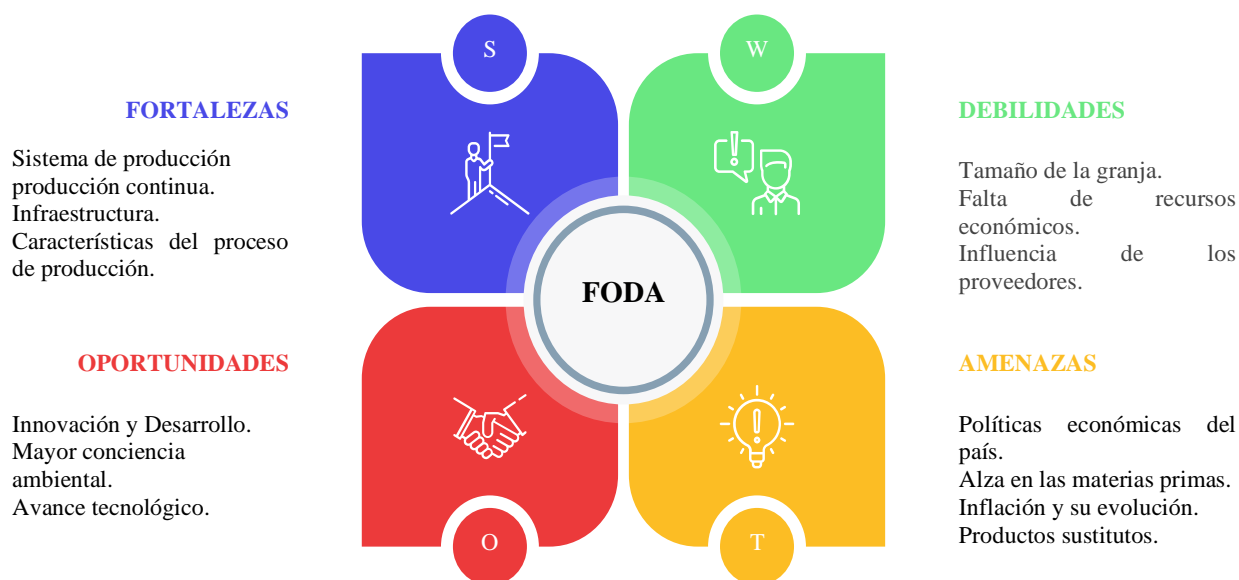
#### 5.1 Tema

“Proyecto de inversión para la creación de una empresa avícola productora y comercializadora de huevos en la Parroquia Pan de Azúcar, Provincia de Morona Santiago, año 2023.”

#### 5.2 Descripción del proyecto

En la provincia de Morona Santiago, específicamente en el Cantón Morona cuenta con 63.081 habitantes entre los cuales 35.719 son los potenciales clientes para la comercialización del producto del presente proyecto, la parroquia Pan de Azúcar está ubicada a tres horas de la cabecera cantonal. Para lo cual se desarrolló el análisis de las siguientes matrices:

##### 5.2.1 FODA



**Ilustración 5-1:** Análisis FODA del proyecto

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

### 5.2.2 Análisis CAME



**Ilustración 5-2:** Análisis CAME del proyecto

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

### 5.2.3 Análisis Pestel

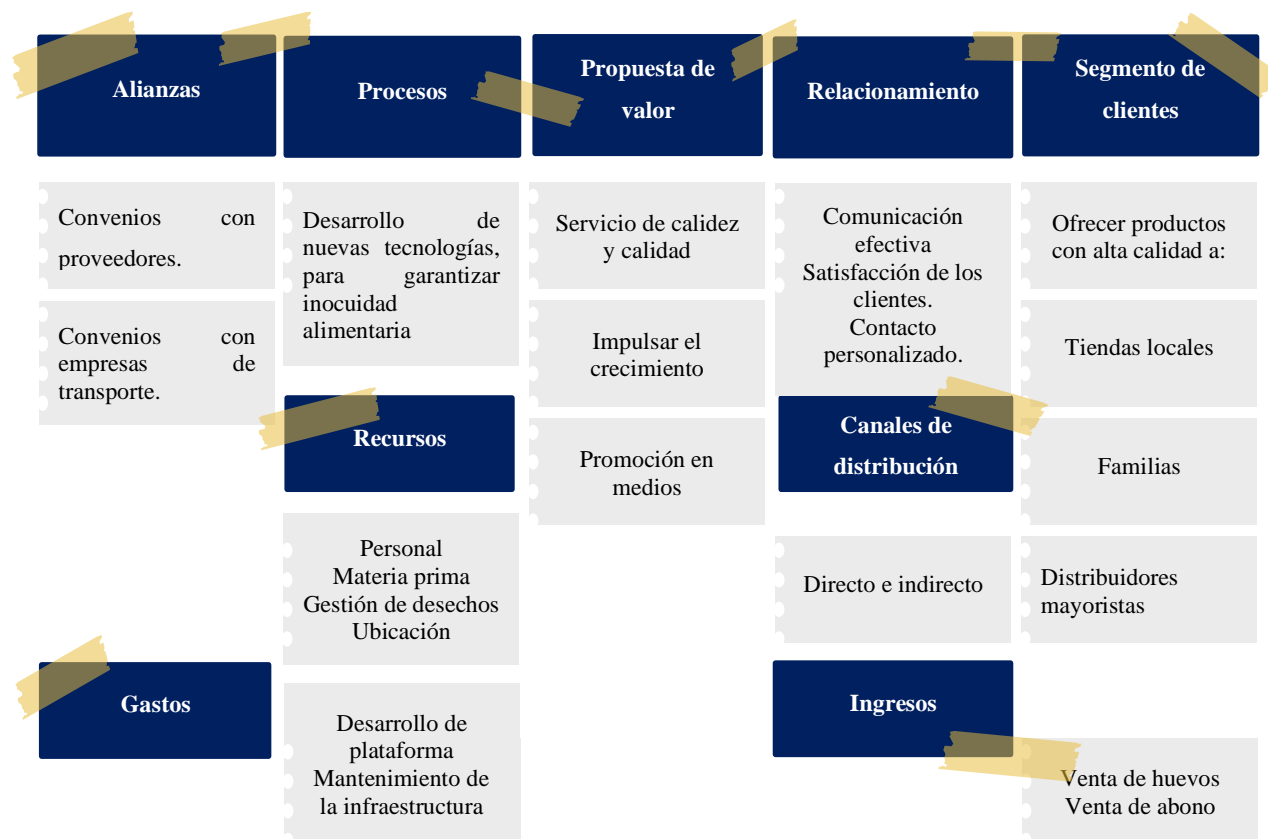


**Ilustración 5-3:** Análisis Pestel

Realizado por: Quichimbo L., 2023.



### 5.2.4 Modelo Canvas



**Ilustración 5-4:** Modelo Canvas del proyecto

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

### 5.2.5 Partes interesadas del proyecto

**Tabla 5-1:** Matriz de partes interesadas

Matriz de partes interesadas								
No.	Partes interesadas	Necesidades y expectativas	Descripción	Requisito legal u otros requisitos	Impacto	Interés	Poder	Ponderación
1	Clientes	Necesidad	Cumplir con eficacia su proceso de venta.	Requisito legal	5	5	3	75
		Expectativa	Lograr la satisfacción en las familias del cantón Morona.	Otros requisitos – empresa. Propios de la organización. Requisitos - partes interesadas	3	5	3	45
2	Empleados/Trabajadores	Necesidad	Conseguir estabilidad en sus puestos de trabajo y diferentes responsabilidades que tienen allí.	Otros requisitos - empresa Propios de la organización Requisitos - partes interesadas	3	5	3	45
		Expectativa	Alcanzar un nombramiento o contrato definitivo.	Otros requisitos - empresa Propios de la organización Requisitos - partes interesadas	5	5	3	75
3	Proveedores	Necesidad	Beneficiarse de una red de proveedores que contribuyen a la empresa.	Requisito Legales y ordenanzas	3	5	3	45
		Expectativa	Obtención de productos de mejor calidad para satisfacer los requerimientos de la población.	Estándares internacionales	3	3	3	27
4	Alta Gerencia	Necesidad	Mantener la posición de la empresa en el mercado.	Requisitos legales y otros requisitos-empresa	5	5	3	75
		Expectativa	Posicionamiento y reconocimiento de la sociedad.	Otros requisitos-empresa y otros requisitos legales	5	5	3	75
5	Competidores	Necesidad	Cumplir con los mismos requisitos legales y otros requisitos para tener una competencia justa.	Requisitos legales	3	3	3	27
		Expectativa	Cumplimiento legal ante los organismos de control y productos de calidad para superar a los competidores.	Requisitos legales y otros requisitos-empresa	5	5	3	75
6	Acreedores	Necesidad	Acceder a créditos para financiamiento de la empresa.	Otros requisitos-empresa y otros requisitos legales	4	5	3	60
		Expectativa	Las IFIS brinden préstamos inmediatos a bajo interés.	Otros requisitos-empresa y otros requisitos legales	5	3	5	75
7	Sociedad	Necesidad	Vivir en un ambiente sano	Permisos de operación	5	5	3	75
		Expectativa	Que la avícola tenga certificaciones de funcionamiento.	Certificaciones ambientales	5	5	4	100

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

**Tabla 5-2:** Ponderación de la matriz de partes interesadas

Impacto	Puntuación	Interés	Puntuación	Poder	Puntuación	Alertas	Acciones	
Alto	5	Alto	5	Apoyo	3	De 1 - 25	Rojo	Actuar
Medio	3	Medio	3	Neutral	2	De 26 - 50	Amarillo	Vigilantes
Bajo	1	Bajo	1	Bloqueo	1	De 51 - 75	Verde	Mantener

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

En la **Tabla 5-2:** se pondera el impacto de alto con un valor de 1 a 25, medio de 26-50 y bajo con un valor de 51 a 75 , teniendo ponderaciones de 27 como mínima, en caso de los competidores buscando nuevas alternativas para ser competitivo el mercado.

### 5.3 Estudio del mercado

El presente estudio de mercados busca un análisis tanto generales como puntuales de los sectores avícolas en los cuales son esenciales para cumplir los objetivos del proyecto, en el cual se determinará los factores más relevantes.

#### 5.3.1 Perfil del cliente

##### 5.3.1.1 Familias

El cliente principal de este proyecto serán las familias del Cantón Morona que comprarán el producto de maneta directa a la empresa, logrando así tener más accesibilidad por los precios.

#### 5.3.2 Estrategias de mercadeo

La estrategia publicitaria del proyecto va se en redes sociales y en ferias agrícolas, ya que la mayor parte de los encuestados mencionan que desean recibir más información por estos medios de comunicación.

#### 5.3.3 Canales de distribución

El canal de distribución que se ofrecerá en la avícola será de canal directo, tendrá contacto directamente con el consumidor final, los consumidores tendrán acceso directo para la compra del producto. De este modo se pondrá un punto de venta en la misma avícola.

### 5.3.4 Información nutricional

	Por 100 g de porción comestible	Por unidad (64 g)	Recomendaciones día-hombres	Recomendaciones día-mujeres
<b>Energía (Kcal)</b>	150	84	3.000	2.300
<b>Proteínas (g)</b>	12,5	7,0	54	41
<b>Lípidos totales (g)</b>	11,1	6,3	100-117	77-89
AG saturados (g)	3,1	1,75	23-27	18-20
AG monoinsaturados (g)	3,97	2,24	67	51
AG poliinsaturados (g)	1,74	0,98	17	13
ω-3 (g)	0,142	0,080	3,3-6,6	2,6-5,1
C18:2 Linoleico (ω-6) (g)	1,442	0,812	10	8
Colesterol (mg/1000 kcal)	385	217	< 300	< 230
<b>Hidratos de carbono (g)</b>	Tr	Tr	375-413	288-316
<b>Fibra (g)</b>	0	0	> 35	> 25
<b>Agua (g)</b>	76,4	43,0	2.500	2.000
<b>Calcio (mg)</b>	57	32,1	1.000	1.000
<b>Hierro (mg)</b>	1,9	1,1	10	18
<b>Yodo (μg)</b>	53	29,8	140	110
<b>Magnesio (mg)</b>	12	6,8	350	330
<b>Zinc (mg)</b>	1,3	0,7	15	15
<b>Sodio (mg)</b>	140	78,8	< 2.000	< 2.000
<b>Potasio (mg)</b>	130	73,2	3.500	3.500
<b>Fósforo (mg)</b>	200	113	700	700
<b>Selenio (μg)</b>	11	6,2	70	55
<b>Tiamina (mg)</b>	0,09	0,05	1,2	0,9
<b>Riboflavina (mg)</b>	0,47	0,26	1,8	1,4
<b>Equivalentes niacina (mg)</b>	3,8	2,1	20	15
<b>Vitamina B<sub>6</sub> (mg)</b>	0,12	0,07	1,8	1,6
<b>Folatos (μg)</b>	50	28,2	400	400
<b>Vitamina B<sub>12</sub> (μg)</b>	2,5	1,4	2	2
<b>Vitamina C (mg)</b>	0	0	60	60
<b>Vitamina A: Eq. Retinol (μg)</b>	190	107	1.000	800
<b>Vitamina D (μg)</b>	1,75	0,99	15	15
<b>Vitamina E (mg)</b>	1,11	0,6	12	12

### Ilustración 5-5: Composición de nutricional del huevo de gallina

Fuente: Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA), 2010

## 5.4 Análisis de la demanda

### 5.4.1 Demanda actual

Para el cálculo de la demanda actual se tomó en base las encuestas realizadas a la muestra, en la pregunta 3 de la encuesta realizada.

**Tabla 5-3:** Demanda actual de consumo

Variables en unidades	Número de encuestados	Porcentaje	Consumo Semanal	Promedio de consumo semanal	Consumo mensual	Consumo anual
1 a 10	329	87%	10	9	36	432
11 a 20	46	12%	20	15	60	720
21 a 30	5	1%	30	25	100	1200
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>	<b>60</b>	<b>49</b>	<b>196</b>	<b>2352</b>

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

#### 5.4.2 Demanda proyectada

Para la proyección de la demanda se toma en consideración la tasa de crecimiento poblacional que para el Cantón Morona es de 2.00% según datos del INEC, se proyecta para 5 años el consumo aplicando la siguiente fórmula.

#### Fórmula:

$$Q_n = Q_0(1 + i)^n$$

Donde:

Q<sub>n</sub>= Consumo future

Q<sub>0</sub>= Consumo inicial

i= tasa de crecimiento

n= tiempo

Reemplazo la fórmula:

$$Q_n = 35719(1 + 2\%)^1$$

$$Q_n = 36433 \text{ habitantes}$$

**Tabla 5-4:** Demanda proyectada de consumo

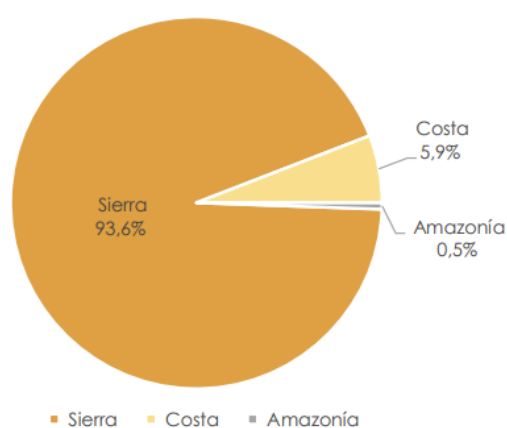
Año	Demanda total	Demanda objetivo	Consumo total de la población en unidades	Consumo mensual total de demanda objetivo	Consumo anual (unidades)
0   2023	35719	3750	12001584	105014	1260166
1   2024	36433	3826	12241616	107114	1285370
2   2025	37905	3980	12736177	111442	1337299
3   2026	40225	4224	13515733	118263	1419152
4   2027	43541	4572	14629864	128011	1536136
5   2027	48073	5048	16152552	141335	1696018

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

Para el cálculo de la demanda objetivo se tomó en cuenta el 10,5% de la demanda total ya que se busca un crecimiento orgánico para la empresa.

## 5.5 Análisis de la oferta

Dentro del cantón Morona no existe ninguna avícola dentro del sector, sin embargo, datos de la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua 2022 menciona que se produjeron en el Ecuador 3.812 millones de huevos, lo que quiere decir que al día se producen en promedio 10,4 millones. Un ecuatoriano en promedio consume 212 huevos al año.



### Ilustración 5-6: Producción de huevos de gallina por regiones

Fuente: Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua-ESPAC 2022

Dentro de la oferta las principales regiones con producción de huevos es la Sierra y la Costa, y en la Amazonia se produce el 0,5% por lo cual queda evidenciado que no se cuenta con planteles avícolas si no con emprendimientos de producción avícolas.

Por otra parte según datos de la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua 2022 se evidenció que en la Provincia de Morona Santiago hay un total de 34000 aves ponedoras, siendo la PEA de esta provincia de 104 mil personas que pertenecen a la Población económicamente activa aproximadamente, del cual el Cantón Morona representa una cuarta parte del total de la PEA, dando un valor de aves ponedoras alrededor de 8500, las cuales producirán 3'102.500 unidades de huevos, los mismos que no cubren con la demanda del producto como se presenta en la **Tabla 5-4: Demanda proyectada de consumo** de los habitantes del Cantón Morona.

## 5.6 Empresa

### 5.6.1 Logotipo de la empresa



**Ilustración 5-7:** Logotipo de la empresa: Granja EQAV

**Realizado por:** Quichimbo L., 2023.

### 5.6.2 Misión

Somos una empresa que produce y comercializa alimentos de origen avícola para consumo humano, con estricto apego a la ley, nuestros valores y prácticas de calidad e inocuidad, comprometida con la sociedad como un deber social.

### 5.6.3 Visión

En 2028 ser la empresa líder en la producción, comercialización de alimentos de origen animal en Ecuador, reconocida por su calidad, innovación, compromiso con la sostenibilidad así como el bienestar animal, a través de una amplia oferta de productos y servicios, la empresa se posicionará como un referente en el mercado nacional e internacional, siendo reconocida por sus prácticas empresariales éticas y responsables, su enfoque en la satisfacción del cliente y su contribución al desarrollo social y económico del país.

#### **5.6.4 Valores**

##### **5.6.4.1 Compromiso**

Contamos con la virtud para cumplir con lo prometido aún ante circunstancias adversas con agilidad y profesionalismo es lo primordial para nuestra empresa.

##### **5.6.4.2 Calidad**

Perfeccionamos los productos entregados por nuestra empresa, de modo que cumplimos con las exigencias definidas.

##### **5.6.4.3 Confiabilidad**

Trabajamos constantemente en el afianzamiento de nuestros procesos basado en la mejora continua de nuestro trabajo y supervisar la fiabilidad e integridad de la información, la gestión del riesgo, la protección de la empresa.

#### **5.6.5 Política de calidad**

Nosotros la Granja EQAV nos comprometemos a:

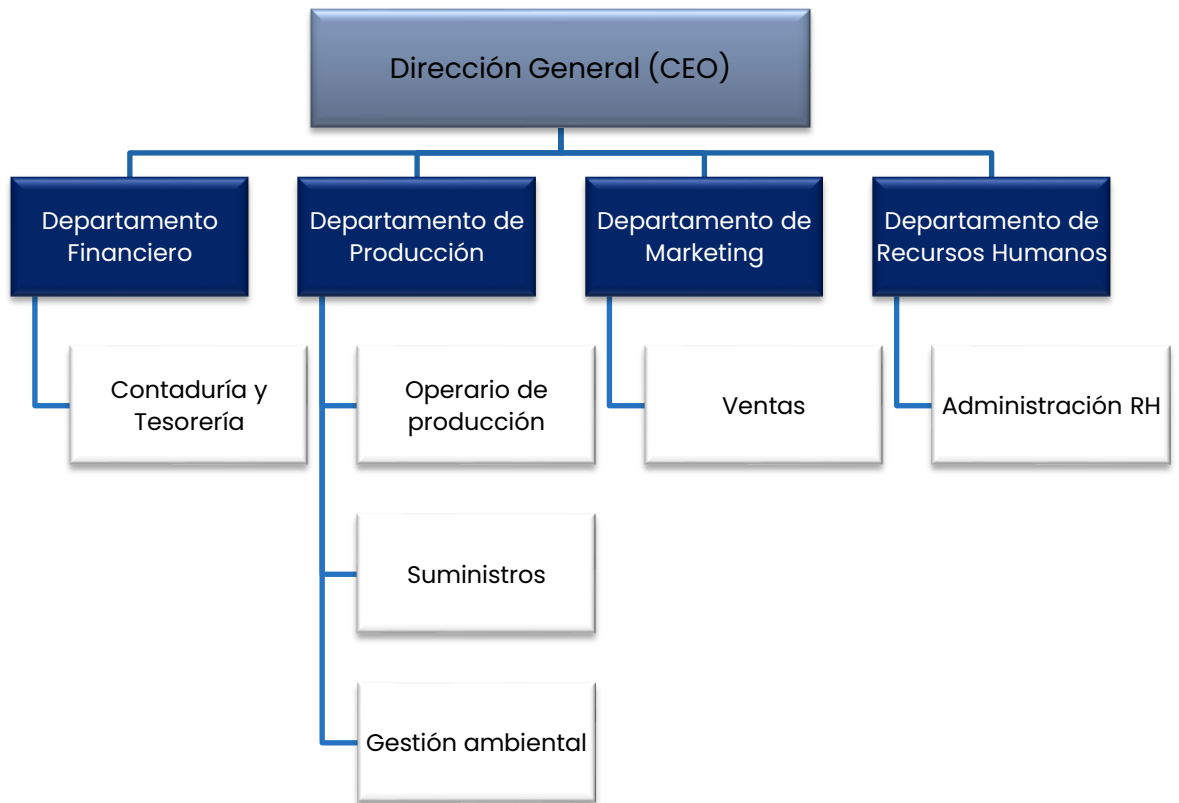
Asegurar la responsabilidad social y ética de la empresa con el medio ambiente, los recursos naturales, los consumidores, los proveedores, los clientes y los empleados, hacemos todo lo posible para garantizar un desarrollo sostenible y respetuoso con todos. Los recursos naturales son limitados y sabemos gestionarlos de forma óptima y responsable. Por ello, hemos interiorizado en nuestra cultura corporativa políticas de uso eficiente de la energía, el agua, el control de emisiones y la adecuada gestión de residuos.

Fortalecer una "imagen de marca", identifíquese con la calidad del producto y la eficiencia del servicio, y gane la confianza de los clientes y consumidores.

Promover la sensibilización en la prevención y la mejora continua en todos los procesos, productos y servicios mediante la introducción de herramientas de calidad, así como la sensibilización, motivación y formación de todos los empleados, situando el bienestar animal como principal pilar de la calidad.



### 5.6.6 Organigrama



**Ilustración 5-8:** Organigrama de la empresa: Granja EQAV

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

### 5.7 Marketing mix

El marketing mix, también conocido como las "4P" (Producto, Precio, Plaza y Promoción), es esencial para el éxito de la empresa avícola por varias razones como: adaptar los productos y servicios avícolas a las necesidades y deseos de los clientes, destacar en un mercado altamente competitivo, ajustar la producción en función de la demanda del mercado, lo que reduce el desperdicio y mejora la eficiencia, la tomar decisiones basadas en datos para mejorar las estrategias y lograr un mayor éxito a lo largo del tiempo por lo cual se presenta la siguiente ilustración:

## Producto

- Los productos están representados por huevos de corral, con alimento de alta calidad.
- Diversificación de productos: abono y carne.
- Línea de producto: cuenta con dos presentaciones empaques familiares de 30 unidades y de 14 unidades.
- Empaquetado: nombre y logotipo del producto, fecha de producción.
- Beneficios: alto grado nutritivo
- Empresa: Granja EQAV



## Promoción

Estrategias de marketing digital: utilización de redes sociales, y el correo electrónico para promocionar los productos, además de compartir recetas, consejos de cocina y novedades de la empresa.  
Colaborar con negocios locales para promocionar los productos, como estaciones de radio y ferias.  
Hay que destacar las prácticas sostenibles de la empresa.

## Precio

Implementación de promociones periódicas para atraer clientes. Ofrecer un producto empaquetado a precios accesibles a los potenciales clientes.

Precio de venta al público (PV)	PVP 30 unidades	PVP 14 unidades
Año 1	\$3,68	\$1,72
Año 2	\$2,99	\$1,40
Año 3	\$4,01	\$1,87
Año 4	\$3,34	\$1,56
Año 5	\$0,05	\$0,12

Otros productos:

el saco de abono a \$ 4 y \$1,30 la libra de carne

## Plaza

Canales de distribución: forma directa al cliente, como mercados locales, restaurantes y ventas directas de la granja.



**Ilustración 5-9:** Marketing mix de la empresa EQAV

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

## **5.8 Estudio técnico**

Dentro del estudio técnico se abarca la operatividad y el funcionamiento del presente proyecto dando a conocer todo el proceso desde producción y su posterior proceso de venta. En los siguientes puntos encontraremos a detalle todo el proceso.

### **5.8.1 Ingeniería del proyecto**

Es necesario considerar varios puntos importantes en la planificación que ayudarán a la industria avícola a obtener enormes beneficios, a saber, el costo de la tierra, los factores ambientales, la disponibilidad y accesibilidad de los servicios básicos.

### **5.8.2 Tamaño del proyecto**

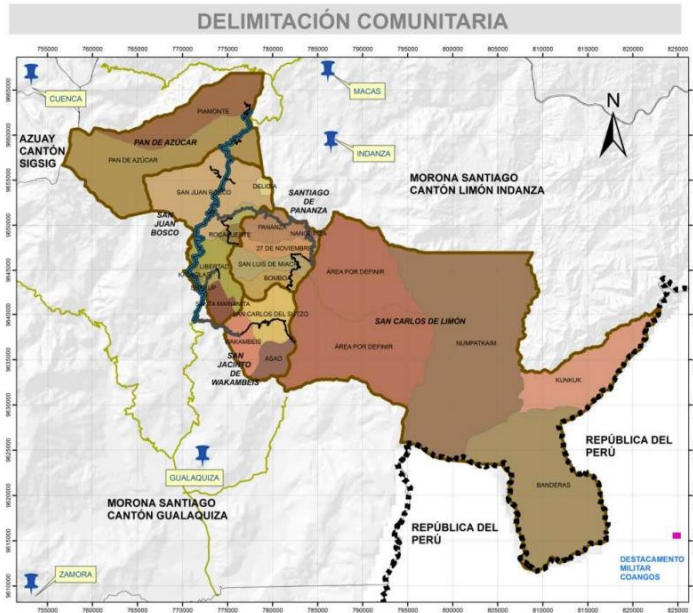
Se determinará la macro y micro localización para el tamaño del proyecto de la empresa avícola en donde va a ser ejecutado el proyecto y la capacidad que se requiere para cubrir de la demanda que existe en la población.

### **5.8.3 Localización**

Lugar exacto que se va a ubicar la empresa avícola, donde se registrará su dirección.

#### **5.8.3.1 Macro localización**

La macro localización de este proyecto se ubicará en la provincia de Morona Santiago en el cantón Morona parroquia Pan de Azúcar.



**Ilustración 5-10:** Macro localización del proyecto

Límites:

Norte: Provincia del Azuay

Sur: Parroquia de San Juan Bosco

Este: Cantón Limón Indanza

Oeste: Provincia del Azuay

### 5.8.3.2 *Micro localización*

La micro localización de la empresa avícola está ubicada en Piamonte, se cuenta con un terreno para la producción, con los servicios básicos necesarios, medios de transporte y vías de acceso.

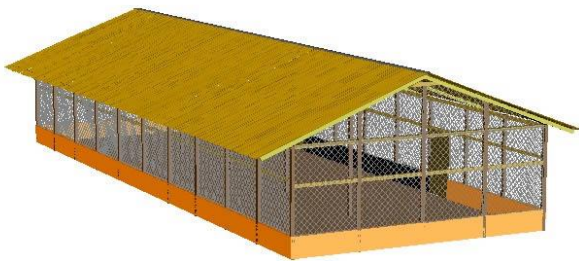


**Ilustración 5-11:** Micro localización del proyecto

#### **5.8.4** *Diseño*

##### **5.8.4.1** *Infraestructura de galpones*

La infraestructura de la avícola tendrá las siguientes dimensiones 15m de ancho por 45m de largo su dimensión es de 675 m<sup>2</sup>, lo que se establecerá un galpón para la producción de pollos de postura con una capacidad máxima para 10.000 aves.



**Ilustración 5-12:** Infraestructura del galpón

#### **5.9** *Estudio legal*

Es responsabilidad del propietario de la granja avícola proporcionar todos los documentos legales vigentes necesarios para el normal funcionamiento del negocio, es decir. se actualiza de acuerdo

con la fecha de vencimiento de cada documento, es decir registro sanitario y permiso de seguridad contra incendios, además:

**Tabla 5-5:** Documentación para el estudio legal

Trámite	Requisito	Permiso
Registro único del Contribuyente	RUC	Original y copias de cédulas de ciudadanía y certificados de votación Copias de las facturas de servicios básicos, luz, agua, teléfono, mínimo de tres meses a la fecha Título en caso de ser afiliado a algún gremio
Jefatura de bomberos	Permiso e inspección	Dar la dirección exacta del local comercial Verificación en un tiempo máxima de 24 horas
Municipio de Macas	Predio municipal Certificado del uso de suelo Patente municipal para el funcionamiento	El costo depende del avalúo de la propiedad Copias de las cédulas Copia RUC Copia certificado uso de Suelo Copia título del predio donde se ubica la actividad económica Permiso de Cuerpo de Bomberos Formulario de solicitud de la patente
Afiliación a empleados y trabajadores	Registro de contratos de trabajo	Contrato de trabajo o nombramientos que indique la relación de dependencia laboral Copia de cédulas de ciudadanía y certificados de votación

Fuente: Vallejo, 2016

## 5.10 Procesos misionales o de producción

La política ambiental debe centrarse en la conservación de los recursos naturales (agua, tierra, aire) fortaleciendo la coordinación sectorial e interinstitucional, creando así medios técnicos y financieros para promover la educación, la difusión, la investigación y herramientas y métodos de limpieza para prevenir, mitigar y corregir. Impacto de las operaciones avícolas.

## 5.11 Buenas prácticas en la producción avícola

La gestión ambiental debe ser establecida por los avicultores como una herramienta que les permita no sólo cumplir con la legislación ambiental vigente, sino también mejorar continuamente sus procesos productivos mediante la adopción de prácticas sustentables.

El objetivo de la gestión ambiental de la unidad de producción avícola (granja, criadero o matadero) es prevenir, reducir y controlar las consecuencias de su funcionamiento. Cabe mencionar que el desarrollo de procesos de gestión ambiental debe complementarse con actividades educativas de largo plazo sobre temas ambientales y la capacidad del personal para cumplir con las normas ambientales.

Las buenas prácticas en la producción avícola dentro de la empresa son fundamentales para asegurar el bienestar de las aves, la calidad de los productos, la eficiencia operativa y la sostenibilidad a largo plazo. A continuación, se presentan algunas de las buenas prácticas clave en:

#### ***5.11.1 Bienestar animal***

- Proporcionar espacio adecuado por ave para permitir un movimiento libre y cómodo.
- Garantizar un acceso constante a agua fresca y alimentos de alta calidad.
- Mantener un ambiente adecuado, con una temperatura, humedad y ventilación controladas.
- Proporcionar iluminación natural y períodos de oscuridad regulares para las aves.
- Implementar prácticas de manejo que reduzcan el estrés, como la manipulación suave y la reducción de ruidos fuertes.

#### ***5.11.2 Salud y bioseguridad***

- Controlar y gestionar la propagación de enfermedades a través de medidas de bioseguridad, como la cuarentena de aves nuevas y la limpieza regular de instalaciones.
- Implementar programas de vacunación apropiados y mantener registros de salud de las aves.
- Establecer un programa de control de parásitos y enfermedades, incluyendo tratamientos preventivos y curativos.

#### ***5.11.3 Gestión de residuos***

- Gestionar adecuadamente el estiércol y los residuos generados en la granja a través de técnicas como el compostaje o la generación de biogás.
- Minimizar la contaminación del suelo y del agua mediante la gestión responsable de los residuos.

#### ***5.11.4 Sostenibilidad y responsabilidad ambiental***

- Implementar prácticas de producción sostenible que reduzcan el impacto ambiental, como el uso eficiente de recursos y la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero.
- Cumplir con todas las regulaciones ambientales locales y nacionales.

#### ***5.11.5 Control de la higiene y la seguridad alimentaria***

- Mantener instalaciones limpias y desinfectadas para prevenir la contaminación de los alimentos y garantizar la seguridad alimentaria.
- Seguir buenas prácticas de higiene en el procesamiento y envasado de productos avícolas.

#### ***5.11.6 Programa de capacitación***

- Proporcionar capacitación regular a los empleados sobre buenas prácticas de producción, salud animal y seguridad en el trabajo.

#### ***5.11.7 Inspecciones y seguimiento***

- Realizar inspecciones periódicas de las instalaciones y de la salud de las aves para detectar y abordar posibles problemas.

#### ***5.11.8 Compromiso con la calidad y la mejora continua***

- Establecer sistemas de gestión de calidad y seguridad alimentaria.
- Recopilar y analizar datos para evaluar y mejorar constantemente las prácticas de producción.

La implementación de estas buenas prácticas en la producción avícola es fundamental para asegurar el bienestar de las aves, la calidad de los productos y la sostenibilidad a largo plazo. Además, estas prácticas pueden mejorar la reputación de la empresa y la satisfacción de los consumidores.



## 5.12 Estudio económico-financiero

### 5.12.1 Inversión inicial

La inversión inicial del proyecto es el presupuesto técnico donde se requerirá de: capital de trabajo el cual representa el 76,54%, seguido de activos fijos con el 22,61% y los activos diferidos con el 0,85% conformado de una inversión inicial de \$ 118.042,12.

**Tabla 5-6:** Inversión Inicial del proyecto

Descripción	Valor	Porcentaje
<b>Capital de Trabajo</b>		
Materia prima directa	\$ 49.106,00	
Mano de obra directa	\$ 14.996,10	
Costos indirectos de producción	\$ 930,54	
Mano de obra indirecta	\$ 7.127,10	
Depreciación	\$ 1.584,25	
Amortización	\$ 200,00	
Servicios básicos	\$ 936,96	
Gastos administrativos	\$ 7.169,10	
Gastos de ventas	\$ 7.999,00	
Otros gastos	\$ 350,00	
<b>Total de capital operacional</b>	<b>\$ 90.399,05</b>	<b>76,55%</b>
<b>Activos fijos</b>		
Terreno y Construcción	\$ 14.675,00	
Maquinaria y equipos	\$ 775,00	
Vehículo	\$ 10.000,00	
Muebles de oficina	\$ 510,00	
Equipo de oficina	\$ 420,00	
Herramientas	310	
<b>Total de activos fijos</b>	<b>\$ 26.690,00</b>	<b>22,60%</b>
<b>Activo diferido</b>		
Gastos de constitución	\$ 455,00	
Gastos de organización	\$ 50,00	
Gastos de instalación	\$ 495,00	
<b>Total de activo diferido</b>	<b>\$ 1.000,00</b>	<b>0,85%</b>
<b>Total Inversión</b>	<b>\$ 118.089,05</b>	<b>100,00%</b>

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

### 5.12.2 Inversión de activos fijos

El total de la inversión en activos fijos da un total de \$26.690,00 los cuales se desglosan en las siguientes tablas con los montos respectivos.

**Tabla 5-7:** Inversión total de activos fijos

Descripción	Valor
Terreno y construcción	\$ 14.675,00
Maquinaria y Equipo	\$ 775,00
Vehículo	\$ 10.000,00
Muebles de oficina	\$ 510,00
Equipo de oficina	\$ 420,00
Herramientas	\$ 310,00
<b>Total de activos fijos</b>	<b>\$ 26.690,00</b>

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

#### 5.12.2.1 Terreno y construcción

**Tabla 5-8:** Terreno y construcción

Construcciones	Cantidad	Unidad de medida	Valor unitario	Valor total
<b>Área de producción</b>	<b>11388</b>	<b>m2</b>		<b>\$ 5.694,00</b>
Proceso productivo	675	m2	\$ 0,50	\$ 337,50
Duchas	6	m2	\$ 0,50	\$ 3,00
Comedor	16	m2	\$ 0,50	\$ 8,00
Dormitorios	16	m2	\$ 0,50	\$ 8,00
Báscula	60	m2	\$ 0,50	\$ 30,00
Arco de desinfección	180	m2	\$ 0,50	\$ 90,00
Entrada	225	m2	\$ 0,50	\$ 112,50
Proyección de construcción	10210		\$ 0,50	\$ 5.105,00
<b>Área de ventas</b>	<b>36</b>	<b>m2</b>		<b>\$ 18,00</b>
Oficina	36	m2	\$ 0,50	\$ 18,00
<b>Área administrativa</b>	<b>8576</b>	<b>m2</b>		<b>\$ 4.288,00</b>
Oficina	12	m2	\$ 0,50	\$ 6,00
Parqueadero	150	m2	\$ 0,50	\$ 75,00
Zonas verdes	8414	m2	\$ 0,50	\$ 4.207,00
<b>Total</b>	<b>20000</b>	<b>m2</b>		<b>\$ 10.000,00</b>

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

**Tabla 5-9:** Costo total del terreno y construcciones

Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Valor unitario	Valor total
Terreno	20000	m2	\$ 0,50	\$ 10.000,00
Construcciones	50	m2	\$ 20,00	\$ 1.000,00
Silos	1	m2	\$ 300,00	\$ 300,00
Galpón incluye Jaula de capa de pollo	675	m2	\$ 5,00	\$ 3.375,00
<b>Total</b>				<b>\$ 14.675,00</b>

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

### 5.12.2.2 Maquinaria y equipo

**Tabla 5-10:** Maquinaria y equipo

Maquinaria y Equipo	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Bomba eléctrica	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Bombas a motor (gasolina)	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Extintor	3	\$ 25,00	\$ 75,00
Balanza digital	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Fumigadora Century A Motor De 25 Litros Tipo Mochila	1	\$ 100,00	\$ 100,00
<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>\$ 25,00</b>	<b>\$ 775,00</b>

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

### 5.12.2.3 Vehículo

**Tabla 5-11:** Vehículo

Vehículos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Camión Chevrolet	1	\$ 10.000,00	\$10.000,00
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>\$ 10.000,00</b>	<b>\$10.000,00</b>

Realizado por: Quichimbo L., 2023

#### 5.12.2.4 Muebles de oficina

**Tabla 5-12:** Muebles de oficina

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
<b>Área de producción</b>			
Archivador	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Escritorio ejecutivo	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Silla de atención	1	\$ 25,00	\$ 25,00
<b>Área de ventas y administración</b>			
<b>Área Administrativa</b>			
Archivador	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Escritorio ejecutivo	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Silla	1	\$ 25,00	\$ 25,00
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>\$ 510,00</b>	<b>\$ 510,00</b>

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

#### 5.12.2.5 Equipo de oficina

**Tabla 5-13:** Equipo de oficina

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computadora HP escritorio	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Impresora copiadora Epson	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Teléfonos	1	\$ 50,00	\$ 50,00
<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>\$ 420,00</b>	<b>\$ 420,00</b>

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

#### 5.12.2.6 Herramientas

**Tabla 5-14:** Herramientas

Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Valor Unitario	Valor Total
Rastrillos	4	unidades	\$ 5,00	\$ 20,00
Palas	2	unidades	\$ 10,00	\$ 20,00
Tanques de agua 1000 lts	1	unidades	\$ 200,00	\$ 200,00
Tanque de agua 200 lts	1	unidades	\$ 50,00	\$ 50,00
Escobas	10	unidades	\$ 2,00	\$ 20,00
<b>Total</b>			<b>\$ 267,00</b>	<b>\$ 310,00</b>

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

### 5.12.3 Inversión de activos diferidos

Por otra parte, para la inversión en activos diferidos se cuenta con los gastos de constitución, gastos de organización, y gastos de instalación conformando un total de \$1000,00 desglosado en las siguientes tablas.

**Tabla 5-15:** Inversión de activos diferidos

Descripción	Valor
Gastos de constitución	\$ 455,00
Gastos de Organización	\$ 50,00
Gastos de Instalación	\$ 495,00
<b>Total de activos fijos</b>	<b>\$ 1.000,00</b>

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

#### 5.12.3.1 Gastos de constitución

**Tabla 5-16:** Gastos de constitución

Descripción	Valor
Notaría	\$ 20,00
Abogados	\$ 50,00
Registro sanitario	\$200,00
Patente municipal	\$ 50,00
Permisos de Bomberos	\$ 30,00
Trámites SRI	\$ 5,00
Registro de marca	\$ 50,00
Permiso construcción	\$ 50,00
<b>Total</b>	<b>\$455,00</b>

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

#### 5.12.3.2 Gastos de organización

**Tabla 5-17:** Gastos de organización

Descripción	Valor
Proceso de selección de personal	\$25,00
Convocatoria	\$25,00
<b>Total</b>	<b>\$50,00</b>

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

### 5.12.3.3 Gastos de instalación

**Tabla 5-18:** Gastos de organización

Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Valor unitario	Valor total
Material de instalación tuberías	170	m	\$ 2,50	\$ 425,00
Manguera	30	m	\$ 1,00	\$ 30,00
Llaves de agua	20	unidades	\$ 2,00	\$ 40,00
<b>Total</b>	<b>220</b>		<b>\$ 5,50</b>	<b>\$ 495,00</b>

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

### 5.12.4 Capital de trabajo

Finalmente encontramos al capital de trabajo con un total de \$74.880,95 para el primer año.

**Tabla 5-19:** Capital de trabajo

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima directa	\$ 49.106,00	\$ 29.106,00	\$ 52.769,08	\$ 39.859,40	\$ 61.359,40
Mano de obra directa	\$ 14.996,10	\$ 16.349,87	\$ 17.703,65	\$ 19.057,42	\$ 20.411,19
Costos indirectos de producción	\$ 930,54	\$ 887,04	\$ 887,04	\$ 887,04	\$ 887,04
Mano de obra indirecta	\$ 7.127,10	\$ 7.770,50	\$ 8.413,90	\$ 9.057,30	\$ 9.700,70
Depreciación	\$ 1.584,25	\$ 1.584,25	\$ 1.584,25	\$ 1.584,25	\$ 1.584,25
Amortización	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Servicios básicos	\$ 936,96	\$ 936,96	\$ 936,96	\$ 936,96	\$ 936,96
<b>Total de capital de trabajo</b>	<b>\$ 74.880,95</b>	<b>\$ 56.834,62</b>	<b>\$ 82.494,88</b>	<b>\$ 71.582,37</b>	<b>\$ 95.079,54</b>

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

#### 5.12.4.1 Materia prima directa

**Tabla 5-20:** Materia prima directa

Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Valor unitario	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Balanceado	1323	Quintales	\$ 22,00	\$29.106,00	\$ 29.106,00	\$ 31.269,08	\$ 36.359,40	\$ 36.359,40
Pollos	4000		\$ 5,00	\$20.000,00		\$ 21.500,00	\$ 3.500,00	\$ 25.000,00
<b>Total</b>			<b>\$ 27,00</b>	<b>\$ 49.106,00</b>	<b>\$29.106,00</b>	<b>\$ 52.769,08</b>	<b>\$ 39.859,40</b>	<b>\$ 61.359,40</b>

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

Para el cálculo del alimento suministrado se tomó en consideración la cantidad de pollos que se va a tener en el galpón, teniendo 4000 aves para el primer y segundo año, para el tercer año 4300 aves, para el cuarto y quinto año un total de 5000 aves para la producción de huevos.

#### 5.12.4.2 Mano de obra directa

**Tabla 5-21:** Mano de obra directa

Cargo	Sueldo mensual	Valor anual	XIII	XIV	Vacaciones	Aporte Patronal 11,15 %	Valor Total al año 1	Valor Total al año 2	Valor Total al año 3	Valor Total al año 4	Valor Total al año 5
Jefe de producción	\$500,00	\$6.000,00	\$500,00	\$450,00	\$250,00	\$669,00	\$7.869,00	\$8.579,37	\$9.289,75	\$ 10.000,12	\$ 10.710,50
Operario	\$450,00	\$5.400,00	\$450,00	\$450,00	\$225,00	\$602,10	\$7.127,10	\$7.770,50	\$8.413,90	\$ 9.057,30	\$ 9.700,70
<b>Total</b>	<b>\$ 950,00</b>	<b>\$11.400,00</b>	<b>\$950,00</b>	<b>\$900,00</b>	<b>\$475,00</b>	<b>\$1.271,10</b>	<b>\$14.996,10</b>	<b>\$16.349,87</b>	<b>\$17.703,65</b>	<b>\$ 19.057,42</b>	<b>\$ 20.411,19</b>

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

#### 5.12.4.3 Costos indirectos de producción

Dentro de los costos indirectos se tomó en cuenta la producción anual como se evidencia en la **Tabla 5-41: Proyección de ingresos**, con una producción de 1330560 dividido para 30 unidades lo que da un valor aproximado de 44352 gavetas de huevos por año aproximadamente.

**Tabla 5-22:** Costos indirectos de producción

Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Envases de cartón	44352	unidades	\$ 0,01	\$ 36,96	\$ 443,52
Etiquetas	44352	unidades	\$ 0,01	\$ 36,96	\$ 443,52
Medicadores Dosatron	6	unidades	\$ 1,00	\$ 0,50	\$ 6,00
Focos	25	unidades	\$ 1,50	\$ 3,13	\$ 37,50
<b>Total</b>			<b>\$ 2,52</b>	<b>\$ 77,55</b>	<b>\$ 930,54</b>

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

5.12.4.4 Mano de obra indirecta

**Tabla 5-23:** Mano de obra indirecta

Número	Cargo	Sueldo mensual	Valor anual	XIII	XIV	Vacaciones	Aporte Patronal 11,15%	Valor Total al año 1	Valor Total al año 2	Valor Total al año 3	Valor Total al año 4	Valor Total al año 5
1	Bodeguero-Limpieza	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 225,00	\$ 602,10	\$ 7.127,10	\$ 7.770,50	\$ 8.413,90	\$ 9.057,30	\$ 9.700,70
<b>Total</b>		\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 225,00	\$ 602,10	\$ 7.127,10	\$ 7.770,50	\$ 8.413,90	\$ 9.057,30	\$ 9.700,70

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

5.12.4.5 Depreciación

**Tabla 5-24:** Depreciación en línea recta de los activos fijos

Descripción	Valor en libros	Tiempo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor residual
Edificio	\$ 4.675,00	20	\$ 233,75	\$ 233,75	\$ 233,75	\$ 233,75	\$ 233,75	\$ 3.506,25
Maquinaria y Equipo	\$ 775,00	10	\$ 77,50	\$ 77,50	\$ 77,50	\$ 77,50	\$ 77,50	\$ 387,50
Vehículo	\$ 10.000,00	10	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 5.000,00
Muebles de oficina	\$ 510,00	5	\$ 102,00	\$ 102,00	\$ 102,00	\$ 102,00	\$ 102,00	\$ -
Equipo de oficina	\$ 420,00	3	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00
Herramientas	\$ 310,00	10	\$ 31,00	\$ 31,00	\$ 31,00	\$ 31,00	\$ 31,00	\$ 155,00
<b>Total</b>	<b>\$ 16.690,00</b>		<b>\$ 1.584,25</b>	<b>\$ 1.584,25</b>	<b>\$ 1.584,25</b>	<b>\$ 1.584,25</b>	<b>\$ 1.584,25</b>	<b>\$ 9.188,75</b>

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

5.12.4.6 Amortización

**Tabla 5-25:** Amortización

Descripción	Valor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de organización	\$ 50,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
Gastos de constitución	\$ 455,00	\$ 91,00	\$ 91,00	\$ 91,00	\$ 91,00	\$ 91,00
Gastos de instalación	\$ 495,00	\$ 99,00	\$ 99,00	\$ 99,00	\$ 99,00	\$ 99,00
<b>Total</b>	<b>\$ 1.000,00</b>	<b>\$ 200,00</b>	<b>\$ 200,00</b>	<b>\$ 200,00</b>	<b>\$ 200,00</b>	<b>\$ 200,00</b>

Realizado por: Quichimbo L., 2023.



### 5.12.4.7 Servicios básicos

**Tabla 5-26:** Energía eléctrica

Descripción	Unidad	Consumo total	Consumo KW/h/total	h/día	Consumo mensual	Consumo anual
Instalaciones	1	0,02	\$ 24,00	\$ 0,48	\$ 46,08	\$ 552,96
<b>Total</b>	1		\$ 24,00	\$ 0,48	\$ 46,08	\$ 552,96

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

**Tabla 5-27:** Agua potable

Descripción	Consumo diario	Consumo mensual	Consumo anual
Agua Potable	\$ 8,00	\$ 32,00	\$ 384,00
<b>Total</b>	\$ 8,00	\$ 32,00	\$ 384,00

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

## 5.13 Estructura de gastos

**Tabla 5-28:** Gastos totales

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Gastos administrativos</b>	\$ 7.169,10	\$ 7.770,50	\$ 8.413,90	\$ 9.057,30	\$ 9.700,70
Gastos del personal administrativo	\$ 7.127,10	\$ 7.770,50	\$ 8.413,90	\$ 9.057,30	\$ 9.700,70
Suministros	\$ 42,00				
<b>Gastos de ventas</b>	\$ 7.999,00	\$ 8.579,37	\$ 9.789,75	\$ 10.000,12	\$ 11.210,50
Gastos del personal de ventas	\$ 7.869,00	\$ 8.579,37	\$ 9.289,75	\$ 10.000,12	\$ 10.710,50
Publicidad	\$ 130,00		\$ 500,00		\$ 500,00
<b>Otros gastos</b>	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00
<b>Total</b>	<b>\$ 15.518,10</b>	<b>\$ 16.699,87</b>	<b>\$ 18.553,65</b>	<b>\$ 19.407,42</b>	<b>\$ 21.261,19</b>

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

### 5.13.1 Gastos administrativos

**Tabla 5-29:** Gastos del personal administrativo

Cargo	Sueldo mensual	Valor anual	XIII	XIV	Vacaciones	Aporte Patronal 11,15%	Valor Total al año 1	Valor Total al año 2	Valor Total al año 3	Valor Total al año 4	Valor Total al año 5
Gerente general	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 225,00	\$ 602,10	\$ 7.127,10	\$ 7.770,50	\$ 8.413,90	\$ 9.057,30	\$ 9.700,70
<b>Total</b>	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 225,00	\$ 602,10	\$ 7.127,10	\$ 7.770,50	\$ 8.413,90	\$ 9.057,30	\$ 9.700,70

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

**Tabla 5-30: Suministros**

Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Valor Unitario	Valor Total
Hojas de papel bond	4	resmas	\$ 4,00	\$ 16,00
Esferos	10	unidad	\$ 0,25	\$ 2,50
Grapadora	2	unidad	\$ 2,00	\$ 4,00
Regla	3	unidad	\$ 0,50	\$ 1,50
Sello	1	unidad	\$ 5,00	\$ 5,00
Caja de grapas	2	unidad	\$ 1,25	\$ 2,50
Lápices	4	unidad	\$ 0,25	\$ 1,00
Caja de clips	3	unidad	\$ 1,00	\$ 3,00
Carpetas	5	unidad	\$ 1,00	\$ 5,00
Marcadores	3	unidad	\$ 0,50	\$ 1,50
<b>Total</b>				\$ 42,00

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

### 5.13.2 Gastos de ventas

**Tabla 5-31: Sueldo del personal de ventas**

Cargo	Sueldo mensual	Valor anual	XIII	XIV	Vacaciones	Aporte Patronal 11,15%	Valor Total al año 1	Valor Total al año 2	Valor Total al año 3	Valor Total al año 4	Valor Total al año 5
Chofer-Vendedor	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 500,00	\$ 450,00	\$ 250,00	\$ 669,00	\$ 7.869,00	\$ 8.579,37	\$ 9.289,75	\$ 10.000,12	\$ 10.710,50
<b>Total</b>	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 500,00	\$ 450,00	\$ 250,00	\$ 669,00	\$ 7.869,00	\$ 8.579,37	\$ 9.289,75	\$ 10.000,12	\$ 10.710,50

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

**Tabla 5-32: Publicidad**

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Tarjetas de presentación	1000	\$ 0,03	\$ 30,00
Publicidad en Facebook	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Radio	1	\$ 50,00	\$ 50,00
<b>Total</b>	1002	\$ 100,03	\$ 130,00

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

### 5.13.3 Otros gastos

**Tabla 5-33:** Otros gastos

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mantenimiento	5	\$ 10,00	\$ 50,00	\$ 50,00	50	50	50
Combustible	1	\$ 50,00	\$ 50,00	50	50	50	50
Imprevistos	1	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00
Total	7	\$ 310,00	\$ 350,00	\$ 350,00	350,00	350,00	350,00

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

### 5.14 Financiamiento del proyecto

El monto total de la inversión del proyecto es de \$118.042,12, del cual se divide en capital propio con una inversión de \$ 70.825,27 que representa el 60% del total y por otro lado, tenemos el capital ajeno con un monto de \$ 47.216,85 representando el 40%.

**Tabla 5-34:** Financiamiento total

Descripción	Valor	Porcentaje
Inversión total	\$118.089,05	100%
Capital propio	\$70.853,43	60%
Capital ajeno	\$47.235,62	40%
<b>Total de la inversión</b>		
Inversión fija	\$26.690,00	23%
Capital operativo	\$90.399,05	77%
Inversión diferida	\$1.000,00	1%
<b>Total inversión</b>	\$118.089,05	100%

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

#### 5.14.1 Amortización del préstamo

Para el préstamo se tomó en consideración el método de amortización francés, en el cual tenemos la aplicación de la siguiente ecuación para el cálculo de la cuota:

$$a = Co \frac{i}{1 - (1 + i)^{-n}}$$

Donde:

- a: cuota periódica constante.
- Co: capital prestado.
- i: tasa de interés efectiva correspondiente a la capitalización del préstamo.
- n: número de períodos.

Además, se tiene los valores siguientes para la realización de la tabla de amortización.

- Valor del préstamo = \$ 47.235,62
- Tasa pactada con la entidad = 10,06%
- Cantidad de cuotas = 5
- Tipo de amortización = francés

En la tabla de amortización se obtiene una anualidad para el primer año de \$12.479,74, el cual debe cancelarse de forma anual por 5 años consecutivos.

**Tabla 5-35:** Gastos financieros

N. Cuotas	Capital al inicio del período	Amortización	Intereses	Cuota
0	\$47.235,62			
1	\$39.507,78	\$7.727,84	\$4.751,90	\$12.479,74
2	\$31.002,52	\$8.505,26	\$3.974,48	\$12.479,74
3	\$21.641,63	\$9.360,89	\$3.118,85	\$12.479,74
4	\$11.339,04	\$10.302,59	\$2.177,15	\$12.479,74
5	\$-	\$11.339,04	\$1.140,71	\$12.479,74

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

### 5.14.2 *Financiamiento por accionistas*

Del total de la inversión se tomará en cuenta a inversionistas con un aporte de 283,30 por acción de las cuales se tiene un total de 250 acciones valoradas en \$ 70.825,27 que corresponde al 60% de la inversión total. La empresa tiene personalidad jurídica de sociedad anónima. En las siguientes tablas encontramos la estructura de las acciones y el número de accionista para el presente proyecto.

**Tabla 5-36:** Gastos financieros

ACCIONISTAS			
Descripción	Valor acción	N. acciones	Total
Acciones	\$ 283,41	250	\$ 70.853,43

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

**Tabla 5-37:** Estructura del capital financiado por accionistas

Socios	Valor acción	N. acciones	Capital aportado	% de participación
a	\$283,41	25	\$7.085,34	10%
b	\$283,41	25	\$7.085,34	10%
c	\$283,41	25	\$7.085,34	10%
d	\$283,41	25	\$7.085,34	10%
e	\$283,41	25	\$7.085,34	10%
f	\$283,41	25	\$7.085,34	10%
g	\$283,41	25	\$7.085,34	10%
h	\$283,41	25	\$7.085,34	10%
i	\$283,41	25	\$7.085,34	10%
j	\$283,41	25	\$7.085,34	10%
Total		250	\$70.853,43	100%

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

## 5.12. Análisis de los costos

Con respecto a los costos de producción se tiene un costo de producción para el primer año de \$ 75.717,63, con un costo unitario de producción de 0,06 por unidad.

**Tabla 5-38:** Costos de producción

Descripción	Año 1	Año 2	Año3	Año 4	Año 5
Materia prima directa	\$49.106,00	\$29.106,00	\$52.769,08	\$39.859,40	\$61.359,40
Mano de obra directa	\$14.996,10	\$16.349,87	\$17.703,65	\$19.057,42	\$20.411,19
<b>CIF</b>	\$11.709,39	\$12.265,79	\$12.909,19	\$13.552,59	\$14.195,99
Materiales indirectos	\$930,54	\$887,04	\$887,04	\$887,04	\$887,04
Mano de obra indirecta	\$7.127,10	\$7.770,50	\$8.413,90	\$9.057,30	\$9.700,70
Materiales indirectos	\$930,54	\$887,04	\$887,04	\$887,04	\$887,04
Depreciaciones	\$1.584,25	\$1.584,25	\$1.584,25	\$1.584,25	\$1.584,25
Amortizaciones	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00
Energía eléctrica	\$552,96	\$552,96	\$552,96	\$552,96	\$552,96
Agua potable	\$384,00	\$384,00	\$384,00	\$384,00	\$384,00
<b>Total de costos de producción</b>	\$75.811,49	\$57.721,66	\$83.381,92	\$72.469,41	\$95.966,58
Producción anual	1330560	1330560	1330560	1430352	1663200
Costo unitario de producción	\$0,06	\$0,04	\$0,06	\$0,05	\$0,06

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

Para el costo unitario se tomó en cuenta el costo de producción se calculó el costo unitario del producto, tomando en cuenta los costos y gastos operativos equivalentes al capital de trabajo, obteniendo así el costo por unidad del producto.

**Tabla 5-39:** Costo unitario de producción

Costos y gastos operativos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	% de participación
Costos de producción	\$75.811,49	\$57.721,66	\$83.381,92	\$72.469,41	\$95.966,58	79%
Gastos administrativos	\$7.169,10	\$7.770,50	\$8.413,90	\$9.057,30	\$9.700,70	7%
Gastos de ventas	\$7.999,00	\$8.579,37	\$9.789,75	\$10.000,12	\$11.210,50	8%
Gastos financieros	\$4.751,90	\$3.974,48	\$3.118,85	\$2.177,15	\$1.140,71	5%
Otros gastos	\$350,00	\$350,00	\$350,00	\$350,00	\$350,00	0%
<b>Total costos de producción</b>	\$96.081,49	\$78.046,02	\$104.704,42	\$93.703,97	\$118.018,48	100%
Producción anual	1330560	1330560	1330560	1430352	1663200	
Costos unitarios	\$0,07	\$0,06	\$0,08	\$0,07	\$0,07	

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

**Tabla 5-40:** Precio de venta al público

Precio de venta al Público (PVP)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Precio promedio por gaveta
Costo unitario	\$0,07	\$0,06	\$0,08	\$0,07	\$0,07	\$2,08
Margen de utilidad 70%	\$0,05	\$0,04	\$0,06	\$0,05	\$0,05	\$1,45
Precio de venta al público por unidad	\$0,12	\$0,10	\$0,13	\$0,11	\$0,12	\$3,53
Precio de venta 30 unidades	\$3,68	\$2,99	\$4,01	\$3,34	\$3,62	
Precio de venta 14 unidades	\$1,72	\$1,40	\$1,87	\$1,56	\$1,69	

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

### 5.13. Proyección de ingresos

Para el cálculo de los ingresos se basan en las cantidades a producir y el precio de venta estimado por año, según el tiempo del proyecto con un período de 5 años dándonos una visión de cuanto debemos vender para cubrir los costos y gastos.

**Tabla 5-41:** Proyección de ingresos

Años	Cantidad	PVP \$	Ingresos totales
0	1330560		
1	1330560	\$ 0,12	\$ 163.338,54
2	1330560	\$ 0,10	\$ 132.678,23
3	1430352	\$ 0,13	\$ 191.347,32
4	1663200	\$ 0,11	\$ 185.228,78
5	1663200	\$ 0,12	\$ 200.631,41

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

Se tomó en consideración la venta de pollo con un peso aproximado de 4,35 libras a un \$1,30.

**Tabla 5-42:** Otros ingresos: venta de carne

Descripción	0	1	2	3	4	5
Pollos		4000		4300	1000	5000
Venta de carne				4000		4300
Peso Corporal 4,35 lb.				17400		18705
Valor por libra 1,30				22620,00		24316,5

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

**Tabla 5-43:** Otros ingresos: venta de abono

Descripción	0	1	2	3	4	5
Número de aves		4000	4000	4300	5000	5000
Sacos de abono		500	500	538	625	625
Valor unitario		4	4	4	4	4
Total		2000	2000	2152	2500	2500

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

Para el cálculo del abono se realizó una regla de tres en la cual se tomó de referencia 4000 aves que producen 500 sacos de abono al año. Para los siguientes años queda la siguiente producción:

**Tabla 5-44:** Regla de tres para 4300 aves

Regla de tres	
Aves	Abono
4000	500
4300	x
x=	538

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

**Tabla 5-45:** Regla de tres para 5000 aves

Regla de tres	
Aves	Abono
4000	500
5000	x
x=	625

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

## 5.14. Estados financieros

En el siguiente estado de resultados se presentan de manera ordenada las cuentas de ingresos gastos y costos de la empresa avícola mostrando la utilidad de la misma con una proyección de cinco años.

**Tabla 5-46:** Estado de resultados

<b>EMPRESA S.A.</b>					
<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO</b>					
<i>Al 31 de diciembre de 2024 al 2028</i>					
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Ingresos</b>	\$163.338,54	\$132.678,23	\$191.347,32	\$185.228,78	\$200.631,41
Costos de producción	\$75.811,49	\$57.721,66	\$83.381,92	\$72.469,41	\$95.966,58
<b>Utilidad bruta</b>	\$87.527,05	\$74.956,57	\$107.965,40	\$112.759,38	\$104.664,83
<b>Gastos operativos</b>	\$21.462,25	\$21.908,61	\$22.906,75	\$22.818,82	\$23.636,15
Gastos de administración	\$7.127,10	\$7.770,50	\$8.413,90	\$9.057,30	\$9.700,70
Gastos de ventas	\$7.999,00	\$8.579,37	\$9.789,75	\$10.000,12	\$11.210,50
Gastos financieros	\$4.751,90	\$3.974,48	\$3.118,85	\$2.177,15	\$1.140,71
Gasto depreciación	\$1.584,25	\$1.584,25	\$1.584,25	\$1.584,25	\$1.584,25
<b>+/- Otros ingresos, otros gastos</b>	\$2.650,00	\$2.650,00	\$25.422,00	\$3.150,00	\$27.466,50
<b>Otros ingresos</b>	\$3.000,00	\$3.000,00	\$25.772,00	\$3.500,00	\$27.816,50
Venta de abono	\$2.000,00	\$2.000,00	\$2.152,00	\$2.500,00	\$2.500,00
Consultoría	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00
Venta de carne	\$-	\$-	\$22.620,00	\$-	\$24.316,50
<b>Otros Gastos</b>	\$350,00	\$350,00	\$350,00	\$350,00	\$350,00
Otros Gastos	\$350,00	\$350,00	\$350,00	\$350,00	\$350,00
<b>Utilidad operativa</b>	\$68.714,80	\$55.697,96	\$110.480,66	\$93.090,56	\$108.495,18
15% participación trabajadores	\$10.307,22	\$8.354,69	\$16.572,10	\$13.963,58	\$16.274,28
Utilidad después de participación trabajadores	\$58.407,58	\$47.343,27	\$93.908,56	\$79.126,98	\$92.220,91
25% Impuesto a la Renta	\$14.601,89	\$11.835,82	\$23.477,14	\$19.781,74	\$23.055,23
<b>Utilidad Neta</b>	\$43.805,68	\$35.507,45	\$70.431,42	\$59.345,23	\$69.165,68

Realizado por: Quichimbo L., 2023.



**Tabla 5-47:** Flujo de caja

<b>EMPRESA S.A.</b>						
<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO</b>						
<i>Al 31 de diciembre de 2024 al 2028</i>						
<b>RUBROS / AÑOS DE VIDA</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Ventas Netas		\$163.338,54	\$132.678,23	\$191.347,32	\$185.228,78	\$200.631,41
- Costo de Producción		\$-75.811,49	\$-57.721,66	\$-83.381,92	\$-72.469,41	\$-95.966,58
= Utilidad Bruta		\$87.527,05	\$74.956,57	\$107.965,40	\$112.759,38	\$104.664,83
- Gastos de Administración		\$-7.127,10	\$-7.770,50	\$-8.413,90	\$-9.057,30	\$-9.700,70
- Gastos de Ventas		\$-7.999,00	\$-8.579,37	\$-9.789,75	\$-10.000,12	\$-11.210,50
- Gastos Financieros (Intereses)		\$-4.751,90	\$-3.974,48	\$-3.118,85	\$-2.177,15	\$-1.140,71
Gastos depreciación		\$-1.584,25	\$-1.584,25	\$-1.584,25	\$-1.584,25	\$-1.584,25
Otros ingreso y gastos		\$2.650,00	\$2.650,00	\$25.422,00	\$3.150,00	\$27.466,50
= Utilidad antes de Impuestos		\$68.714,80	\$55.697,96	\$110.480,66	\$93.090,56	\$108.495,18
- 15% Participación Trabajadores		\$-10.307,22	\$-8.354,69	\$-16.572,10	\$-13.963,58	\$-16.274,28
- Impuesto a la Renta		\$-14.601,89	\$-11.835,82	\$-23.477,14	\$-19.781,74	\$-23.055,23
= Utilidad Neta		\$43.805,68	\$35.507,45	\$70.431,42	\$59.345,23	\$69.165,68
+ Depreciaciones		\$1.584,25	\$1.584,25	\$1.584,25	\$1.584,25	\$1.584,25
+ Amortizaciones		\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00
- Pago Préstamo (Capital)		\$47.235,62	\$39.507,78	\$31.002,52	\$21.641,63	\$11.339,04
+ Valor de Salvamento						\$9.188,75
- Inversiones						
Fija	\$ 26.690,00					
Operativa	\$ 90.399,05					
Diferida	-\$ 1.000,00					
<b>= Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>\$ 118.089,05</b>	<b>\$92.825,55</b>	<b>\$76.799,48</b>	<b>\$103.218,19</b>	<b>\$82.771,11</b>	<b>\$91.477,72</b>

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

### 5.15. Punto de equilibrio

Para el cálculo de punto de equilibrio se tomó en cuenta los costos fijos, costos variables totales y costo de ventas para determinar el valor del primer año para el desarrollo del ejercicio.

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

Donde:

- CF= Costos fijos
- CVT= Costos variables totales
- CV= Costo de ventas

**Tabla 5-48:** Cuadro de resumen de los costos y ventas del primer año

Descripción	Valores
Ventas	\$163.338,54
Costos totales	\$95.731,49
Costos fijos	\$19.962,00
Costos variables	\$75.811,49

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

$$PE = \frac{19962}{1 - \frac{75.811,49}{95.731,49}}$$

PE = 95.837,41 del primer año.

Punto de equilibrio en unidades para el primer año de producción.

$$PE = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Ventas} - \text{Costos variables}}$$

$$PE = \frac{19962,00}{163338,54 - 75811,49}$$

$$PE = 0,22806668$$

$$PE = \frac{1330560}{0,22806668}$$

$$PE = 5834083$$

**Tabla 5-49:** Resumen del punto de equilibrio en dólares y unidades

<b>PE dólares</b>	\$ 95.837,41
<b>PE unidades</b>	0,23

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

**Tabla 5-50:** Costos y gastos operacionales.

<b>Costos operacionales</b>	<b>Valor total</b>	<b>Gastos</b>	<b>Costos</b>
Materia prima directa	\$49.106,00		\$49.106,00
Mano de obra directa	\$14.996,10		\$14.996,10
CIF	\$11.709,39		\$11.709,39
Total de costos operacionales	\$75.811,49		
<b>Gastos operacionales</b>			
Gastos administrativos	\$7.169,10	\$7.169,10	
Gastos de ventas	\$7.999,00	\$7.999,00	
Gastos financieros	\$4.751,90	\$4.751,90	
Otros gastos	\$42,00	\$42,00	
<b>Total de costos y gastos</b>	<b>\$95.731,49</b>	<b>\$19.962,00</b>	<b>\$75.811,49</b>

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

## 5.16. Análisis de rentabilidad (VAN, TIR, B/C, PRI)

### 5.16.1. VAN

La tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) es lo que evalúa el inversionista para ver si es razonable la inversión determinando así los beneficios y riesgos, evaluando las oportunidades que existen. Se tomó en consideración los siguientes los siguientes datos para el establecimiento la tasa mínima de retorno.

#### TMAR

- Tasa de descuento 12%
- Tasa pasiva 8%
- Inflación 3.6%
- TMAR= 23,60%

**Tabla 5-51: Cálculo de VAN**

	1	2	3	4	5
\$118.089,05	+ \$43.805,68	+ \$35.507,45	+ \$70.431,42	+ \$59.345,23	+ \$69.165,68
-	1,236	1,527696	1,888232256	2,333855068	2,884644865
- \$ 118.042,12	+ \$ 35.441,49	+ \$ 23.242,48	+ \$ 37.300,19	+ \$ 25.427,99	+ \$ 23.977,19

**VAN= \$ 27.300,29****Realizado por:** Quichimbo L., 2023.

Para el cálculo del VAN negativo se tomó en cuenta un interés del 35% para efectos del cálculo.

**Tabla 5-52: Cálculo del VAN negativo**

	1	2	3	4	5
\$ 118.042,12	+ \$ 43.805,68	+ \$ 35.507,45	+ \$ 70.431,42	+ \$ 59.345,23	+ \$ 69.165,68
-	1,35	1,8225	2,460375	3,32150625	4,484033438
- \$ 118.042,12	+ \$ 32.448,65	+ \$ 20.017,73	+ \$ 29.813,25	+ \$ 18.861,50	+ \$ 16.505,50

**VAN= \$ -4.239,43****Realizado por:** Quichimbo L., 2023.

### 5.16.2. TIR

Para el cálculo de la tasa interna de retorno se utilizó el flujo de caja tomando los valores de la utilidad neta proyectada para cinco años, determinando así un TIR del 33,1841%

**Tabla 5-53: Cálculo del TIR**

	1	2	3	4	5
\$ 118.042,12	+ \$ 43.805,68	+ \$ 35.507,45	+ \$ 70.431,42	+ \$ 59.345,23	+ \$ 69.165,68
-	1,330931832	1,771379541	2,362420261	3,146368206	4,190462235
- \$ 118.042,12	+ \$ 32.913,54	+ \$ 20.045,08	+ \$ 29.813,25	+ \$ 18.861,50	+ \$ 16.505,50

**0,00****Realizado por:** Quichimbo L., 2023.

### 5.16.3. Beneficio costos

A fin de obtener el beneficio costo con el fin de evaluar la rentabilidad del proyecto, aplicando la siguiente fórmula para el cálculo correspondiente.

$$PE = \frac{\text{Total ingresos}}{\text{Total costos operacionales}}$$

Donde:

- Ingresos= \$163.338,54
- Costos= \$95.731,49

$$PE = \frac{\$163.338,54}{\$95.731,49}$$

PE = 1,71, por cada dólar invertido en el proyecto se ganará \$0,71 por la empresa avícola.

### 5.16.4. Periodo medio de recuperación

Para el cálculo de la PRI se utilizó los flujos de caja de los 5 años y los flujos del VAN positivo que se presenta en la **Tabla 5-51**: Cálculo de VAN de los cinco años, recuperando la inversión en 3 años y 11 meses.

**Tabla 5-54:** Periodo medio de recuperación

1	2	3	4	5
\$ 43.805,68	\$ 35.507,45	\$ 70.334,52	\$ 59.026,48	\$ 68.846,93
\$ 35.441,49	\$ 23.242,48	\$ 37.248,87	\$ 25.291,41	\$ 23.866,69
\$ 35.441,49	\$ 58.683,98	\$ 95.932,84	\$121.224,25	\$145.090,95

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

Donde:

Inversión \$118.042,12

Año para recuperar la inversión= \$95.932,84

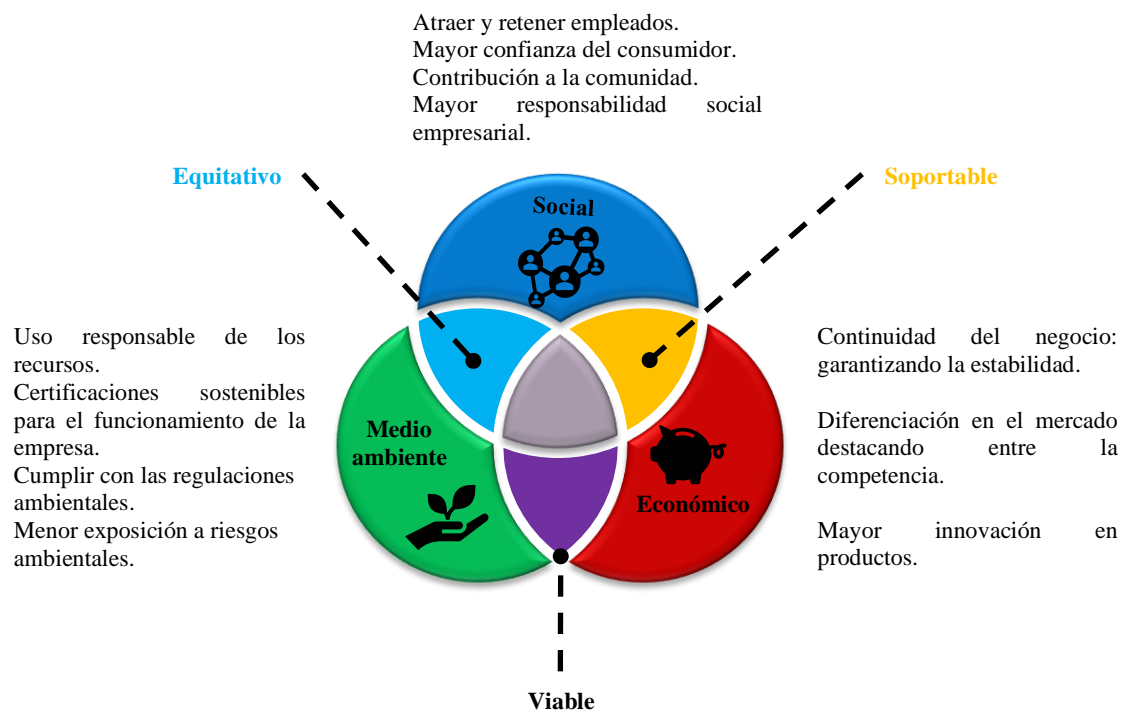
Diferencia = \$22.156,21

$$PRI = \frac{\$22.156,21}{\$1.988,89}$$

PRI = 11,14 PRI= 3 años y 11 meses

### 5.17. Maximización de la empresa de forma sostenible

El desarrollo sostenible de la empresa denominada Granja EQAV busca como enfoque empresarial equilibrar tres aspectos: la parte económica, social y el medio ambiente con el fin de conocer los beneficios se presenta la **Ilustración 5-13**.



**Ilustración 5-13:** Maximización de la empresa de forma sostenible

**Realizado por:** Quichimbo L., 2023.

Es de suma importancia tener en cuenta los tres aspectos presentados anteriormente ya que así se puede lograr la maximización de la empresa equilibrando los tres aspectos fundamentales, destacando en:

La creación de una empresa no solo conlleva beneficios económicos, sino que también puede tener un impacto positivo en la sociedad en general. Entre los beneficios sociales al crear una empresa podemos destacar: la generación de empleo ya que de las contribuciones más significativas de las empresas a la sociedad es la creación de empleo. Al contratar a trabajadores, las empresas contribuyen a reducir el desempleo y brindan a las personas la oportunidad de generar ingresos y mejorar su calidad de vida.

Las empresas avícolas pueden generar varios beneficios económicos significativos, tanto a nivel local como nacional. Entre cuales se destaca: la generación de ingresos ya que empresas avícolas producen y venden carne de ave, huevos y otros productos relacionados, lo que genera ingresos constantes. El crecimiento de la industria por la demanda de carne de ave y huevos sigue siendo

alta en muchas partes del mundo, lo que crea oportunidades de crecimiento y expansión para las empresas. La diversificación de ingresos ya que dentro de la empresa busca la diversificar sus operaciones al incluir la producción de subproductos, como abono orgánico o productos de alto valor agregado, lo que aumenta los ingresos.

La empresa busca generar una serie de beneficios ambientales cuando adopta prácticas y políticas que están enfocadas en la sostenibilidad y la reducción del impacto ambiental como se menciona en la página 64, en el punto **5.11. Buenas prácticas en la producción avícola** lo cual trae consigo varios aspectos positivos para la empresa como, por ejemplo: reducción del impacto ambiental, mayor eficiencia en el uso de recursos, cumplimiento de regulaciones, contribución a la seguridad alimentaria.

### **5.18. Resumen del marco propositivo**

Para este proyecto se determinó una inversión inicial de \$118.089,05 representando un 76.55% en inversión del Capital de trabajo, seguido del 22,60% los activos fijos y el 0,85% de los activos diferidos, el valor será financiado con el capital propio con un valor de \$70.853,43 y ajeno con un monto de \$47.235,62, obtenido un crédito para cinco años con una tasa de interés del 10,06% dándonos cuotas mensuales de \$12.479,74, y de manera mensual de un valor \$1039,98.

Dentro de la inversión de activos fijos se tiene una inversión total del primer año es \$26.690,00 en la cual encontramos: terreno y construcción que representa un 54,98%, seguido del vehículo con un porcentaje de 37,47%, en menores valores maquinaria y equipo con el 2,90%, muebles de oficina representa el 1,91% y herramientas con el 1,16%.

Por otro lado, dentro de los activos diferidos del primer periodo representa un total de \$1.000,00 teniendo tres gastos principales: gastos de constitución 45,50%, gastos de organización 5% y gastos de instalación con un porcentaje de 49,50%.

Con respecto al Capital de trabajo del año inicial se tiene una suma de \$74.880,95, en el cual la materia prima directa representa el 65,58% debido a que se encuentra la alimentación y adquisición de las aves de 17 semanas para el proceso de producción de huevos, seguido del 20,03% que es la mano de obra directa con dos personas encargadas de la producción y la mano de obra indirecta correspondiente al personal de aseo con el 9,52% del total de la inversión.

Una vez realizada la evaluación económica financiera se determinó un punto de equilibrio en dólares de \$95.933,34, un valor actual neto de \$27.001,90 con una tasa de retorno del 23,60% , una tasa interna de retorno para un lapso de 3 años y 11 meses, y con un beneficio costo de 0,71 centavos por cada dólar invertido.



## CONCLUSIONES

Una vez realizada la propuesta del proyecto de inversión para la creación de la empresa productora y comercializadora de huevos, se concluye que:

Las investigaciones confirman que la parroquia de Pan de Azúcar, como los sectores aledaños, actualmente no cuenta con negocios ni granjas avícolas; las granjas individuales no tienen condiciones necesarias ni capacidad para suministrar los ovoproductos al mercado, lo que crea una alta demanda insatisfecha y acceso a oportunidades de producción.

De acuerdo con el proyecto de inversión, se puede asegurar que la empresa avícola hará un aporte significativo al desarrollo de la provincia, ya que facilita la disponibilidad de productos, garantizando calidad, disponibilidad y precios promedio en el resto del sector, determinando un valor actual neto de \$27.300,29 con una tasa de retorno del 33,18% generando resultados positivos para la empresa avícola recuperando la inversión inicial en un lapso de 3 años y 11 meses.

Para este proyecto se determinó una inversión inicial de \$118.089,05 este monto será financiado con el capital propio en un 60% lo que representa \$70.853,43 y ajeno del 40% que representa un valor de \$47.235,62, obtenido un crédito para cinco años con una tasa de interés del 10,06% dándonos cuotas anuales de \$12.479,74, por otra parte, la rentabilidad que se busca es del 70% del producto.

Una vez realizado el análisis de todos los aspectos se determinó: el producto principal como giro del negocio es la venta de huevos y como productos secundarios la venta de abono y carne, contando con dos presentaciones para el primer año de 30 unidades a 3,68 y 14 unidades a 1,72 en la cual se busca una distribución directa con los consumidores, dando a conocer los productos mediante la utilización de redes sociales, y el correo electrónico.

## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda continuar con la idea de la implementación de la empresa “Granja EQAV”, ya que arrojaron resultados positivos mediante la investigación, promoviendo el crecimiento dentro de la parroquia Pan de Azúcar brindando un producto de calidad.

Es práctico explorar nuevas oportunidades de mercado y desarrollar estrategias que permitan acceder a nuevos productos que beneficien la nutrición del consumidor y promuevan el bienestar animal, logrando así la diversificación de productos e ingresos.

La existencia de todos los recursos necesarios mencionados en los estudios de mercado, estudios técnicos, estudios económicos y evaluaciones, que permitan obtener los recursos necesarios para la producción y comercialización del producto; en los primeros años se comercializará el comercio de huevos para entender el mercado en el futuro, aspirando vender otros productos.

Una administración responsable basada en el mantenimiento de un control interno efectivo sobre los ingresos, costos y gastos permitirá a la empresa alcanzar las metas de rentabilidad planificadas y lograr un crecimiento razonable a largo plazo.

## BIBLIOGRAFÍA

- Angulo, L. (2020). Implementación de una granja avícola para la producción y comercialización ecológica de huevos y carnes de aves domésticas con sellos verdes articulada con la pedagogía ancestral en el Municipio de Puerto Caicedo (Putumayo). In *Fundación Universitaria de Popayán*. Fundación Universitaria de Popayán.
- Arévalo, G. (2019). Fundamentos de mercadeo. In *Fundamentos de mercadeo* (Primera). <https://doi.org/10.33132/9789585459649>
- Arispe, C., Yangali, J., Guerrero, M., Lozada, O., Acuña, L., & Arellano, C. (2020). *La Investigación Científica* (Universidad Internacional del Ecuador (ed.); Primera).
- Cabezas, E., Andrade, D., & Torres, J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica* (Primera ed).
- Calderón, J. (2021). El punto de equilibrio y su relación con la utilidad bruta de la empresa Ávila Mantenimientos generales S.A.C. del distrito de Chilca en el año 2018. In *Repositorio*. Universidad Autónoma del Perú.
- Campos, L. (2020). *Integración de datos en investigación de métodos mixtos: desafío y oportunidad para la enfermería*. 29, 1. <https://doi.org/10.1590/1980-265x-tce-2020-0002-0003>
- Campoverde, R., Nicole, H., Barrera, N., Walter, G., González, S., & Omar, C. (2019). *Aplicación de herramientas financieras en proyectos de inversión: Caso Empresa Productora de Chocolates Artesanales Application of financial tools in investment projects: Company Case Producer of Artisan Chocolates*. 0–1. <https://scholar.google.com/citations?hl=es&authuser=1&user=k-g1x70AAAA> Académico: <https://scholar.google.com/citations?hl=es&user=aGJFuy0AAA> AJ [https://scholar.google.es/citations?view\\_op=search\\_authors&mauthors=carlos+soto+gonzalez&hl=es&oi=ao](https://scholar.google.es/citations?view_op=search_authors&mauthors=carlos+soto+gonzalez&hl=es&oi=ao)
- Cardona, J. (2018). *Formulación y evaluación de proyectos*. (Ediciones).
- Castrellon, A., & Martínez, C. (2018). Creación de una empresa productora y comercializadora de huevos en la ciudad de Montería Córdoba [Corporación Unificada Nacional de Educación Superior “CUN”]. In *Corporación Unificada Nacional de Educación Superior* (Issue 1). [http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1120700020921110%0Ahttps://doi.org/10.1016/j](http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1120700020921110%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.reuma.2018.06.001%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.arth.2018.03.044%0Ahttps://reader.elsev) .reuma.2018.06.001%0A <https://doi.org/10.1016/j.arth.2018.03.044%0Ahttps://reader.elsev>

ier.com/reader/sd/pii/S1063458420300078?token=C039B8B13922A2079230DC9AF11A333E295FCD8

- Caviedes, Y., & Novoa, R. (2022). *Viabilidad financiera para la constitución y comercialización de huevos en el municipio de Ortega Tolima y municipios aledaños* (Issue 1). Universidad Antonio Nariño.
- CONAVE. (2023). *Cifras actualizadas del sector avícola*. CONAVE. <https://conave.org/cifras-actualizadas-del-sector-avicola/>
- Contreras, O., Pirazán, A., & Villarreal, M. (2021). ¿Son la Misión y Visión Verdaderos Promotores de Ventaja Competitiva e Innovación? *Editorial Universitat Politècnica de València, November*, 1–8. <https://doi.org/10.4995/inn2020.2020.11828>
- Diario Vasco. (2021). *El huevo, un alimento básico y esencial*. La Despensa. <https://www.diariovasco.com/gastronomia/despensa/alimento-basico-esencial-20210129131931-nt.html>
- Díaz, S. (2022). *Sistema de criptografía para la seguridad de datos de empresas pymes*. Dr. José Gregorio Hernández.
- Elizalde, L. (2019). Los estados financieros y las políticas contables. *Digital Publisher*.
- Fernández, V. (2020). Tipos de justificación en la investigación científica. *Espí-ritu Emprendedor TES*, 4(3), 65–76. <https://doi.org/10.33970/eetes.v4.n3.2020.207>
- Guevara, G., Verdesoto, A., & Catro, N. (2022). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo*, 21(1), 3. <https://doi.org/10.6018/eglobal.441711>
- Haro, A. (2021). La estructura financiera y el fracaso empresarial: una apreciación a las grandes empresas de pesca y acuicultura. *Revista Ciencia Multidisciplinaria CUNORI*, 5(1), 1–16. <https://doi.org/10.36314/cunori.v5i1.148>
- INEC. (2022). *Boletín técnico*.
- León, V., Erazo, J., Nerváez, C., & Solís, J. (2019). Marketing mix de servicios de valor agregado de última milla. Valor y trascendencia de las 4 P. *Visionario Digital*, 3(2.2), 145–172. <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i2.2.628>
- Logroño, J. (2022). *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa avícola en la matriz del Cantón Guamote Provincia de Chimborazo período 2021-2025*. Escuela Superior

Politécnica de Chimborazo.

- López, J. (2021). *Tipos de Proyectos Empresariales*. <https://opmintegral.com/portafolio-de-programas-y-proyectos/tipos-de-proyectos-empresariales/>
- Ministerio de Finanzas y Economía Perú. (2023). *Ciclo del Proyecto*. [https://www.mef.gob.pe/mefportal35/index.php?option=com\\_content&view=article&id=876&Itemid=100884&lang=es](https://www.mef.gob.pe/mefportal35/index.php?option=com_content&view=article&id=876&Itemid=100884&lang=es)
- Moncayo, Y. P., Salazar, M. V., & Avalos, V. G. (2021). El estudio de mercado como estrategia para el desarrollo de productos en el sector rural. Caso de estudio Parroquia Bayushig. *Polo Del Conocimiento*, 6(3), 2205–2220. <https://doi.org/10.23857/pc.v6i3.2501>
- Montano, J. (2021). *Investigación no experimental*. <https://www.lifeder.com/investigacion-no-experimental/>
- Moreno, N. (2016). Introducción a la gerencia de proyectos: conceptos y aplicación. In *Introducción a la gerencia de proyectos: conceptos y aplicación* (Primera). <https://doi.org/10.21158/9789587564501>
- Núñez, D. B., & Montero, D. B. (2019). Análisis de la innovación tecnológica avícola ecuatoriano en el contexto de industria 4.0. *Revista Investigación Tecnológica / ISTCT*, 7–15.
- Pacheco, F. (2019). Módulo costos de producción. In *Módulo costos de producción* (Primera).
- Palacio, C. (2019). *Medidas de adaptación/mitigación ante islas de calor en el valle de Aburrá*. Universidad EIA.
- Peñafiel, J., Pibaque, M., & Pin, J. (2019). La importancia de la Planificación Estratégica para las pequeñas y medianas empresas (PYMES). *Revista Científica FIPCAEC (Fomento De La Investigación Y Publicación Científico-Técnica Multidisciplinaria)*, 4, 4. <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/105>
- Pérez, A. (2021). *Valores empresariales que no pueden faltar en tu negocio*. <https://www.obsbusiness.school/blog/valores-empresariales-que-no-pueden-faltar-en-tu-negocio>
- Pozo, G., & Palacios, P. (2020). Importancia De La Implementación De Manuales De Funciones En Empresas. *Revista de Investigación Formativa: Innovación y Aplicaciones Técnico - Tecnológicas*, 2(2), 12–20. <https://ojs.formacion.edu.ec/index.php/rei/article/view/242/328%0Ahttps://ojs.formacion.edu.ec/index.php/rei/article/view/242>

- Rodríguez, F. (2018). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión: una propuesta metodológica.. Instituto Mexicano de Contadores Públicos. (Primera).*
- Rodríguez, G. (2022). *Microeconomía: teoría y ejercicios (Grupo Edit).*
- Sáenz, L. (2022). Competencia contable básica en la formación de contadores públicos autorizados. *Revista Saberes Apudep, 3(2), 1–17.*
- Sánchez, A., Revilla, D., Alayza, M., Sime, L., Mendivil, L., & Tafur, R. (2020). Método de investigación fenomenológico. In *Pontificia Universidad Católica del Perú (Primera).* <https://files.pucp.edu.pe/posgrado/wp-content/uploads/2021/01/15115158/libro-los-metodos-de-investigacion-maestria-2020-botones-2.pdf>
- Secretaría de Planificación. (2021). *Proyecciones y Estudios Demográficos.* Sistema Nacional de Información. <https://sni.gob.ec/proyecciones-y-estudios-demograficos>
- Solís, C. (2019). La percepción de la sostenibilidad de estudiantes de Máster en educación ante los objetivos de desarrollo sostenible. *Espacios, 40(39), 11.*
- Torres, M., & Inga, K. (2020). Métodos de recolección de datos para una investigación. *Indian Journal of Dental Research, 3, 3.* <https://doi.org/10.4103/0970-9290.186230>
- Tubón, M. (2022). *Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa avícola en la parroquia de Cunchibamba en la ciudad de Ambato.* Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- Vargas Molina, D., & Méndez, H. S. (2019). Fuentes de información y recursos electrónicos en los laboratorios de Farmacotécnica. *Revista Ciencia y Salud Integrando Conocimientos, 3(1), 10–15.* <https://doi.org/10.34192/cienciaysalud.v3i2.19>
- Vasques, G., Parrales, D., & Morales, V. (2021). Proceso administrativo: factor determinante en el desarrollo organizacional de las mipymes. *Revista Publicando, 8(31).* <https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2249>
- Vizmanos, B., Mejía, J., Fránquez, Y., Cortés, C., Betancourt, A., & Bernal, M. (2022). Bases para fundamentar un anteproyecto de investigación. *Revista de Educación y Desarrollo, 61, 81–96.*

## ANEXOS

### ANEXO A: ENCUESTA A LA POBLACIÓN



**epoch**

Facultad de  
Administración  
de Empresas



ISO 9001:2015  
BUREAU VERITAS  
Certification



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
CARRERA DE FINANZAS**

**Objetivo de la Encuesta:** Determinar la factibilidad para la creación de una empresa avícola en la parroquia Pan de Azúcar, Provincia de Morona Santiago.

#### **Preguntas generales**

#### **Datos demográficos**

**1. ¿Qué edad tiene?**

- 15 a 24 años
- 25 a 34 años
- 35 a 44 años
- Más de 45 años

**2. La actividad económica que realiza es:**

- Comercio
- Construcción
- Actividades profesionales
- Transporte
- Estudiante
- Ama de casa
- Otra

#### **Producto**

**3. ¿Usted consume ovoproductos (huevos de gallina)?**

- Si

- No
- A veces

**4. ¿Con qué frecuencia consume ovoproductos?**

- Diaria
- Semanal
- Quincenal
- Mensual

**5. ¿Qué cantidad de ovoproductos consume usted semanalmente?**

**6. ¿Cuántos miembros son en su familia?**

- Menos de tres personas
- De 3 a 5 personas
- Más de 6 personas

**7. ¿Cuál es la cantidad de huevos que consume su familia a la semana?**

- Menos de 10 unidades
- Más de 10 unidades

**8. ¿Qué prefiere en la compra de ovoproductos?**

- Calidad
- Precio
- Presentación
- Todas las anteriores

**9. ¿Qué opina de los precios de los ovoproductos?**

- Bueno
- Regular
- Malo



**10. ¿Qué precio que está dispuesto a pagar por la cubeta de huevos?**

3,00

3,50

3,75

**Plaza o mercado**

**11. ¿Dónde prefiere comprar los ovoproductos?**

Tiendas

Supermercados

Otras

**Publicidad y promoción**

**12. En caso de crearse una empresa productora y comercializadora de huevos en el sector, usted consumiría usted este producto.**

Si

No

Tal vez

**13. En qué medio le gustaría que se dé a conocer el producto.**

Televisión

Hojas volantes

WhatsApp

Facebook

Instagram

## ANEXO B: ENCUESTA A TIENDAS



**epoch**

Facultad de  
Administración  
de Empresas



ISO 9001:2015  
BUREAU VERITAS  
Certification



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
CARRERA DE FINANZAS**

**Objetivo de la Encuesta:** Estudiar la oferta de ovoproductos de gallina que existe dentro del Cantón Morona.

**1. ¿Cuántas distribuidoras de huevos conoce usted en la localidad?**

- Una
- Dos
- Tres
- Más de tres
- Ninguna

**2. ¿Con qué frecuencia compra huevos?**

- Diario
- Semanal
- Mensual

**3. ¿Qué cantidad de cubetas con huevos compra?**

Número de cubetas:.....

**4. ¿Cuál es la región de donde adquiere los huevos para la venta?**

- Costa
- Sierra
- Oriente

**5. ¿Cuál es el método de pago utiliza para comprar los huevos?**

- Efectivo

- Contado

**6. ¿En qué se fija al momento de comprar?**

- Calidad
- Precio
- Empaque
- Todas las anteriores

**7. ¿Qué huevos prefiere adquirir?**

- Medianos
- Pequeños
- Grandes

**8. ¿A qué precio adquiere los huevos por cubetas al por mayor?**

- \$3,00
- \$3,25
- \$3,50
- \$3,75

## ANEXO C: PROYECCIÓN DE CONSUMO EN DOS AÑOS

Programa de alimentación				
Etapa	Edad	Consumo de maíz/ alimento	Semana	Kg
Producción	Semana 18	89	623	0,623
	Semana 19	90	630	0,63
	Semana 20	100	700	0,7
	Semana 21	104	728	0,728
	Semana 22	107	749	0,749
	Semana 23	109	763	0,763
	Semana 24	111	777	0,777
	Semana 25	112	784	0,784
	Semana 26	113	791	0,791
	Semana 27	114	798	0,798
	Semana 28	115	805	0,805
	Semana 29	115	805	0,805
	Semana 30	115	805	0,805
	Semana 31	115	805	0,805
	Semana 32	115	805	0,805
	Semana 33	115	805	0,805
	Semana 34	115	805	0,805
	Semana 35	115	805	0,805
	Semana 36	115	805	0,805
	Semana 37	115	805	0,805
	Semana 38	115	805	0,805
	Semana 39	115	805	0,805
	Semana 40	115	805	0,805
	Semana 41	115	805	0,805
	Semana 42	115	805	0,805
	Semana 43	115	805	0,805
	Semana 44	115	805	0,805
	Semana 45	115	805	0,805
	Semana 46	115	805	0,805
	Semana 47	115	805	0,805
	Semana 48	115	805	0,805
	Semana 49	115	805	0,805
	Semana 50	115	805	0,805
	Semana 51	115	805	0,805
	Semana 52	115	805	0,805
	Semana 53	115	805	0,805
	Semana 54	115	805	0,805
	Semana 55	115	805	0,805
	Semana 56	115	805	0,805
	Semana 57	115	805	0,805
	Semana 58	115	805	0,805
	Semana 59	115	805	0,805
	Semana 60	115	805	0,805
	Semana 61	115	805	0,805
	Semana 62	115	805	0,805
	Semana 63	115	805	0,805
	Semana 64	115	805	0,805
	Semana 65	115	805	0,805
	Semana 66	115	805	0,805
	Semana 67	115	805	0,805
	Semana 68	115	805	0,805

Semana 69	115	805	0,805
Semana 70	115	805	0,805
Semana 71	115	805	0,805
Semana 72	115	805	0,805
Semana 73	115	805	0,805
Semana 74	115	805	0,805
Semana 75	115	805	0,805
Semana 76	115	805	0,805
Semana 77	115	805	0,805
Semana 78	115	805	0,805
Semana 79	115	805	0,805
Semana 80	115	805	0,805
Semana 81	115	805	0,805
Semana 82	115	805	0,805
Semana 83	115	805	0,805
Semana 84	115	805	0,805
Semana 85	115	805	0,805
Semana 86	115	805	0,805
Semana 87	115	805	0,805
Semana 88	115	805	0,805
Semana 89	115	805	0,805
Semana 90	115	805	0,805
Semana 91	115	805	0,805
Semana 92	115	805	0,805
Semana 93	115	805	0,805
Semana 94	115	805	0,805
Semana 95	115	805	0,805
Semana 96	115	805	0,805
Semana 97	115	805	0,805
Semana 98	115	805	0,805
Semana 99	115	805	0,805
Semana 100	115	805	0,805
<b>TOTAL</b>	<b>9444</b>	<b>66108</b>	<b>66,108</b>

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

#### ANEXO D: PROYECCIÓN DE CONSUMO PARA EL AÑO 1 Y 2

Año 1 y 2				
Consumo por ave en dos años kg	Total de aves	Consumo total en dos años kg	Consumo anual en kg	Quintales balanceados
66,108	4000	264432	132216	1322

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

#### ANEXO E: PROYECCIÓN DE CONSUMO PARA EL AÑO 3

Año 4 y 5				
Consumo por ave en dos años kg	Total de aves	Consumo total en dos años kg	Consumo anual en kg	Quintales balanceados
66,108	4300	284264,4	142132,2	1421

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

**ANEXO F: PROYECCIÓN DE CONSUMO PARA EL AÑO 4 Y 5**

Año 4 y 5				
Consumo por ave en dos años kg	Total de aves	Consumo total en dos años kg	Consumo anual en kg	Quintales balanceados
66,108	5000	330540	165270	1653

Realizado por: Quichimbo L., 2023.

**ANEXO G: CUADRO DE RESUMEN DE LAS GALLINAS PONEDORAS**

Periodo de postura	80 sem.	90 sem.	100 sem.
Viabilidad (%)	94	93	93
Edad al 50% de producción	145	145	145
Pico de puesta (%)	96.5	96.5	96.5
Peso promedio del huevo (g)	62.6	62.8	63.0
Huevos por gallina alojada	374	425	470
Masa de huevos por gallina alojada (kg)	23.4	26.7	29.6
Consumo promedio de alimento (g/día)	114	113	112
Índice de conversión (kg/kg)	2.08	2.11	2.15
Peso Corporal (g)	1940	1955	1975
Resistencia de la cáscara (g/cm <sup>2</sup> )	4100	4100	4100
Color de la cáscara (Lab)	14.0	14.0	14.0
Unidades Haugh	81	81	81

Fuente: Empresa ISA, 2023.



**epoch**

**Dirección de Bibliotecas y  
Recursos del Aprendizaje**

**UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y  
DOCUMENTAL**

**REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA**

**Fecha de entrega:** 28/ 11 / 2023

<b>INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)</b>
<b>Nombres – Apellidos:</b> QUICHIMBO VERA LIA JESSENIA
<b>INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</b>
<b>Facultad:</b> ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
<b>Carrera:</b> FINANZAS
<b>Título a optar:</b> LICENCIADA EN FINANZAS
<b>f. Analista de Biblioteca responsable:</b> ING. RAFAEL INTY SALTO HIDALGO

**1883-DBRA-UPT-2023**