



**CARRERA: TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN**

**TEMA:**

**“Proyecto de factibilidad para la creación de una granja productora y comercializadora de huevos de campo, ubicado en la parroquia Pacayacu, cantón Lago Agrio provincia de Sucumbíos”**

**Proyecto de Plan de Negocio previo a la obtención del título de Tecnólogo Superior en Administración**

**AUTOR: Jean Fabricio Zapata Pasuy**

**TUTOR: MSc. Kabir Olmedo**

**D.M. Quito, 21 de agosto de 2022**

## DEDICATORIA

Mi tesis la dedico con todo el amor y cariño:

A mis padres, Emigdio Zapata y María Pasuy, quienes me dieron la vida y me formaron como una persona de bien, gracias por darme las bases que me permiten seguir construir un mejor futuro para mí.

A mis hermanas Josselin, Rosario y mi hermano Miguel, gracias por estar para mí y siempre apoyarme en todo momento, también a mí sobrino Dylan, tú y tus ocurrencias nos sacas una sonrisa siempre. Los quiero mucho.

A mis abuelitos paternos, Eloy Zapata y Rosario Medrano, a pesar de la distancia y las circunstancias siempre los llevo en mi corazón.

A mis abuelitos maternos, Pedro Pasuy y Florinda España, espero que la vida nos permita tener más momentos juntos. Los quiero mucho

A mi esposa, Sylvania Vivanco, por ser mi más grande apoyo, sin ti a mi lado no se si en estos momentos estaría redactando este texto, tu paciencia y apoyo incondicional me dan la fuerza para seguir adelante, gracias por todo y por tanto mi amor, nunca cambies. Te amo.

A mi hijo Jean David, eres mi mayor inspiración para salir adelante, verte sonreír me llena de vida. Todo esto es para ti mi amor chirringo. Te amo hijo mío.

## **AGRADECIMIENTO.**

Expreso mis sinceros agradecimientos a las Autoridades del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, por brindarme la oportunidad de obtener mí título profesional, agradezco infinitamente también a mis profesores: a la MSc. Karina Falconí MBA, MSc. Noemy Sandoval, al Econ. Byron Baez MSc. al Ing. Christian Carvajal MSc. por haberme impartido sus conocimientos y formarme como un profesional, expreso mi gratitud y reconocimiento a ellos.

Agradezco también de manera especial al MSc. Kabir Olmedo, director de Tesis, quien con su paciencia y apoyo fue el cultor y guía para poder alcanzar con éxito la culminación de este proyecto.

A todos mis compañeros de la carrera de Administración extendiendo mi agradecimiento, de manera especial a: Mónica Alvares y Mauricio Fabara.

A todos quienes de una u otra manera aportaron desinteresadamente con sus valiosos conocimientos para llegar al feliz término de esta investigación.

## **AUTORÍA.**

Yo, Jean Fabricio Zapata Pasuy autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

**Jean Fabricio Zapata Pasuy**

D.M. Quito, 21 de agosto de 2022

**MSc. Kabir Olmedo**  
**Tutor de Trabajo de Titulación**

## **CERTIFICACIÓN**

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

MSc. Kabir Olmedo

D.M. Quito, 21 de agosto de 2022

## ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: El **MSc. Kabir Olmedo** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y el **Sr. Jean Fabricio Zapata Pasuy** por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - El **Sr. Jean Fabricio Zapata Pasuy** realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de una granja productora y comercializadora de huevos de campo, ubicado en la parroquia Pacayacu, cantón Lago Agrio provincia de Sucumbíos”**, para optar por el título de, Tecnólogo en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **MSc. Kabir Olmedo**

DOS. - Es política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, **MSc. Kabir Olmedo** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y el **Sr. Jean Fabricio Zapata Pasuy**, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de una granja productora y comercializadora de huevos de campo, ubicado en la parroquia Pacayacu, cantón Lago Agrio provincia de Sucumbíos”**, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

**MSc. Kabir Olmedo**



**Jean Fabricio Zapata Pasuy**

D.M. Quito, 21 de agosto de 2022

# ÍNDICE

## Índice de contenidos

DEDICATORIA .....	i
AGRADECIMIENTO. ....	ii
AUTORÍA.....	iii
CERTIFICACIÓN .....	iv
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	v
ÍNDICE .....	vii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES .....	xiv
1 RESUMEN EJECUTIVO. ....	2
2 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL .....	5
Creación de la empresa .....	5
Descripción de la empresa. ....	6
Importancia .....	6
Características. ....	7
Actividad. ....	8
Tamaño y distribución de la empresa. ....	9
Estudio Arquitectónico .....	10
Estructura interna del establecimiento. ....	11
Necesidades a satisfacer.....	12
Necesidades fisiológicas. ....	13
Seguridad. ....	13
Afiliación. ....	14
Reconocimiento. ....	15
Autorrealización.....	15
Localización de la empresa. ....	16
Filosofía empresarial.....	18
Misión. ....	18
Visión.....	18
Objetivos Empresariales. ....	19
Meta. ....	20



Estrategias.....	20
Políticas.....	23
La empresa.....	23
Con sus colaboradores.....	23
Con sus clientes.....	24
Con la Calidad.....	24
Con la Tecnología.....	25
FODA.....	26
Fortalezas.....	27
Oportunidades.....	27
Debilidades.....	28
Amenazas.....	28
Desarrollo organizacional.....	29
Tipo de estructura.....	29
Formalización.....	30
Centralización – Descentralización.....	31
Integración.....	32
Organigrama empresarial.....	36
Funciones del personal.....	37
<b>3 PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING.....</b>	<b>39</b>
Objetivo de mercadotecnia.....	39
Investigación de mercado.....	39
Modalidad.....	40
Plan de muestreo.....	41
Análisis de las encuestas.....	43
Encuesta aplicada a los habitantes del barrio central de Pacayacu.....	43
Entrevista aplicada a las panaderías de la parroquia Pacayacu.....	54
Análisis General.....	55
Entorno empresarial.....	57
Microentorno.....	57
Competencia directa.....	58
Competencia indirecta.....	58
Sustitutos.....	59

Proveedores.....	59
Intermediarios. ....	61
Clientes. ....	61
Macroentorno.....	62
Factor Político.....	63
Factor Económico.....	63
Factor Social.....	64
Factor Tecnológico.....	65
Producto y servicio.....	66
Producto Esencial.....	67
Producto Real.....	68
Características.....	69
Calidad.....	69
La Marca.....	70
Producto aumentado.....	71
Plan de introducción al mercado.....	72
Distintivos y uniformes.....	72
Material de identificación.....	75
Imagotipo.....	75
Tarjetas de presentación.....	77
Hoja membretada.....	79
Canal de distribución y puntos de venta.....	80
Riesgo y oportunidades del negocio.....	82
Fijación de precios.....	83
Fijación de precios por cubeta de huevos.....	83
Implementación del negocio.....	85
Edificaciones y construcciones.....	85
Arriendo del terreno.....	85
Vehículo.....	85
Equipos industriales.....	86
Equipos de computación.....	86
Muebles y enseres.....	87
Equipos industriales de seguridad.....	87

	Suministros de oficina.....	88
	Servicios básicos.....	88
	Materiales de limpieza.....	89
4	PROCESO DERECHO EMPRESARIAL.....	90
	Servicio de Rentas Internar / SRI.....	90
	Permiso de funcionamiento de los Bomberos.....	92
	Patente Municipal.....	92
	IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social).....	93
5	PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL.....	94
	Objetivo del área.....	94
	Impacto ambiental.....	95
	Residuos aprovechables.....	95
	Residuos no aprovechables y peligrosos.....	95
	Impacto social.....	98
	Trabajo decente y crecimiento económico.....	99
	Industria, innovación e infraestructura.....	100
	Producción y consumo responsable.....	101
6	PROCESO FINANCIERO.....	103
	Activos Fijos.....	103
	Activos diferidos.....	104
	Capital de trabajo.....	105
	Inversión total.....	106
	Sueldos.....	106
	Depreciación de activos fijos.....	108
	Amortizaciones.....	109
	Tabla de amortización.....	109
	Estructura de capital.....	110
	Punto de Equilibrio.....	112
	Costo de ventas.....	117
	Flujo de caja.....	119
	Evaluación financiera.....	121
	Cálculo del VAN y el TIR.....	122
	Recuperación el capital.....	123

CONCLUSIONES.....	125
RECOMENDACIONES.....	128
Referencias.....	130
ANEXOS.....	140

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Total de personal que interviene en la actividad _____	36
<b>Tabla 2.</b> ¿En qué rango de edades se encuentra? _____	43
<b>Tabla 3.</b> ¿Consumen huevos de gallina? Si su respuesta es "No", puede finalizar la encuesta. _____	44
<b>Tabla 4.</b> ¿Qué tipo de huevos son los que más consume? _____	45
<b>Tabla 5.</b> ¿Qué cantidad de huevos adquiere su familia semanalmente? _____	46
<b>Tabla 6.</b> ¿A qué precio usted encuentra este producto habitualmente? "La cubeta" _____	47
<b>Tabla 7.</b> ¿A qué precio usted encuentra este producto habitualmente? "Por unidad" _____	48
<b>Tabla 8.</b> ¿Dónde usted adquiere este producto? _____	49
<b>Tabla 9.</b> ¿Está usted de acuerdo con la calidad del producto que adquiere actualmente? _____	50
<b>Tabla 10.</b> ¿Si se implementara una empresa comercializadora y productora de huevos en la parroquia Pacayacu con mejores productos, precios y mejor atención, usted compraría? _____	51
<b>Tabla 11.</b> ¿En qué presentación compra normalmente este producto? _____	52
<b>Tabla 12.</b> ¿De las redes sociales más usadas, por cuál le gustaría informarse acerca de nuestro producto? _____	53
<b>Tabla 13.</b> ¿Qué cantidad de cubeta de huevos usted adquiere semanalmente para su negocio y a qué precio? _____	54
<b>Tabla 14.</b> Tabla de proveedores principales de "Avícola David" _____	60
<b>Tabla 15.</b> Tabla de precios _____	81
<b>Tabla 16.</b> Tabla del precio de venta al público _____	84
<b>Tabla 17.</b> Construcción del galpón. _____	85
<b>Tabla 18.</b> Arriendo del terreno _____	85
<b>Tabla 19.</b> Vehículo. _____	85
<b>Tabla 20.</b> Equipos industriales. _____	86
<b>Tabla 21.</b> Equipos de computación. _____	86
<b>Tabla 22.</b> Muebles y enseres. _____	87
<b>Tabla 23.</b> Equipos industriales de seguridad. _____	87

<b>Tabla 24.</b> Suministros de oficina. _____	88
<b>Tabla 25.</b> Servicios básicos. _____	88
<b>Tabla 26.</b> Materiales de limpieza _____	89
<b>Tabla 27.</b> Valores de la inversión fija _____	103
<b>Tabla 28.</b> Tabla de gastos amortizables. _____	104
<b>Tabla 29.</b> Capital de trabajo para 12 meses _____	105
<b>Tabla 30.</b> Inversión total de la empresa Avícola David _____	106
<b>Tabla 31.</b> Sueldos personal operativo y administrativo. _____	107
<b>Tabla 32.</b> Total decimos personal operativo y administrativo _____	107
<b>Tabla 33.</b> Valor total de sueldos. _____	107
<b>Tabla 34.</b> Tabla de depreciación activos fijos _____	108
<b>Tabla 35.</b> Gastos amortizables de la constitución. _____	109
<b>Tabla 36.</b> Amortización. _____	110
<b>Tabla 37.</b> Estructura de capital. _____	111
<b>Tabla 38.</b> Costos fijos _____	112
<b>Tabla 39.</b> Margen de contribución. _____	113
<b>Tabla 40.</b> Cálculo del punto de equilibrio. _____	113
<b>Tabla 41.</b> Cálculo del monto exacto de pérdidas/ganancias. _____	115
<b>Tabla 42.</b> Punto de Equilibrio. _____	116
<b>Tabla 43.</b> Ventas proyectadas. _____	116
<b>Tabla 44.</b> Costo de venta. _____	118
<b>Tabla 45.</b> Flujo de caja. _____	120
<b>Tabla 46.</b> Tabla del flujo de efectivo y los periodos respectivos. _____	122
<b>Tabla 47.</b> Cálculo del VAN y del TIR _____	122
<b>Tabla 48.</b> Recuperación del capital. _____	123
<b>Tabla 49.</b> Periodo de recuperación. _____	123

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 1.</b> Esquema y distribución de “Avícola David” _____	11
<b>Ilustración 2.</b> Pirámide de Maslow. _____	12
<b>Ilustración 3.</b> Mapa del Ecuador. _____	16
<b>Ilustración 4.</b> Mapa de la Provincia Sucumbíos _____	17
<b>Ilustración 5.</b> Ubicación de la empresa "Avícola David" _____	17
<b>Ilustración 6.</b> Atributos de cada elemento del análisis FODA _____	26
<b>Ilustración 7.</b> Pedido de pollitas / materia prima. _____	33
<b>Ilustración 8.</b> Diagrama del proceso de alimentación. _____	34
<b>Ilustración 9.</b> Diagrama del proceso de recolección de los huevos. _____	35
<b>Ilustración 10.</b> Organigrama de la empresa "Avícola David" _____	36
<b>Ilustración 11.</b> Pregunta 1, gráfico circular _____	43
<b>Ilustración 12.</b> Pregunta 2, gráfico circular _____	44
<b>Ilustración 13.</b> Pregunta 3, gráfico circular. _____	45
<b>Ilustración 14.</b> Pregunta 4, gráfico circular. _____	46
<b>Ilustración 15.</b> Pregunta 5, gráfico circular _____	47
<b>Ilustración 16.</b> Pregunta 6, gráfico circular _____	48
<b>Ilustración 17.</b> Pregunta 7, gráfico circular. _____	49
<b>Ilustración 18.</b> Pregunta 8, gráfico circular _____	50
<b>Ilustración 19.</b> Pregunta 9, gráfico circular. _____	51
<b>Ilustración 20.</b> Pregunta 10, gráfico circular _____	52
<b>Ilustración 21.</b> Pregunta 11, gráfico circular. _____	53
<b>Ilustración 22.</b> Esquema del microentorno de Avícola David _____	57
<b>Ilustración 23.</b> Esquema del macroentorno de “Avícola David” _____	62
<b>Ilustración 24.</b> Prototipo de uniforme personal administrativos _____	72
<b>Ilustración 25.</b> Prototipo de uniforme personal operativo _____	73
<b>Ilustración 26.</b> Overol personal operativo. _____	74

<b>Ilustración 27.</b> Imagotipo de la empresa. _____	75
<b>Ilustración 28.</b> Tarjeta de presentación de la empresa, lado anverso. _____	77
<b>Ilustración 29.</b> Tarjeta de presentación de la empresa, lado reverso. _____	78
<b>Ilustración 30.</b> Hoja membretada de la empresa. _____	79
<b>Ilustración 31.</b> Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) _____	98
<b>Ilustración 32.</b> Gráfico punto de equilibrio _____	114



**“Proyecto de factibilidad para la creación de una granja productora y comercializadora de huevos de campo, ubicado en la parroquia Pacayacu, cantón Lago Agrio provincia de Sucumbíos”**

**Jean Fabricio Zapata Pasuy**

MSc. Kabir Olmedo

D.M. Quito, 21 de agosto de 2022

## **1 RESUMEN EJECUTIVO.**

En el mundo existe un crecimiento acelerado de la población, por lo que cada vez son más inciertas las perspectivas de alimentación, en este sentido criar gallinas de doble propósito se está convirtiendo en unas de las alternativas para cubrir esta demanda y mejorar la nutrición, ya que, el huevo es uno de los alimentos más económicos y completos, además, las gallinas una vez completada su etapa de postura son faenadas, o vendida en pie para el consumo de su carne.

El huevo es la mejor opción al momento de proveer de una sola, gran cantidad de vitaminas y minerales. Tanto la clara como la yema contienen una parte sustancial de proteínas de alto valor biológico.

Además, el huevo es la principal fuente que tenemos de colina, compuesto necesario para distintos procesos metabólicos. Y nos provee generosamente de vitaminas, así como de luteína y zeaxantina, carotenoides con acción antioxidante a los que se atribuye capacidad para prevenir la degeneración macular y enfermedades coronarias como el infarto cerebral (OCU, 2022)

Por este motivo y con el interés de impactar positivamente en la buena nutrición de las familias de la parroquia Pacayacu cantón Lago Agrio, y que, a su vez podamos intervenir en la reactivación económica empresarial, siendo creadores de fuentes de empleo y dando la oportunidad a la mano de obra local, se realiza el presente estudio.

El Proyecto de factibilidad para la creación de una granja productora y comercializadora de huevos de campo, se inicia con una investigación de mercado que nos permita conocer las condiciones de oferta y demanda, así como también los precios y la calidad del producto ofertado actualmente, para la consecución de este punto se realizó encuestas vía online y entrevistas a los propietarios de las panaderías de la parroquia, conociendo así la oportunidad de mercado que puede existir para el producto.

Concluida la investigación de mercado, se procede a realizar un estudio técnico que nos permita determinar la capacidad instalada de la granja, además de esto se detalla la localización a través de la macro localización y micro localización con el propósito de encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto.

Continuamente se especifica las características del proyecto y la ventaja competitiva que se plantea ante la competencia, se realiza una investigación del macro y micro entorno de la empresa para conocer qué factores afecta o beneficia al proyecto, lo que permitirá conseguir los mejores proveedores de materia prima, insumos y servicios para analizar costos de alimentación por ave, ofrecer un producto más económico y con altos niveles nutricionales, este apartado también se establece la estructura organizacional que tendrá la empresa y como se manejará administrativamente.

La empresa tiene presente que la primera impresión siempre cuenta, es por ello que también se realiza el diseño corporativo de la empresa, se selecciona los colores,

se diseña el imagotipo y se confecciona los uniformes acorde a los colores seleccionados con el objetivo de dar la mejor impresión posible a nuestros clientes, así también se realizan tarjetas de presentación con diseños llamativos, hojas membretadas y el letrero que se ubicara en la bodega central de la empresa para que los clientes tengan una referencia de la ubicación de la misma.

El estudio financiero es uno de los puntos más importantes, ya que, aquí se establece el monto de la inversión inicial, esta se realiza a través de un cuadro de fórmulas donde se incluye todo lo que vamos a necesitar para la puesta en marcha del proyecto y cuál será la fuente de estos montos; continuamente se establecen los costos de producción y los precios de venta que regirán durante la vida útil del proyecto, así también se presenta el estado de pérdidas y ganancias para tener visión de las posibles utilidades de la empresa, seguidamente se determina el punto de equilibrio que permitirá que la empresa realice su actividad sin ocasionar perdidas.

Finalmente se realiza un estudio financiero basándonos los indicadores como el valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR) y la tasa mínima de rendimiento (TMAR) para determinar la factibilidad del proyecto sin que de ellos dependa básicamente la aceptación o no del mismo. Con la información que estos indicadores nos brinden, se realiza también el cálculo de la recuperación del capital en años, meses y días para saber el tiempo exacto en que la empresa recupere el capital inicial del proyecto.

## 2 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

### Creación de la empresa

“Avícola David” es un emprendimiento que nace tras la idea de implementar de un negocio que permita, desde luego, generar progreso a todos quienes involucre y que, además, sea amigable con el medio ambiente y se pueda implementar en una economía circulante y autosostenible. Teniendo en cuenta estos aspectos y considerando que las personas cada vez buscan alternativas de alimentación más saludables, nace la empresa “Avícola David”.

La empresa se dedicará a la comercialización de huevos orgánicos producidos de gallinas de la línea genética Isa Brown que son criadas al pastoreo y en galpones libres de jaula, es decir, estas gallinas la mayor parte del tiempo pasan en campos abiertos al aire libre, donde un porcentaje de su ingesta alimenticia la obtienen por sus propios medios, en ambientes donde ellas pueden expresar su comportamiento natural, esto además de disminuir los costos de alimentación ayuda a que las gallinas sean más saludables evitando así el uso excesivo de antibióticos y fármacos, otro factor es la disminución de la galleta que se generaría si ellas se criaran en jaulas; este proceso innovador mejora la calidad de vida del animal, obteniendo un producto más orgánico, nutritivo y con mejor sabor. “Gallinas felices, huevos más ricos”

## **Descripción de la empresa.**

### ***Importancia***

La pandemia del COVID – 19 fue un factor externo que perjudico en muchos aspectos a nuestro país, pero entre todas aquellas situaciones adversas también dejo algo bueno, y que en los meses de confinamiento las personas buscaron alternativas más saludables para alimentarse. Una encuesta mostró que los hábitos alimenticios en los ecuatorianos cambiaron durante la pandemia. La investigación identificó que la población adoptó una nutrición más balanceada y equilibrada durante los meses de cuarentena por la pandemia del covid-19. (Castellanos, LOS ECUATORIANOS COMIERON MÁS SANO DURANTE LA PANDEMIA, DICE ENCUESTA, 2020)

“Avícola David” al ser una empresa que se dedica a la crianza de gallinas en pastoreo, proporciona a estas aves un ambiente natural que les permite a ellas alimentarse del forraje verde de la zona, así como el maní forrajero (*Arachis pintoi*) leguminosa que les aporta altos niveles de proteína mejorando así la producción y la calidad del huevo y a su vez reduciendo los costos de alimentación (Universidad Nacional de Colombia , 2018)

Los clientes de “Avícola David” pueden tener la seguridad de que al consumir estos huevos, no solo están aportando al progreso y el sustento de la empresa, sino que también están consumiendo un producto saludable y cuya cadena de valor está

sustentada en una producción amigable principalmente con las gallinas y el medio ambiente, porque ellas viven en un entorno natural y se alimenta en mayor parte con lo que ellas mismo consiguen en el pastoreo y los restos de legumbres y hortalizas que se les proporciona en su alimentación, es por ello que se considera que estas gallinas viven mejor y sin el estrés del encierro. “Gallinas felices, huevos más ricos”

### *Características.*

“Avícola David” se fundamenta principalmente bajo el compromiso social y ambiental; garantizar buenas condiciones laborales para sus colaboradores es una de las principales metas de la empresa, así como también el cuidado y el buen trato a sus gallinas, brindando un ambiente óptimo y alimentación basada mayormente en productos orgánicos para garantizar que el producto final cumpla las expectativas esperadas por la empresa y sus clientes.

En cuanto a lo social, la empresa busca que sus colaboradores cuenten con un ambiente laboral adecuado escuchando siempre las opiniones que contribuyan a la mejora continua, además, de que esta labor garantice que los clientes sepan que están consumiendo un producto que no explota laboralmente a sus colaboradores y que las gallinas tienen un ambiente adecuado para desarrollar diariamente sus actividades naturales en pastoreo.

En la empresa, los colaboradores contarán con un contrato de trabajo individual de forma indefinida, con afiliación al seguro social y que cumpla con todos los derechos que estipula en el código de trabajo del Ecuador. En “Avícola David” tienen presente que la capacitación es un factor importante para la mejora continua, ya que no se puede innovar si no existen conocimientos que fundamenten las ideas, es por ello que la empresa se compromete a tener un plan de capacitación continua teniendo en cuenta que se realice en horarios laborales, sin interrumpir la producción y que no se perjudique al trabajador en sus días libres u horas de descanso.

Con la comunidad, “Avícola David” se compromete a realizar campañas de concientización social, ecológica y de protección animal, se sustenta bajo la idea de que siempre se puede realizar una actividad económica donde involucre animales y que se la puede realizar sin tener que recurrir al maltrato de ellos para maximizar la producción, la empresa, mediante el ejemplo realizará campañas educativas haciendo uso de las redes sociales donde se muestran consejos y metodologías que se aplican en “Avícola David” que permiten mejorar las condiciones de vida de los animales sin afectar al medio ambiente y la economía de la empresa.

### ***Actividad.***

“Avícola David” es una empresa que se dedica a la producción y comercialización de huevos orgánicos, el producto principal son los huevos, las gallinas de línea genética



Isa Brown son criadas al pastoreo, es decir, gran parte del día pasan fuera del galpón donde consiguen ellas sus propios alimentos y además se les suministras legumbres como la col, la lechuga, la zanahoria y se utiliza porcentajes bajos de concentrado que son un complemento nutricional para mejorar la producción y la calidad del huevo.

### **Tamaño y distribución de la empresa.**

“Avícola David” al ser una empresa que solo empleará a dos personas en sus inicios, se constituye como una microempresa, ya que, además, según este plan de negocios, el valor bruto en ventas anuales no superará los \$ 100.000,00 cantidad establecida por la Comunidad Andina de Naciones (CAN) y que Ecuador toma como referencia. (Banco Pichincha, 2021)

“Avícola David” se divide en dos secciones operativas; la primera que viene siendo el área de producción y la segunda es el área de almacenamiento o bodega. Para el área de producción se ha designado la remodelación de un galpón que ya existía dentro de la finca donde se realizará la actividad. El galpón constará de instalaciones principales y accesorios donde se refugiarán las gallinas tras caer la noche y para los días con climas desfavorables, dentro del galpón se encuentran los nidales donde realizan su postura, comederos bebederos y perchas.

También constará con una sala de selección y almacenamiento temporal de los huevos, donde se realiza la recepción, control y limpieza para su posterior traslado a

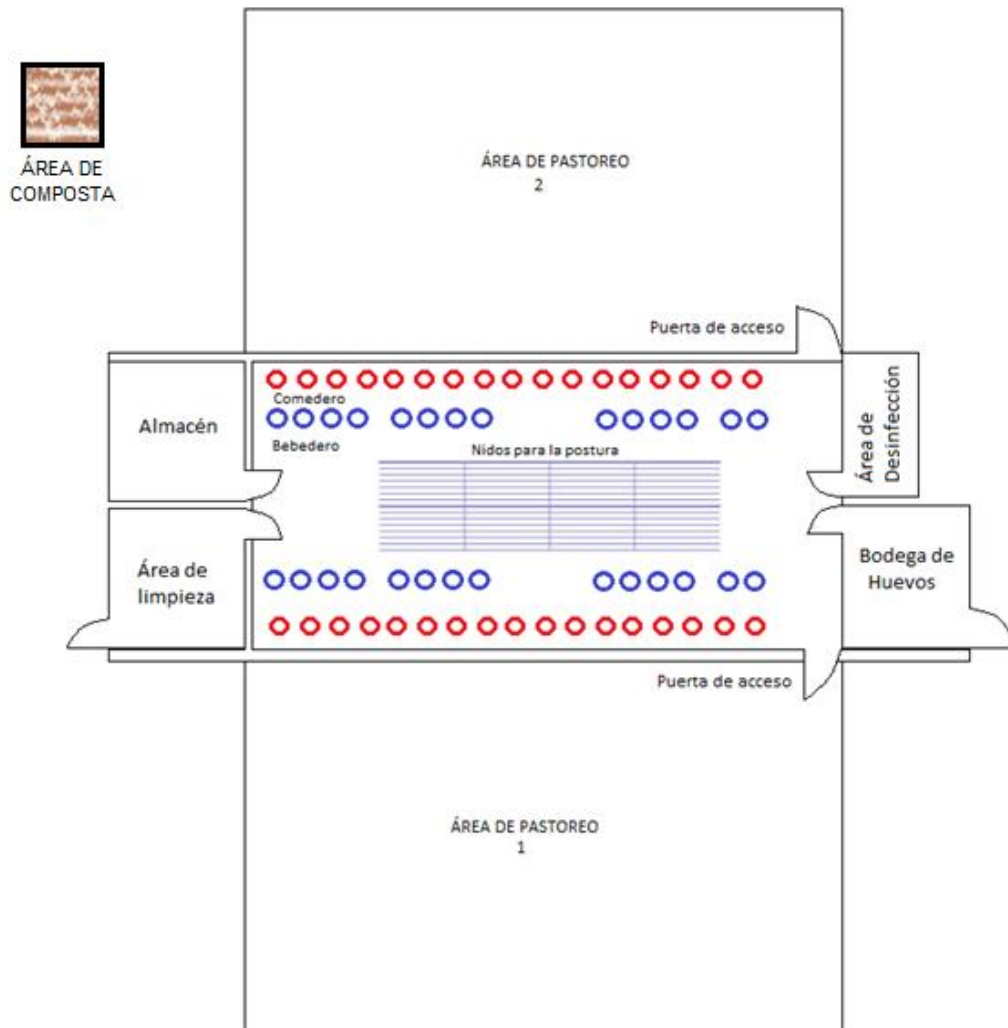
bodega donde se almacenará para su distribución o venta en el sitio. De la misma manera existirá una sala que estará seguido de la sala de huevos, esta sala es la de preparación y almacenamiento de balanceados y concentrados que se les proporciona mientras ellas permanecen dentro del galpón, seguido también existirá el área de limpieza y lavados de sus comederos y bebederos, así como también la sala de almacenamiento de las distintas herramientas de trabajo y limpieza. “Avícola David” también contará con un sitio de desinfección que se realizará todo el personal, previo al ingreso a cualquier área de producción.

### *Estudio Arquitectónico*

“Avícola David” tiene proyectado empezar con un manejo de 2000 gallinas de raza Isa Brown en su primer año, tomando en cuenta esta consideración y según el manual de manejo de ponedoras para huevo comercial (Solla Nutrición Animal, s.f.) el espacio recomendable es de 7 gallinas por metro cuadrado, además se utilizará espacios adicionales para bodega de alimentos, área de desinfección y zona de prealmacenamiento y control de huevos, a 250 metros se ubicara una pequeña construcción que será exclusiva para la composta, es decir para el tratamiento de la gallinaza, los restos de desperdicios de las legumbres, hortalizas y también la mortalidad de las aves.

### *Estructura interna del establecimiento.*

**Ilustración 1.** Esquema y distribución de “Avícola David”



*Nota.* El gráfico muestra la manera como se distribuiría el área designada para el galpón de las gallinas y la zona de pastoreo.

## Necesidades a satisfacer.

Ilustración 2. Pirámide de Maslow.



Fuente: (Shum, 2020)

La pirámide, se puede definir como una estandarización de acción humana versus la necesidad, dicha necesidad, son clasificadas por 5 niveles de forma jerárquica, donde, cada una de ellas se ubican en un nivel en particular y están relacionadas entre ellas. La pirámide fue creada por Abraham Maslow en su obra “Una teoría sobre la motivación humana”, en el año 1943, donde este concepto psicológico busca la manera de comprender según las acciones que toman las personas están enlazadas para satisfacer una necesidad. (Shum, 2020)

### *Necesidades fisiológicas.*

“Avícola David” es una empresa que se dedicará a la crianza de gallinas de la línea genética Isa Brown para la comercialización de huevos, al ser este un producto alimenticio de primera necesidad y que se venderá en la parroquia Pacayacu, misma que pertenece a la provincia Sucumbíos, estaría cumpliendo y ubicándose en el primer escalón de la pirámide de Maslow, siendo esta necesidad la más importante que cubre la empresa.

### *Seguridad.*

En cuanto al cliente, los huevos que se comercializan en “Avícola David” pasan por un estricto control de calidad y pesaje donde previo a la venta se realiza una limpieza estricta del producto, usando la clara del huevo, esta técnica favorece a una mejor limpieza y fortalece la cáscara del huevo. Los clientes de “Avícola David” podrán tener la seguridad que están consumiendo un producto de buena calidad; los deportistas sabrán que este producto aporta los nutrientes necesarios que ellos esperan; los padres de familia podrán tener la plena confianza que están alimentando a sus hijos con productos de alto nivel proteínico que aporta a la buena salud y crecimiento.

En cuanto a los colaboradores de “Avícola David”, la empresa cuenta con políticas de calidad, seguridad laboral, y bioseguridad que garanticen un buen

ambiente laboral, fomentando el respeto mutuo entre todos y garantizando en lo máximo posible estabilidad laboral, así como también el pago puntual de sus haberes correspondientes por la actividad realizada.

En el “Avícola David” existirán áreas que garanticen la bioseguridad del ambiente dentro del galpón, esto con la finalidad de evitar enfermedades y que afecte a las gallinas y por ende a la calidad del producto.

### *Afiliación.*

En cuanto a los clientes, “Avícola David”, fomentará una comunidad de usuarios en las principales redes sociales; Facebook, Instagram y TikTok compartiendo contenido que aporte beneficio a la comunidad, mediante videos cortos sobre las técnicas más relevantes que se aplican en la empresa, el objetivo principal es formar una comunidad de usuarios que comparta la misma pasión por el agro, donde se integre y se compartan ideas entre todos.

En cuanto a sus colaboradores, “Avícola David” es una empresa que fomenta el respeto y la integración entre todos sus trabajadores, la administración, es una administración lineal orientada a funciones, que plantea que todos se sientan integrados y perciban su importancia dentro de la empresa y que sus actividades son igual de importantes para el progreso de la misma.

### ***Reconocimiento.***

En “Avícola David” tienen presente que sus clientes son un pilar fundamental para mantenerse en el tiempo, es por ello que plantean estrategias que les permita hacer conocer que cada uno de sus clientes son importantes para la empresa, realizando actividades en fechas importantes como, por ejemplo, el día de las madres, el día del padre, el día del niño, entre otros. Con esto la empresa realiza reconocimientos a sus clientes externos y de la misma manera a sus colaboradores internos que se sientan integrados y reconocidos dentro de la empresa.

### ***Autorrealización.***

En “Avícola David” también están cumpliendo con el último peldaño de la pirámide de Maslow, la autorrealización, ya que la empresa, al ofrecer un producto de campo y que además sus costos son relativos a los de la competencia, pero con calidad superior, el cliente tendrá la satisfacción que ha realizado una buena elección.

### Localización de la empresa.

“Avícola David” estará ubicado en la Provincia Sucumbíos, cantón Lago Agrio, parroquia Pacayacu, llegando a la parroquia el ingreso es por la vía al río Carabobo en la finca del Sr. José Vivanco.

Ilustración 3. Mapa del Ecuador.



**Fuente:** (Hablemos de Culturas, 2019)



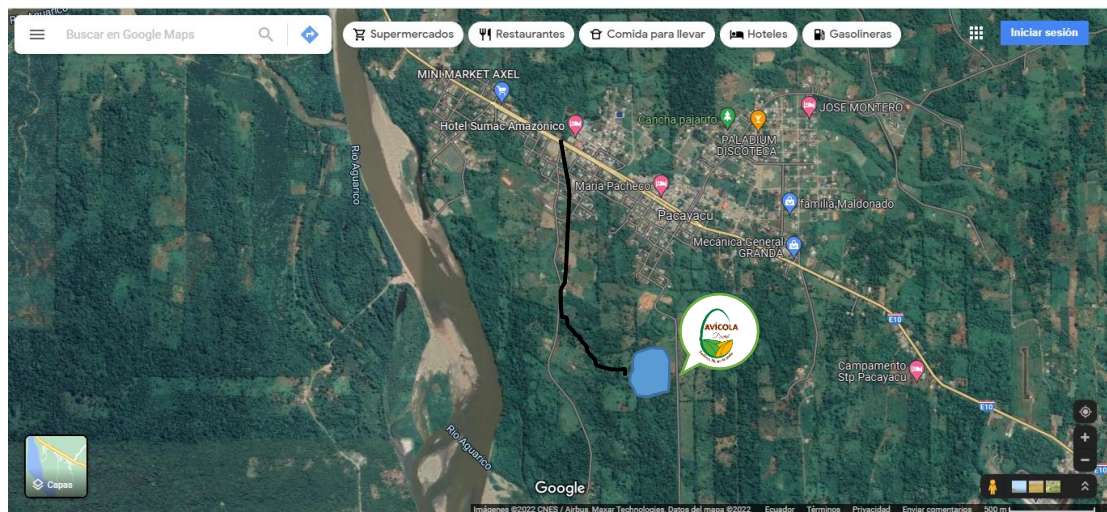
**Ilustración 4.** Mapa de la Provincia Sucumbíos



**Fuente:** (Creative Commons Attribution Share Alike , 2020)

*Nota:* "Avícola David" se ubica estratégicamente entre los cantones de Lago Agrio, Cuyabeno, Putumayo y Shushufindi, ventaja que le permitirá a la empresa reducir costos de distribución de su producto.

**Ilustración 5.** Ubicación de la empresa "Avícola David"



**Fuente:** (Google Maps, 2022)

### **Filosofía empresarial.**

La empresa “Avícola David” sustenta su actividad bajo los valores de la honestidad y la integridad, teniendo en cuenta que el uno no funciona sin el otro. Para la empresa, ofrecer un buen producto, satisfacer las expectativas de los clientes, atender las sugerencias de sus colaboradores y llevar un control estricto de la calidad que le permita mejorar los procesos de producción, reduciendo costos, pero sin afectar el bienestar de sus animalitos, es su prioridad. “Gallinas felices, huevos más ricos”

### ***Misión.***

Liderar el mercado local en ventas, reconocidos por nuestros clientes y consumidores por ofrecer un productos alimenticio más orgánico y de calidad, que genere crecimiento rentable y sostenible a la empresa en beneficio de sus trabajadores, socios, clientes y proveedores.

### ***Visión.***

Ampliar nuestra cobertura a nivel nacional a través de las alianzas estratégicas y la concesión de franquicias, con el fin de posicionarnos como la mejor empresa en venta de productos avícolas.

***Objetivos Empresariales.***

- *Vender el producto directamente al consumidor final:* A partir del día uno de producción, vender el producto directamente al consumidor final en un local propio con el fin de tener un mayor control sobre el mismo. (utilizar un canal de distribución directo)
- *Vender el producto a través de intermediarios:* A partir del cuarto mes de producción, trabajar con tiendas y supermercados locales que se encarguen de vender el producto al consumidor final, y así aumentar aún más la cobertura del producto (utilizar un canal de distribución indirecto).
- *Posicionamiento en Facebook:* Formar una comunidad de 1000 usuarios, seguidores de la Fan Page de la empresa a partir del tercer mes de comercialización del producto, en un periodo de cinco meses.

### ***Meta.***

“Avícola David”, en su primer mes de producción plantea comercializar sus productos a través de su local propio, donde le permite una interacción directa con sus clientes finales, para tener una mejor retroalimentación respecto a la calidad de su producto, además, a partir del cuarto mes se planifica trabajar con tiendas y supermercados que permitan llegar a más clientes.

Progresivamente se creará una cuenta oficial de Facebook donde se espera llegar a tener una cantidad de 1000 suscriptores en el lapso de 5 meses, que permita llegar a que más clientes conozcan el producto que se oferta en “Avícola David” para así, garantizar la comercialización de 1900 huevos diarios, misma que se espera llegar a tener a con un 95% de producción

### ***Estrategias.***

- *Optimizar recursos y reducir costos:* una ventaja que tiene la empresa es la ubicación de su bodega principal, con el objetivo de evitar costos en el arriendo de un local, “Avícola David” hace uso de un cuarto vacío dentro de la casa que es propiedad del gerente de la empresa, misma que se encuentra ubicada frente al parque central de la localidad, el cual es muy transitado y que a su vez con la utilización de un letrero

luminoso se llamará la atención de los transeúntes, esto también permite la facilidad de venta, ya que, al estar ubicado en la parte céntrica de la localidad, el cliente no tiene que trasladarse muy lejos para adquirir el producto y a la empresa le cuesta menos distribuirlo a domicilio.

- *Ampliar los puntos de venta con socios estratégicos:* a partir del cuarto mes de comercialización, la empresa se plantea ampliar sus puntos de venta pensando en el beneficio mutuo con la sociedad. En la parroquia Pacayacu, existen varias tiendas y dos supermercados pequeños; la empresa ha pensado en la tienda “la económica” y en el supermercado “La Ambateñita” como sus dos puntos importantes de expansión. Para lograr este acuerdo comercial, la empresa cederá un porcentaje de las ganancias por cubeta vendida al propietario del negocio.
- *Presencia en Redes Sociales:* La empresa, en su tercer mes de comercialización realizará campañas de publicidad dirigida utilizando Facebook, la red social con más usuarios registrados en Ecuador. Facebook logra alcanzar potencialmente a 13 millones de ecuatorianos vía campañas publicitarias. Lo que representa el 96% de la población activa en redes sociales mayor de 13 años. (Albino, 2021)
- *Aumento de la producción diaria:* La empresa tiene claro que para que un negocio crezca se debe tener la contabilidad y las finanzas claras para poder reinvertir las ganancias en el crecimiento del negocio, así

como también en la capacitación del personal. “Avícola David” buscará capacitar a sus colaboradores en el manejo a gran escala de la producción, la empresa tras cumplir su segundo año en el mercado local distribuyendo su producto directa o indirectamente, aumentará su capacidad productiva hacia nuevos mercados dependiendo de la demanda de estos, esto lo conseguirá tras posicionarse en ventas en la localidad, haciendo uso de redes sociales para alcanzar a nuevos clientes y de esta manera garantice la venta de su nueva capacidad productiva.

## **Políticas.**

### ***La empresa.***

La política de “Avícola David” es garantizar que el producto que ofrece a sus clientes cumpla con todos los requerimientos de calidad y llegue a satisfacer todas sus necesidades. Por esto la política que utiliza es de mejorar continuamente la atención a sus clientes con productos que cumplan con todos los requisitos de sanidad, calidad, teniendo en cuenta la constante evolución de la tecnología para no quedar desactualizados y preservando el bienestar de todo el personal tanto de planta como administrativo.

La empresa se encuentra dirigida por el Gerente General y C.E.O que establece como políticas fundamentales de la organización las siguientes:

### ***Con sus colaboradores.***

La empresa está comprometida con la salud y seguridad de todos sus trabajadores, con el convencimiento de que los accidentes de trabajo y las enfermedades laborales pueden y deben evitarse.

“Avícola David” se apega al principio de mejora permanente de la acción preventiva, donde prevalece la protección de la salud, actuación ante emergencias, dotación necesaria para el personal y uso correcto del equipo de protección personal

(EPP). Que sus trabajadores sean comprometidos y responsables contribuye al futuro de la empresa. Para “Avícola David”, las personas constituyen el valor más importante de la organización, es por ello que deben estar cualificadas e identificadas con los objetivos de la empresa y sus opiniones serán siempre atendidas.

### ***Con sus clientes.***

Es política de la empresa cumplir con las demandas de todos sus clientes brindándoles un producto de excelente calidad y así transmitir seguridad en la compra con precios razonables y justos. El trabajo multidisciplinario y en equipo es primordial para cumplir todas las expectativas y exigencias de los clientes de una manera eficiente y profesional. Dar un trato considerado, justo y amable a todos nuestros clientes, sin olvidar que son a quienes se debe la organización.

### ***Con la Calidad.***

La calidad está presente en todas las operaciones que incurren hasta la consecución del producto, para que, de esta manera se tenga control de los estándares que se establece en la empresa con relación a tamaño y costos de producción. Se debe elaborar informes de costo y de calidad con relación al procedimiento de control, los informes deben ser periódicos, donde se detalle el estado de la calidad de los productos para presentar a



todo el personal Administrativo. Se deberá garantizar el cumplimiento del requerimiento que tiene la empresa, de no cumplir, actuar brevemente con los cambios oportunos para que el producto llegue al cliente tal como realmente lo necesite.

*Con la Tecnología.*

“Avícola David” tiene como meta ser líder en el mercado local, llegando a más clientes e incrementando su producción, por lo tanto, está en continuo cambio, aplicando técnicas alimenticias más orgánicas que a través de los avances tecnológicos le permite abaratar costos y mejorar la calidad del huevo.

## FODA.

Un análisis FODA o DAFO es una herramienta diseñada para comprender la situación de un negocio a través de la realización de una lista completa de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Resulta fundamental para la toma de decisiones actuales y futuras. Este método fue desarrollado por M. Doshier, el Dr. O. Benepe, A. Humphrey, Birger Lie y R. Stewart en el Instituto de Investigaciones de Stanford en Estados Unidos entre 1960 y 1970. El objetivo era descubrir por qué fallaban las planificaciones corporativas a nivel gerencial en aquellos tiempos. (Pursell, 2022)

**Ilustración 6.** Atributos de cada elemento del análisis FODA

<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lo que la empresa hace bien.</li> <li>• Calidades que diferencian de la competencia.</li> <li>• Recursos y elementos internos como la experiencia.</li> <li>• Bienes tangibles como propiedades, inversiones o tecnología.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercados desatendidos</li> <li>• Pocos competidores en la industria o área</li> <li>• Necesidad inmediata por los servicios o productos.</li> <li>• Cobertura de los medios de comunicación.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aspectos que la empresa carece.</li> <li>• Aspecto que la competencia hace mejor</li> <li>• Recursos limitados</li> <li>• Propuestas de venta poco claras.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevos competidores</li> <li>• Cambios fiscales, ambientales o legales</li> <li>• Mala cobertura de los medios de comunicación.</li> <li>• Cambios de actitud de los clientes hacia la marca.</li> </ul>

**Fuente:** (Pursell, 2022)

## Análisis FODA de “Avícola David”

### *Fortalezas.*

- Producto orgánico.
- Localización estratégica de la empresa.
- Lote de terreno amplio para la libre crianza avícola.
- Mejora la calidad de vida del animal.

### *Oportunidades.*

- Alta demanda del producto.
- Poca competencia en el mercado de productos de huevos orgánicos.
- Estrategias de mercadeo en redes sociales para posicionamiento.
- Reducción de costos en alimentación y mayor rentabilidad de producción.

### *Debilidades*

- Poca experiencia acerca del método en pastoreo.
- Recursos económicos limitados para adquirir nuevas tecnologías y herramientas de trabajo.
- No contar con personal técnicos calificado en nómina.
- Base de clientes aun no definida.

### *Amenazas.*

- Muerte de las aves a causa de animales salvajes de la zona.
- Aumento de precios del concentrado.
- Nuevos competidores locales.
- Competencia con comercializadores internacionales ya establecidos.

## **Desarrollo organizacional.**

### ***Tipo de estructura.***

En “Avícola David” la organización de la empresa será de tipo plana u horizontal o bajo procesos, en el área de producción; el galpón, la bodega de huevos, el área de limpieza, la bodega de alimentos y en las zonas de pastoreo, los trabajadores serán productivos porque estarán más involucrados con la toma de decisiones y cada uno será responsable del área que manejan. Estará estructurada de la siguiente manera dividida por procesos:

- Estratégicos
- Operacionales
- Apoyo

### **Procesos estratégicos.**

El propietario, como Gerente General estará encargado de cumplir y hacer cumplir las políticas del proceso administrativo (Planifica, Organiza, Dirige y Controla) así como también de la planificación estratégica, gestión administrativa y controles internos.

### **Procesos Operacionales.**

El personal en campo, estará encargado de efectuar labores correspondientes al proceso de producción, además de la comercialización y distribución del producto.

### **Procesos de apoyo.**

La parte técnica, como la aplicación de vacunas, diagnóstico de las aves, revisión nutricional, control de peso, calidad, elaboración de programas de producción y elaboración de estadísticas de producción lo realizará personal externo. Respecto al servicio financiero, como es la contabilidad y las finanzas de la empresa, lo llevará un agente externo a la organización. El diseño de banners, tarjetas de presentación, y afiches que servirán para la publicidad de la marca, siempre y cuando la empresa lo requiera, también estará a cargo de personal externo a la empresa.

### ***Formalización.***

La empresa avícola cuenta con un local propio para comercializar sus productos, además de ello realizará campañas publicitarias para que la localidad identifique a la empresa y su actividad económica. La empresa estará orientada a procesos, contará

con políticas, normas y estrategias basadas en la misión de la misma, cumpliendo las leyes, ordenanzas y legislación laboral. Para su operación será legalmente constituida y cumplirá con las exigencias solicitadas por los entes de control legislativo y tributario, contando con todos los documentos necesarios y actualizados para el correcto funcionamiento de la empresa.

### *Centralización – Descentralización.*

" Avícola David" centrará sus actividades en el cuidado de sus aves, así como también en la atención al cliente, ofreciendo un producto de calidad. Orientada a la producción más orgánica para garantizar que la calidad del producto cumpla las expectativas esperadas, ya que de eso depende la satisfacción de los clientes, todo esto contribuirá a la obtención de valor para el posicionamiento de la empresa.

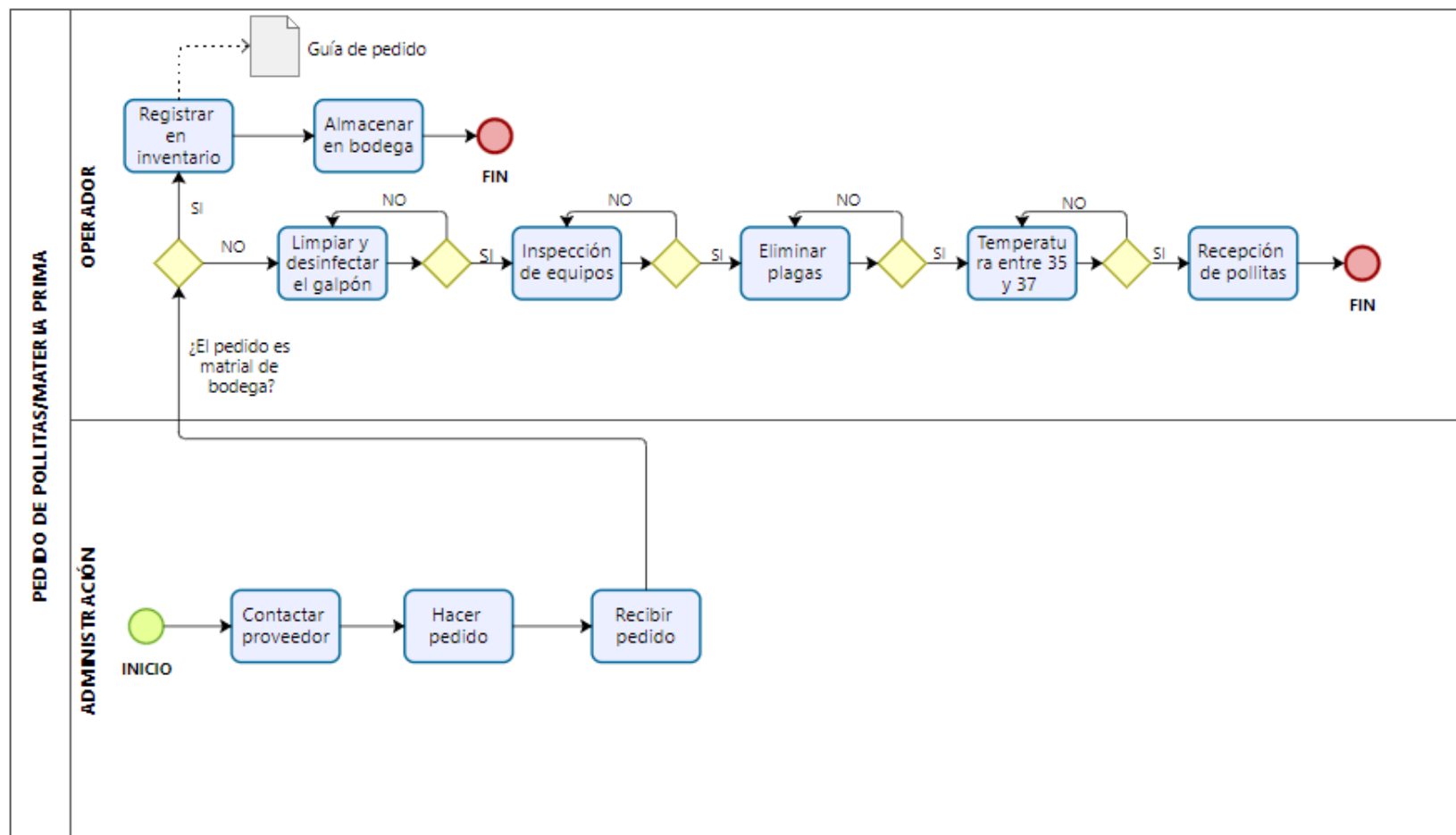
La descentralización se dará en la delegación de funciones y la responsabilidad por áreas, como la organización de la empresa es plana, cada trabajador será responsable de su zona de trabajo, de cuidar sus herramientas y ayudar en la promoción de su trabajo y cada miembro de la empresa aportará con decisiones e ideas que ayuden a la empresa a crecer. Mediante la participación de todos y cada uno de los miembros que conforman la empresa, los trabajadores se sentirán valorados y apreciados.

### ***Integración***

La integración organizacional está sustentada en una administración por procesos donde cada colaborador debe desempeñar funciones que le permitirá llevar el control de cada una de las áreas, identificando la interrelación entre estos y a la vez tomando en cuenta que se debe llevar un registro de actividades, en las cuales participen todos los miembros de la empresa de manera equitativa e igualitaria.

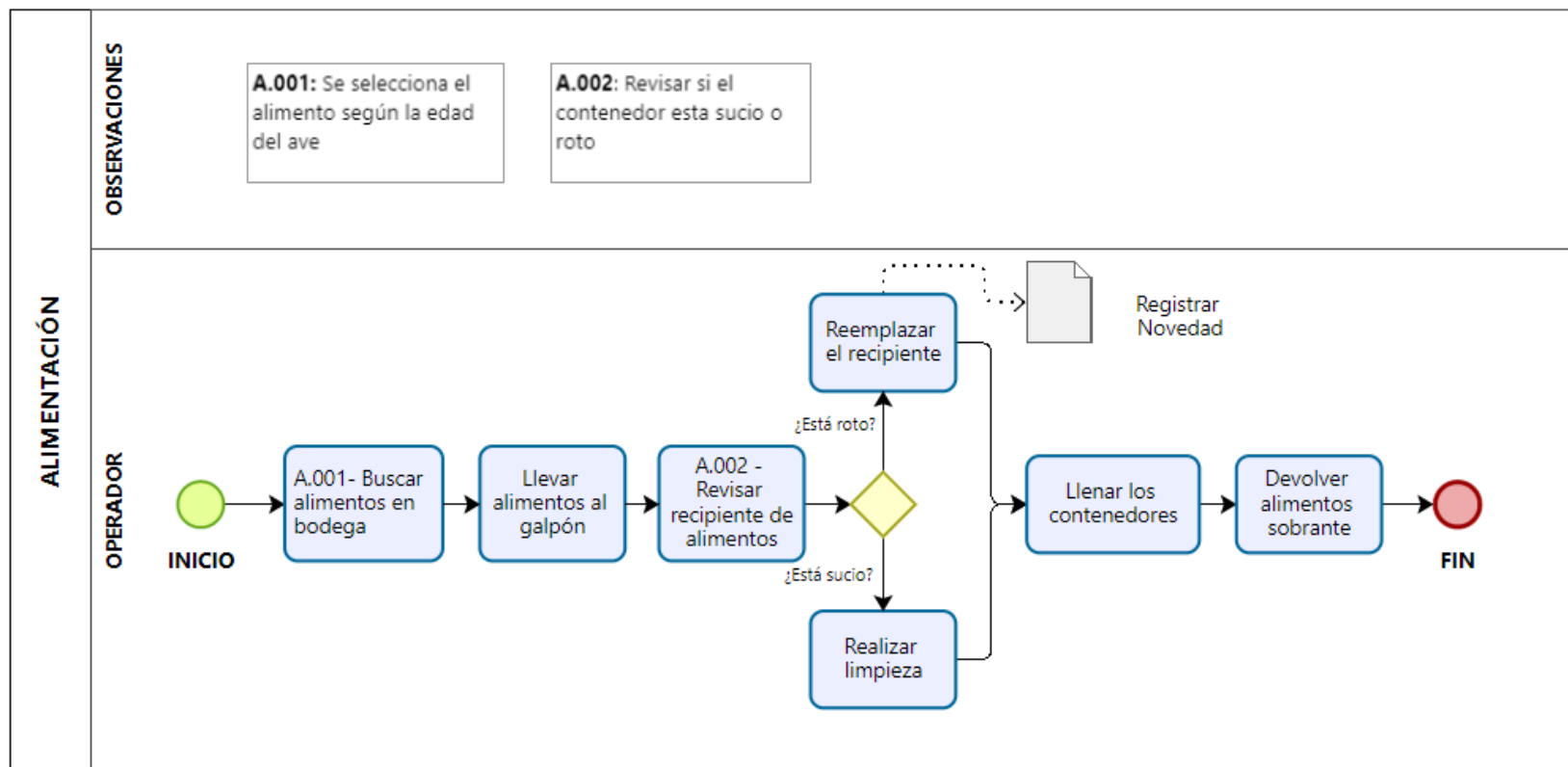


Ilustración 7. Pedido de pollitas / materia prima.



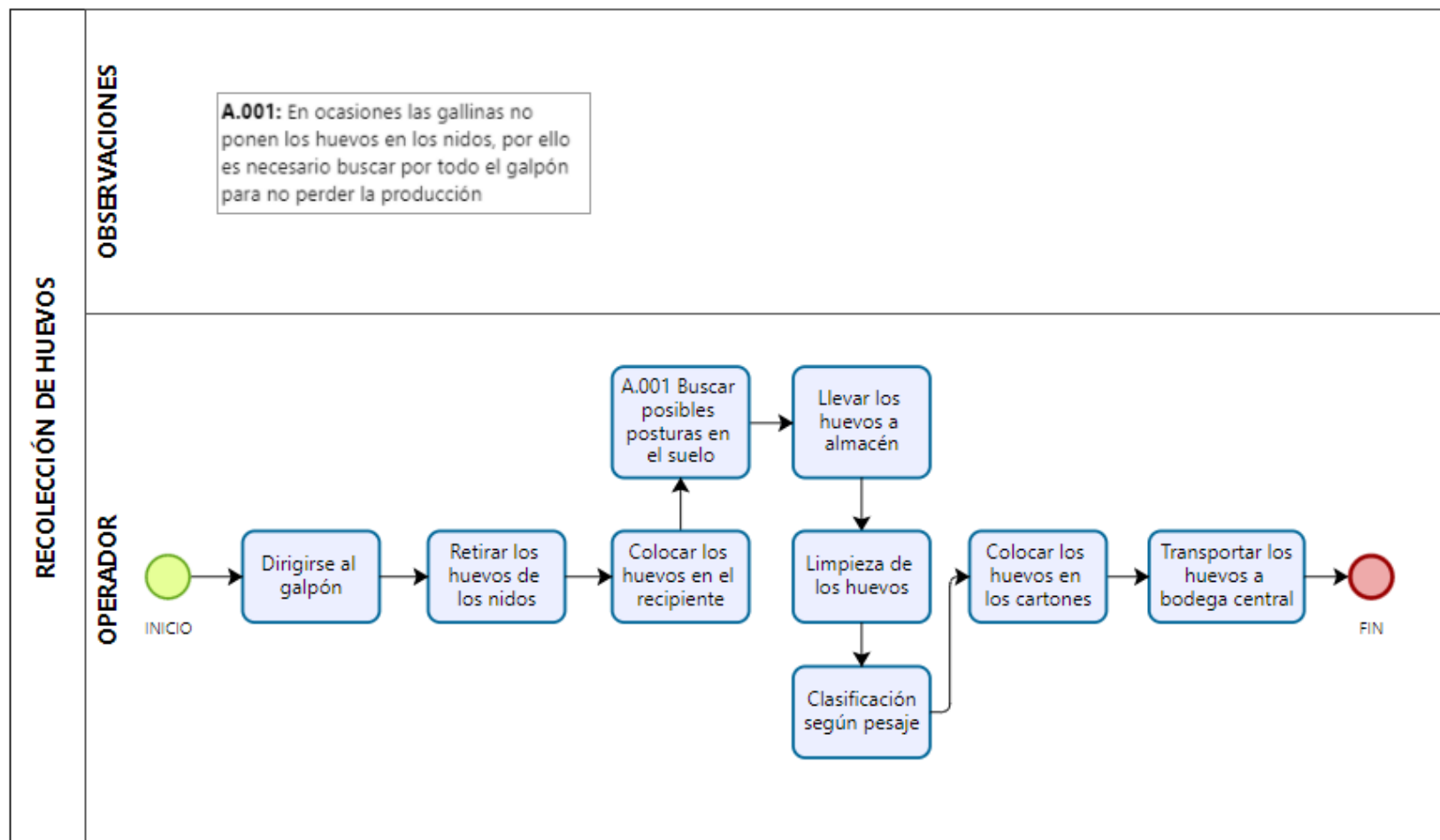
Nota. Esta ilustración muestra el proceso a seguir para la adquisición de la materia prima y el alimento concentrado.

**Ilustración 8.** Diagrama del proceso de alimentación.



*Nota.* La ilustración muestra el proceso que se debe llevar para la alimentación correcta de las aves.

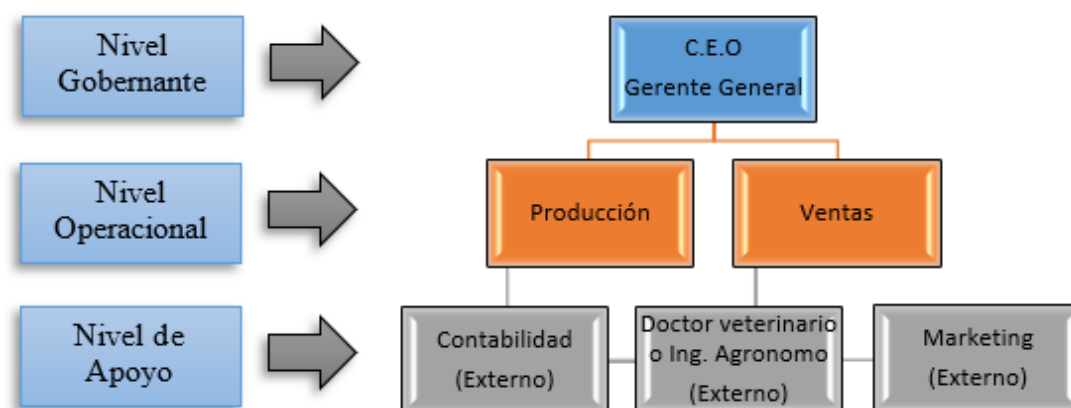
**Ilustración 9.** Diagrama del proceso de recolección de los huevos.



*Nota.* La ilustración muestra el proceso correcto para la recolección diaria de huevos

## Organigrama empresarial.

**Ilustración 10.** Organigrama de la empresa "Avícola David"



*Nota.* La ilustración muestra el diagrama organizacional de la empresa Avícola David

**Tabla 1.** Total de personal que interviene en la actividad

Detalle	Tipo	Cantidad
<b>C.E.O – Gerente General</b>	Interno	1
<b>Contabilidad y Finanzas</b>	Externo	1
<b>Producción y Ventas</b>	Interno	1
<b>Marketing</b>	Externo	1
<b>Dr. Veterinario/Ing. Agrónomo</b>	Externo	1

*Nota.* La tabla muestra el personal necesario por área.

**Funciones del personal.**

**TÍTULO DEL PUESTO:** Gerente General.

**SUPERIOR INMEDIATO:** Ninguno

**SUBORDINADO:** Producción y ventas.

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

Cumplir y hacer cumplir las políticas del proceso administrativo (Planifica, Organiza, Dirige y Controla).

**FUNCIONES:**

- Planifica, organiza, dirige, controla todas las funciones de la empresa.
- Representar legalmente y extrajudicial a la empresa.
- Aprobar proyectos presentados por los jefes departamentales.

**CARACTERÍSTICAS:**

- Actuar con independencia profesional para la resolución de los problemas inherentes al cargo.
- Tener conocimiento sobre administración

**REQUISITOS:**

- Poseer el título de tercer nivel con afinidad al cargo.
- Experiencia mínima de conocimientos de 1 año.

**TÍTULO DEL PUESTO:** Obrero

**SUPERIOR INMEDIATO:** Gerente General.

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

Efectuar labores correspondientes al proceso de producción, además de la comercialización y distribución del producto.

**FUNCIONES:**

- Realizar las debidas labores de limpieza.
- Cuidar y alimentar las aves permanentemente.
- Realizar todas las labores concernientes a la higiene y seguridad.
- Comunicar de algún imprevisto de manera inmediata al jefe superior.
- Realizar la recolección y almacenamiento de la producción diaria.
- Conducir y entregar el producto.

**CARACTERÍSTICAS:**

- Ser responsable y cumplido en las labores de proceso y recolección.
- Conocer sobre la comercialización y tener buen trato con los clientes.

**REQUISITOS:**

- Poseer un título mínimo de Bachiller en carreras afines al puesto.
- Tener actitud responsable.
- Poseer licencia de conducir tipo C o superior.

### **3 PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING.**

#### **Objetivo de mercadotecnia.**

Posicionar la marca “Avícola David” en la mente del consumidor, que su logotipo, sus colores y su lema: “*Gallinas felices, huevos más ricos*”, sean fácilmente recordados, resaltando que la empresa sustenta su producción velando principalmente en el bienestar de sus aves, la oferta de un producto orgánico, el cuidado del medio ambiente y el crecimiento rentable de la empresa en beneficio de sus trabajadores, socios, clientes y proveedores, esto mediante el uso de diversos medios físicos y digitales como las redes sociales, en especial Facebook, atrayendo así nuevos clientes potenciales.

#### **Investigación de mercado.**

“Avícola David” consideró la investigación aplicada y documental en la elaboración de la investigación de mercado. Para la consecución de esta actividad se toma en cuenta que actualmente el abastecimiento de huevos que se comercializan en la parroquia se realiza desde granjas que están ubicadas mayormente en la región sierra porque en la parroquia Pacayacu no existe una empresa avícola formalmente constituida,

información que fue proporcionada por los principales intermediarios de la zona dueños de tiendas, micro mercados y panaderías. Para la investigación se recurrió a fuentes primarias y secundarias que permitan la obtención de datos.

De la misma manera, “Avícola David” recurrió a la investigación de campo que le permita a la empresa conocer el entorno donde desenvolverá su actividad, para así determinar la demanda que existe y qué tan factible es el proyecto, para ello se recurre a la técnica de obtención de datos de fuentes primarias, la cual es la encuesta, para finalmente realizar un análisis cuantitativo permitiendo el estudio y procesamiento de los datos obtenidos y a la posterior toma de decisión.

### ***Modalidad.***

La recolección de datos se realizó de manera online y presencial.

La primera recolección de datos de se realizó a través de encuestas online que fueron aplicadas al consumidor final, haciendo uso de la herramienta gratuita de Google Forms, donde se encuestó de manera aleatoria a 117 habitantes del barrio central de la parroquia, la encuesta constó de 11 preguntas cerradas.

La segunda recolección de datos se realizó de forma presencial a las panaderías que están establecidas en la parte céntrica de la parroquia, esta encuesta constó con 2 preguntas abiertas.



### Plan de muestreo.

Se consideró como sujetos de estudio únicamente a los habitantes del casco urbano de la parroquia, seccionados al barrio central y se tomó como fuente adicional los datos de la revista: Actualización del plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia rural Pacayacu (Rodríguez, Moreira, Solórzano, Guanca, & Lagos, 2020) misma que fue proporcionada por parte de la secretaria del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Pacayacu, la señorita Granda Vera Nelly, con un total de 168 personal. Se toma en cuenta solo a este target puesto a que este emprendimiento en sus primeros meses de producción enfocará sus ventas solo al barrio central. Para discriminar el número total de encuestas a realizar se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * (Z)^2 * P * Q}{(e)^2 * (N - 1) + (Z)^2 * P * Q}$$

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{168 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (168 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{161,3472}{1,3779}$$

$$n = 117$$

## Análisis de las encuestas.

### *Encuesta aplicada a los habitantes del barrio central de Pacayacu.*

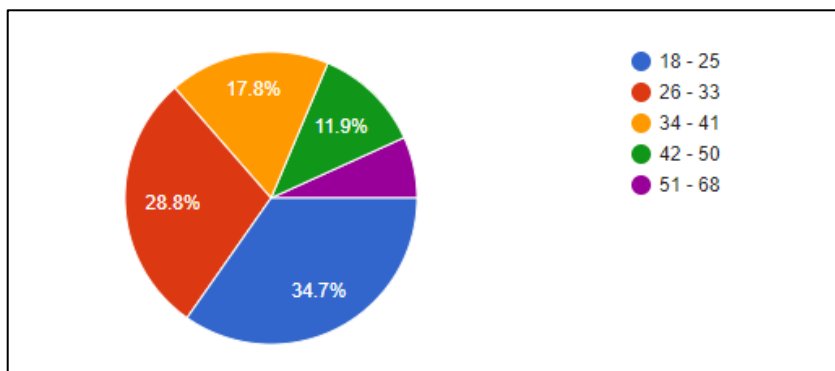
#### Pregunta 1.

**Tabla 2.** ¿En qué rango de edades se encuentra?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18 – 25	41	34.7%
26 – 33	34	28.8%
34 – 41	21	17.8%
42 – 50	14	11.9%
51 – 68	7	6.8%
<b>TOTAL</b>	<b>117</b>	<b>100%</b>

*Nota.* En esta tabla se muestra los rangos de edad del público encuestado.

**Ilustración 11.** Pregunta 1, gráfico circular



*Nota.* El gráfico muestra los valores en porcentajes de las respuestas obtenidas.

**Interpretación:** Los resultados obtenidos en esta pregunta indican que gran parte de la población encuestada es joven el 63,5% se encuentra en un rango de 18 a 33 años.

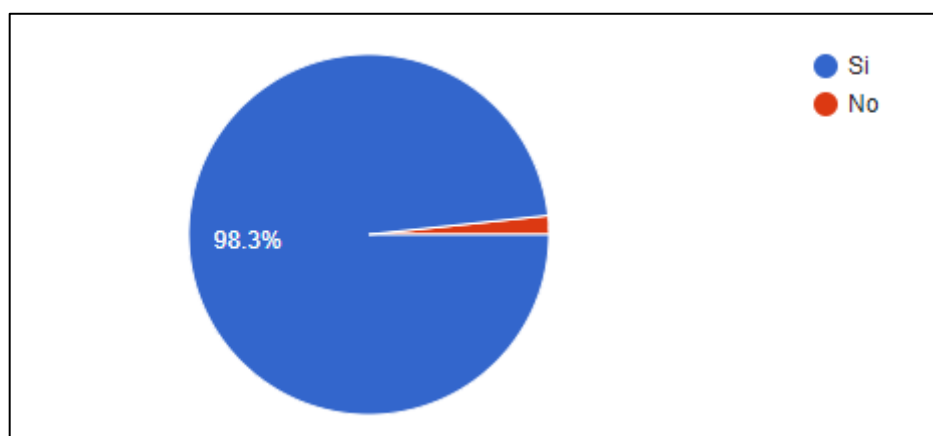
## Pregunta 2.

**Tabla 3.** ¿Consumes huevos de gallina? Si su respuesta es "No", puede finalizar la encuesta.

<i>VARIABLE</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>SI</i>	115	98.3%
<i>NO</i>	2	1.7%
<b><i>TOTAL</i></b>	<b>117</b>	<b>100%</b>

*Nota.* La tabla muestra la cantidad y el porcentaje de encuestados que consumen huevos

**Ilustración 12.** Pregunta 2, gráfico circular



*Nota.* El gráfico muestra a los consumidores en porcentaje.

**Interpretación:** El 98,3% respondieron positivamente, lo que representa una oportunidad para la empresa porque queda demostrado que existe la demanda del producto. Solo el 1,7% respondió que no consume huevos de gallinas.

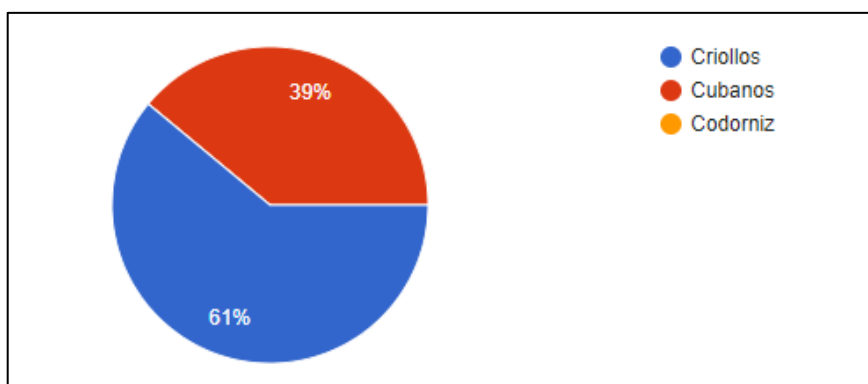
### Pregunta 3.

**Tabla 4.** ¿Qué tipo de huevos son los que más consume?

<i>VARIABLE</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Criollos</i>	71	61%
<i>Cubano</i>	46	39%
<i>Codorniz</i>	0	0%
<b><i>TOTAL</i></b>	<b>117</b>	<b>100%</b>

*Nota.* La tabla muestra el resultado de la preferencia de los consumidores.

**Ilustración 13.** Pregunta 3, gráfico circular.



*Nota.* El gráfico muestra como la preferencia por lo huevos criollos es mayor.

**Interpretación:** Los pacayaquenses prefieren una alimentación más orgánica, su preferencia por los huevos criollos es del 61% mientras que el 38% consume huevos cubanos, estos datos son favorables, ya que la empresa apuesta por la comercialización de un producto orgánico, con altos niveles nutricionales.

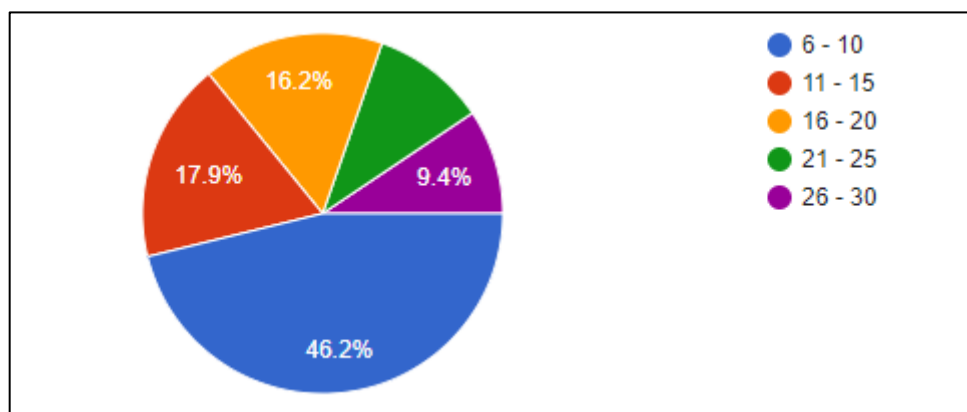
### Pregunta 4.

**Tabla 5.** ¿Qué cantidad de huevos adquiere su familia semanalmente?

<i>VARIABLE</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
6 - 10	54	46.2%
11 - 15	21	17.9%
16 - 20	19	16.2%
21 - 25	12	10.3%
26 - 30	11	9.4%
<b>TOTAL</b>	<b>117</b>	<b>100%</b>

*Nota.* La tabla muestra la cantidad de huevos que el cliente prefiere comprar por semana.

**Ilustración 14.** Pregunta 4, gráfico circular.



*Nota.* El gráfico muestra que el 42,6% prefiere comprar de 6 a 10 huevos por semana.

**Interpretación:** En Pacayacu los porcentajes de consumo son los siguiente: de 6 – 10 huevos semanales 46,2%, de 11- 15 huevos semanales 17,9%, de 16 – 20 huevos un 16,2%, de 21 – 25 huevos tenemos un 10,3% y de 26 – 30 huevos es del 9,4% de consumidores que compran en esta cantidad de huevos por semana.

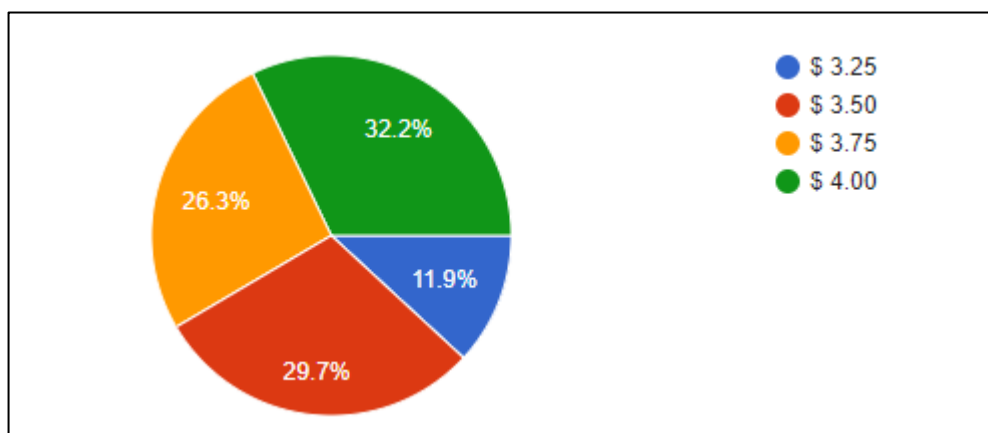
### Pregunta 5.

**Tabla 6.** ¿A qué precio usted encuentra este producto habitualmente? "La cubeta"

<i>VARIABLE</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
\$ 3.25	13	11.9%
\$ 3.50	35	29.7%
\$ 3.75	31	26.3%
\$ 4.00	38	32.2%
<b>TOTAL</b>	<b>117</b>	<b>100%</b>

*Nota.* La tabla muestra la variación de precios en la que se puede comprar una cubeta

**Ilustración 15.** Pregunta 5, gráfico circular



*Nota.* El gráfico muestra como la fluctuación del precio está entre los \$3.50 a \$4.00 dólares por cubeta.

**Interpretación:** Al no existir en Pacayacu una avícola productora de huevos, las importaciones desde otras provincias aumentan los costos debido a la logística, transporte o factores externos, es por eso que los precios por cubeta van desde los \$3.50 a \$4.00 siendo este último el valor predominante con un 32,2%

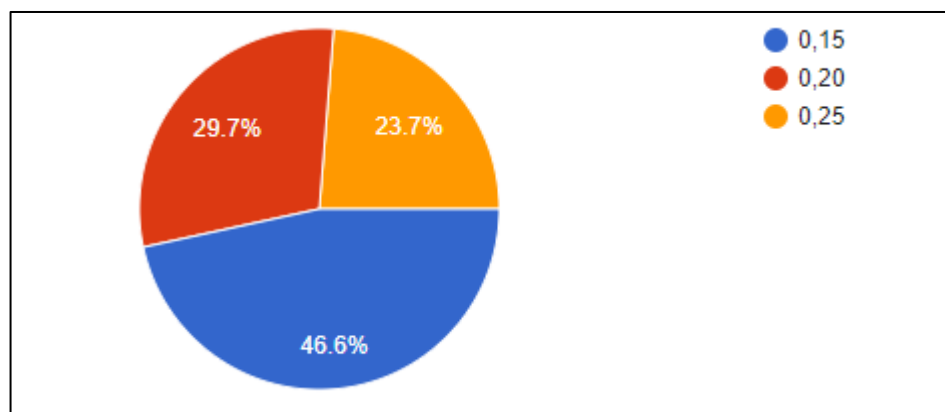
### Pregunta 6.

**Tabla 7.** ¿A qué precio usted encuentra este producto habitualmente? "Por unidad"

<i>VARIABLE</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
0,15	55	46.6%
0,20	35	29.7%
0,25	27	23.7%
<b>TOTAL</b>	<b>117</b>	<b>100%</b>

*Nota.* La tabla muestra la variación de precios en la que se puede comprar este producto por unidad.

**Ilustración 16.** Pregunta 6, gráfico circular



*Nota.* El gráfico muestra que el 46,6% encuentra este producto a un valor de 0,15 ctvs. por unidad, esto se debe a que en las tiendas los comerciantes redondeando el precio a siete huevos por un dólar.

**Interpretación:** En algunas tiendas del sector venden siete huevos por un dólar, rango de precio que está dentro de los 0,15 ctvs. por unidad, de las 117 personas alcanzadas el 46,6% adquiere este producto a 0,15 ctvs. cada uno, estos datos brindan una perspectiva del posible precio de venta por unidad de los huevos que se comercializarán en “Avícola David”.



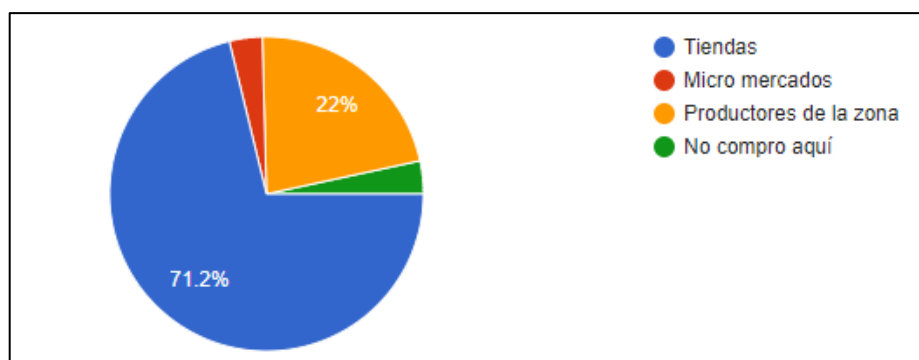
### Pregunta 7.

**Tabla 8.** ¿Dónde usted adquiere este producto?

<i>VARIABLE</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Tiendas</i>	84	71.2%
<i>Micro mercados</i>	4	3.4%
<i>Productores de la zona</i>	25	22%
<i>No compro aquí</i>	4	3.4%
<b><i>TOTAL</i></b>	<b>117</b>	<b>100%</b>

*Nota.* La tabla muestra las opciones que tiene el cliente para comprar el producto.

**Ilustración 17.** Pregunta 7, gráfico circular.



*Nota.* El gráfico muestra como el 71,2% de consumidores se abastece en las tiendas del sector.

**Interpretación:** Pacayacu es un sector bastante comercial, los datos arrojados en esta encuesta alcanzada a 117 personas informa que el 71,2% de consumidores adquiere este producto en las tiendas del sector, un 22% les compra a productores de la zona, un 3,4% compra en los micro mercados y el 3,4% restante no compra en la parroquia.

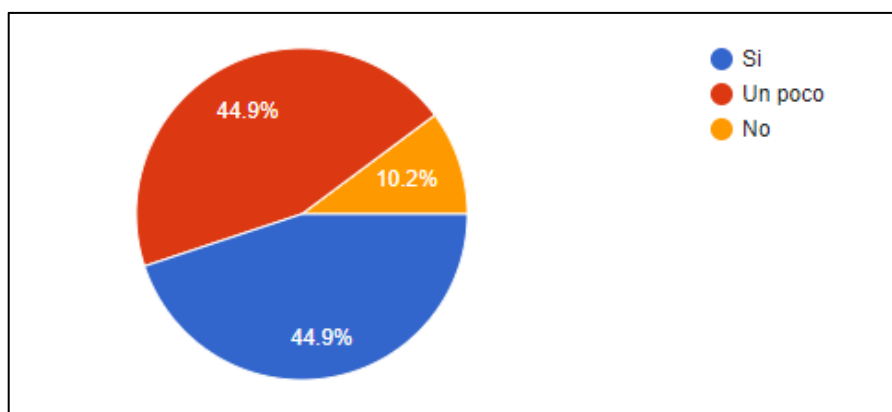
### Pregunta 8.

**Tabla 9.** ¿Está usted de acuerdo con la calidad del producto que adquiere actualmente?

<i>VARIABLE</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Si</i>	53	44.9%
<i>Un poco</i>	53	44.9%
<i>No</i>	11	10.2%
<b><i>TOTAL</i></b>	<b>117</b>	<b>100%</b>

*Nota.* La tabla muestra la satisfacción del cliente respecto al producto que consumen actualmente.

**Ilustración 18.** Pregunta 8, gráfico circular



*Nota.* El gráfico muestra que solo el 44,9% está a gusto con la calidad del producto.

**Interpretación:** Aquí podemos observar que existe una demanda insatisfecha, si sumamos el porcentaje del “No” con el del “Un poco” nos da un 55,1% de clientes que no están satisfechos con el producto que consumen actualmente, eso sin duda es una oportunidad para la empresa, se deberá realizar una encuesta para averiguar el motivo de la insatisfacción de estos clientes.

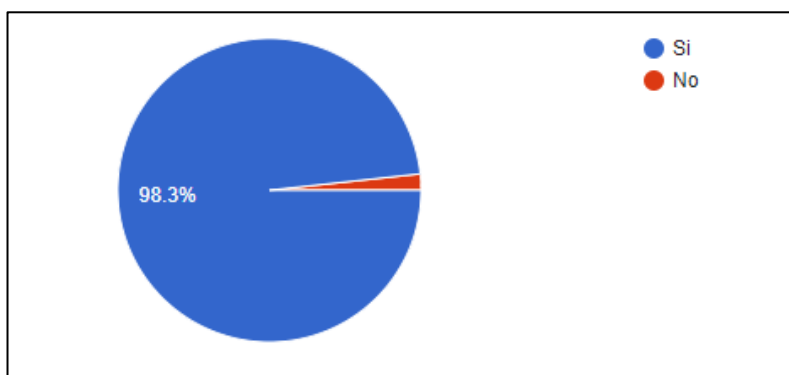
### Pregunta 9.

**Tabla 10.** ¿Si se implementara una empresa comercializadora y productora de huevos en la parroquia Pacayacu con mejores productos, precios y mejor atención, usted compraría?

<i>VARIABLE</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Si</i>	115	98.3%
<i>No</i>	2	1.7%
<b><i>TOTAL</i></b>	<b>117</b>	<b>100%</b>

*Nota.* La tabla muestra el nivel de aceptación hacia la nueva empresa avícola en el sector de Pacayacu

**Ilustración 19.** Pregunta 9, gráfico circular.



*Nota.* El gráfico muestra como la idea de la implantación de la empresa avícola es bien vista por los pobladores

**Interpretación:** La parroquia Pacayacu no cuenta con una granja productora y comercializadora de huevos, es por ello que las familias han dado una respuesta favorable a esta pregunta, con un grado de aceptación del 98,3% un aspecto muy positivo para la empresa, el 1,7% restante no compraría, se asume que tienen granjas para consumo familiar y otros no consumen el huevo definitivamente.

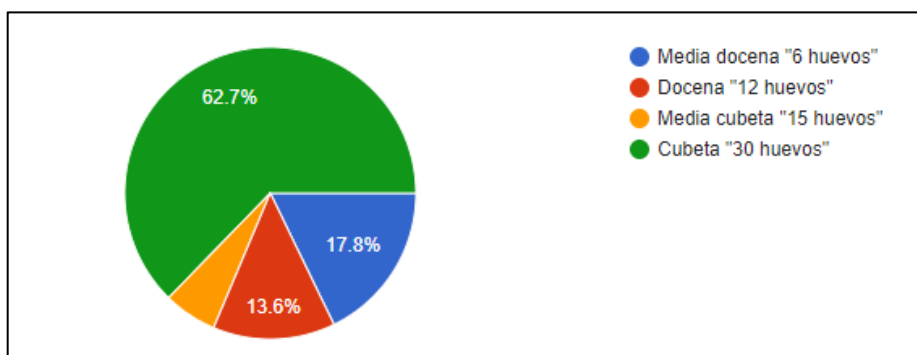
### Pregunta 10

**Tabla 11.** ¿En qué presentación compra normalmente este producto?

<i>VARIABLE</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Media docena "6 huevos"</i>	21	17.8%
<i>Docena "12 huevos"</i>	16	13.6%
<i>Media Cubeta "15 huevos"</i>	6	5.9%
<i>Cubeta "30 huevos"</i>	74	62.7%
<b><i>TOTAL</i></b>	<b>117</b>	<b>100%</b>

*Nota.* La tabla muestra las presentaciones en que el cliente prefiere comprar el producto.

**Ilustración 20.** Pregunta 10, gráfico circular



*Nota.* El gráfico muestra que el 62,7% de la población encuestada prefiere comprar por cubetas

**Interpretación:** La preferencia de los encuestados es predominante y clara, de los 118 encuestados el 62,7% prefiere comprar la cubeta completa lo cual da un panorama claro de cuál deberá ser la cantidad del empaque predominante para la venta al público, así mismo se puede ofertar la venta por unidad, ya que el 17,8% también prefiere comprar en presentaciones de 6 unidades.

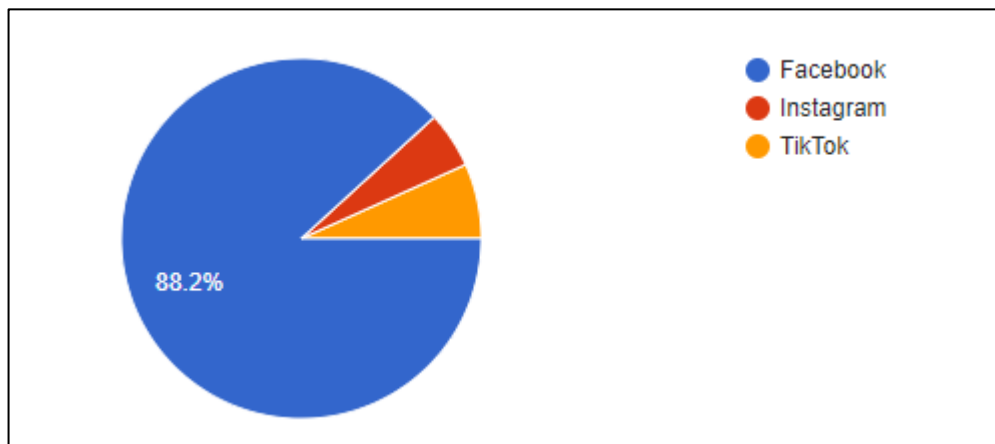
### Pregunta 11.

**Tabla 12.** ¿De las redes sociales más usadas, por cuál le gustaría informarse acerca de nuestro producto?

<i>VARIABLE</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Facebook</i>	105	88.2%
<i>Instagram</i>	5	5%
<i>TikTok</i>	7	6.7%
<b><i>TOTAL</i></b>	<b>117</b>	<b>100%</b>

*Nota.* La tabla muestra las preferencias del usuario para informarse por redes sociales respecto al producto.

**Ilustración 21.** Pregunta 11, gráfico circular.



*Nota.* El gráfico muestra que el 88,2% de los encuestados prefieren Facebook para informarse.

**Interpretación:** Los encuestados prefieren informarse por Facebook, la tendencia es clara respecto a la plataforma más usada en el Ecuador y por ende en Pacayacu, de los 119 encuestados el 88,2% escogió Facebook, el 5% escogió Instagram y el 6,7% TikTok

*Entrevista aplicada a las panaderías de la parroquia Pacayacu.*

Con el objetivo de obtener más datos de la demanda que existe en la parroquia Pacayacu se decidió aplicar una entrevista a los propietarios de las panaderías, se escogió estos establecimientos, ya que el huevo es la materia prima principal para la elaboración de los diferentes productos; se obtuvo los siguientes resultados:

**Tabla 13.** ¿Qué cantidad de cubeta de huevos usted adquiere semanalmente para su negocio y a qué precio?

<i>PANADERÍAS</i>	<i>CUBETAS</i>	<i>CANTIDAD DE HUEVOS</i>	<i>PRECIO CUBETA</i>
Panadería Pan y Café	10	300	3,50
La casa del pan, 3	25	750	3,80
El Ambateñito	20	600	3,50
El Pastelito	20 - 25	600	3,50
<b>TOTAL / SEMANA</b>	<b>75</b>	<b>2.250</b>	
<b>TOTAL / MES</b>	<b>300</b>	<b>9.000</b>	

*Nota.* Esta tabla muestra la demanda de huevos en las panaderías por semana y por mes.

**Interpretación:** En la parroquia existen actualmente cuatro panaderías, en la entrevista realizada a estos negocios se encontró que son 2.250 huevos semanales que adquieren en conjunto estos negocios lo que al mes vienen siendo 9.000 huevos, esta es una gran demanda que se encuentra presente, ya que, para las panaderías, el huevo es uno de los ingredientes principales para la elaboración de sus productos. Estos números son datos favorables para la empresa debido a la gran cantidad de demanda que se encuentra presente en la parroquia y solo tomando en cuenta a estos negocios.

### **Análisis General.**

Como primer punto a destacar se tiene que el público objetivo es gente joven que están entre los 18 a 33 años, esto da un panorama claro para la empresa en la manera como debe estructurar su publicidad, así mismo se pudo conocer que la población pacayaquense prefiere consumir huevos criollos mayormente, esta es una ventaja porque la cubeta de huevos criollos se la consigue en unos \$ 7.00 aproximadamente, en cambio, los huevos que se comercializarán en “Avícola David” estarán a menor precio manteniendo la calidad y los altos niveles de proteína, comparándose con los criollos, es decir la empresa ofertara un producto muy similar a los que consumen actualmente los clientes pero más económico.

Otro punto a considerar es la alta demanda de este producto, el 98,3% de los encuestados consumen huevos, entre criollos y cubanos o industrializados, el 46,2% consume regularmente entre 6 – 10 huevos a la semana, también están presente los datos recabados de las panaderías, la demanda actual de este producto es de 2,250 huevos a la semana entre las cuatro panaderías encuestadas, lo que daría un total 9,000 huevos al mes aproximadamente, misma que según los datos obtenidos no está siendo satisfecha por la calidad del producto, es decir, el cliente lo compra porque no tiene para escoger uno de mejor calidad.

Finalmente, queda por mencionar que el 88,2% de encuestados prefieren informarse por Facebook, la empresa deberá captar clientes por este medio haciendo uso de las diferentes herramientas que ofrece esta plataforma.



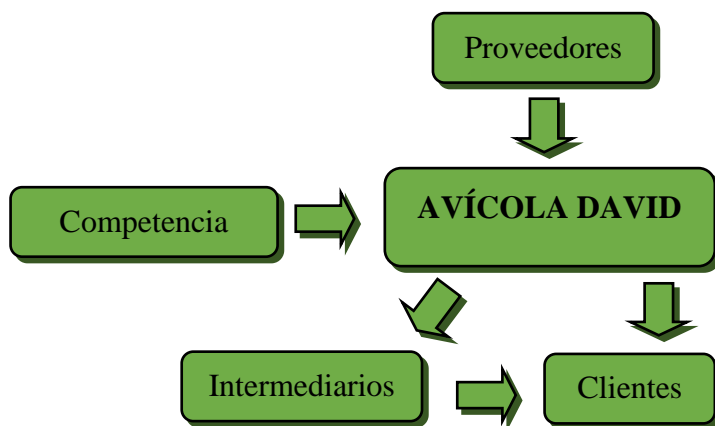
## Entorno empresarial.

### *Microentorno.*

El microentorno se utiliza para definir a aquellas fuerzas externas y cercanas a la empresa, que tienen un impacto directo en su capacidad de servir su producto o servicio al cliente final. (Ranís, Microentorno, 2016)

“Avícola David” considera a los siguientes como actores de su microentorno donde tiene control directo:

**Ilustración 22.** Esquema del microentorno de Avícola David



*Nota.* El gráfico muestra el microentorno de “Avícola David” en el sector de Pacayacu.

### ***Competencia directa.***

Tras realizar un recorrido por el sector urbano de Pacayacu y sus alrededores se observó que no existe una competencia directa para “Avícola David”.

En la parroquia Pacayacu no existen registros de la constitución de una granja avícola, el abastecimiento de este producto lo realizan los comerciantes de la zona dueños de tiendas y micro mercados importándolo desde otras provincias, existen vendedores informales de los sectores rurales que sacan a vender sus diferentes productos de campo; yuca, verde, papayas y entre ellos una pequeña cantidad de huevos criollos, lo que no representan una competencia, ya que los mismos comerciantes mencionan que la cantidad a ofertar es un promedio de una a dos cubetas a la semana.

### ***Competencia indirecta.***

“Avícola David” consideró como competencia indirecta a las tiendas y micro mercados locales que venden huevos que son importados de otras provincias, se considera como competencia indirecta, ya que la empresa en sus primeros meses de producción y comercialización realizará sus ventas de manera directa con el cliente sin intermediarios, es por ello que para esta situación las tiendas y comercios locales al

expendir esta proteína llegarían a ser competidores por distribución, se observó que existen 4 establecimientos que son los más concurridos del sector.

- Tienda “La Ambateñita”
- Comercial “Adrianita”
- Comercial “Mechita”
- Comercial “David”

### *Sustitutos.*

“Avícola David” es una granja productora y comercializadora de huevos de gallina, como tal, sustituto no existe, pero se puede decir que el huevo de pato y codorniz si podrían ser una opción por parte del cliente, pero, al mismo tiempo este no representa una amenaza a la actividad de la empresa, ya que existe poca demanda de estos productos según los datos recabados de la encuesta. (ver ilustración 13)

### *Proveedores.*

Para la consecución de la actividad en “Avícola David”, la empresa ha seleccionado a los proveedores que le facilitarán los insumos, herramientas y servicios que garanticen la obtención de un producto de calidad.

**Tabla 14.** Tabla de proveedores principales de “Avícola David”

<b>TABLA DE PROVEEDORES</b>		
<b>Materia Prima</b>		
<b>Proveedor</b>	<b>Fiabilidad y Beneficio</b>	<b>Producto</b>
Granja Avícola San Nicolás	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia y conocimientos en raza de pollitas.</li> <li>• Pollitas certificadas y vacunadas.</li> <li>• Contacto con proveedor mayorista.</li> <li>• Asesoría</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pollitas raza Isa Brown</li> </ul>
<b>Insumos y materiales</b>		
Avipaz, Agropecuaria Alan 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia y conocimientos en el agro.</li> <li>• Productos de calidad.</li> <li>• Precios estándar.</li> <li>• Asesoría en productos e insumos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comederos y bebederos.</li> <li>• Balanceados.</li> <li>• Concentrados.</li> <li>• Vacunas y medicamentos.</li> </ul>
Ferretería Central Pacayacu.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variedad de herramientas y materiales de trabajo industrial.</li> <li>• Precios estándar.</li> <li>• Entrega a domicilio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plásticos.</li> <li>• Tuberías.</li> <li>• Techos.</li> <li>• Mallas</li> <li>• Bombas</li> <li>• Fumigación</li> <li>• Clavos, etc.</li> </ul>
Confecciones y Modas Mary	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajos garantizados</li> <li>• Telas de calidad</li> <li>• Costos bajos.</li> <li>• Varios años de experiencia en el mercado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Confección de los uniformes.</li> <li>• Camisas</li> <li>• Gorras estampadas</li> <li>• Mascarillas de tela estampadas.</li> </ul>

*Nota.* Esta tabla muestra los proveedores de materia prima y herramientas de trabajo, así como también el tema de indumentarias y uniformes “Avícola David”

### *Intermediarios.*

“Avícola David” ha planificado comercializar su producto de forma directa en sus primeros 4 meses de producción, por lo tanto, en esta primera etapa no requiere intermediarios.

### *Clientes.*

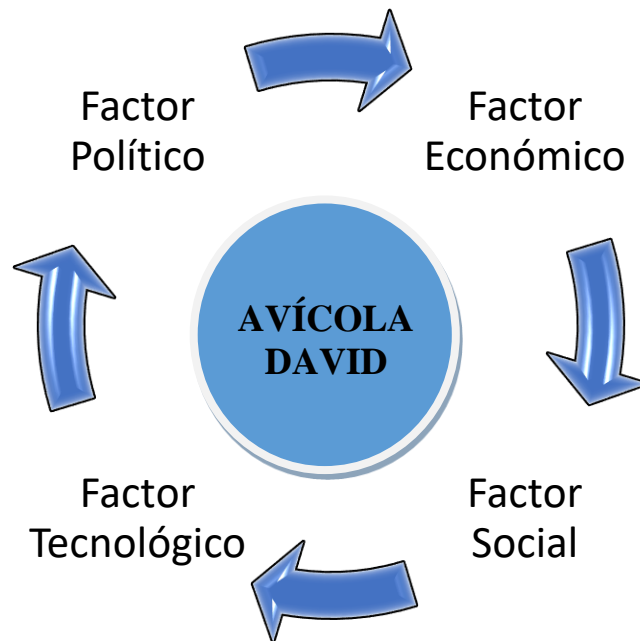
“Avícola David” está dirigido a familias que tienden a consumir regularmente este producto en sus hogares y a deportistas que hacen de su alimentación diaria el consumo estricto de esta proteína que cumple con los requerimientos nutricionales requeridos al ser de producción orgánica.

### Macroentorno.

El macroentorno se emplea para definir aquellas fuerzas externas que van a tener un impacto indirecto sobre la organización, y que existen independientemente de que haya actividad comercial o no. Debemos tener en cuenta también, que la empresa no podrá ejercer ninguna influencia sobre el macroentorno. (Ranís, Macroentorno, 2016)

“Avícola David” considera los siguientes factores de su macroeconomía, en los cuales no tiene control directo y que van a influir en el normal funcionamiento del negocio:

**Ilustración 23.** Esquema del macroentorno de “Avícola David”



*Nota.* El gráfico muestra los cuatro principales factores que forman parte del macro entorno de la empresa.

### ***Factor Político.***

Avícola David cumpliendo con los compromisos legales que requiere la actividad, se acoge a las normas y reglamentos que estipula el estado ecuatoriano, para ello se solicita el certificado oficial de control de granjas avícolas (permiso de funcionamiento) esta es una autorización sanitaria que otorga la Autoridad Competente de Agrocalidad a una persona natural o jurídica, para la operación de un proyecto productivo. (Agrocalidad , s.f.)

Adicional es esto, la empresa hará los trámites para la obtención del certificado zoosanitario de producción y movilidad – granjas agrícolas que dicta la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario donde se garantiza la higiene y la bioseguridad de las granjas avícolas. Gestionar estratégicamente los procesos de regulación, control y certificación en temas de Sanidad Animal, con la finalidad de incrementar los niveles zoosanitarios para garantizar la soberanía alimentaria del país. (Gob.ec, s.f.)

### ***Factor Económico.***

El gobierno actual, presidido por el Sr. Guillermo Lasso Mendoza, a partir de su mandato apertura la oportunidad para créditos al 1% a 30 años plazo para los emprendedores por medio del BanEcuador, mismos créditos que a la fecha no se

pueden acceder porque están en etapa final y que a partir de noviembre se apertura la etapa dos de estos créditos, pero que, esta vez van dirigidos para aquellos que estén iniciando sus emprendimientos. (BanEcuador , s.f.)

Esta es una buena oportunidad para la empresa, ya que, al tener esa facilidad y con los intereses muy bajos optar por un crédito productivo viene siendo una buena opción.

### ***Factor Social.***

En cuanto al factor social que influye en la actividad de “Avícola David”, tiene un aspecto favorable que es el crecimiento de la población en un 2,41% con relación al año 2010 (GAD Pacayacu, s.f.) este crecimiento representa un porcentaje mayor en la demanda de consumo del producto.

“Avícola David” ofrece como su producto estrella la comercialización de un huevo orgánico, que se asemeja con los criollos por su alto porcentaje en proteínas y que, además, la empresa enfoca su actividad en una producción más amigable con las gallinas y el medio ambiente porque les ofrece a sus aves un hábitat libre de jaulas, disminuyendo el porcentaje de enfermedades y el uso de medicamentos, evitando el estrés por encierro y que todos estos factores se transmita al huevo que es consumido por el cliente.



Teniendo en cuenta estos aspectos y que, además, como es bien sabido el Ecuador está en un proceso de recuperación debido a la pandemia Covid – 19, factor externo que entre muchas cosas negativas dejó algo de bueno para la sociedad. Según una investigación de la Revista Familia (Castellanos, LOS ECUATORIANOS COMIERON MÁS SANO DURANTE LA PANDEMIA, DICE ENCUESTA, 2020), los ecuatorianos cambiaron sus hábitos alimenticios por una dieta más saludable. Esto sin duda es un factor favorable para la empresa debido a su propuesta de valor en la oferta de su producto.

### ***Factor Tecnológico.***

En el mundo existe un alto índice de crecimiento poblacional, por lo que cada vez son más inciertas las perspectivas de la alimentación, es por ello que las empresas y países optan por investigaciones y desarrollo de tecnologías que les permitan maximizar su producción para lograr cubrir la demanda existente. En el sector avícola también se encuentra en auge el desarrollo de nuevas herramientas, así como bebederos y comederos automatizados que distribuyen el alimento uniformemente para todas las aves, maquinarias que permiten la creación de fórmulas para una alimentación más saludable y baja en costos, sistemas informáticos y herramientas que crean un ambiente con temperaturas controladas para evitar los golpes de calor y las bajas temperaturas.

De la misma manera, la tecnología en la comunicación ha permitido contactarnos con personas alrededor del mundo instantáneamente y a bajos costos, esto favorece a que se puede estar en constante capacitación y que además abarata los costos de venta y promoción del producto, el uso de las redes sociales para posicionar la empresa y aumentar las ventas es uno de los factores fuertes de la tecnología aplicada en el agro.

### **Producto y servicio.**

“Avícola David” es una granja que su principal actividad es la producción y comercialización de huevos de gallinas de la raza Isa Brown, su factor diferenciador es que estas aves se crían en espacios abiertos libres de jaulas, lo que le permite a la empresa ofertar un producto más orgánico y saludable debido que las aves se alimentan en la mayor parte del día con lo que ellas mismo obtienen desarrollando su comportamiento natural, estos factores aportan a que la producción de los huevos sea mejor. Además, una vez que estas aves culminen su etapa de producción se la comercializará para su consumo de carne constituyendo así una actividad de doble propósito.

En cuando al servicio, este aspecto intangible que sin duda es uno de los varios factores por el cual la empresa se desea posicionar en la mente del consumidor y que prefieran comprar los productos de “Avícola David” a los de la competencia, en sus

primeros meses de comercialización la empresa ha plateado vender sus productos sin intermediarios, lo que les permitirá tener contacto directo con el consumidor final y así recibir el Feedback de la calidad de su producto, demostrando además una atención cordial y educada, manteniendo siempre sus productos limpios y la presentación de sus colaboradores impecable.

### ***Producto Esencial.***

Los consumidos son cada vez más observadores y selectivos al momento de elegir un producto o servicio, dentro de los factores que un producto o servicio debe cumplir para satisfacer las necesidades de los clientes están aspectos como: el precio, la calidad del producto, la atención a los clientes, las garantías que están realizando una buena compra, entre otros. El cliente necesita sentirse cómodo y satisfecho, convencido que realizó un buen negocio, en “Avícola David” se considera como su producto esencial es la experiencia del cliente al consumir el producto, que se perciba que está consumiendo un producto de campo, orgánico libre de químicos y que su cadena de producción es amigable con sus aves, el medio ambiente y la sociedad. “Gallinas felices, huevos más ricos”

### ***Producto Real.***

En “Avícola David” se maneja dos productos, el principal viene siendo el huevo y el secundario es la gallina que se la comercializa en pie o faenada una vez culmina su etapa de postura.

- **El Huevo:** La empresa oferta un producto de calidad bajo una producción orgánica de crianza de gallinas en pastoreo o al aire libre, donde se garantiza que sus aves vivan en un comportamiento natural y alimentándose de plantas e insectos que son una fuente de proteína libre de químicos, esto contribuye a la obtención de un huevo de calidad.
- **La Gallina:** La preferencia del consumidor por la alimentación más saludable es muy importante actualmente. La empresa tiene su actividad de doble propósito, una vez que las gallinas terminan su etapa productiva son vendidas para el consumo de la carne, el cliente puede estar con toda la seguridad que está consumiendo esta proteína libre de químicos, ya que las aves son alimentadas con productos orgánicos y viven en ambientes naturales lo que favorece al sabor de la carne y la calidad.

### *Características.*

Para la consecución del producto principal de “Avícola David” se siguen procesos que están basados en BPM (Business Process Manager) para garantizar que el proceso de producción sea eficiente y el producto cumpla con todas las especificaciones que la empresa ofrece a sus clientes. En el galpón que fue destinado para el resguardo de las aves se lleva un control estricto de todos los factores que puedan causar daños a la producción, así como la bioseguridad de las aves y del personal operativo.

En las bodegas de comercialización los colaboradores de la empresa están siempre predispuestos a escuchar y atender a los clientes que llegan a comprar su producto, brindando siempre una atención cordial y educada, atentos a las demandas de los clientes, puesto que a ellos se debe la empresa.

### *Calidad.*

“Avícola David” fija sus objetivos que la satisfacción del cliente, el trabajo multidisciplinario que sus colaboradores internos aportan diariamente es la fortaleza de la empresa, los productos de calidad de sus proveedores y los servicios de sus colaboradores externos son los que permitirán a la empresa consolidarse en el mercado, para ello la empresa toma en cuenta indicadores de calidad tales como:

- Las pollitas tengan todas sus vacunas.
- Los restos de verduras deben ser frescos.
- El agua debe cambiarse diariamente.
- Los comederos y bebederos deben estar limpios.
- El galpón debe tener la ventilación natural necesaria.
- La alimentación debe establecerse en horarios fijos
- La visita técnica debe ser regular.
- Revisión permanente de la calidad del producto.
- Temperatura ambiente adecuadas en bodega
- Desinfección del personal previo ingreso a áreas de producción.
- Orden y limpieza en todo el perímetro.

### **La Marca.**

“Avícola David” es el nombre de la marca que se le colocó a la empresa, buscando que sea llamativo y memorable, el nombre es la formación de dos palabras: *Avícola*, que hace referencia al sector de la crianza de aves, una granja avícola es un establecimientos agropecuario dedicado a la crianza de aves de corral, es por ello que se buscó conjugar esta palabra con el resto del nombre para que cuando el cliente vea la marca en cualquier sitio, sepa de primera mano cuál es la actividad de la empresa.

“Avícola David” es un emprendimiento familiar, es por ello que se buscó que la empresa lleve representado en su nombre el de un familiar, *David* es el nombre del hijo primogénito del Gerente General de la empresa. Es así que de la combinación de estas dos palabras es como nace el nombre de la empresa: “Avícola David”

Por otro lado, también está el lema de la empresa: ***“Gallinas felices, huevos más ricos”*** la empresa se enorgullece de esta frase que es bien merecida a la actividad que realiza, como se mencionó en apartados anteriores, las gallinas que producen los huevos que comercializa la empresa, son el consecuente de unas aves que son criadas, alimentadas y que viven en campos abiertos libres de jaulas, son gallinas criadas en pastoreo, estos factores favorecen al producto final, permitiendo que el cliente se alimente con un producto orgánico y libre de químicos.

La empresa también contempla el uso frecuente de la siguiente frase: ***“gallinas libres de jaula”***, misma que pretende darle la razón del porqué del lema, con la intención de que el cliente comprenda por qué se considera que las gallinas de “Avícola David” son felices, se usa esta frase para correlacionar el significado del lema usado.

### ***Producto aumentado.***

Lo que diferencia al producto de “Avícola David” de la competencia es el proceso, las condiciones de vida que se le da a las gallinas y la cadena de valor que se cumplió para que el producto sea más orgánico y tenga un valor nutricional más elevado en comparación con los huevos que son producidos industrialmente donde a las gallinas se les inyecta hormonas para acelerar su proceso de producción alimentándolas en cantidad y no en calidad, donde las mantienen enjauladas en condiciones precarias y con espacios muy reducidos suprimiendo sus instintos básicos.

## Plan de introducción al mercado.

### *Distintivos y uniformes.*

“Avícola David” es una empresa formal que busca posicionarse en la mente del consumidor no solo con su producto sino también con el servicio y por supuesto con la marca, es por ello que se ha diseñado diferentes distintivos y uniformes que llevaran con orgullo cada uno de sus colaboradores, distribuidos de la siguiente manera:

**Ilustración 24.** Prototipo de uniforme personal administrativos

#### **Personal Administrativo.**

- Gorra con distintivo de la empresa color café marrón.
- Camiseta verde con detalles en amarillo y logo de la empresa.
- Correa color café claro.
- Pantalón jeans azul marino sencillo.
- Botines de seguridad con punta de acero en color café marrón.



*Nota.* La imagen muestra el prototipo del uniforme del personal administrativo



## Personal Operarios.

Para garantizar la bioseguridad tanto del personal operativo como de las aves se optó por el uso de un overol que deberá ser utilizado únicamente cuando se ingrese al galpón a realizar las actividades de limpieza, recolección de huevo, alimentación y demás actividades que requieran la presencia del personal dentro del galpón donde se encuentran las aves.

### Detalles de uniforme.

- Gorra con distintivo de la empresa color verde.
- Camiseta color café marrón con detalles en amarillo
- Correa color negra.
- Pantalón jeans azul marino sencillo.
- Botines de seguridad con punta de acero color café marrón.

**Ilustración 25.** Prototipo de uniforme personal operativo



*Nota.* La imagen muestra el prototipo del uniforme del personal operativo.

### Uniforme dentro del galpón.

- Gorra con distintivo de la empresa color verde
- Overol color café marrón, cuerpo entero mangas largas.
- Botines café marrón punta de acero.
- Guantes de nitrilo.
- Mascarilla.

**Ilustración 26.** Overol personal operativo.



*Nota.* La imagen muestra el prototipo del overol a usar dentro del galpón de aves.

## Material de identificación

### *Imagotipo.*

Un imagotipo se compone de un conjunto de letras y una imagen. Las letras forman las palabras que identifican el nombre de la marca y la imagen el símbolo que permite el reconocimiento de la marca. (Quiroa, 2020)

**Ilustración 27.** Imagotipo de la empresa.



*Nota.* La imagen representa el distintivo de la empresa, mediante este imagotipo se plantea que el cliente reconozca a la empresa.

**Elementos a destacar.**

- La silueta del huevo en color verde.
- El nombre de la empresa en color marrón, dos tipologías de letra: Futura y Great - vibes
- Figuras internas en verde y amarillo que representan el campo verde y sus frutos amarillos; las aves son alimentadas con productos naturales para obtener un huevo más nutritivo y orgánico.
- Una frase que hace referencia a las condiciones en que se crían y viven las aves de “Avícola David”. Tipo de letra usada: Futura

**Colores usados.**

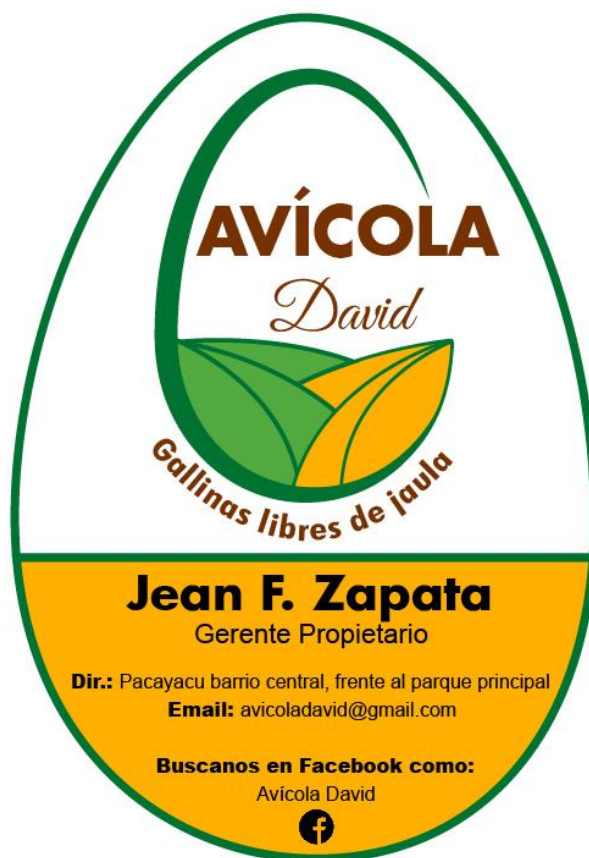
- Amarillo dorado: Estimula el apetito, expresa calidez, dinamismos.
- Marrón: el color característico de la gallinas Isa Brown
- Verde: Productos naturales, aves criadas en pastoreo.

El imago tipo cuenta con distintas figuras, colores y tipos de letra seleccionados que en conjunto transmitan seguridad, confianza, alegría, que se relacionen con la actividad de la empresa y que sea de agrado a la vista del cliente y público en general. Además, se diseñó de tal manera que no tenga muchos objetos y figuras que puedan cansar el ojo humano y se pierda la atención del usuario, esto además de mejorar la percepción facilita que se pueda adaptar a distintos colores y tonalidades de fondo de imagen, adicionalmente también lo vuelve fácil para que se realice en bordado, mejorando la presentación en los uniformes del personal de la empresa.

### *Tarjetas de presentación.*

En “Avícola David” se tiene presente que cualquier oportunidad para dar a conocer a la empresa y que el cliente se lleve una buena impresión, se la debe aprovechar, es por ello que se diseñó tarjetas de presentación con el siguiente estilo:

**Ilustración 28.** Tarjeta de presentación de la empresa, lado anverso.



*Nota.* La imagen muestra el modelo a realizar de las tarjetas de presentación de “Avícola David”, buscando resaltar de lo habitual se realizó en forma de óvalo, lo más parecido a la silueta de un huevo.

**Ilustración 29.** Tarjeta de presentación de la empresa, lado reverso.



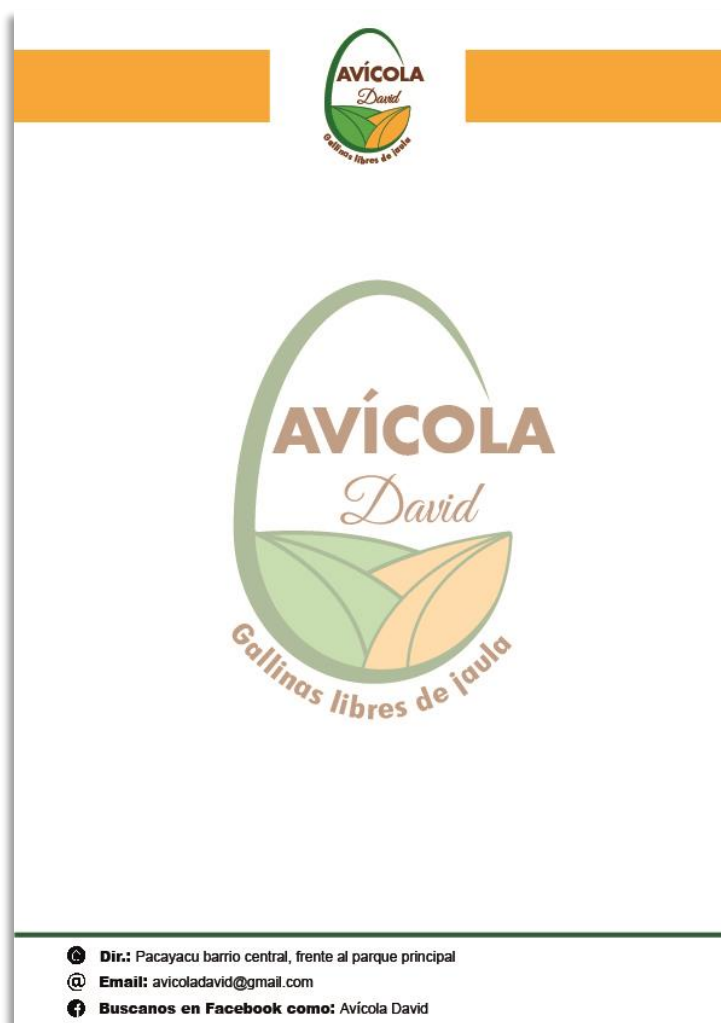
*Nota.* La imagen muestra el reverso de la tarjeta de presentación, donde consta el nombre de la empresa y un código QR que cuando el cliente lo escanea le envía directo al WhatsApp de la empresa para contacto directo.

Las tarjetas de presentación son una herramienta más de comunicación que le permite a la empresa darse a conocer con sus clientes, una propuesta de valor fue diseñarlas en forma ovalada, asimilando la silueta de un huevo, lo que es atractivo y llamativo a la vez, la empresa busca resaltar de la competencia con productos y servicios diferenciados.

### *Hoja membretada.*

Otro de los elementos de la identidad corporativa de la empresa será la papelería, esto servirá para usar en asunto como oficios, cartas, declaraciones formales y comunicados, para ellos se la elaborado de la siguiente manera:

**Ilustración 30.** Hoja membretada de la empresa.



*Nota.* La imagen muestra el modelo de la hoja membretada de la empresa, donde lleva el imago tipo de la empresa y datos de contacto.

### **Canal de distribución y puntos de venta.**

El canal de distribución y punto de venta físico de “Avícola David” es su establecimiento ubicado en el barrio central de la parroquia Pacayacu, frente al parque central.

### **Promoción.**

- El principal canal de promoción serán las redes sociales, Facebook y WhatsApp.
- Se buscará la colaboración desinteresada de las autoridades y la reina actual de la parroquia para que se mencione y recomiende en sus cuentas de redes sociales los productos de la empresa.
- Otro canal de promoción sería los volantes y tarjetas de presentación entregadas a transeúntes, así como también el letrero que estará ubicado en la bodega central que está ubicada frente al parque de la parroquia.
- Una vez el negocio esté mejor posicionado en el mercado se optará por la promoción pagada en Facebook.



### Contacto.

- Tarjetas de presentación.
- E-mail.
- WhatsApp.
- Facebook.

### Financiamiento.

**Tabla 15.** Tabla de precios

<i>ITEM</i>	<i>CANTIDAD</i>	<i>V/UNITARIO</i>	<i>V/TOTAL</i>
<i>Gorras</i>	2	\$ 7,99	\$ 15,98
<i>Camisas Café marrón</i>	2	\$ 6,70	\$ 13,40
<i>Camisas verdes</i>	2	\$ 6,70	\$ 13,40
<i>Pantalones jeans azul marino</i>	4	\$ 14	\$ 56
<i>Correa de cuero</i>	2	\$ 6,50	\$ 13
<i>Botines</i>	2	\$ 27,50	\$ 55
<i>Overol Industrial</i>	3	\$ 20	\$ 60
<i>Guantes de nitrilo</i>	12	\$ 2,45	\$ 29,40
<i>Mascarillas caja X50</i>	4	\$ 3,36	\$ 13,44
<i>Letrero de la empresa</i>	1	\$ 55	\$ 55
<i>Flyers</i>	1000	\$ 25	\$ 25
<i>Tarjetas de presentación</i>	1000	\$ 25,99	\$ 25,99
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>\$ 349,60</b>

*Nota.* En la tabla se muestra el valor por adquisición de los diferentes artículos necesarios en la empresa, una compra por año.

### *Riesgo y oportunidades del negocio.*

En “Avícola David” el riesgo más importante que se tiene es la mortalidad de las gallinas a causa de enfermedades epidemiológicas, respiratorias, por estrés, golpes de calor y demás factores externos que están presentes en el entorno de las aves.

Estos riesgos aumentan cuando no se lleva un control preventivo de la vacunación, cuando no se las alimenta correctamente según la edad, cuando no se realiza la limpieza de bebederos y comederos diariamente, cuando el galpón se encuentra cubierto de gallinaza por varios días consecutivos, estos factores puede ser el precedente de muchas enfermedades en las aves lo que pueden desencadenar pérdidas significativas para la empresa.

La oportunidad más notable que se le presenta a la empresa es la de ser la primera avícola del sector y buscar convertirse en el proveedor principal de huevos en la parroquia Pacayacu, además, cuando la empresa se encuentre posicionada en el mercado local buscará la apertura de nuevos mercados, ya que al estar ubicada geográficamente en un sector que colinda con cuatro cantones a su alrededor (ver ilustración 4) se facilita la logística y se abaratan costos de transporte, lo que le permite a la empresa ofrecer a intermediarios y al usuario final un producto con precios al alcance.

## **Fijación de precios.**

### ***Fijación de precios por cubeta de huevos.***

Tener claros los costos que conlleva todo el proceso de producción es un aspecto clave del que depende la rentabilidad del proyecto lo cual permitirá definir el nivel de los ingresos, para ello se considera lo siguiente:

- Obtener un buen margen de utilidad sobre el costo.
- Tener estabilización de los precios.
- Aumentar la participación en el mercado.

En la empresa se considera y se tiene en cuenta que existen lineamientos que sirven de referencia para la fijación del precio del producto, donde se suman porcentajes de diferentes factores que intervienen en el momento de la producción, y que permiten la estabilidad de la empresa, algunos de estos son los siguientes:

- Imprevistos.
- Mano de obra.
- Gastos de producción (Crianza, alimentación, vacunas)
- Gastos de comercialización.
- Gastos Administrativos.
- I.V.A

A continuación, se presentan los costos que intervienen para la fijación del precio y la venta al cliente final de la cubeta de huevos.

**Tabla 16.** Tabla del precio de venta al público

	FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN			
	PRESENTACIÓN ESTÁNDAR DE CUBETA			
<b>Nombre del producto:</b>	Cubeta de 30 huevos		<b>Código:</b> 001	
<b>Fecha de actualización:</b>	23/07/2022		<b>Elaborado por:</b> Jean Zapata	
PRODUCTO	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Cubeta de huevos x30	unidad	\$76,97	63,3	1,22
FOTOGRAFÍA REFERENCIAL			TOTAL BRUTO	\$1,22
			IMPREVISTOS 15%	\$0,24
			<b>TOTAL NETO</b>	<b>\$1,46</b>
			GASTOS ADMIN 15%	\$0,22
			UTILIDAD 75%	\$1,09
			<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$2,77</b>
			IVA 0%	\$0,00
			SERVICIO 12%	\$0,33
			<b>TOTAL</b>	<b>\$3,10</b>

*Nota.* En la tabla están expresados los costos de producción de 63,3 cubetas diarias, se detalla además el costo unitario por cubeta.

## Implementación del negocio.

### *Edificaciones y construcciones.*

**Tabla 17.** Construcción del galpón.

<b>EDIFICACIONES Y CONSTRUCCIONES</b>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Construcción del galpón	1	\$ 1.200,00

*Nota.* Tabla del valor por la construcción del galpón para 2000 gallinas.

### *Arriendo del terreno.*

**Tabla 18.** Arriendo del terreno

<b>ARRIENDO DEL TERRENO Y BODEGA</b>		
<b>PAGO MENSUAL</b>	<b>PAGO SEMESTRAL</b>	<b>PAGO ANUAL</b>
\$ 200.00	\$ 1200.00	\$ 2400,00

*Nota.* La tabla muestra el valor acordado con el dueño del terreno para la remodelación del galpón de las aves y el pago del arriendo para la bodega.

### *Vehículo.*

**Tabla 19.** Vehículo.

<b>VEHÍCULO</b>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Moto Onda CB1 X	1	\$ 2.806,00

*Nota.* La empresa adquiere una motocicleta para la actividad.

***Equipos industriales.*****Tabla 20.** Equipos industriales.

<b>EQUIPOS INDUSTRIALES</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Comederos	40	\$2.99	\$119,60
Bebederos	22	\$2.99	\$65,78
Balanza digital	1	\$29.48	\$29,48
Nidales	400	\$2.00	\$800
Palas	1	\$ 5.88	\$5,88
Mesa de madera	2	\$80.00	\$160,00
Tanque de agua 500L	1	\$53.00	\$53,00
Canastas de recolección	6	\$6,00	\$36,00
Bomba manual 20 litros	1	\$35,00	\$35,00
<b>Total</b>			<b>\$1.304,74</b>

*Nota.* En la tabla se detallan los artículos a necesitar para el galpón de las aves.

***Equipos de computación.*****Tabla 21.** Equipos de computación.

<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Laptop Lenovo Core i5	1	\$739.00	\$739
Impresora Epson L3250	1	\$140.00	\$140
<b>TOTAL</b>			<b>\$879</b>

*Nota.* La tabla muestra los equipos de computación a utilizar.

***Muebles y enseres.*****Tabla 22.** Muebles y enseres.

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Escritorio estacionario en L	1	\$160.00	\$160.00
Silla giratoria oficina	1	\$37.00	\$37.00
Silla de espera para clientes	1x4	\$159.99	\$159.99
Archivadores	12	\$2.00	\$24.00
Estantería	1	\$65.00	\$65.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$445.99</b>

*Nota.* En la tabla se muestra los precios de los artículos necesarios para la oficina y bodega para la venta del producto.

***Equipos industriales de seguridad.*****Tabla 23.** Equipos industriales de seguridad.

<b>EQUIPOS DE SEGURIDAD</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Extintor PQS 10lbs	2	\$21.00	\$42.00
Señaléticas (Salida, área segura, baño, área de aseo, Galpón, Bodega, Extintor)	7	\$3.00	\$21.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$63.00</b>

*Nota.* La tabla muestra los equipos necesarios para la seguridad y señaléticas del área.

### *Suministros de oficina.*

**Tabla 24.** Suministros de oficina.

<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Papel bond, caja de 10	1	\$41.50	\$41.50
Grapadora	1	\$9.99	\$9.99
Grapas, caja	1	\$1.15	1.15
Caja, resaltadores	6	\$1.85	\$1.85
Esferos BIC (azul, rojo y negro)	3	\$0.40	\$1.20
Perforadora	1	\$3.00	\$3.00
Tijera	3	\$0.45	\$0.45
<b>TOTAL</b>			<b>\$59,14</b>

*Nota.* En la tabla se detallan los suministros de oficina requeridos.

### *Servicios básicos.*

**Tabla 25.** Servicios básicos.

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PAGO MENSUAL</b>
Luz	\$20.00
Agua	\$10.00
Internet	\$30.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$60.00</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$120</b>

*Nota.* Tabla tentativa de los valores a pagar por los servicios básicos, los costos son bajos debido a que el agua se toma de una vertiente natural, solo se paga por el consumo administrativo, la luz solo se ocupa una hora en la mañana y una en la tarde en el galpón, el restante es del área administrativa.



***Materiales de limpieza.*****Tabla 26.** Materiales de limpieza

<b>MATERIALES DE LIMPIEZA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Escobas	2	\$3.50	\$7.00
Trapeador	1	\$7.00	\$7.00
Desinfectante amonio cuaternario Galón	2	\$12.00	\$24.00
Fundas de basura (10 unidades)	5	\$1.75	\$8.75
Jabón líquido para manos, galón	3	\$7.00	\$21.00
Alcohol antiséptico, galón	3	\$7.76	\$23.28
Cepillo industrial	2	\$13.00	\$26.00
Palas	2	\$5.88	\$11.76
Recogedores	2	\$2.50	\$5.00
Tachos para basura	4	\$10.00	\$40.00
Guantes de caucho caja x100	2	\$3.50	\$7.00
Mascarillas quirúrgica caja x50	2	\$2.00	\$4.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$184.79</b>

*Nota.* La tabla detalla los materiales primordiales para limpieza.

#### **4 PROCESO DERECHO EMPRESARIAL.**

La empresa Avícola David, con el objetivo de agregar formalidad al negocio y que a los clientes les genere confianza porque se trabaja con todos los permisos que certifiquen que la empresa está dentro del margen de la ley, realiza los trámites y permisos pertinentes:

##### **Servicio de Rentas Internar / SRI**

El Servicio de Rentas Internas o SRI es un organismo técnico y autónomo del Estado ecuatoriano nacido en el año 1997 con el objetivo principal de luchar contra la evasión y las malas prácticas tributarias causada por la ausencia de cultura tributaria en el país de aquel entonces y que en determinados grupos sociales aún perdura hasta la actualidad. (Loor, s.f.)

El trámite se lo realiza de manera presencial en las oficinas más cercanas y no tiene ningún costo. Para legalizar la empresa “Avícola David” y tener los permisos del SRI, se debe presentar los siguientes documentos:

**Requisitos (básicos) para realizar el trámite:**

- Cédula de identidad (Presentación)
- Certificado de votación (Presentación)
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente

**Requisitos alternativos (suplen la presentación de un requisito básico):**

- Pasaporte ordinario (Presentación)
- Certificado de presentación (Presentación)
- Certificado de exención (Presentación)
- Licencia de conducir (Presentación)

**Procedimiento para realizar el trámite:**

- Acudir al centro de atención del SRI
- Solicitar el turno
- Esperar el turno
- Acudir a la ventanilla de atención
- Presentar los requisitos y documentación de respaldo
- Recibir contestación

**Permiso de funcionamiento de los Bomberos.**

- Copia del RUC ambos lados.
- Copia de cedula y papeleta de votación
- Copia del pago del impuesto predial.
- Copia de la factura de la compra del extintor o certificado de mantenimiento vigente.
- El valor a pagar es de \$25.00

**Patente Municipal.**

Para la obtención de la patente municipal se requiere la adquisición del certificado de uso de suelos, los requisitos son:

- Solicitud al director de planificación solicitando el certificado de uso de suelo.
- Especie valorada para certificación de uso de suelo (Ventanilla \$1.00).
- Copia del permiso de funcionamiento de los bomberos.
- Copia del RUC.
- Copia de cedula del propietario del negocio.
- Certificado de no adeudar al Municipio (Ventanilla \$5.00)

- Croquis a mano de la ubicación del comercio.

Cumpliendo estos requisitos se obtiene el certificado de uso de suelos con el cual se puede acercar a ventanilla y pagar la patente, la cual tiene vigencia de un año, el valor es dependiendo del negocio, para el caso de la empresa “Avícola David” el valor a cancelar es de: \$8.33

### **IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social)**

En cumplimiento con el artículo 73 de la Ley de Seguridad Social, la empresa realiza los trámites pertinentes para la afiliación de sus empleados, los pasos a seguir son:

- Ingresar a la página [www.iess.gob.ec](http://www.iess.gob.ec).
- Seleccionar la opción empleadores /servicios en línea.
- Aviso de entrada y salida.
- Ingresar al sistema con el número de cédula y clave del empleador.
- Seleccionar la opción registro de novedades / aviso de entrada.
- Ingresar número de cédula del afiliado.
- Llenar los datos que solicita el sistema y pulsar la opción **ACEPTAR**.
- Validar y enviar.

## **5 PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL.**

### **Objetivo del área.**

En épocas pasadas las empresas realizaban sus actividades sin preocuparse por los residuos que están generaban, tras la revolución industrial las cosas cambiaron, la producción en masa no solo aceleró los procesos productivos, sino que también generó más contaminación, misma a la que los gobiernos y las entidades regulatorias no prestaron atención.

Ahora tenemos un panorama distinto, no solo las entidades regulatorias intervienen en el control y uso adecuado de los recursos renovables y no renovables, sino que también los hacen los clientes, ahora son más selectivos y se informan antes de consumir, el cliente valora aquellos productos que son el consecuente de una producción más amigable con el medio ambiente y que además genere valor a la sociedad.

En Avícola David se tiene presente que en esta actividad también se generan residuos que deben ser mitigados y manejados correctamente, ya que de lo contrario pueden ser perjudiciales para la empresa y su entorno, para ello se pretende llevar un plan de manejo ambiental que provea a la empresa las directrices del manejo eficaz y eficiente de los recursos que se empleen en la actividad.

### **Impacto ambiental.**

En la granja Avícola David se busca realizar una actividad amigable con el medio ambiente, es por ello que se plantea en el proceso de levante y postura de las aves una alimentación orgánica, bienestar animal y la utilización de antibióticos naturales, con ello se pretende reemplazar las técnicas comunes que se aplican en los procesos industriales. Esta técnica de crianza de aves no desestima que se elimine totalmente el uso de objetos que puedan ser contaminantes para el medio ambiente, entre ellos encontramos los siguientes:

#### ***Residuos aprovechables.***

- Cartón.
- Costales del concentrado.
- Bolsas plásticas.
- Residuos de alimentos.

Este último se lo lleva a la compostera al igual que la mortalidad y la cama de las aves para ser convertidos en abono y luego distribuirlo en la granja.

#### ***Residuos no aprovechables y peligrosos***

- Tapabocas.
- Recipientes de vacunas.
- Guantes.
- Recipientes de los pesticidas.

El manejo que queda de los recipientes de las vacunas se los inactivará con yodo o cloro para ser dispuesto de manera correcta, adicional también tenemos el manejo que se le da a los recipientes de los pesticidas; se realiza un triple lavado, se rompe la etiqueta y se perfora el recipiente para evitar que pueda ser reutilizada y luego se los depositará en un recipiente para que la empresa municipal de recolección de basura los traslade y se haga su disposición final.

Con respecto a las jeringas utilizadas en la vacunación de las aves, estos se colocarán en un recipiente especial que no traspase la aguja y que esté totalmente bien etiquetado y de color rojo, una vez realizado este proceso se colocó en la disposición de desechos intermedios a espera de la recolección de un gestor para la eliminación de la misma.

**La granja cuenta con un punto ecológico donde se clasifican los residuos según su tipo y se lo distribuye de la siguiente manera:**

- **Verde:** Biodegradables y orgánicos.
- **Gris:** Reciclables.
- **Rojo:** Cortopunzantes (Vacunas)
- **Azul:** Inactivos.
- **Negra:** Basura común.



Con respecto al uso del agua; la granja avícola se encuentra ubicada a 700 metros aproximadamente de la vía principal del sector y por consiguiente del sector urbano, el ingreso es por una vía de segundo orden lastrada, razón por la cual el uso de agua potable no es una opción para la empresa por lo que, se opta por la utilización de agua de lluvia y el uso de agua de un riachuelo que cruza por la finca donde está ubicado el galpón.

El agua que se utiliza para esta actividad es principalmente para la limpieza de los bebedores, el aseo de manos y lavado de cara del personal solo de ser necesario, y para la limpieza de los artículos como palas y recogedores de basura.

## Impacto social.

Avícola David es una empresa que fundamenta su actividad guiada por los Objetivos de Desarrollo Sostenibles propuestos por las Naciones Unidas en 2015 como un llamamiento universal para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que para el 2030 todas las personas disfruten de paz y prosperidad. (Naciones Unidas, s.f.)

**Ilustración 31.** Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)



*Nota.* La imagen muestra los 17 ODS propuestos por las Naciones Unidas en 2015. Obtenido de Comunideas, por Comunideas España, 2017 ODS.

Avícola David considera el uso de los siguientes ODS, sin desestimar que a futuro se pueden ir adoptando más:

- Trabajo decente y crecimiento económico (ODS 8).
- Industria, innovación e infraestructura (ODS 9).
- Producción y consumo responsable (ODS 12).

### ***Trabajo decente y crecimiento económico.***

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible apuntan a estimular el crecimiento económico sostenible mediante el aumento de los niveles de productividad y la innovación tecnológica. Fomentar políticas que estimulen el espíritu empresarial y la creación de empleo es crucial para este fin, así como también las medidas eficaces para erradicar el trabajo forzoso, la esclavitud y el tráfico humano. Con estas metas en consideración, el objetivo es lograr empleo pleno y productivo y un trabajo decente para todos los hombres y mujeres para 2030. (Programa de las Naciones Unidas, s.f.)

En la empresa Avícola David, se fomenta el respeto entre compañeros con el objetivo de que no exista conflicto interno y eso ocasione que los objetivos de la empresa no se cumplan debido a la falta de colaboración entre compañeros.

Proporcionar condiciones laborales y sueldos dignos a los empleados; se prioriza el pago de los salarios hacia sus colaboradores, un pago justo y equitativo a la actividad que realizan, el conocimiento y la experiencia individual que aporta cada

trabajador es la fortaleza de la empresa, y es por ello que deben ser retribuidos justamente, en la empresa los pagos se realizaran en las fechas acordadas con los colaboradores, así como también el seguro social y los beneficios que por ley les corresponde a cada trabajador, eso a más de ser un factor motivante en el ámbito laboral les ayuda a cumplir con sus obligaciones personales y cubrir sus necesidades principales de alimentación y vestimenta.

Al contar con mano de obra local se está también dinamizando la economía del sector porque con el salario que ellos perciben realizan sus compras a comerciantes y productores de la zona.

### ***Industria, innovación e infraestructura.***

Los avances tecnológicos también son esenciales para encontrar soluciones permanentes a los desafíos económicos y ambientales, al igual que la oferta de nuevos empleos y la promoción de la eficiencia energética. Otras formas importantes para facilitar el desarrollo sostenible son la promoción de industrias sostenibles y la inversión en investigación e innovación científicas. (Programa de las Naciones Unidas, s.f.)

En “Avícola David” se considera que la innovación constante es un aspecto fundamental para el progreso y la sostenibilidad de la empresa, la innovación permite abaratar costos, brindar un mejor producto y dar mejores condiciones laborales a sus

colaboradores mediante el uso de herramientas y tecnologías que permitan a sus trabajadores reducción riesgos labores. La innovación en infraestructura será un aspecto primordial para la expansión de la empresa porque se pretende aumentar la capacidad de producción.

En este proceso de innovación se considera también ir adaptando los novedosos bebederos automáticos que permiten suministrar el agua a las aves de manera controlada, evitando así el uso excesivo y el desperdicio, adicional también se plantea la colocación de luminarias con paneles solares; la ubicación geográfica del Ecuador brinda unas 12 horas de luz solar, lo que para la utilización de paneles solares es un aspecto bastante favorable, permitiendo de esta manera reducir los costos de consumo de energía eléctrica.

### ***Producción y consumo responsable.***

La gestión eficiente de los recursos naturales compartidos y la forma en que se eliminan los desechos tóxicos y los contaminantes son vitales para lograr este objetivo. También es importante instar a las industrias, los negocios y los consumidores a reciclar y reducir los desechos, como asimismo apoyar a los países en desarrollo a avanzar hacia patrones sostenibles de consumo para 2030. (Programa de las Naciones Unidas, s.f.)

La idea desde un inicio en la empresa es generar la menor huella de contaminación posible, por ello la empresa tiene políticas internas que establecen de manera clara el uso que se les da a los residuos. Darle una segunda utilidad siempre que se pueda y que no implique un riesgo al personal será una prioridad en la empresa, así como el uso de los sacos o costales que contenían los concentrados, se los puede reutilizar para la recolección de la basura.

La dosificación del agua para la limpieza de las herramientas de trabajo también será un aspecto a tener en cuenta, al utilizar el agua de lluvia y de riachuelos se debe concientizar al personal que esta no es un recurso renovable, por tal motivo se debe utilizar solo la dosis necesaria.

## 6 PROCESO FINANCIERO.

En el presente capítulo se realiza el análisis financiero de la empresa tomando en cuenta varias herramientas con el objetivo de analizar la viabilidad económica financiera de la empresa “Avícola David”

### Activos Fijos.

Un activo fijo es un bien de una empresa, ya sea tangible o intangible, que no puede convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no se destinan a la venta. (Debitoor, s.f.)

La empresa Avícola David considera los siguientes activos fijos:

**Tabla 27.** Valores de la inversión fija

<b>INVERSIONES</b>	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
Equipos de Computación	\$879
Vehículo	\$2.806
Edificio	\$1.200
Muebles y encerres	\$445,99
Equipos Industriales y de seguridad	\$1.367,74
<b>Total</b>	<b>\$6.698,73</b>

*Nota.* La tabla muestra los activos fijos adquiridos por la empresa.

### Activos diferidos.

Un activo diferido es como se conoce a aquel bien o servicio por el que ya se ha realizado un pago, pero del que no se ha disfrutado su uso. Se trata de una importante manera de no alterar la realidad contable de una empresa en cada periodo. (Sánchez, 2019).

Este valor corresponde prácticamente a los gastos de la constitución de la empresa “Avícola David”, gastos como: las patentes, los permisos de bomberos, inscripción de la empresa en la Super de Compañías si fuese el caso. Para la constitución se consideró lo siguiente:

**Tabla 28.** Tabla de gastos amortizables.

<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
Gastos de Constitución	
Permiso de bomberos	\$25
Patente Municipal	\$14,33
<b>TOTAL</b>	<b>\$39,33</b>

*Nota.* En la tabla se detallan los gastos amortizables.



### Capital de trabajo.

El capital de trabajo es una magnitud contable referida a aquellos recursos económicos con los que cuenta una empresa dentro de su patrimonio para afrontar compromisos de pago en el corto plazo y relacionados con su actividad económica. (Westreicher & Sánchez, 2019).

En Avícola David se considera un capital de trabajo para doce meses, la compra de las pollitas es de 22 semanas, estas pollitas llegan ya en la etapa de postura, por lo que se empieza a tener ingresos de manera casi inmediata y constante por la venta de los huevos, este rubro también contempla el pago de servicios básicos, el salario de los trabajadores, el arriendo del terreno y del local para la bodega, entre otros rubros detallados en la siguiente tabla, todo por un valor de **\$30.589,03**

**Tabla 29.** Capital de trabajo para 12 meses

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>12 MESES</b>
Sueldos	\$12.073,40
Servicios Básicos	\$720,00
material oficina	\$61,24
material limpieza	\$184,79
servicio auto	\$0,00
alquiler local	\$2.400,00
publicidad	\$349,60
adquisición de materia prima	\$12.000,00
gastos financieros	\$2.800,00
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>\$30.589,03</b>

*Nota.* La tabla muestra el valor necesario para cubrir los gastos durante doce meses.

### **Inversión total.**

La inversión total corresponde a todos los gastos que conlleva teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo para los siguientes doce meses de operación de la empresa, esto por un valor de **\$37.327,09**

**Tabla 30.** Inversión total de la empresa Avícola David

<b>TOTAL DE LA INVERSIÓN</b>	
Total activos fijos	\$6.698,73
Total activos diferidos	\$39,33
Total capital de trabajo / 12 Meses	\$30.589,03
<b>TOTAL</b>	<b>\$37.327,09</b>

*Nota.* La tabla muestra el valor total de la suma de activos fijos, diferidos y capital de trabajo de 12 meses.

### **Sueldos.**

A continuación, se presenta la tabla con los valores de los sueldos del personal con todos los beneficios legales incluido los valores del aporte al IESS con valores mensuales y anuales.

**Tabla 31.** Sueldos personal operativo y administrativo.

<b>SUELDOS</b>					
<b>PERSONAL</b>	<b>SUELDOS</b>	<b>ANUAL</b>	<b>IESS EMP.</b>	<b>IESS EMPRESA</b>	<b>GASTO SUELDOS ANUAL</b>
Gerente General	\$425	\$5.100	\$481,95	\$568,65	\$5.186,7
Obrero	\$425	\$5.100	\$481,95	\$568,65	\$5.186,7
<b>TOTAL</b>	<b>\$850</b>	<b>\$10.200</b>	<b>\$963,90</b>	<b>\$1.137,3</b>	<b>\$10.373,4</b>

*Nota.* Tabla de valor correspondientes al salario del personal en planta.

**Tabla 32.** Total decimos personal operativo y administrativo

<b>DÉCIMO TERCERO Y DÉCIMO CUARTO</b>				
<b>PERSONAL</b>	<b>SUELDOS</b>	<b>DÉCIMO 4°</b>	<b>DÉCIMO 3°</b>	<b>TOTAL DÉCIMOS</b>
Administrador	\$425	\$425	\$425	\$850
Obrero	\$425	\$425	\$425	\$850
<b>TOTAL</b>	<b>\$850</b>	<b>\$850</b>	<b>\$850</b>	<b>\$1.700</b>

*Nota.* Tabla de valores correspondientes a los décimos tercero y cuartos del personal en planta.

**Tabla 33.** Valor total de sueldos.

<b>TOTAL EN SUELDOS</b>		
<b>TOTAL SUELDOS</b>	<b>TOTAL DECIMOS</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
\$10.373,4	\$1.700	<b>\$12.073,4</b>

*Nota.* Valor correspondiente a cubrir por el salario del personal más los décimos durante el periodo de un año.

### Depreciación de activos fijos.

La depreciación es la pérdida de valor de un bien como consecuencia de su desgaste con el paso del tiempo. (Vázquez, 2016)

En la empresa, Avícola David se trabaja con una depreciación en línea recta amparados en la ley de régimen tributario ecuatoriano, se consideran los activos susceptibles a depreciación con los siguientes porcentajes.

- Equipos industriales 10%
- Edificios y construcciones 20%
- Vehículos 5%
- Equipos de computación 33,33%
- Muebles y enseres 10%

**Tabla 34.** Tabla de depreciación activos fijos

<b>DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>V. ACTUAL</b>	<b>% DEPRECIACIÓN</b>	<b>DEPRECIACIÓN</b>
Equipos Industriales	\$1.367,74	10%	\$136,77
Edificio	\$1.200,00	20%	\$60,00
Vehículos	\$2.806,00	5%	\$561,20
Equipos de Computación	\$879,00	33,33%	\$292,97
Muebles y Enseres	\$445,99	10%	\$44,60
<b>TOTAL</b>			<b>\$1.095,54</b>

*Nota.* Tabla del porcentaje de depreciación de activos fijos año 1

### Amortizaciones.

Este valor corresponde a la recuperación del capital por la constitución de la empresa.

La amortización del establecimiento es de n 20% lo que equivale a \$7,86 ya que el monto por la constitución es de \$39,33

**Tabla 35.** Gastos amortizables de la constitución.

<b>GASTOS AMORTIZABLES</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>V. TOTAL</b>
Permisos de bomberos	\$25,00
Patente municipal	\$14,33
Total gastos amortizables	\$39,33
<b>VALOR AMORTIZABLE 20%</b>	<b>\$7,87</b>

*Nota.* Tabla de valores de la amortización del costo total de la constitución de la empresa

### Tabla de amortización.

A continuación, se presenta la tabla de amortización, que incluye el valor de \$20.000 que se pedirá a una entidad bancaria, calculando el pago en 5 años, con una tasa de interés del 14%

Tabla 36. Amortización.

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
<b>MONTO</b>	\$20.000			
<b>TASA</b>	14%			
<b>PLAZO</b>	5 años			
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERÉS	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	20.000
1	5825,67	2.800,00	3.025,67	16.974,33
2	5825,67	2.376,41	3.449,26	13.525,06
3	5825,67	1.893,51	3.932,16	9.592,90
4	5825,67	1.343,01	4.482,66	5.110,24
5	5825,67	715,43	5.110,24	0,00

*Nota.* Tabla de valores amortizables del préstamo.

La tabla indica el manejo de pago de la suma de \$20.000, llegando al año 5, el pago de interés de \$715,43 y a su vez el pago capital de \$5.110,24, para que al final del periodo establecido nos dé un saldo de cero dólares.

### **Estructura de capital.**

Una organización puede financiarse con recursos propios (capital) o con recursos pedidos en préstamo (pasivos). La proporción entre una y otra cantidad es lo que se conoce como estructura de capital, esta es la mezcla específica de deuda a largo plazo y de capital que la empresa utiliza para financiar sus operaciones (Esparza, s.f.).

La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: Capital Propio con la suma de \$17.327,09 que equivale a una estructura del 46,42%; costo 13% con una tasa de descuento de 6%; por consiguiente el Capital Financiero es de \$20.000 con una estructura del 53,58% , el costo es del 14% que otorga el 7,5% de tasa de descuento; con un total de inversión de \$37.327,09 que en la suma total nos da una estructura del 100% y TMAR (tasa mínima de rendimiento) que es la suma de las tasas de descuento con un total de 13,5% valor indicador de la factibilidad de la empresa

**Tabla 37.** Estructura de capital.

<b>ESTRUCTURA DE CAPITAL</b>					
		Estructura	Costo	TD	
<b>Capital Propio</b>	\$17.327,09	46,42%	13%	6,0%	
<b>Capital Financiero</b>	\$20.000,00	53,58%	14%	7,5%	
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	\$37.327,09	100%		<b>13,5%</b>	<b>TMAR</b>

*Nota.* La Tasa de Descuento (TD) sumada nos da un TMAR de 13,5%

### **Punto de Equilibrio.**

El punto de equilibrio es establecido a través de un cálculo que sirve para definir el momento en que los ingresos de una empresa cubren sus gastos fijos y variables, esto es, cuando logras vender lo mismo que gastas, no ganas ni pierdes, has alcanzado el punto de equilibrio. (Contreras, 2021)

En la siguiente tabla, se aprecian los costos fijos que va a tener la empresa y son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, produzca o no produzca debe pagarlos, así como también el costo unitario y el precio unitario de venta:

**Tabla 38.** Costos fijos

<b>COSTOS FIJOS (CF)</b>	
Materia prima	\$1.000,00
Arriendo	\$200,00
Sueldos	\$1.006,12
Ser. Básicos	\$60,00
<b>TOTAL (CF)</b>	<b>\$2.266,12</b>

*Nota.* La tabla muestra los costos fijos mensuales de la empresa.

El margen de contribución es el resultado de restar los costes variables al precio de venta, es decir son los beneficios de una compañía sin considerar los costos fijos. Para la empresa avícola se tomó en cuenta el valor de la cubeta de 30, que es el producto principal de la empresa. Entonces el valor de la cubeta es de \$3,10 el valor del costo sería \$1,22 por lo que el margen de contribución será de \$1,88



**Tabla 39.** Margen de contribución.

<b>CUBETA DE 30 HUEVOS</b>		
<b>Precio</b>	\$3,10	
<b>Costo</b>	\$1,22	
<b>Ganancia</b>	\$1,88	<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>

*Nota.* El margen de contribución por cubeta comercializada es de \$1,88

**El Punto de Equilibrio (PEQ) se lo calcula de la siguiente manera:**

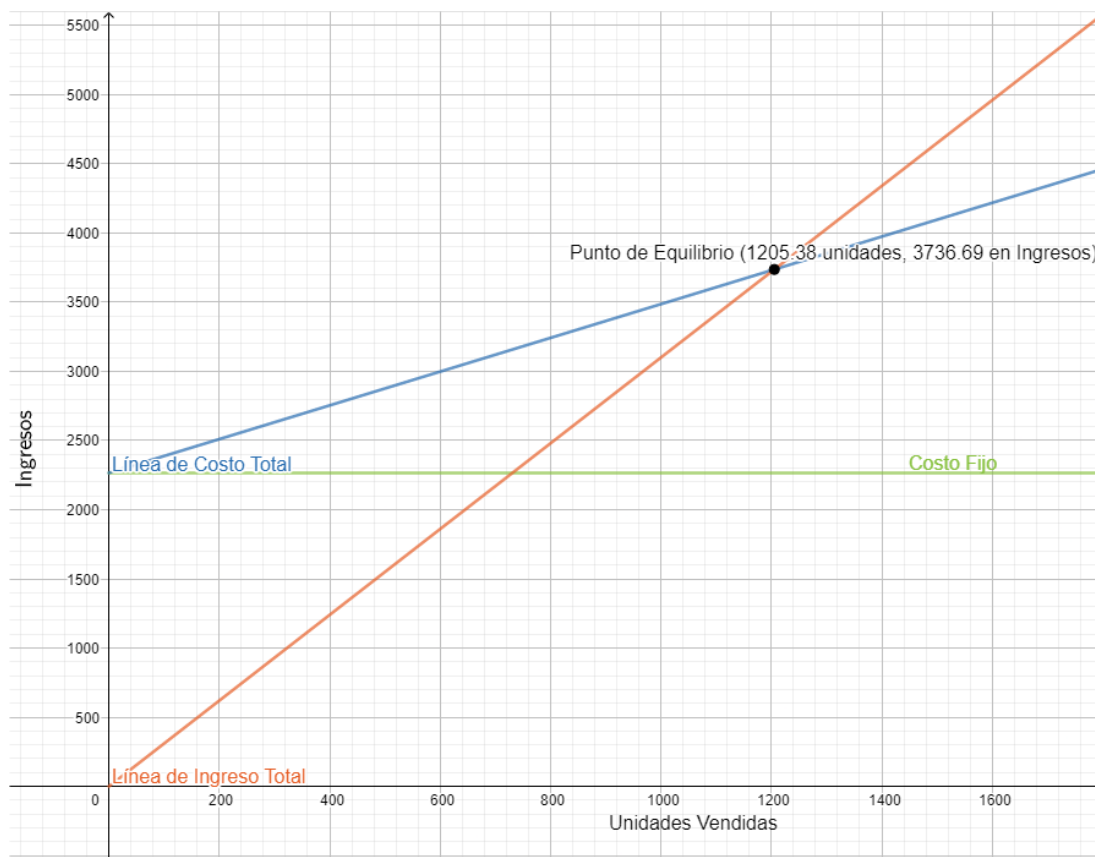
$$PEQ = \frac{\text{Costos Fijos (CF)}}{\text{Precio Venta Unitario (PVu)} - \text{Costo variable unitario (CVu)}}$$

Remplazando los valores tendríamos:

**Tabla 40.** Cálculo del punto de equilibrio.

<b>PEQ = 2266,12 / (3,1 – 1,22)</b>
<b>PEQ = 2266,12 / 1,88</b>
<b>PEQ = 1205,38</b>

*Nota.* La tabla muestra el cálculo del Punto de Equilibrio, es necesario vender 1205,38 cubetas mensuales para cubrir los costos fijos.

**Ilustración 32.** Gráfico punto de equilibrio

*Nota.* El gráfico muestra el punto de equilibrio donde la empresa no perdería ni ganaría respecto a su actividad. Tomado de Plan de mejora. <https://www.plandemejora.com/calculadora-punto-equilibrio/>

Se necesitan vender 1205,38 unidades para lograr el punto de equilibrio. Al vender esa cantidad la empresa obtendría \$3.736,69 en ingresos y utilizaría la misma cantidad en sus costos (No gana ni pierde)

Para verificar si la empresa gana o pierde vendiendo 1900 unidades, basta compararlo con el Punto de Equilibrio Calculado (1205,38). Dado que el punto de equilibrio es menor que las unidades vendidas (UV), la empresa obtendrá ganancias.

Para calcular el monto exacto de ganancias realizaremos los siguientes pasos:

**Tabla 41.** Cálculo del monto exacto de perdidas/ganancias.

Ventas - Costos
$PV_u \times UV - CV_u \times UV - CF$
$3,1 \times 1900 - 1,22 \times 1900 - 2266,12$
<b>R= \$1.305,88</b>

*Nota.* La tabla muestra el valor calculado respecto a la producción de 1900 unidades de cubetas por mes, esta cantidad si cubre los costos fijos.

Al vender 1900 unidades, la empresa gana \$1.305,88 unidades monetarias lo que nos indica que **el proyecto es viable.**

En la tabla 40, se puede observar que se deberá producir 1205,38 cubetas mensuales, es decir 40,2 cubetas diarias para que el negocio tenga su punto de equilibrio y no se gane ni se pierda y en la tabla 43 se puede observar que las ventas proyectadas por la empresa son de 1900 mensuales, lo cual esta por arriba del punto de equilibrio con 694,62 cubeta.

*Tabla 42.* Punto de Equilibrio.

	<b>NÚMERO</b>	<b>VALOR</b>	<b>TOTAL</b>
<b>VENTA</b>	1205,38	\$3,10	\$3.736,68
<b>COSTO</b>	1205,38	\$1,22	\$1.470,57
<b>GASTO</b>			\$2.266,12
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>			<b>0</b>

*Nota.* Para tener un punto de equilibrio la empresa Debra vender 1205 cubetas al mes.

*Tabla 43.* Ventas proyectadas.

<b>VENTAS PROYECTADAS</b>			
<b>NÚMERO</b>	<b>VALOR</b>	<b>TOTAL</b>	
<b>1900</b>	\$5.890,00	\$70.780,00	<b>VENTAS</b>
<b>1900</b>	\$2.318,00	\$27.816,00	<b>COSTO</b>

*Nota.* proyección de costos y ventas

**Costo de ventas.**

El costo de venta se basa en un periodo de cinco años en el mismo que tendremos las ventas proyectadas para conocer los valores del primer año. La tabla 18 es contemplada a 5 años con un crecimiento país del 1% aproximadamente, las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de \$14.771,87 mientras que para el quinto año se espera una utilidad neta de \$18.274,65

Tabla 44. Costo de venta.

<b>COSTOS DE VENTA</b>						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		\$70.680,00	\$72.807,47	\$74.998,97	\$77.256,44	\$79.581,86
COSTO DE VENTAS		\$27.816,00	\$28.653,26	\$29.515,72	\$30.404,15	\$31.319,31
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		\$42.864,00	\$44.154,21	\$45.483,25	\$46.852,29	\$48.262,55
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$12.073,40	\$12.436,81	\$12.811,16	\$13.196,77	\$13.594,00
SERVICIOS BÁSICOS		\$720,00	\$741,67	\$764,00	\$786,99	\$810,68
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEZA		\$246,03	\$253,44	\$261,06	\$268,92	\$277,02
ALQUILER AUTO		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
ALQUILER		\$2.400,00	\$2.472,24	\$2.546,65	\$2.623,31	\$2.702,27
PUBLICIDAD		\$349,60	\$360,12	\$370,96	\$382,13	\$393,63
DEPRECIACIONES		\$1.095,54	\$1.095,54	\$1.095,54	\$1.095,54	\$1.095,54
AMORTIZACIONES		\$7,87	\$7,87	\$7,87	\$7,87	\$7,87
UTILIDAD OPERATIVA		\$25.971,56	\$26.786,52	\$27.626,00	\$28.490,76	\$29.381,54
GASTOS FINANCIEROS		\$2.800,00	\$2.376,41	\$1.893,51	\$1.343,01	\$715,43
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$23.171,56	\$24.410,11	\$25.732,49	\$27.147,75	\$28.666,11
BASE IMPOSITIVA		\$8.399,69	\$8.848,67	\$9.328,03	\$9.841,06	\$10.391,46
UTILIDAD NETA		\$14.771,87	\$15.561,45	\$16.404,47	\$17.306,69	\$18.274,65

Nota. El cuadro muestra la utilidad neta en los cinco años de vida del proyecto lo cual va en aumento cada año

### **Flujo de caja.**

El flujo de caja hace referencia a las salidas y entradas netas de dinero que tiene una empresa o proyecto en un período determinado. Los flujos de caja facilitan información acerca de la capacidad de la empresa para pagar sus deudas. Por ello, resulta una información indispensable para conocer el estado de la empresa. Es una buena herramienta para medir el nivel de liquidez de una empresa. (Kiziryan, 2015)

En el flujo de caja de la empresa Avícola David podemos observar en la tabla 19 que se considera el año cero, este año es considerado donde la empresa inicia, se constituye y adquiere la materia prima para su funcionamiento. Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$12.849,61, mientras que para el 5 año esta aumentará a \$51.594,91 ya que en este año se recupera el capital de trabajo.

Tabla 45. Flujo de caja.

<b>FLUJO DE CAJA</b>						
	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		\$25.971,56	\$26.786,52	\$27.626,00	\$28.490,76	\$29.381,54
DEPRECIACIÓN		\$1.095,54	\$1.095,54	\$1.095,54	\$1.095,54	\$1.095,54
AMORTIZACIÓN		\$7,87	\$7,87	\$7,87	\$7,87	\$7,87
- BASE IMPOSITIVA		\$8.399,69	\$8.848,67	\$9.328,03	\$9.841,06	\$10.391,46
- GASTOS FINANCIEROS		\$2.800,00	\$2.376,41	\$1.893,51	\$1.343,01	\$715,43
- PAGO CAPITAL		\$3.025,67	\$3.449,26	\$3.932,16	\$4.482,66	\$5.110,24
+ VALOR DE SALVAMENTO						\$0,00
+ CAPITAL DE TRABAJO						\$37.327,09
- REPOSICIÓN DE ACTIVOS				\$0,00		
= FLUJO NETO DE CAJA	-\$37.327,09	\$12.849,61	\$13.215,59	\$13.575,71	\$13.927,44	\$51.594,91

*Nota.* Flujo de caja proyectado a cinco años, el incremento notable en el año cinco es por la recuperación del capital.



## **Evaluación financiera.**

Los parámetros del Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) pueden ayudarnos a estudiar la viabilidad de ciertos proyectos a nivel económico. No obstante, hay que tener claro que estos criterios no siempre coinciden, tienen sus limitaciones y sus resultados podrían ser inconsistentes en algunos casos. (Jiménez, 2015).

### **Parámetros a considerar:**

#### Valor Actual Neto (VAN)

- $VAN < 0$  = El VAN es menor a cero el proyecto no es viable o factible
- $VAN > 0$  = El VAN es mayor a cero el proyecto es factible o viable
- $VAN = 0$  El proyecto debe ser revisado por otro indicador.

#### Tasa Interna de Retorno (TIR) y Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento

#### TMAR

- $TIR < TMAR$  = El proyecto no es viable.
- $TIR > TMAR$  = El proyecto es viable.
- $TIR = TMAR$  = Se toma una decisión.

**Tabla 46.** Tabla del flujo de efectivo y los periodos respectivos.

PERIODOS	FLUJO DE EFECTIVO
<b>0</b>	-\$37.327,09
<b>1</b>	\$12.849,61
<b>2</b>	\$13.215,59
<b>3</b>	\$13.575,71
<b>4</b>	\$13.927,44
<b>5</b>	\$51.594,91

*Nota.* Aquí se consideran los años del proyecto y sus valores correspondiente del ejercicio.

### Cálculo del VAN y el TIR

**Tabla 47.** Cálculo del VAN y del TIR

INDICADORES	VALOR	COMPARACIÓN	CONCLUSIÓN
<b>VAN</b>	\$26.444,45	VAN > 0	PROYECTO VIABLE
<b>TIR</b>	35,79%		
<b>TMAR</b>	13,54%	TMAR < TIR	PROYECTO VIABLE

*Nota.* El resultado muestra un VAN mayor a cero, un TIR del 35,79% lo que indica ser mayor que el TMAR.

Los indicadores para este ejercicio muestran un resultado favorable, en cuanto al VAN el resultado es mayor a cero por lo tanto es un proyecto viable, el TIR está en 35,79%, el TMAR es de 13,54% y los resultados arrojados muestran un TIR superior con 22,25 puntos por arriba del TMAR por lo tanto bajo estos indicadores de medición **el proyecto es viable.**

## Recuperación el capital

**Tabla 48.** Recuperación del capital.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN			
INVERSION INICIAL	FLUJO EFECTIVO	RECUPERACIÓN INVERSIÓN	AÑOS
-\$37.327,09			
	\$12.849,61	-\$24.477,48	AÑO 1
	\$13.215,59	<b>-\$11.261,89</b>	<b>AÑO 2</b>
	<b>\$13.575,71</b>	\$2.313,82	
	\$13.927,44	\$16.241,26	
	\$51.594,91	\$67.836,17	

*Nota.* Tabla de valores para el cálculo de la recuperación del capital.

**Tabla 49.** Periodo de recuperación.

PERIODO DE RECUPERACIÓN AÑOS / MESES	
AÑO 2	\$11.261,89
FLUJO EFECTIVO	\$13.575,71
TOTAL	0,83
<b>POR 12 MESES</b>	<b>10,0</b>

*Nota.* Periodo de recuperación del capital.

Para el cálculo del periodo de recuperación del capital se tomó los datos de la tabla 22, se toma el último año en que se encuentra en negativo, en este caso sería el año dos de la recuperación inversión -\$11.261,89, se lo transforma a positivo y se divide entre el flujo de efectivo del siguiente año \$13.575,71 dando como resultado 0,83 este valor se lo multiplica por 12 meses y obtenemos los resultados.

Para el presente proyecto la empresa planifica recuperar la inversión inicial en **dos años diez meses y veintinueve días**, lo que significa que **el proyecto es aceptable**, ya que la inversión se recupera antes de que terminen los cinco años de vida útil del proyecto.

## **CONCLUSIONES.**

En base al desarrollo del presente proyecto se llegó a determinar varias conclusiones, se detallan lo siguiente:

Después de haber analizado varios proyectos se decantó por la implementación de un proyecto avícola de gallinas ponedoras criadas en pastoreo, uno de los motivos fue que en el sector no existen este tipo de granjas, lo que nos da una ventaja al no tener competencia cerca; el abastecimiento de este producto se lo hace con productores de otras provincias y debido a la distancia los costos de venta son más altos. Una investigación nos permitió saber que la población se está inclinando por alimentarse más saludablemente, el huevo al ser una de las proteínas más completas y económicas a la vez, es la mejor opción para las familias. Estos factores permitieron seleccionar así a este proyecto como el más viable analizándolo desde estos aspectos.

Después de haber realizado un análisis de mercados se llegó a la conclusión de que los habitantes de la parroquia eligen consumir huevos de campo preferiblemente. El precio que pagan actualmente por la cubeta de huevos es de \$3,75 a \$4,00, nuestro precio de venta al público PVP es tan solo de \$3,10 estamos seguros que el cliente nos preferirá, también nos encontramos con que el 44,9% no se sienten satisfechos con la calidad del producto y que si existiese una granja en el sector que ofrezca un producto de mejor calidad ellos lo preferirían. Además, nos encontramos con una demanda de

9.000 huevos mensuales por parte de las panaderías, la proyección de nuestra producción es de 57.000 huevos mensuales, cubrir este mercado significaría asegurar un 16% de nuestras ventas.

En el estudio técnico se analizó el sitio adecuado para la construcción del galpón por las aves, mismo que nos provea de buenas condiciones para obtener un producto de calidad. El sitio es vía la mina al río Carabobo en la finca del Sr. José Vivanco, esto queda a pocos kilómetros del centro poblado de la parroquia Pacayacu, esta ubicación nos ayuda hacer más fácil la comercialización por su cercanía.

Respecto al estudio financiero, a través de diferentes herramientas que nos permitieron conocer el monto exacto de la inversión, se llegó a la conclusión de que para la puesta en marcha del proyecto tomando en cuenta los activos fijos, activos diferidos y un capital de trabajo de 12 meses es necesario un monto de \$37.327,09 dólares americanos, de lo cual el 46,42% es capital propio y el 53,58% serán de fuentes externas, es decir un préstamo al Banco del Pichincha.

En cuanto al estudio de factibilidad y haciendo uso de varias herramientas como el punto de equilibrio, se determinó que las ventas mínimas para no perder ni ganar son de 1.205 cubetas por mes, nuestra producción será de 1.900 cubetas, eso

quiere decir que estamos por arriba con 695 cubetas que nos generarían ganancias para la empresa lo que nos indica que **el proyecto es viable**.

Finalmente se realiza el estudio financiero en base al análisis del valor actual neto (VAN) tenemos un valor de \$26.444,45 una tasa interna de retorno (TIR) de 35,79% la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) es de 13,54%, como nuestro TIR es mayor eso nos indica que **el proyecto es factible**, teniendo estos resultados se pudo realizar un análisis del periodo de recuperación de capital de la inversión, misma que nos da como resultado que el tiempo de recuperación es de dos años diez meses y veintinueve días, el proyecto sería viable puesto que la vida útil del proyecto es de cinco años.

## **RECOMENDACIONES.**

Con la finalización de la investigación del proyecto, se considera realizar las siguientes recomendaciones:

Se recomienda tener en cuenta que el estudio de mercado es el punto de partida para todo proyecto de inversión, sin excepciones, se recomienda tener muy claro el grado de exactitud con el que esta cuenta, ya que de estos datos recabados depende mucho la realización del mismo, lo que lo definirá, la cantidad, el lugar, las estrategias de comercialización, entre otros factores que tendremos en cuenta dentro de la nueva organización.

El método de gallinas en pastoreo es nuevo en nuestro país y no existe mucha información respecto al buen manejo de este sistema, por lo que se recomienda realizar una investigación profunda antes de invertir para minimizar al máximo cualquier tipo de eventualidad que desencadene en pérdidas económicas.

Tener en cuenta el clima para saber cuándo es más factible sacarlas a pastoreo porque el oriente es bastante propenso a lluvias, esto puede ser peligroso ya que fácilmente contraen problemas respiratorios lo que puede ocasionar la muerte de las aves.

Se recomienda también construir el galpón tomando en cuenta el factor humedad, el oriente llega a tener niveles de humedad del 90% este porcentaje es muy peligroso debido a la proliferación de bacterias en el ambiente por ser muy húmedo,



para contrarrestar esto se debe tener el área con la suficiente ventilación y fumigando el piso con preparados de microorganismos eficientes para disminuir la presencia de amonio dentro del galpón.

Respecto al estudio técnico y la parte financiera, se debe elaborar respecto a los resultados obtenidos en la encuestas para así cubrir la demanda insatisfecha, se debe realizar un análisis financiero que nos permita verificar si efectivamente el proyecto es rentable de acuerdo a las exigencias del mercado actual, para ello se puede hacer uso de las herramientas de análisis financiero como el valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR), o el punto de equilibrio, lo que nos permita ver si el proyecto es viable para invertir.

Finalmente, en base al estudio financiero, ahondar en la investigación y análisis del proyecto para definir el tiempo exacto en base a la proyección de ventas y determinar los años, meses y días que se necesita para recuperar el capital y así definir si está dentro del tiempo de vida útil del proyecto para definir si es factible o no la implementación del mismo.

## REFERENCIAS

Agrocalidad . (s.f.). *MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA LA OBTENCIÓN DEL CERTIFICADO SANITARIO DE CONTROL OFICIAL DE GRANJAS AVÍCOLAS*. Obtenido de <https://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2020/05/a4.pdf>

Albino, C. (5 de Mayo de 2021). *Estadísticas de la situación digital de Ecuador en el 2020-2021*. Obtenido de Branch: <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-ecuador-en-el-2020-2021/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20datos%20del%20informe%20Ecuador,m%C3%A1s%20visitada%20en%20navegadores%20web>.

Apolo, P., & M, A. (2011). *Proyecto de factibilidad para la creación de una granja productora y comercializadora de huevos incubados en el cantón Balsas provincia del Oro*. Obtenido de [Tesis de Ingeniería en Administración de empresas, Universidad Nacional de Loja: <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/10006/1/Patricio%20Ger%C3%B3nimo%20Apolo%20Maldonado.pdf>

Avícola Carger. (2022). Obtenido de <http://www.avicolacarger.com.bo/avicolacarger/politicas/>

Banco Central del Ecuador. (31 de Marzo de 2022). *LA ECONOMÍA ECUATORIANA CRECIÓ 4,2% EN 2021, SUPERANDO LAS PREVISIONES DE CRECIMIENTO MÁS RECIENTES*. Obtenido de BCE Pagina Web:

<https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1482-la-economia-ecuatoriana-crecio-4-2-en-2021-superando-las-previsiones-de-crecimiento-mas-recientes>

Banco Pichincha. (7 de Mayo de 2021). *¿Cómo se clasifican las empresas según su tamaño en Ecuador?* Obtenido de Banco Pichincha: <https://inicio.pichincha.com/portal/blog/post/clasificacion-empresas-por-tamano>

BanEcuador . (s.f.). *Crédito de las Oportunidades* . Obtenido de <https://www.banecuador.fin.ec/creditomicroempresa/creditooportunidades/>

Castellanos, G. (4 de Noviembre de 2020). *LOS ECUATORIANOS COMIERON MÁS SANO DURANTE LA PANDEMIA, DICE ENCUESTA*. Obtenido de Revista Familia: <https://www.revistafamilia.ec/salud/ecuatorianos-comieron-sano-pandemia-dice.html>

Castellanos, G. (4 de Noviembre de 2020). *LOS ECUATORIANOS COMIERON MÁS SANO DURANTE LA PANDEMIA, DICE ENCUESTA*. Obtenido de Revista Familia pagina web: <https://www.revistafamilia.ec/salud/ecuatorianos-comieron-sano-pandemia-dice.html>

Contreras, J. (7 de Diciembre de 2021). *Punto de equilibrio: qué es y cómo calcularlo*. Obtenido de Sales Force Blog: <https://www.salesforce.com/mx/blog/2021/11/punto-de-equilibrio-que-es-y-como-calcularlo.html>

Creative Commons Attribution Share Alike . (6 de Mayo de 2020). *Sucumbíos, Ecuador - Genealogía*. Obtenido de Family Search Página Web: [https://www.familysearch.org/es/wiki/Sucumb%C3%ADos,\\_Ecuador\\_-\\_Genealog%C3%ADa](https://www.familysearch.org/es/wiki/Sucumb%C3%ADos,_Ecuador_-_Genealog%C3%ADa)

Daphne. (18 de Mayo de 2020). *Planificación estratégica | ¿Cómo realizarla?* Obtenido de OpenDigital: <https://opendigital.es/planificacion-estrategica/>

Debitoor. (s.f.). *Activo fijo - ¿Qué es un activo fijo?* Obtenido de Debitoor: <https://debitoor.es/glosario/activo-fijo>

Diario El Comercio. (14 de Diciembre de 2021). *Nuevas tasas de interés, desde enero del 2022*. Obtenido de El Comercio Pagina Web: <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/nuevas-tasas-interes-enero-2022.html>

Editorial Etecé. (2 de Febrero de 2022). *Sector primario*. Obtenido de Concepto: <https://concepto.de/sector-primario/>

Educatina. (23 de Diciembre de 2013). *Sector Cuaternario de la Economía*. Obtenido de YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=EmtmCcFE1h4>

El Comercio. (23 de Junio de 2021). *Tres causas del mayor desempleo en Ecuador, según expertos y gremios productivos*. Obtenido de El Comercio Pagina Web: <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/desempleo-ecuador-desocupacion-cifras-economia.html>

Equipo Legal Ecuador. (18 de Junio de 2021). *Tipos de compañías en Ecuador – video*.

Obtenido de BizLatin Hub: [https://www.bizlatinhub.com/es/principales-tipos-de-companias-en-ecuador-](https://www.bizlatinhub.com/es/principales-tipos-de-companias-en-ecuador-2/#:~:text=Tipos%20de%20compa%C3%B1as%20Permitidos%20en%20Ecuador.%20A%20saber%2C,Ltda.%20Sociedad%20an%C3%B3nima%20S.A.%20Compa%C3%B1as%20de%20econom%C3%ADa%20mixta)

[2/#:~:text=Tipos%20de%20compa%C3%B1as%20Permitidos%20en%20Ecuador.%20A%20saber%2C,Ltda.%20Sociedad%20an%C3%B3nima%20S.A.%20Compa%C3%B1as%20de%20econom%C3%ADa%20mixta](https://www.bizlatinhub.com/es/principales-tipos-de-companias-en-ecuador-2/#:~:text=Tipos%20de%20compa%C3%B1as%20Permitidos%20en%20Ecuador.%20A%20saber%2C,Ltda.%20Sociedad%20an%C3%B3nima%20S.A.%20Compa%C3%B1as%20de%20econom%C3%ADa%20mixta)

Esparza, J. (s.f.). *Estructura de capital*. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de

<http://web.uqroo.mx/archivos/jlesparza/acpef140/3.3a%20Estructura%20capital.pdf>

Expansión. (s.f.). *Disminuye el número de inmigrantes en Ecuador*. Obtenido de

Datosmacro.com:

<https://datosmacro.expansion.com/demografia/migracion/inmigracion/ecuador>

Finanzas digitales . (24 de Agosto de 2021). *Ecuador registró una tasa de desempleo*

*de 5,2% en julio 2021*. Obtenido de Finanzas digitales:

<https://finanzasdigital.com/2021/08/ecuador-registro-una-tasa-de-desempleo-de-52-en-julio-2021/>

GAD Pacayacu. (s.f.). *DATOS GENERALES DE LA PARROQUIA PACAYACU 2019-*

*2023*. Obtenido de GAD PACAYACU PÁGINA WEB:

<https://gadpacayacu.gob.ec/web/la-parroquia/informacion-general/>

Geraldine, T. (2018). *Plan de negocios para la creación de una empresa textil* .

Obtenido de Udl.edu.ec:

<http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/10015/1/UDLA-EC-TINI-2018-100.pdf>

Gob.ec. (s.f.). *Solicitud de certificado zoosanitario de producción y movilidad -*

*Granjas avícolas*. Obtenido de Pagina del Gobierno del Ecuador :

<https://www.gob.ec/arcfz/tramites/solicitud-certificado-zoosanitario-produccion-movilidad-granjas-avicolas>

Google Maps. (2022). Obtenido de

<https://www.google.com.ec/maps/place/Pacayacu/@-0.0377313,-76.6012973,14z/data=!4m5!3m4!1s0x91d7fc53095b5dff:0x4db50edcd53a4ad8!8m2!3d-0.0421914!4d-76.586868?hl=es>

Guerra, S. (18 de Enero de 2020). *El 38,1% de ecuatorianos vive en la pobreza con*

*múltiples carencias*. Obtenido de Primicias Página Web:

<https://www.primicias.ec/noticias/economia/ecuador-lejos-reducir-pobreza-multidimensional/>

Hablemos de Culturas. (28 de Febrero de 2019). *Los Siona: Religión, Gastronomía,*

*Vestimenta y más*. Obtenido de Hablemos de Culturas Blog:

<https://hablemosdeculturas.com/los-siona/>

Ingenio Empresa. (19 de Enero de 2019). *INDICADORES Cómo se definen, interpretan y construyen*. Obtenido de Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=cUw-rOYt1pE>

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2020). *Información empresarial, territorial y sectorial*. Obtenido de INEC: <https://public.tableau.com/app/profile/instituto.nacional.de.estad.stica.y.censos.inec./viz/VisualizadordeEstadsticasEmpresariales2020/Dportada>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de Ecuador . (2010). *El Censo informa: Educación*. Obtenido de INEC: [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Presentaciones/capitulo\\_educacion\\_censo\\_poblacion\\_vivienda.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Presentaciones/capitulo_educacion_censo_poblacion_vivienda.pdf)

Jiménez, D. (23 de Junio de 2015). *Comparación entre VAN y TIR*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/comparacion-entre-van-y-tir.html>

Kiziryan, M. (28 de Abril de 2015). *Flujo de caja*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/flujo-de-caja.html>

Loor, R. (s.f.). *¿Que es SRI y cuales son sus funciones?* Obtenido de Factorero Movil: <https://www.factoreromovil.com/que-es-sri-y-sus-funciones>

Naciones Unidas. (s.f.). *LOS ODS EN ACCIÓN*. Obtenido de <https://www.undp.org/es/sustainable-development-goals>

OCU. (5 de Abril de 2022). *Huevos: valor nutricional y calorías*. Obtenido de Ocu.org: <https://www.ocu.org/alimentacion/alimentos/informe/huevos-beneficios>

Oña, A., & Villavicencio, E. (2021). *Estudio de factibilidad técnica y económica para la producción de huevos con gallinas al pastoreo*. Obtenido de [Tesis de Ingeniería Industrial, Universidad Técnica de Cotopaxi]: <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/8313/1/PI-001830.pdf>

Pacheco, M. (16 de Julio de 2017). *Envejecimiento de ecuatorianos impactará en la seguridad social*. Obtenido de El Comercio: <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/ecuador-iess-promedio-edad-envejecimiento.html#:~:text=Hoy%201%2C7%20millones%20de%20ecuatorianos%20tienen%20m%C3%A1s%20de,de%2026%2C6%20a%2037%2C4%20a%203%20B1os%20en%20ese%20periodo>.

Planificación.gob. (2021). *Nuevos datos de la Encuesta de Ingresos y Hogares representan un aporte al Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 – 2017*. Obtenido de Planificacion.gob.ec: <https://www.planificacion.gob.ec/nuevos-datos-de-la-encuesta-de-ingresos-y-hogares-representan-un-aporte-al-plan-nacional-para-el-buen-vivir-2013-2017/#:~:text=Seg%C3%BAn%20sus%20datos%2C%20en%20el%20Ecuador%20el%20ingreso,ingresos%20monetarios%20de%20los>



Procuraduría UTPL. (s.f.). *Compañías*. Obtenido de Universidad Técnica Particular de

Loja: [https://procuraduria.utpl.edu.ec/Paginas/asc\\_dppl/societario.aspx](https://procuraduria.utpl.edu.ec/Paginas/asc_dppl/societario.aspx)

Programa de las Naciones Unidas. (s.f.). *Los ODS en acción* . Obtenido de

<https://www.undp.org/es/sustainable-development-goals#trabajo-decente-crecimiento-economico>

Pursell, S. (29 de Junio de 2022). *Análisis FODA de una empresa: qué es, cómo se*

*hace y ejemplos*. Obtenido de Blog hubspot:

<https://blog.hubspot.es/marketing/analisis-foda>

Quiroa, M. (8 de Diciembre de 2020). *Tipos de logotipos*. Obtenido de Economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-logotipos.html>

Raad, E. (31 de Enero de 2022). *Todo lo que tienes que saber sobre el RIMPE*.

Obtenido de Dátil Bolg: <https://datil.com/blog/todo-lo-que-tienes-que-saber-sobre-el-rimpe/>

Ranís, A. F. (20 de Diciembre de 2016). *Macroentorno*. Obtenido de

Economipedia.com:

<https://economipedia.com/definiciones/macroentorno.html>

Ranís, A. F. (4 de Diciembre de 2016). *Microentorno*. Obtenido de Economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/microentorno.html>

Rodríguez, R., Moreira, J., Solórzano, F., Guanica, F., & Lagos, C. (2020).

RELACIONES ENTRE ASENTAMIENTOS HUMANOS.

*ACTUALIZACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA PARROQUIA RURAL PACAYACU, 36.*

Sánchez, J. (2 de Agosto de 2019). *Activo diferido*. Obtenido de Economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/activo-diferido.html>

Shum, Y. M. (10 de Junio de 2020). *Pirámide de Maslow ¿Qué es? necesidades de los*

*usuarios*. Obtenido de Yi Min Shum blog: <https://yiminshum.com/piramide-maslow-que-es/>

Solla Nutrición Animal. (s.f.). *Manual De Manejo Ponedoras Para Huevo Comercial*.

Obtenido de <https://www.solla.com/content/manual-de-manejo-ponedoras-para-huevo-comercial>

SRI. (s.f.). *Régimen Simplificado para Emprendedores y Negocios Populares*

*(RIMPE)*. Obtenido de SRI - Página oficial : <https://www.sri.gob.ec/rimpe>

Tramites Básicos . (8 de Marzo de 2022). *LISTADO DE CATASTRO RIMPE SRI –*

*RÉGIMEN SIMPLIFICADO PARA EMPRENDEDORES Y NEGOCIOS POPULARES*. Obtenido de Tramites Básicos Pagina web: <https://www.tramitesbasicos.com/catastro-rimpe-sri/>

Tramites Básicos. (6 de Enero de 2022). *¿CÓMO SACAR EL RUC EN EL SRI?*

Obtenido de Tramites Básicos Pagina Web: [https://www.tramitesbasicos.com/sacar-ruc-ecuador/#Quienes\\_deben\\_sacar\\_RUC\\_en\\_Ecuador](https://www.tramitesbasicos.com/sacar-ruc-ecuador/#Quienes_deben_sacar_RUC_en_Ecuador)

Universidad Nacional de Colombia . (24 de Mayo de 2018). *Alimento con probióticos mejora productividad de gallinas*. Obtenido de Universidad Nacional de Colombia Noticias página web :  
<https://www.palmira.unal.edu.co/index.php/noticias/palmira/504-alimento-con-probioticos-mejora-productividad-de-gallinas>


Vázquez, R. (2 de Marzo de 2016). *Depreciación*. Obtenido de Economipedia:  
<https://economipedia.com/definiciones/depreciacion.html>

Westreicher, G., & Sánchez, J. (17 de Agosto de 2019). *Capital de trabajo*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/capital-de-trabajo.html>

Zapata, J. (12 de Julio de 2022). *Encuesta de mercado en el barrio central de Pacayacu*. Obtenido de Google Forms:  
<https://forms.gle/p2GFafue7g4VsWWA8>

## ANEXOS.

### Anexo 1. Resultados del análisis antiplagio "Turnitin"


Identificación de reporte de similitud: oid:11830:163079776

---

<p>NOMBRE DEL TRABAJO <b>TESIS COMPLETA_JEAN ZAPATA.docx</b></p>	<p>AUTOR <b>Jean Zapata</b></p>
--	-------------------------------------

---

<p>RECUENTO DE PALABRAS <b>21839 Words</b></p>	<p>RECUENTO DE CARACTERES <b>119853 Characters</b></p>
<p>RECUENTO DE PÁGINAS <b>174 Pages</b></p>	<p>TAMAÑO DEL ARCHIVO <b>11.3MB</b></p>
<p>FECHA DE ENTREGA <b>Aug 29, 2022 10:16 PM GMT-5</b></p>	<p>FECHA DEL INFORME <b>Aug 29, 2022 10:41 PM GMT-5</b></p>

---

- **19% de similitud general**  
 El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base
  - 19% Base de datos de Internet
  - 1% Base de datos de publicaciones
  - Base de datos de Crossref
  - Base de datos de contenido publicado de Cross
- **Excluir del Reporte de Similitud**
  - Bloques de texto excluidos manualmente

---

Resumen

**Anexo 2.** Encuesta online a habitantes del barrio central de Pacayacu

**POR FAVOR LLENE ESTA PEQUEÑA ENCUESTA.**

La información que nos proporcione será utilizada para conocer el grado de aceptación que tendría la empresa avícola “Avícola David” en la producción y comercialización de huevos aquí en la parroquia. La encuesta dura cinco minutos aproximadamente. Gracias.

1. ¿En qué rango de edades se encuentra?

- 18 – 25
- 26 – 33
- 34 – 41
- 42 – 50
- 51 – 68

2. ¿Consumes huevos de gallina? Si su respuesta es “No”, puede finalizar la encuesta.

- Si
- No

3. ¿Qué tipo de huevos son los que más consumes?

- Criollo
- Cubanos
- Codorniz

4. ¿Qué cantidad de huevos adquiere su familia semanalmente?
- 6 – 10
  - 11 – 15
  - 16 – 20
  - 21 – 25
  - 26 – 30
5. ¿A qué precio usted encuentra este producto habitualmente? **“La cubeta”**
- \$3,25
  - \$3,50
  - \$3,75
  - \$4,00
6. ¿A qué precio usted encuentra este producto habitualmente? **“Por unidad”**
- 0,15
  - 0,20
  - 0,25
7. ¿Dónde usted adquiere este producto?
- Tiendas
  - Micro mercados
  - Productores de la zona
  - No compro aquí
8. ¿Está usted de acuerdo con la calidad del producto que adquiere actualmente?
- Si

- Un poco

- No

9. ¿Si se implementara una empresa comercializadora y productora de huevos en la parroquia Pacayacu con mejores productos, precios y mejor atención, usted compraría?

- Si

- No

10. ¿En qué presentación compra normalmente este producto?

- Media docena “6 huevos”

- Docena “12 huevos”

- Media cubeta “15 huevos”

- Cubeta “30 huevos”

11. ¿De las redes sociales más usadas, por cuál le gustaría informarse acerca de nuestro producto?

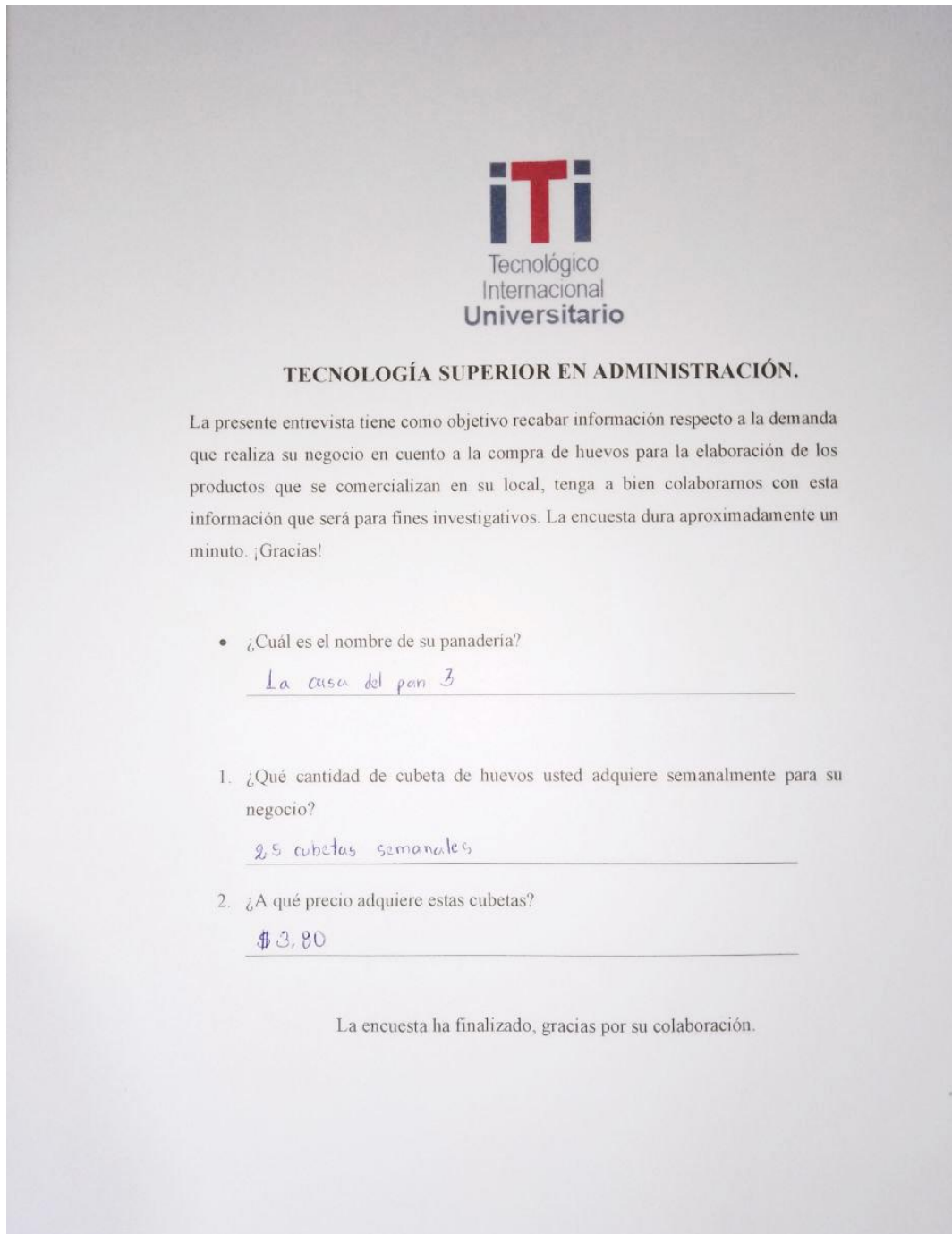
- Facebook

- Instagram

- TikTok

Gracias por su colaboración la encuesta ha finalizado.

### Anexo 3. Entrevista a propietarios de las panaderías de la parroquia.



The image shows a survey form with the ITIU logo at the top. The logo consists of the letters 'iTi' in a stylized font, with the 'i' and 'i' in blue and the 'T' in red. Below the logo, the text reads 'Tecnológico Internacional Universitario'. The survey title is 'TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN.'. The introductory text explains the purpose of the survey and its duration. The survey questions are: 1. '¿Cuál es el nombre de su panadería?' with the handwritten answer 'La casa del pan 3'. 2. '¿Qué cantidad de cubeta de huevos usted adquiere semanalmente para su negocio?' with the handwritten answer '25 cubetas semanales'. 3. '¿A qué precio adquiere estas cubetas?' with the handwritten answer '\$ 3,80'. The survey concludes with the text 'La encuesta ha finalizado, gracias por su colaboración.'

**ITIU**  
Tecnológico  
Internacional  
Universitario

**TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN.**

La presente entrevista tiene como objetivo recabar información respecto a la demanda que realiza su negocio en cuanto a la compra de huevos para la elaboración de los productos que se comercializan en su local, tenga a bien colaborarnos con esta información que será para fines investigativos. La encuesta dura aproximadamente un minuto. ¡Gracias!

- ¿Cuál es el nombre de su panadería?  
La casa del pan 3

1. ¿Qué cantidad de cubeta de huevos usted adquiere semanalmente para su negocio?  
25 cubetas semanales

2. ¿A qué precio adquiere estas cubetas?  
\$ 3,80

La encuesta ha finalizado, gracias por su colaboración.

*Nota.* La imagen muestra el modelo de las encuestas que se realizó a los propietarios de las panaderías de la parroquia, cinco en total.



**Anexo 4. Cálculo del consumo de alimento por ave al mes**

<b>GALLINAS DE 22 SEMANAS CONSUMO AL DÍA</b>		
Gallinas	<b>2000</b>	<b>CABEZAS</b>
Consumo/día/gallina	90	GRAMOS
Total consumo/día	180000	G/DIA
Gramo = 0.001kg	180	KG / DIA
Pastoreo -30%	54000	G - PASTOREO
Total consumo/día	126000	GRAMOS
Gramo = 0.001kg	126	KG / DIA
Gramos / mes	3780000	GRAMOS / MES
<b>Gramo = 0.001kg</b>	<b>84</b>	<b>SACOS</b>
Costo saco de 45kg	<b>\$30,90</b>	
<b>INVERSIÓN POR MES</b>		
<b>\$1.730,40</b>		

**Anexo 5. Niveles de producción y costos adicionales**

<b>2000 GALLINAS</b>		
95% producción	1900	huevos diarios
Cubetas	63,3	cubetas
Cubetas de cartón por 100 unidades	\$10,00	\$0,10
Tarjetas de presentación X1000	\$25,99	\$0,03

**Anexo 6. Cálculo del costo bruto por huevo al día**

<b>COSTO BRUTO DE 1900 HUEVOS POR DÍA</b>		
<b>RUBROS</b>	<b>COSTOS</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>
Alimentación por día	\$57,68	\$0,03
Mano de obra directa	\$10,61	\$0,01
Mano de obra indirecta	\$0,00	\$0,00
Otros costos (ser. básicos)	\$0,35	\$0,000
<b>COSTO TOTAL BRUTO POR HUEVO</b>		<b>\$0,04</b>

**Anexo 7. Costo bruto de la cubeta de 30 huevos más etiquetado**

<b>COSTO CUBETA X30 LISTA CON ETIQUETA EN BODEGA</b>		
<b>RUBROS</b>	<b>COSTO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Costo huevo bruto	\$0,04	\$1,08
Paquete de cubetas x100 unidades	\$10,00	\$0,13
Mano de obra directa	\$10,61	\$0,01
Mano de obra indirecta	\$0,00	\$0,00
	<b>TOTAL</b>	<b>\$1,22</b>

**Anexo 8. Modelo del letrero a adquirir para la publicidad del negocio**



\$55

Medidas:

80 cm X 200 cm

Color:

Full color tiro

Material:

Lona para interiores

Impresión:

Resolución 1440 DPI

Estructura:

Aluminio reforzado


Adicional:

Bolso de transporte

Incluye:

Diseño gráfico

## Anexo 9. Tarjetas de presentación



Nuevo | 555 vendidos

**1000 Tarjetas De Presentacion Full Color + 2 Lados + Brillo**

U\$S 24<sup>99</sup>


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

Entrega a acordar con el vendedor  
Cotacollao, Quito  
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 unidad (551 disponibles)

[Comprar ahora](#)

## Anexo 10. Hojas volantes para publicidad.



Nuevo | 101 vendidos

**1000 Volantes A6 Un Lado, Flyers Full Color En Una Hora**

U\$S 25

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

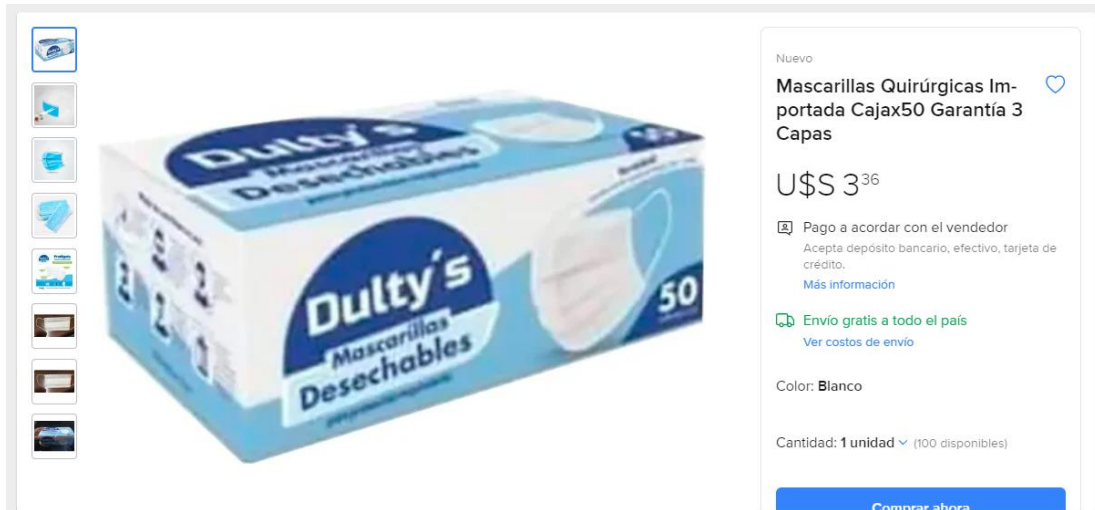
Entrega a acordar con el vendedor  
Belisario Quevedo, Quito  
[Ver costos de envío](#)

A6: 2

Cantidad: 1 unidad (898 disponibles)

[Comprar ahora](#)

## Anexo 11. Mascarillas quirúrgicas para área de producción.



Nuevo

**Mascarillas Quirúrgicas Importada Cajax50 Garantía 3 Capas**

U\$S 3<sup>36</sup>

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

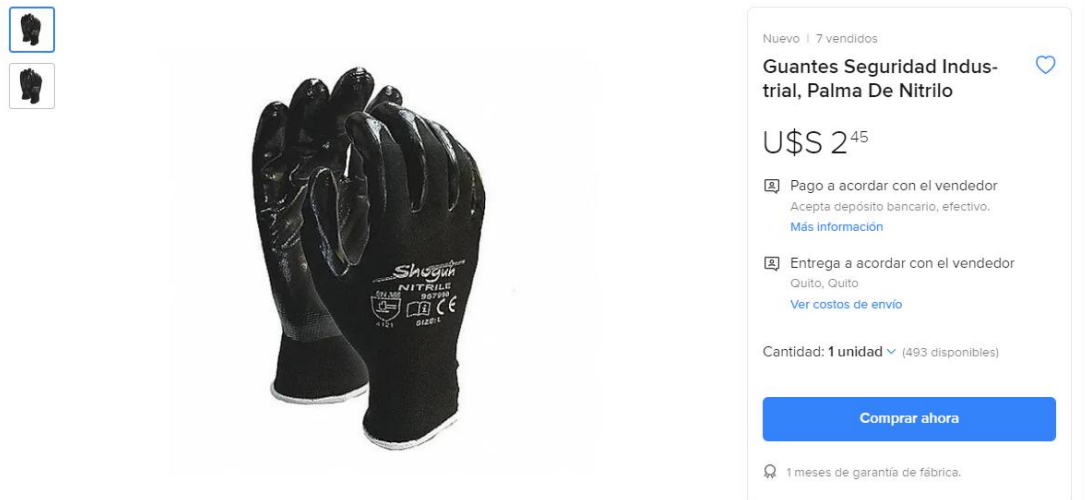
Envío gratis a todo el país  
[Ver costos de envío](#)

Color: Blanco

Cantidad: 1 unidad (100 disponibles)

[Comprar ahora](#)

## Anexo 12. Guantes de seguridad industrial.



Nuevo | 7 vendidos

**Guantes Seguridad Industrial, Palma De Nitrilo**

U\$S 2<sup>45</sup>

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

Entrega a acordar con el vendedor  
Quito, Quito  
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 unidad (493 disponibles)

[Comprar ahora](#)

1 meses de garantía de fábrica.

### Anexo 13. Botines de seguridad con punta de acero.



**Botín Industrial Básico (INYECCIÓN DIRECTA AL CORTE)**

Corte Ecléctico: Cuero 100% Natural Ruso-Lama. Calibre 1.8-2 mm.  
Cuello: SUEDECO Acrochado.  
Lengüeta: 100% Cuero.  
Cables: Plásticos.  
Costura: Hilo Nylon 165 de alta Resistencia.  
Forro interno: Malla 100% Poliéster Antitrampante.  
Plantilla de amort: Espuma/NEVILAR anti-puncante, anti-estática.  
Contrahuera: Base en Poliéster, no Mojó, termo Adhérico.  
Calibre: 2-2.2 mm.  
Plantilla Ecléctico: Elaborado en EVA forrado con tela poliéster.  
Puntera de Composite: Resistencia al impacto 200 J.  
Pasadores: 100% algodón resistente al desgaste.  
Suela: Poliuretano bidireccional inyectado. Antiderrapante resistente a la abrasión e hidrocarburos.  
Elaboración: Strobel Inyección directa al corte.  
Tallas: 34-45.

BAJO NORMA ASTM F2412-05 Y F-2413-05

Calificación: **Class 100/100**

INYECCIÓN DIRECTA AL CORTE

Nuevo | 17 vendidos

#### Botines Industriales Punta De Acero

U\$S 27<sup>50</sup>

Pago a acordar con el vendedor

Accepta depósito bancario, efectivo.

[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor

El Inca, Quito

[Ver costos de envío](#)

Talle:

Selecciona una opción

Color: Negro

### Anexo 14. Correa, indumentaria de la vestimenta del personal.



IMPORTADORA  
**BUY FAST**

TACTICAL SERIES

FOR UNIDAD  
**\$10**

FOR MAYOR

Nuevo

#### Correa Tactica 5.11

U\$S 6<sup>50</sup>

Pago a acordar con el vendedor

[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor

[Ver costos de envío](#)

Color: Negro

Talle: TODOS

¡Última disponible!

[Comprar ahora](#)

### Anexo 15. Pantalón, indumentaria de la vestimenta del personal.



**PANTALÓN DE TRABAJO JEAN CON CINTA REFLECTIVA**

ROPA INDUSTRIAL

Nuevo | 22 vendidos

**Pantalón Jean Con Cinta Reflectiva**

U\$S 14

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

Entrega a acordar con el vendedor  
El Inca, Quito  
[Ver costos de envío](#)

Talle:  
L M S XL

Color: Azul

### Anexo 16. Camisas, indumentaria de la vestimenta del personal.



Nuevo

**Camiseta Tipo Polo**

U\$S 6<sup>70</sup>

Pago a acordar con el vendedor  
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor  
Quito, Quito  
[Ver costos de envío](#)

Color: Blanco

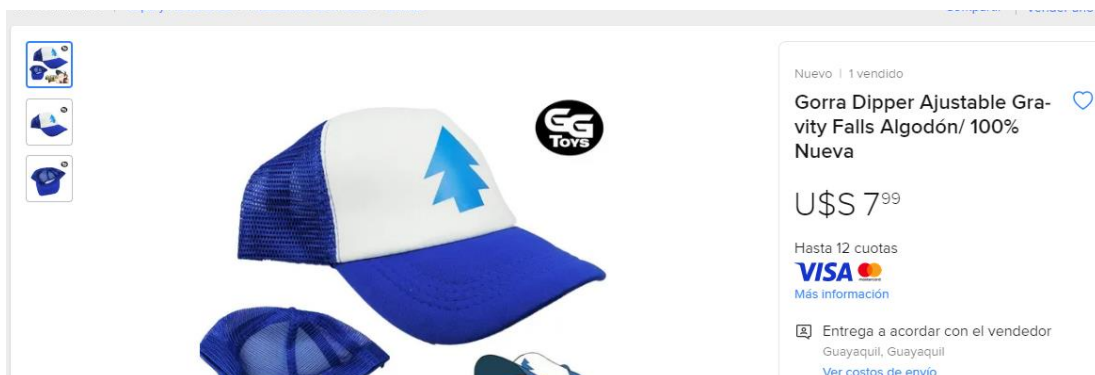
Talle: L

Cantidad: 1 unidad (20 disponibles)

\$5.50 \$7.50 \$7.50 \$7.50

Modelo Clásico entrega inmediata. Mas de 30 colores.

### Anexo 17. Gorras, indumentaria de la vestimenta del personal.



Nuevo | 1 vendido

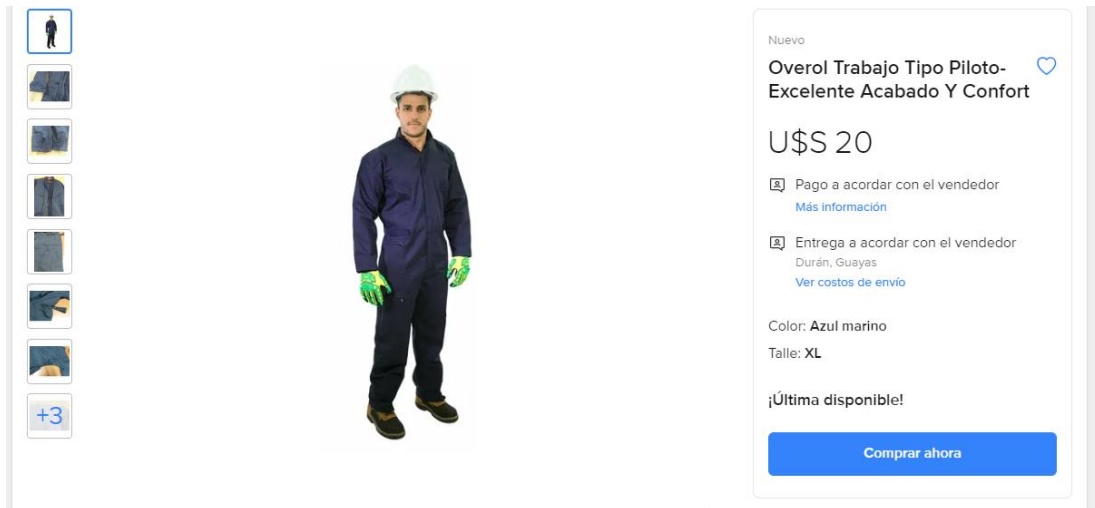
**Gorra Dipper Ajustable Gravity Falls Algodón/ 100% Nueva**

U\$S 7<sup>99</sup>

Hasta 12 cuotas  
**VISA**  
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor  
Guayaquil, Guayaquil  
[Ver costos de envío](#)

## Anexo 18. Overol, indumentaria de la vestimenta del personal.



Nuevo

**Overol Trabajo Tipo Piloto- Excelente Acabado Y Confort**

U\$S 20

Pago a acordar con el vendedor  
[Más información](#)


Entrega a acordar con el vendedor  
Durán, Guayas  
[Ver costos de envío](#)

Color: **Azul marino**  
Talle: **XL**

¡Última disponible!

[Comprar ahora](#)

## Anexo 19. Precio de las cubetas X30 de cartón



OLX Ecuador Encuentra automóviles, teléfonos móviles y más...

[Volver al principio](#) 4/4

**Descripción**

Paca de cubetas para 30 huevos (nuevas).

Paca de 100 unidades.  
Disponemos grandes cantidades bajo pedido y previo pago.

\$10 cada paca, precio en nuestra bodega.

También disponemos:

- Paca de cubetas para 90 huevos de codorniz.
- Portahuevos de cartón y plástico para 6 y 12 huevos.

Envíos a partir de 2 PACAS costo de envío depende el sector o provincia. Envíos por LaarCourier, Servientrega o transporte interprovincial.

## Anexo 20. Bebederos de agua



Two red and white poultry waterers and feeders are shown side-by-side. Each has a red handle and a red base with a white central container. The brand name 'DISTRIBUIDORA VASQUEZ' is visible on the front of each unit.

Nuevo

**Bebedero Y Comedero De Pollos De 3kg 4 Litros De Capacidad**

U\$S 2<sup>99</sup>

Pago a acordar con el vendedor  
Acepta depósito bancario.  
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor  
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 unidad (20 disponibles)

[Comprar ahora](#)

## Anexo 21. Balanza digital para el pesaje de los huevos



A digital scale with a white top and a black base. The top is covered with various fruits including apples, oranges, grapes, and a pineapple. The scale has a digital display and a keypad with green and orange buttons.

Nuevo | 593 vendidos

**Balanza Electrónica Digital De 40kg/lb Potente Profesional**

U\$S 29<sup>48</sup>

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

Entrega a acordar con el vendedor  
Kennedy, Quito  
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 unidad (376 disponibles)

[Comprar ahora](#)



## Anexo 22. Palas



**DSL**  
FERRETERÍA

Nuevo | 23 vendidos

**Pala Multifunción Herramienta Jardinería Construcción**


U\$S 5<sup>88</sup>

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

Entrega a acordar con el vendedor  
Quito, Quito  
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: **1 unidad** (77 disponibles)

## Anexo 23. Tanque para recolección de agua



**RIVAL**  
PRODUCTOS ESPECIALES

TUS TANQUES VIENEN CON KIT DE INSTALACIÓN DE 1/2" O 3/4"

Kit de instalación: Manguera, Codo 90°, Codo 45°, Unión, Tapa, Manguera, Unión.

**DIAGRAMA DE INSTALACIÓN**

Detalle: Manguera, Cable a bomba, Nivel máximo de agua, Nivel mínimo de agua.

Nuevo | 2 vendidos

**Tanques De Abastecimiento De Agua**

U\$S 53

Pago a acordar con el vendedor  
[Más información](#)


Entrega a acordar con el vendedor  
Quito, Quito  
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: **1 unidad** (10 disponibles)

[Comprar ahora](#)

10 años de garantía de fábrica.

## Anexo 24. Laptop para administración



Lenovo Core I5 8gbg 512gb  
Disco Solido Garantía

Nuevo | 4701 vendidos

U\$S 739

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

Entrega a acordar con el vendedor  
Quito, Quito  
[Ver costos de envío](#)

Color: Negro

Cantidad: 1 unidad (3787 disponibles)

## Anexo 25. Escritorio en L para administración.



Escritorio En L Estación O  
Mesa De Trabajo

Nuevo

U\$S 160



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

Entrega a acordar con el vendedor  
Quito, Quito  
[Ver costos de envío](#)

Color: Blanco

Cantidad: 1 unidad (9 disponibles)

## Anexo 26. Silla giratoria para administración.



Especificaciones	
Materia:	Plástico 25% Tapiz: 20% Espuma de polietileno: 20 Metal: 15% Madera: 20%
Dimensiones:	55x53x78cm

tipo	material	uso
SILLA DE	TELA	8 a 9 HORAS
ESCRITORIO		DE USO
modelo	color	dimensiones
KTS01	GRIS	55x53x78cm

Nuevo | 6 vendidos



### Silla Giratoria De Escritorio Kts01

U\$S 37

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



Entrega a acordar con el vendedor  
[Ver costos de envío](#)

Color: Gris



Cantidad: 1 unidad (45 disponibles)

## Anexo 27. Sillas para clientes



Nuevo | 3 vendidos

### Silla De Espera Publica Eames 4 Puestos Negro Inc.iva Metal

U\$S 159<sup>99</sup>

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



Entrega a acordar con el vendedor  
Quito, Quito  
[Ver costos de envío](#)

Color: Negro


Cantidad: 1 unidad (47 disponibles)

[Comprar ahora](#)

## Anexo 28. Archivador para administración.



Nuevo

**Carpetas Archivadoras (tipo Bene)** 

U\$S 2

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








Entrega a acordar con el vendedor  
Quito, Quito  
[Ver costos de envío](#)


¡Última disponible!

[Comprar ahora](#)


Información sobre el vendedor

## Anexo 29. Extintor para bodega y para galpón





Nuevo | 8 vendidos


**Venta Y Recarga De Extintores Pqs 10 Libras Nuevo** 

Quito

U\$S 21



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

Entrega a acordar con el vendedor  
Iñaquito, Quito  
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 unidad  (191 disponibles)

[Comprar ahora](#)

### Anexo 30. Bomba manual para fumigación de maleza



Nuevo | 23 vendidos

**Bomba De Fumigar Tipo Mochila Manual De 20litros** Marca Bp

U\$S 35

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




Envío gratis a todo el país  
Guayaquil, Guayaquil  
[Ver costos de envío](#)

¡Última disponible!

[Comprar ahora](#)

6 meses de garantía de fábrica.

### Anexo 31. Papel bond, una caja para administración.



Nuevo | 21 vendidos

**Papel Bond A4 Xerox, 75gramos, Caja De 10 Resmas = \$ 41,50**

U\$S 41<sup>50</sup>

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



Entrega a acordar con el vendedor  
Quito, Quito  
[Ver costos de envío](#)

Color: **Bianco**


Cantidad: **1 unidad** (81 disponibles)

[Comprar ahora](#)

### Anexo 32. Grapadora para administración.



Nuevo

**Grapadora Swingline 747**   
Clasica Guayaquil Y Provincias  
Entre

U\$S 9<sup>99</sup>



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

Entrega a acordar con el vendedor  
Carbo (Concepción), Guayaquil  
[Ver costos de envío](#)


Cantidad: **1 unidad** ▾ (92 disponibles)

[Comprar ahora](#)


### Anexo 33. Cepillo industrial para lavar los bebederos y comederos



Nuevo

**Cepillos Industriales Para Lavado De Botellones** 

U\$S 13

Hasta 12 cuotas  
**VISA**   
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor  
Conocoto, Quito  
[Ver costos de envío](#)

¡Última disponible!

[Comprar ahora](#)

Información sobre el vendedor

## Anexo 34. Motocicleta para los servicios a puerta y para el área de producción.



### CB1 X

**\$2.806**

Cilindraje: 125cc

Beneficios que aplican con **CREDI HONDA PLUS:**  
*Aprobación automática, sin entrada y sin garante*  
Cuotas desde **\$137,04**

- Seguro por pérdida total
- Seguro de desgravamen
- Incluye Matrícula y Casco
- Conéctate a tu Honda con GPS Satelital (Honda Satelital EC)

Confortable posición de manejo, adecuada potencia y control en el tránsito de la ciudad; equipada con una cómoda suspensión, importante torque y protección para caminos de tierra, hacen de la CB1 X la alternativa más rentable del mercado en motos doble propósito

**CREDI** HASTA 30 MESES