



UNIVERSIDAD JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, EMPRESARIALES Y
PEDAGÓGICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA COMERCIAL

TESIS
ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE UNA
GRANJA AVÍCOLA EN LA CIUDAD DE MOQUEGUA, AÑO 2016

PRESENTADO POR:
Br. ROMEL FALCÓN NINA
ASESOR
MGR. MÓNICA ROBLES RAMÍREZ

PARA OBTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
INGENIERO COMERCIAL

MOQUEGUA – PERÚ
2018

Tabla de contenido

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO.....	3
INTRODUCCIÓN	9
RESUMEN.....	10
ABSTRACT	12
CAPITULO I. EL PROBLEMA	14
1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA.....	14
1.2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	16
PREGUNTA CENTRAL	16
PREGUNTAS ESPECÍFICAS.....	16
1.3. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN	17
OBJETIVO CENTRAL	17
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	17
1.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN	17
1.5. VARIABLE.....	18
1.6. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	19
HIPÓTESIS GENERAL.....	19
HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	19
1.7. METODO.....	19
TIPO DE INVESTIGACIÓN	20
DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	20
POBLACIÓN Y MUESTRA.....	22
TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	23
TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO DE DATOS.....	24
CAPITULO II. PLAN ESTRATÉGICO Y ASPECTOS GENERALES.....	26
2.1. Idea de negocio	26
2.2. Nombre del Negocio	26
2.3. Oportunidad de Negocio.....	26

2.4.	Modelo de negocio	27
2.5.	Actividades principales.....	31
2.6.	Análisis FODA	33
	FORTALEZAS (F):	34
	DEBILIDADES (D):.....	34
	OPORTUNIDADES (O):	34
	AMENAZAS (A):.....	34
2.7.	FODA Cruzado	35
CAPITULO III. PLAN DE MERCADEO.....		36
3.1.	El Producto	36
3.2.	Análisis de mercado	36
	Análisis de la demanda insatisfecha.....	37
	Mercado potencial	38
	Marketing mix	40
CAPITULO IV PLAN DE OPERACIONES		48
4.1.	Localización	48
4.2.	Tamaño de planta	50
4.3.	Diagrama de flujo de operaciones	52
	Etapas de crianza de pollos	53
	Etapas de Sacrificio del pollo.....	55
	Materiales, Máquinas y Equipos.	58
4.4.	Distribución de planta	59
4.5.	Plan de abastecimiento de materia prima:	61
	Proceso de abastecimiento	61
	Recursos Necesarios.....	62
	Estrategias de abastecimiento	62
CAPITULO V PLAN ORGANIZACIONAL		64
5.1.	Descripción Organizacional	64
	Visión	64

Misión.....	65
5.2. Organigrama.....	65
5.3. Objetivo.....	66
5.4. Naturaleza y constitución.....	66
5.5. Proceso de Constitución.....	66
Trámites ante la SUNAT	67
5.6. Funciones Principales del Personal	68
5.7. Requerimiento de Personal.....	69
5.8. Estrategia de contratación de personal	71
CAPÍTULO VI PLAN ECONÓMICO FINANCIERO.....	73
6.1. Presupuesto de la inversión inicial.....	73
6.2. Financiamiento del plan de negocio	76
6.3. Depreciación de activos	78
6.4. Costos de Producción.....	81
6.5. Gastos de Venta	83
6.6. Ventas proyectadas.....	85
6.7. Punto de Equilibrio.....	87
6.8. Flujo de Caja	89
Flujo de Caja Económico	90
Flujo de Caja Financiero	93
6.9. Valor Actual Neto (VAN).....	98
Valor Actual Neto Económico (VANE)	99
Valor Actual Neto Financiero VANF	99
6.10. Tasa Interna de Retorno (TIR)	100
Tasa Interna de retorno Económica TIRE	100
Tasa Interna de retorno Financiera TIRF	101
6.11. Beneficio/Costo.....	101
CAPITULO VII RESULTADOS.....	103
PLAN DE MERCADEO	103

PLAN DE OPERACIONES.....	110
PLAN DE ORGANIZACIONAL	113
PLAN FINANCIERO	117
CAPÍTULO VIII. COMPROBACION DE HIPOTESIS	122
Monto de inversión	125
Depreciacion de activos.....	125
Costos.....	125
Ventas	125
Gastos de venta	125
Punto de equilibrio.....	125
Valor actual Neto.....	125
Tasa Interna de Retorno.....	125
Presupuesto de Inversion.....	125
Valor de rescate	125
Costos de producción mensual y anual.....	125
Ventas mensuales y anuales	125
Gastos mensuales y anulaes	125
Calculo de PE	125
VANE.....	125
VANF.....	125
TIRE.....	125
TIRF.....	125
S/. 119,974 detalle ver página (72)	125
S/. 37,022.05 detalle ver página (77)	125
Detalle de costos ver página (74).....	125
Detalle de ventas ver página (80).....	125
Detalle ver pagina (83)	125
Número de pollos mensuales 888 unidades	125
VANE s/ 91 900.40.....	125

VANF S/ 65 750.00.....	125
TIRE.....	125
43.53%.....	125
TIRF.....	125
46.74%.....	125
CONCLUSIONES	126
RECOMENDACIONES	127
BIBLIOGRAFÍA.....	128
ANEXOS	131
A.1 Matriz de Consistencia.....	132
A.2 Encuesta para la investigación de mercado de avícola “La Granja”	134
A. 3 Fotos de la crianza de pollos de cracrá	135

INTRODUCCIÓN

La idea de investigación comienza a desarrollarse bajo la necesidad de contar con una empresa avícola en la ciudad de Moquegua, para esto se tiene la el interés de estudiar la viabilidad para la instalación de una granja avícola y posterior inversión.

La tesis está compuesta por capítulos los cuales desarrollan partes importantes de la investigación así como planes para la viabilidad del negocio.

En el primer capítulo se tiene la definición del problema, descripción de la realidad y el problema central, el cual está enfocado en la variable viabilidad para la instalación. En el segundo capítulo está el plan estratégico compuesto por la idea de negocio, el nicho de mercado, el modelo de negocio a desarrollar entre otros, con el fin de dar las bases para el diseño del negocio. En el capítulo tercero está el plan de mercadeo cuyo objetivo es determinar el mercado y la oferta, así tener la brecha de mercado, un punto clave para el éxito de la empresa En el capítulo cuarto está desarrollado el plan de operaciones compuesto por la localización de la planta, el tamaño de la planta, el plan de abastecimiento entre otros, con esto ya estaría definido las operaciones que debe seguir la empresa. En el capítulo quinto está el plan organizacional donde se establece la misión y visión de la empresa, así como el organigrama y la naturaleza de constitución de la empresa.

Y por último capítulo está el plan Económico y Financiero donde se desarrolla el flujo de caja y se determina los indicadores de rentabilidad que son el VAN y TIR.

RESUMEN

En esta tesis el objetivo es proponer la instalación de una granja avícola para la ciudad de Moquegua, porque actualmente no se cuenta con una empresa que provea de pollos moqueguanos, y más aún pollos criados con alimentos naturales y orgánicos que es lo que avícola “LA GRANJA” E.I.R.L. propone.

Para lograr el objetivos es necesario identificar la variable determinante que es la viabilidad para instalación de la granja Avícola, que a su vez tiene sub variables, Viabilidad de Mercado, Viabilidad de Técnica Operaciones, Viabilidad de Organizacional y Viabilidad Económica Financiera. Donde se tiene que determinar los planes que determinaran si se da la viabilidad correspondiente.

Para tal caso se tiene la viabilidad de mercado donde se define cual va a ser el producto a ofertar y las cantidades que se debe producir mensualmente, todo esto sostenido por una investigación de mercado (ver anexos), además se determina el mercado potencial y se define las estrategias para su comercialización.

En la viabilidad técnica operacional también se diseñó un plan operacional el cual provee de localización de la planta, su capacidad y el proceso de crianza de los pollos de chacra, la forma de abastecimiento y los recursos necesarios para su buen funcionamiento.

En la viabilidad Organizacional se tiene el plan organizacional donde se establece como misión *“Satisfacer las necesidades de consumo de pollo ofreciendo un producto*

alternativo de alto valor nutricional y natural” y la visión “Ser una empresa líder en la comercialización de pollos de chacra, reconocida por su calidad y alto valor nutricional.”

Además se estableció el organigrama de la empresa y las funciones de cada personal y área.

Y por último se tiene a la viabilidad Económica y Financiera la cual tiene su plan económico y financiero donde se calculó el monto de inversión que asciende a 119 974.00 soles la cual será financiada de la siguiente manera el aporte propio corresponde a monto de 44 974.00 soles representado en un 37%, y el aporte financiado corresponde al monto de 75 000.00 soles representado en un 63% que sería aporte financiado por una caja municipal de ahorro y crédito, también se calculó el VANF y TIRF que son de S/. 65 750 y 46.74% respectivamente.

Para todas las sub variables se tiene un plan de acción por consiguiente se declara la viabilidad correspondiente a la Instalación de la granja avícola en la ciudad de Moquegua.

Palabras clave

Viabilidad: Probabilidad de éxito que se determina de un plan o proyecto.

Granja Avícola: Es un establecimiento agropecuario para la cría de aves de corral tales como pollos, pavos, patos, y gansos, con el propósito de usarlos como base alimenticia sea cosechados por su carne o recogiendo sus huevos.

Pollo de chacra: pollos criados en chacra con alimentos naturales como la alfalfa, maíz, entre otros.

ABSTRACT

In this thesis the objective is to propose the installation of a poultry farm for the city of Moquegua, because at the moment there is no company that provides moqueguanos chicken, and even more chickens raised with natural and organic food that is what poultry "LA GRANJA "EIRL Proposes

To achieve the objectives it is necessary to identify the determinant variable that is the viability for installation of the poultry farm, which in turn has sub variables, Market Feasibility, Technical Feasibility of Operations, Organizational Feasibility and Financial Economic Viability, Where it is necessary to determine the plans that will determine if the corresponding viability is given.

For this case the market is viable where it is defined what will be the product to be offered and the quantities that must be produced monthly, all this supported by a market research (see annexes), also determines the potential market and Defines the strategies for its commercialization.

In operational technical feasibility, an operational plan was also designed, which provides the location of the plant, its capacity and the process of breeding chickens, the form of supply and the resources necessary for its proper functioning.

Organizational feasibility has the organizational plan where it is established as a mission *"To satisfy the needs of chicken consumption by offering an alternative product of high nutritional value and natural"* and the vision *"To be a leader in the commercialization of chickens, recognized For its quality and high nutritional value"* In addition, the organizational chart of the company and the functions of each staff and area were established.

And lastly, it has the economic and financial viability that has its economic and financial plan where the amount of investment is calculated that amounts to 119 974.00 soles which will be financed as follows the own contribution corresponds to the amount of 44 974.00 soles Represented in 37%, and the contribution financed corresponds to the amount of 75 000.00 soles represented in 63% that would be financed by a municipal savings and credit, also calculated the VANF and TIRF that are of S /. 65 750 and 46.74% respectively.

For all the sub variables there is an action plan and therefore the viability corresponding to the installation of the poultry farm in the city of Moquegua is declared.

Keywords

Viability: Probability of success that is determined from a plan or project.

Poultry Farm: It is an agricultural establishment for the breeding of poultry such as chickens, turkeys, ducks, and geese, with the purpose of using them as a food base either harvested for their meat or collecting their eggs.

Farm chicken: farm-raised chickens with natural food such as alfalfa, corn, among others.

CAPITULO I. EL PROBLEMA

1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

El origen del pollo como animal doméstico, se comenzó a domesticar hace 4.500 años en el Valle del Indo. Posteriormente, y gracias a los intercambios comerciales, se extendió a Persia, y más tarde pasó a Europa, gracias a los germanos y al imperio romano. En aquella época, la carne de pollo era considerada un alimento exótico. (Zamora, 2002)

Ya a partir del siglo XV, con la colonización española adoptamos costumbre y también nuevos animales en América, esto permitió que el pollo y las gallinas fueran llevados al nuevo continente, y que a partir de ese momento pasasen a formar parte de sus costumbres gastronómicas y de vida. A partir de entonces, y durante mucho tiempo, fue así que el pollo cumplió un rol de comida para ocasiones especiales y ceremonias, como cuando los campesinos se trasladaban a las ciudades, cuando los padres deseaban festejar el nacimiento de un hijo, para celebrar una festividad religiosa, etc. Los nuevos avances de la ciencia y la tecnología en relación a los alimentos, las aves, así como los nuevos conocimientos higiénicos-sanitarios,

permitieron la extensión del consumo de pollo a toda la población durante el siglo XX. (Zamora, 2002)

En el Perú según la DGIA (Dirección General de Información Agraria), entre enero y marzo del 2007, la producción de carne de pollo fue en promedio de 60 mil toneladas mensuales, mientras que las colocaciones de pollitos BB estuvieron en alrededor de 32.3 millones de unidades al mes.

En el primer trimestre del 2008, entretanto, según estima la DGIA, la producción de carne de pollo será mayor en 8 mil toneladas con respecto a similar periodo del año pasado. Ello debido a que las colocaciones de pollitos BB crecerán en 3.9 por ciento durante dicho lapso.

Respecto al consumo, la DGIA indicó que se ha incrementado sostenidamente en los últimos años. En 1990 el consumo per cápita era de 35 kilos. Para el 2007 este nivel se elevó sustancialmente, llegando hasta los 53 kilos. La importancia que ha cobrado el consumo de pollo en la dieta de cárnicos de los peruanos. En 1990, del total de carnes, un 32.3 por ciento correspondía a la de ave. En el 2007, el pollo ha capturado el 50.2 por ciento de las preferencias de los peruanos. (Pinzón, 2016)

Para tal sentido la importancia de la producción avícola en la región de Moquegua no es indiferente a la realidad nacional, siendo este un producto de mucha importancia en la dieta del consumidor Moqueguano, añadiendo que en la región Moquegua no existe una empresa constituida y dedicada a la producción avícola, es necesario

investigar sobre el nivel de rentabilidad para una posterior instalación de una empresa en este rubro.

1.2. **DEFINICIÓN DEL PROBLEMA**

El análisis del entorno permitió ampliar el conocimiento del problema y delimitar su ámbito de intervención en la presente investigación,

PREGUNTA CENTRAL

¿Es viable la instalación de una granja avícola en la ciudad de Moquegua para el año 2016?

PREGUNTAS ESPECÍFICAS

- a) ¿Existe viabilidad del mercado para la instalación de una granja avícola en la ciudad de Moquegua, en el año 2016?
- b) ¿Existe viabilidad técnica operacional para la instalación de una granja avícola en la ciudad de Moquegua, en el año 2016?
- c) ¿Existe viabilidad organizacional para la instalación de una granja avícola en la ciudad de Moquegua, en el año 2016?
- d) ¿Existe viabilidad económica-financiera para la instalación de una granja avícola en la ciudad de Moquegua, en el año 2016?

1.3. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO CENTRAL

Determinar la viabilidad para la instalación de una granja avícola en la ciudad de Moquegua, en el año 2017.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Determinar la viabilidad del mercado para la instalación de una granja avícola en la ciudad de Moquegua, en el año 2016.
- b) Determinar la viabilidad técnica operacional para la instalación de una granja avícola en la ciudad de Moquegua, en el año 2016.
- c) Determinar la viabilidad organizacional para la instalación de una granja avícola en la ciudad de Moquegua, en el año 2016.
- d) Determinar la viabilidad económica-financiera para la instalación de una granja avícola en la ciudad de Moquegua, en el año 2016.

1.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

Este estudio contempla la instalación de una granja avícola en la ciudad de Moquegua, atendiendo la demanda de pollos que existe en la misma además que existe la tendencia naturalista por la existencia de modificaciones en la producción del mismo.

La empresa aplicara los conocimientos científicos y avances tecnológicos para la industrialización de la crianza del pollo de chacra.

Se aplica las entrevistas y encuestas para obtener la demanda del pollo de chacra en la ciudad de Moquegua; con esta información se puede proyectar la producción del pollo y así no tener sobre producción que conlleva a perdidas, esto ayudara en gran medida al crecimiento de la empresa del rubro industrial en Moquegua

También se utiliza los conocimientos económicos y financieros para el cálculo de los costos de producción y de la inversión inicial, y otras informaciones de competidores si existieran.

Para este plan se ha elegido la comercialización de aves (pollos), porque es una de las carnes más accesibles para la población, y ya que en Moquegua no existe una empresa reconocida de producción de carne de pollo.

Además la carne de pollo e chacra es saludable ayudando a la salud del ciudadano moqueguano, el consumidor dispondrá de una carne con un buen valor nutritivo.

1.5. **VARIABLE**

La variable de interés es la Viabilidad para la instalación de una granja avícola.

Se desea saber si es viable la instalación de una granja avícola en la ciudad de Moquegua.

1.6. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

HIPÓTESIS GENERAL

Es viable la instalación de una granja avícola en la ciudad de Moquegua, en el año 2016.

HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- a) Existe viabilidad del mercado en la instalación de una granja avícola en la ciudad de Moquegua, en el año 2016.
- b) Existe viabilidad técnica operacional en la instalación de una granja avícola en la ciudad de Moquegua, en el año 2016.
- c) Existe viabilidad organizacional en la instalación de una granja avícola en la ciudad de Moquegua, en el año 2016.
- d) Existe viabilidad económica-financiera en la instalación de una granja avícola en la ciudad de Moquegua, en el año 2016.

1.7. METODO

Nivel de Investigación

Investigación Descriptiva El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a

la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. (Deobold B. Van Dalen, William J. Meyer, 2012)

TIPO DE INVESTIGACIÓN

- a) Según propósito: Investigación. Básica. Tiene como objetivo mejorar el conocimiento intenta encontrar los principios generales que gobiernan los diversos fenómenos en los que el investigador se encuentra interesado. (Jorge Tam Malaga, Giovanna Vera, Ricardo Oliveros Ramos, 2008)
- b) Según ocasiones de recojo de la información: Transaccional por que el recojo de información se dio en un solo momento.
- c) Según número de Variables: Univariable porque solo existe una variable en la investigación la cual es la viabilidad para la instalación de una granja avícola.
- d) Según características de la fuente: Mixto (primario/prospectivo y secundario/retrospectivo). Porque la recolección de información es fuente primaria cuando se hacen las encuestas y entrevistas, y secundarias a toda la información que ya existe y tomamos para explicar la variable.
- e) Según tratamiento de datos: Mixto (cuantitativo y cualitativo). En el tratamiento de datos se obtiene información cuantitativa cuando calculamos indicadores, y cualitativas cuando tomamos características.

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

No Experimental: La Investigación no experimental Estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en

su ambiente natural para analizarlos. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014)

En esta investigación la variable es la Viabilidad para Instalación de un granja avícola, para esto no se manipulo la variable, solo se observó el comportamiento del entorno donde se determinó si es o no es viable la instalación de la granja avícola. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014)

Tipo de Diseño: Trasversal, el diseño transversal son Investigaciones que recopilan datos en un momento único.

En esta investigación la recolección de datos fue hecha en un solo momento para su análisis, son se observa el comportamiento de la variable.

Diseños transeccionales correlacionales-causales Describen relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado, ya sea en términos correlacionales, o en función de la relación causa-efecto. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014)

En la investigación se pone observación las relaciones de variables por ejemplo la relación de ventas en función de precio del producto, la productividad en función a la organización de la empresa, los indicadores de rentabilidad en función a la proyección de ingresos y egresos.

POBLACIÓN Y MUESTRA

La población a estudiar está comprendida dentro de la población de la ciudad de Moquegua, según fuente INEI al 2013 existen en la ciudad de Moquegua un total de 114,486 personas, pero en este caso es preciso estudiar a la población que consume carne de pollo, y específicamente a la población que consume carne de pollo de chacra, y para obtener este resultado aplicaremos la fórmula que es para el cálculo de muestra proporcional con población desconocida, esto a raíz que no hay estudios que determinen el número de población que consume carne de pollo de chacra. A continuación, se resolverá la ecuación teniendo los siguientes elementos:

Fórmula tamaño muestra para estimación de proporciones con universos infinitos

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{e^2}$$

Donde

n= muestra

Z= coeficiente de confianza

p= probabilidad de éxito

e= error esperado

Recolección de datos:

Para una confianza de 95% el coeficiente de confianza es de 1.96, la probabilidad de éxito es de 50%, y el error esperado es de 5%.

Al resolver se tiene

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2}$$

$$n = 384.16$$

Ya haciendo el cálculo tenemos como resultado 384.16 que sería 384 el número de muestra, por lo tanto, se tendrá que encuestar a 384 personas en la ciudad de Moquegua, las encuestas se desarrollarán en lugares de consumo de pollo, ya sea mercados, ferias y otros donde se expenda el producto en investigación.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Técnicas recojo información

- Revisión documental se da en el caso de buscar precios, especificaciones técnicas de maquinaria y equipos entre otros.
- Encuesta a clientes potenciales. Para determinar la brecha de mercado y la oportunidad de negocio, además que esta información es necesaria para la proyección de producción y ventas.

Instrumentos de recojo de información

- Fichas estadísticas. Se da cuando obtenemos información mediante reportes, anuarios u otros documentos que expresen su información en datos estadísticos.
- Cuestionario. Un cuestionario es un instrumento de investigación que consiste en una serie de preguntas y otras indicaciones con el propósito de obtener información de las personas.

TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO DE DATOS

Para el diseño del plan de negocios y cumplir con lo propuesto en esta tesis que es la viabilidad, he optado por realizar el siguiente procedimiento:

1. Para la obtención del primer objetivo específico, se ejecuta un estudio de mercado, analizando la demanda y la oferta, en el cual se llegó a realizar un plan de Mercado.

Un estudio de viabilidad de un mercado consta de tres componentes: La demanda, que es la cantidad de un bien o servicio que necesitan los consumidores para satisfacer sus necesidades; la oferta, la cual la constituyen las empresas que están en el presente ofreciendo a los clientes los satisfactores, y el mercado meta, que es la parte de la demanda que no se está atendiendo. (Pacheco, 2017)

2. En el segundo objetivo se determina la localización y tamaño del proyecto, estableciendo procesos y tecnología a utilizar.

La Viabilidad Técnica de un Proyecto, estudia la posibilidad tecnológica (existencia de los equipos para llevar a cabo los procesos), de infraestructura

(existencia de instalaciones para los equipos), y geográfica (existencia de espacios y vías de acceso suficientes) que el proyecto pueda ser llevado a cabo satisfactoriamente con el menor riesgo posible.

La Viabilidad Operacional comprende una determinación de la probabilidad de que un proyecto se realice o funcione como se supone. Consiste en la creación de métodos y procedimientos que permitan que el personal involucrado en el sistema identifique su función y se comprometa con la misma de forma que prevalezca el objetivo global sobre los particulares. (Universidad Monteávila, s.f.)

3. Con respecto al tercer objetivo, se crea una misión y visión que se identifique con la empresa, se determinó el diagnóstico, organigrama, las funciones personales.

El objetivo de la viabilidad organizacional es analizar los criterios organizacionales de un proyecto, y los procedimientos administrativos y sus consecuencias económicas en los resultados de la evaluación. (Pabon, 2013)

4. Por último se analiza el estudio económico financiero; con la finalidad de establecer la inversión inicial necesaria, determinando los ingresos, costos y gastos con el motivo de llegar a la construcción del flujo de caja (VAN y TIR).

CAPITULO II. PLAN ESTRATÉGICO Y ASPECTOS GENERALES

2.1. Idea de negocio

La idea de negocio es poner en marcha a la empresa “Avícola la Granja” E.I.R.L., una empresa a la vanguardia, que ofrece un producto de calidad para el mercado local de la ciudad de Moquegua, utilizando un método más natural en su producción, diferenciándonos de esta manera del modelo tradicional que nuestros competidores realizan para este proceso.

2.2. Nombre del Negocio

Avícola “La Granja” E.I.R.L.

2.3. Oportunidad de Negocio

La granja avícola se crea con el fin de satisfacer a la población moqueguana insatisfecha que demanda pollos criados con alfalfa y maíz denominados pollos de chacra el cual se puede encontrar en las ferias ecológicas a un precio mayor al de los pollos de granja, viendo así reflejada una necesidad por el crecimiento de la población, los negocios gastronómicos y los puestos de ventas en mercados minoristas.

El mercado objetivo es los hogares de la ciudad de Moquegua que hoy en día prefieren productos naturales y de alto valor nutricional. (Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, 2010)

2.4. **Modelo de negocio**

Siguiendo el modelo CANVAS, los medios que se va a utilizar para distribuir nuestro producto y generar rentabilidad son:

❖ PROPUESTA DE VALOR ¿CON QUÉ PRODUCTO VAMOS A SATISFACER A LOS CLIENTES?

Se ofrece aves previamente seleccionada, y criadas con alimentos naturales y con los estándares más altos de salubridad y con un cuidadoso proceso para su producción final: sacrificio, desplume y lavado, evitando algún tipo de contaminación en el proceso, para que al final podamos obtener un producto de alta calidad.

❖ SEGMENTO DE CLIENTES ¿QUIÉN ES EL CLIENTE Y CUÁL ES SU PERFIL?

Para la apertura de la empresa la venta de pollo de chacra se hará a la población de la ciudad Moquegua y sus alrededores, pero el producto está direccionado a un segmento en particular el cual tiene las siguientes características:

- Familias con ingresos mayores a los dos mil soles
- Familias que se preocupan por la procedencia de los productos
- Familias preocupadas por adquirir productos saludables

- Entre otras relacionadas a este perfil

❖ CANALES DE DISTRIBUCIÓN ¿DE QUE FORMA NUESTRO PRODUCTO LLEGA AL CLIENTE FINAL?

El canal de distribución es de forma física en un puesto de venta para su comercialización, además que se incluirá las ventas a pedido para los que son tiendas y otros locales comerciales.

❖ RELACIÓN CON CLIENTES ¿CUÁLES SON MIS ESTRATEGIAS PARA FIDELIZAR A LOS CLIENTES?

El principal compromiso de la empresa es proporcionar un pollo de chacra de alta calidad y manteniendo los estándares y expectativas exigidos, además la atención al cliente es de primera mano teniendo un personal debidamente capacitado siempre dando a conocer las propiedades y beneficios del producto, la forma de crianza u otras dudas que puedan surgir de parte del cliente. Se contara con un local con mucha higiene y personal debidamente uniformado.

❖ FUENTES DE INGRESOS ¿CÓMO LOGRAREMOS UTILIDADES PARA LA EMPRESA?

La principal fuente de ingreso es la venta de pollo de chacra, la forma de pago se puede realizar en efectivo o con tarjeta de crédito mediante un POS, y para la venta a tiendas y otros establecimientos se puede incluir el pago a crédito.

❖ RECURSOS CLAVES ¿CUALES SON LOS ELEMENTOS MÁS IMPORTANTES PARA NUESTRA EMPRESA?

Para este punto se considera los siguientes recursos claves con el que tiene que contar:

Recursos humano

Personal de planta con conocimiento en crianza de pollo, sus funciones principales será la limpieza y acondicionamiento del ambiente para los pollos, alimentación de pollo, limpieza de espacios, reportes de pollos con alguna diferencia, sacrificio y acabado en el desplume, y posterior despacho al punto de venta.

Personal de punto de venta con conocimiento en atención al cliente, capacitado para el cobro en efectivo y vía tarjeta de crédito, preparado para la exposición del producto y resolución de interrogantes, así como la venta de pollo como actividad.

Infraestructura

Galpón el ambiente en el cual el pollo se cría hasta llegar a la madurez donde es sacrificado para su posterior venta, el galpón esta seccionado en ambientes que albergan treinta pollos, haciendo un total de cincuenta secciones con una capacidad de 1500 pollos por galpón.

Camal espacio donde se da el sacrificio, el desplume y el despacho del pollo listo para su comercialización

Local comercial lugar donde se vende el pollo al público en general

Bienes muebles

Comedores estos son fabricados con un diseño que reduce la pérdida de comida.

Útiles de limpieza para la limpieza de la defecación del pollo.

Depósitos de almacenamiento de concentrados para la conservación de sus alimentos y evitar alguna entrada de roedores, hormigas u otros.

Bienes para la venta del pollo Necesarios para la atención al cliente.

❖ ACTIVIDADES CLAVES

Las actividades claves para el negocio son las que están vinculadas al proceso productivo y la comercialización del producto final a los clientes. Para el éxito del negocio se debe tomar en consideración lo siguiente:

- Garantizar y asegurar en un primer momento la compra óptima de los animales que permitirá obtener aves con carne de calidad y un adecuado peso. Los animales deberán ser instalados y acostumbrados a su nuevo hábitat.
- Demostrar a los clientes que les ofrecemos un producto higiénico y natural.
- Generar una marca que identifique la calidad de las aves.
- Darle a la empresa una identidad propia.
- Contar con una clientela que asegure la compra permanente de nuestros productos, para lo cual se realizará una búsqueda constante de clientes y se ampliará la red de distribución.

- Crear alianzas estratégicas con nuestros proveedores, clientes y operadores logísticos para llegar a la optimización de recursos. (MORI, 2014)

❖ **SOCIOS CLAVE ¿CUÁLES SON LAS RELACIONES ESTRATEGICAS CON QUIEN SE DEBE CONTAR?**

Definitivamente la relación entre los proveedores de los alimentos balanceados para los pollos es muy importante, para el proceso de crianza es necesario la compra de alimentos los cuales son proporcionados por las tiendas mayoristas del mismo.

❖ **ESTRUCTURA DE COSTES ¿CUÁLES SON LAS ACTIVIDADES PRINCIPALES QUE GENEREN COSTOS?**

Actividades que generen costos para la empresa:

- Compra de alimentos
- Pago de remuneraciones
- Mantenimiento de las instalaciones
- Gastos fijos de luz agua
- Impuestos

(Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, 2010)

2.5. **Actividades principales**

a) **LOGÍSTICA DE ENTRADA:** Recepción de las aves dentro de la granja, y respecto a los alimentos son ubicados en un almacén especialmente para estos.

b) OPERACIONES: El departamento de producción planifica la disposición de aves que contemos, el pollo es trasladado a la habitación de sacrificio hasta terminar en la extracción de vísceras y lavado final.

c) LOGÍSTICA DE SALIDA: Son las actividades orientadas al almacén de productos terminados y al despacho hacia el destino, es imprescindible planificar el momento óptimo para el despacho, de manera que se minimice los costos de transporte y se cumpla con la entrega al punto de venta.

d) MARKETING Y VENTAS: La creación del marketing mix, contemplando la estrategia para la penetración en el mercado, la elección del canal y las actividades de promoción y desarrollo.

e) SERVICIO: Las actividades están orientadas hacia el servicio rápido que tienen los clientes, con 100% garantía de nuestro producto. (MORI, 2014)Diamante de Porter

El diamante de Porter sugiere que existen razones concretas para que cada país, región, localidad, sector de la economía o empresa sean más competitivos que otros. Es decir, analiza los factores que generan ventajas competitivas que permiten que, por ejemplo, una marca se consolide como la primera de su campo. (School, 2014)

Para la el plan de estratégico del Avícola “La Granja” de tiene el siguiente diamante:

RIESGOS DE INGRESO DE
COMPETIDORES POTENCIALES

Posibles empresas del norte que aspiren posicionar su empresa en el mercado Moqueguano por la buena demanda.



2.6. Análisis FODA

El análisis FODA son siglas que representan el estudio de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, de una empresa un mercado, o sencillamente a una persona, este acrónimo es aplicado a cualquier situación, en el cual, se necesite un análisis o estudio. (Análisis FODA, 2013)

FORTALEZAS (F):

- ✓ F1: Adecuada infraestructura de los galpones y camal.
- ✓ F2: Proveedores brindan asistencia técnica.
- ✓ F3: Procesos y procedimientos de calidad.
- ✓ F4: Crecimiento de la producción por la capacidad de la granja.
- ✓ F5: Aceptable condición climática y ecológica en la zona.
- ✓ F6: Buen clima organizacional
- ✓ F7: buena implementación de máquinas y equipos

DEBILIDADES (D):

- ⊗ D1: Falta de experiencia en el negocio.
- ⊗ D2: Insuficiente conocimiento sobre insumos.
- ⊗ D3: Accesibilidad accidentada para la planta de producción.
- ⊗ D4: No se tiene posicionamiento de marca.

OPORTUNIDADES (O):

- O1: Expansión del mercado a nivel local.
- O2: Programas gubernamentales que apoyan el desarrollo de planes de negocio.
- O3: fondo concursables que apoyan a las ideas de negocio y asociaciones productoras.
- O4: Capacidad de cumplir con las demandas, debido al respaldo económico y a la Facilidad de crédito por parte de entidades bancarias.
- O5: Escasos competidores.

AMENAZAS (A):

- ⊗ A1: Posibles enfermedades aviares.
- ⊗ A2: Aumento del precio de alimentos para pollos.
- ⊗ A3: Descuido del personal de producción.

- ⊖ A4: Delicado clima en los meses de verano.
- ⊖ A5: Posibles competidores externos

2.7. FODA Cruzado

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FORTALEZAS	<p>Posicionar nuestro producto en el mercado</p> <p>Ampliar línea de producción en otras presentaciones</p> <p>Aprovechar la poca presencia de marcas en el mercado</p>	<p>Crear un plan de prevención ante posibles enfermedades aviares.</p> <p>Contactar distintos proveedores en caso exista un aumento de precio en materia prima.</p>
DEBILIDADES	<p>Gestionar excelencia en cuanto a productividad y calidad para lograr ser competitiva</p> <p>Aprovechar la facilidad de crédito para lograr una ampliación de inversión.</p>	<p>Capacitación al personal para el manejo de maquinaria</p> <p>Realizar mediciones periódicas a los procesos que intervienen en la producción</p>

Fuente: Elaboración Propia

CAPITULO III. PLAN DE MERCADEO

3.1. El Producto

“Un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea” (William J. Stanton, Michael Etzel, 1996)

Se propone un producto a ofrecer que es un ave denominado pollo que se alimenta de granos, concentrados y alfalfa, el proveedor de los polluelos son del norte granjas San Fernando el cual es de gran prestigio en este rubro, los polluelos serán criados hasta que obtengan un peso promedio de 2.5 kg, se ofrece un producto natural, cero hormonas en el proceso de crecimiento y con una crianza especial y cuidadosa.

El pollo se somete a una crianza con una dieta natural definida con el que conseguimos un pollo con peso y características deseados, luego de la etapa de crecimiento se procede al sacrificio del pollo, primero se mata, se desangra, escaldadura con agua caliente, desplume, se retira las vísceras, y lavado en temperatura.

El producto ya terminado es empacado y trasladado a los puntos de venta existente para su comercialización.

3.2. Análisis de mercado

La competencia en la ciudad de Chachapoyas está representada por la empresa Danitza y Emavisa, que realizan su producción de manera artesanal, sin tener conocimiento

sobre tecnología de procesos productivos y cómo mejorar la calidad en su producto final. (MORI, 2014)

Para el análisis de mercado tomaremos puntos como la demanda insatisfecha, el mercado potencial, y el mercado mix comprendido por composición del producto, el precio, la plaza y promoción.

Análisis de la demanda insatisfecha

Aun cuando el mercado cuenta con una producción que cubre, cuantitativamente la demanda de los consumidores, no ocurre lo mismo cualitativamente; es decir que este análisis parte de la hipótesis de que el mercado que no cubre totalmente las expectativas del consumidor, en pocas palabras el mercado ofrece el denominado pollo de granja (Rico Pollo, San Fernando, etc.), pero no cubre en su totalidad la demanda de pollo de chacra el cual se ofrecerá en esta empresa.

De esta forma para la determinación de la demanda insatisfecha he optado por la realización de encuestas a la población de Moquegua, cuyo objetivo principal es satisfacer la necesidades de información para entender el mercado del pollo entre ellas definir el perfil del consumidor y cuales son aquellas característica no favorables de los productos existentes en el mercado y que en un nuevo producto podría aprovechar para su introducción.

Como resultado se pretende obtener datos suficientes para la elaboración de estrategias de acuerdo a la relación que existe entre los indicadores y los usuarios del producto; conocer las ventajas e inconvenientes que presentan las diferentes alternativas en cuanto a población, ingresos per-cápita, tamaño de la familia y cualquier otra característica que pudiera considerarse importante para una introducción con éxito del producto.

Mercado potencial

De acuerdo a la investigación de mercado realizada se puede mostrar los siguientes cuadros los cuales darán un mejor panorama para definir el mercado potencial para nuestra empresa de pollos de chacra:

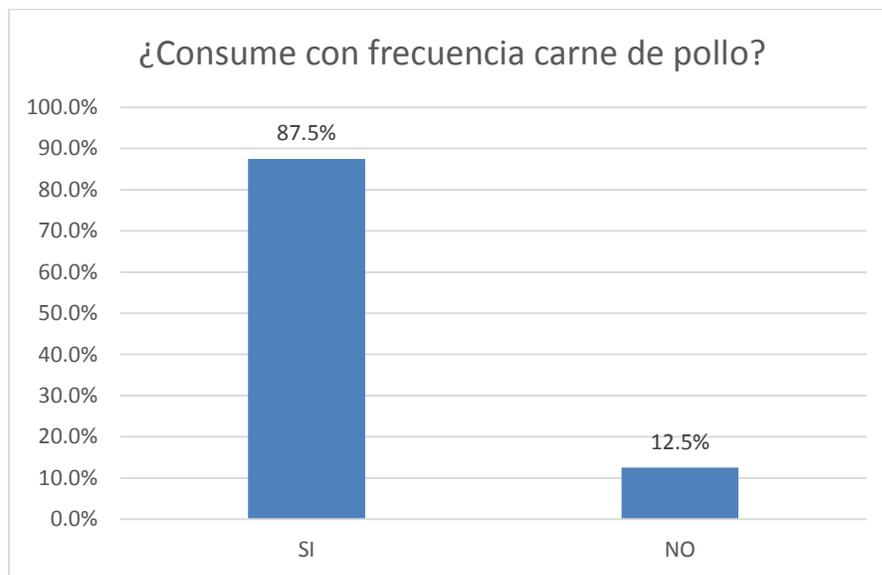
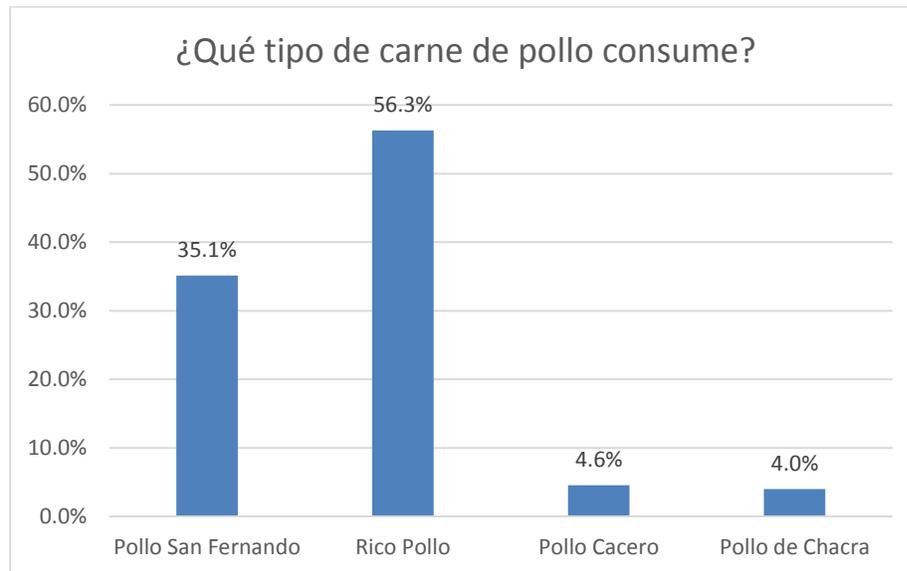


Gráfico N° 1 Panorama de la preferencia del consumo de pollo. Fuente: Elaboración Propia basada en la encuesta para la Investigación de mercado Avícola “La Granja” (n=400) aplicado en la ciudad de Moquegua.

Según se observa en el gráfico N°1 tenemos como resultado que el 87% de la población expresa que sí consume carne de pollo, no obstante, existe un 12.5% de la población que reporta que no consume este tipo de carne.

En la aplicación de la encuesta se observó también que el factor que decide la preferencia por las carnes son los estilos de vida de los hogares.



Gráfica N°2 Preferencia por las marcas y procedencia de la carne de pollo. Fuente: Elaboración Propia basada en la encuesta para la Investigación de mercado Avícola “La Granja” (n=400) aplicado en la ciudad de Moquegua.

Según se observa en la gráfica N° 2 se tiene que el 35.1% de la población consume carne de pollo de la empresa San Fernando, el 56.3% de la población consume carne de pollo de la empresa Rico Pollo, el 4.6% de la población consume carne de pollo criados en casa, y el 4% de población consume carne de pollo de chacras.

Se observa también que la preferencia del consumo de pollo se guía por diferenciación de las marcas, la preferencia del consumo del pollo es mayor cuando esta de respalda por una marca caso San Fernando y Rico Pollo mientras que el consumo es menor cuando no son respaldadas por una marca.

Adicionalmente con el gráfico N° 2 se puede calcular el número actual de consumo de pollo y se muestra de la siguiente manera:

Tabla N° 1 Cálculo de la demanda actual de consumidores de pollo de chacra.

Cálculo de la demanda actual de consumidores de pollo de chacra	
Número de la población de Moquegua ciudad	114486

Porcentaje de personas que consume carne de pollo de chacra	4%
Número actual de consumidores de carne de pollo de chacra	4579

Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada y el INEI.

Marketing mix

Ofrecer un producto adecuado, a un precio conveniente, que se dé a conocer a través de un mensaje apropiado y cuyo sistema de distribución lo coloque en el lugar y momento oportunos, es el objetivo de todo negocio. Para alcanzarlo basta con combinar acertadamente los elementos del marketing mix. (McCarthy, 1960)

Estrategias del Producto

El producto es todo aquello tangible (bienes u objetos) como intangible (servicios o ideas) que ofrece una empresa al consumidor para satisfacer sus necesidades. Hay que considerar que un producto o servicio se adquiere por lo que aporta al cliente y no por sí solo. Para definirlo correctamente basta con responderse a ciertas preguntas: ¿qué estoy vendiendo?, ¿qué características tiene?, ¿qué aporta al consumidor? (McCarthy, 1960)

El producto en cuestión es la carne de pollo de chacra, el mismo que será puesto en venta con las siguientes especificaciones:

- Animales bien alimentados, sin ningún proceso hormonal para su crecimiento forzado, estarán nutridos con productos naturales.

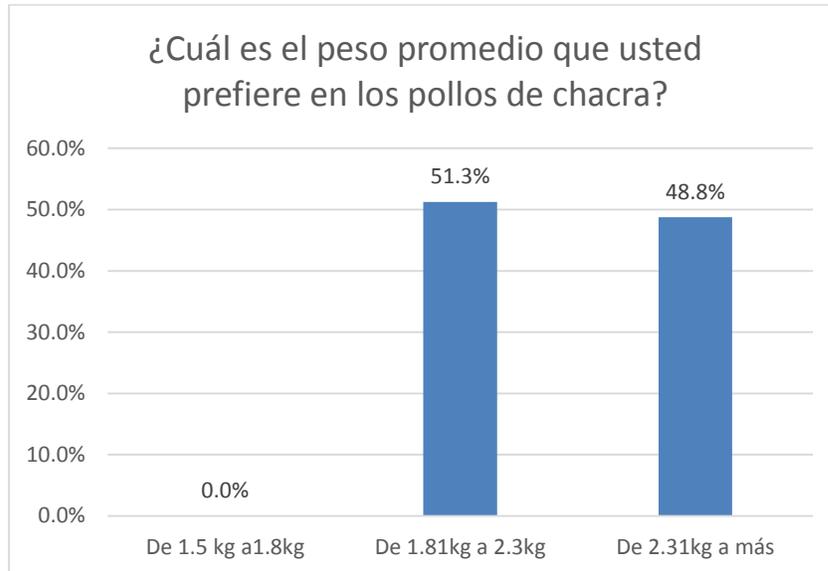


Gráfico N° 16 preferencia en el peso del pollo de chacra entero. Fuente: Elaboración Propia basada en la encuesta para la Investigación de mercado Avícola “La Granja” (n=400) aplicado en la ciudad de Moquegua.

Según de muestra en la gráfica N° 16 preferencia en el peso del pollo de chacra entero se tiene que un 0% de los clientes potenciales compraría pollos de 1.5kg a 1.8kg, 51.3% de los clientes potenciales compraría pollos de 1.81kg a 2.3kg, y 48.8% de los clientes potenciales compraría pollos de más de 2.31 kg.

Se observa también que los clientes potenciales prefieren pollo de más de 1.8 kilogramos.

- Se le brinda un producto terminado en buenas condiciones con un peso de 2.5kg.
- El ave es sometida por un proceso tecnológico de calidad sin perjudicar al producto final.
- Nuestra principal estrategia está orientada a satisfacer las necesidades de los consumidores. Por eso, se ha creado dos líneas de productos que así llegar a los negocios de nuestros clientes.

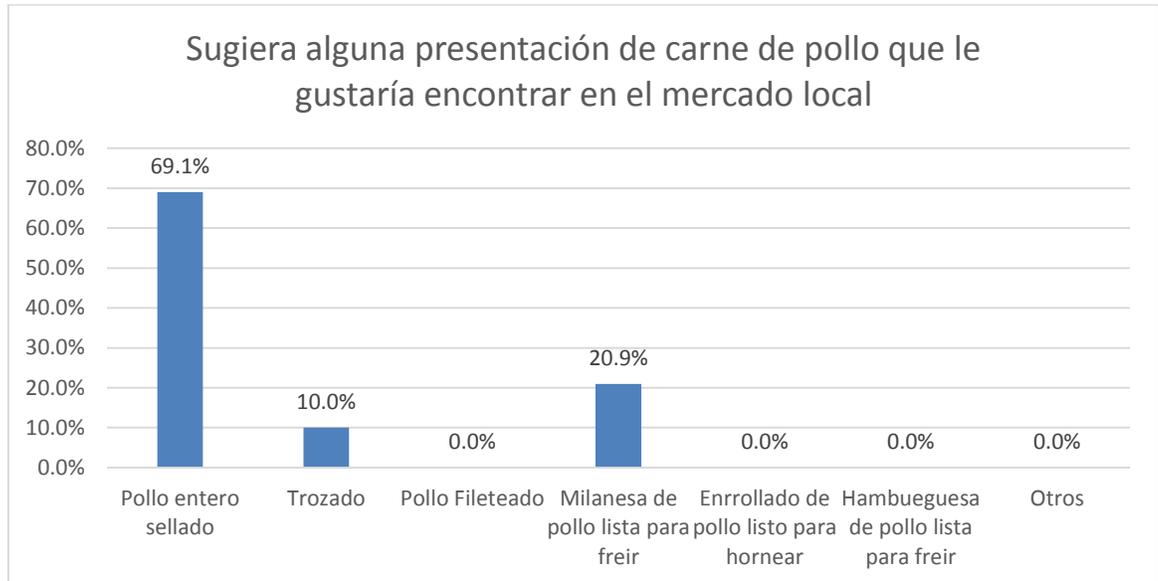


Gráfico N° 14 Preferencia en la presentación de la carne de pollo de chacra. Fuente: Elaboración Propia basada en la encuesta para la Investigación de mercado Avícola “La Granja” (n=400) aplicado en la ciudad de Moquegua.

Según se muestra en la gráfica N° 14 Preferencia en la presentación de la carne de pollo de chacra se tiene que el 69.1% de la población prefiere comprar el pollo de chacra en la presentación de pollo entero, el 10% de la población prefiere comprar el pollo de chacra en la presentación de pollo trozado, 0% de la población prefiere comprar el pollo de chacra en la presentación de pollo fileteado, el 20.9% de la población prefiere comprar el pollo de chacra en la presentación de milanesa de pollo lista para freír, 0% de la población prefiere comprar el pollo de chacra en la presentación de enrollado de pollo listo para el horno, 0% de la población prefiere comprar el pollo de chacra en la presentación de hamburguesa de pollo, 0% de la población prefiere otras presentaciones de pollo de chacra

- Pollo Completo con Menudencia: Un pollo entero que incluye menudencias: 2 patas, 1 cabeza con pescuezo, 1 molleja, 1 hígado y 1 corazón.
- Pollo Completo sin Menudencia: Un pollo entero sin menudencia.
- Proyecto de desarrollo, presentación en milanesa de pollo lista para freír.

Estrategias del Precio

"importe que el consumidor debe pagar al vendedor para poder poseer dicho producto" (Romero, 2009)

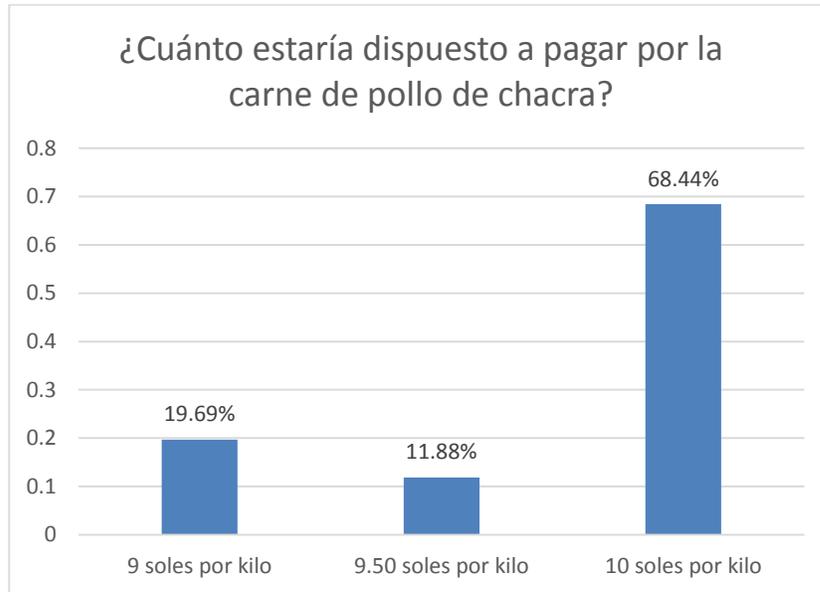
Uno de los pasos fundamentales antes de establecer el precio de nuestro producto es saber qué es lo que se quiere lograr con el monto que le vamos a poner, la decisión sobre qué precio colocar a nuestro producto será crucial para el éxito de nuestras ventas, por lo tanto, en cualquier decisión de importe, vamos a tener en cuenta cual será el objetivo global, que el negocio quiere lograr conseguir con el precio del producto, para esto se tiene que cumplir 5 puntos que son:

- Lograr determinado retorno de la inversión
- Capturar determinada porción del mercado
- Enfrentar a la competencia
- Tener exclusividad
- Usarla como ventaja diferencial

Para poder lograr posicionar un precio acorde a nuestro mercado se tendrá en cuenta tres maneras para identificar cual es el precio que requiere nuestros posibles clientes (MORI, 2014)

- Preguntar a nuestro segmento de clientes mediante la encuesta:

Preguntando a un número suficiente de nuestro nicho de mercado acerca de cuanto cree que sería el precio adecuado para la venta del producto, se puede formar una idea acerca de cuánto se puede vender con cada precio.



Grafica N° 12 Precio sugerido para la venta de carne de pollo de chacra. Fuente: Elaboración Propia basada en la encuesta para la Investigación de mercado Avícola “La Granja” (n=400) aplicado en la ciudad de Moquegua.

Como se observa en la gráfica N° 12 precio sugerido para la venta de carne de pollo se tiene que el 19.7% de la población estaría dispuesta a pagar un precio de 9 soles el kilogramo de carne de pollo de chacra, el 11.9% de la población estaría dispuesta a pagar un precio de 9.5 soles el kilogramo de carne de pollo de chacra, y el 64% de la población estaría dispuesto a pagar un precio de 10 soles el kilogramo de carne de pollo de chacra.

- Comparar con productos de nuestros competidores:

Se comparará el producto con otros iguales actualmente en el mercado, observando sus precios y volúmenes de venta.

- Prueba de mercado:

Probar la aceptación de nuestro precio a nuestros posibles clientes será el método más realista de estimar el problema “demanda vs. Precio”. Se trata de ofrecer el producto a

clientes predeterminados y a distintos niveles de precio, con el fin de establecer el costo más aceptado y los volúmenes de ventas.

CONDICIONES QUE DEBEN DARSE		
ESTRATÉGIA	TÁCTICA	EN EL MERCADO
ESPUMACIÓN RÁPIDA	ALTO PRECIO	Una gran parte del mercado no tiene conciencia del producto
	ALTO NIVEL DE PROMOCIÓN	Los que han tomado conciencia tienen fuerte disposición de adquirir el producto
ESPUMACIÓN LENTA	ALTO PRECIO	La empresa quiere crear preferencia de marca
	BAJO NIVEL DE PROMOCIÓN	Cuando el tamaño del mercado es limitado La mayor parte del mercado tiene conciencia del producto
PENETRACIÓN RÁPIDA	BAJO PRECIO	Están dispuestos a pagar precios elevados
	ALTO NIVEL DE PROMOCIÓN	No es fuerte la competencia
PENETRACIÓN LENTA	BAJO PRECIO	El mercado es grande
	BAJO NIVEL DE PROMOCIÓN	Tienen conciencia del producto
PENETRACIÓN RÁPIDA	ALTO NIVEL DE PROMOCIÓN	La mayoría de los compradores son sensibles al precio
	BAJO NIVEL DE PROMOCIÓN	Cuando los costos de fabricación y distribución disminuyen a mayor producción y ventas
PENETRACIÓN LENTA	BAJO PRECIO	Existe una competencia fuerte
	BAJO NIVEL DE PROMOCIÓN	El mercado es grande
PENETRACIÓN RÁPIDA	ALTO NIVEL DE PROMOCIÓN	Tienen conciencia del producto
	BAJO NIVEL DE PROMOCIÓN	El mercado es sensible al precio
PENETRACIÓN LENTA	BAJO PRECIO	Competencia fuerte
	BAJO NIVEL DE PROMOCIÓN	Competencia fuerte

Fuente: Lo Nuevo del Marketing (2012)

<http://estrategias-negocio.blogspot.com/2009/04/estrategias-marketing-crear-productos.html>

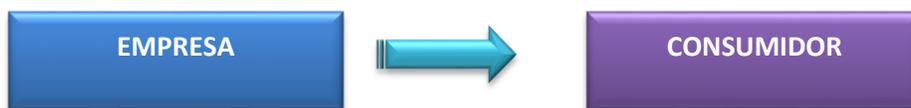
De acuerdo al comportamiento se define estrategias de precio, es decir ante situaciones específicas que presenta el mercado produce un diseño distinto de estrategias de precio; así como también el nivel de fuerza de la promoción a emplear.

La empresa en mención empleará la estrategia de PENETRACIÓN RAPIDA, ya que entraremos con bajos precios y un alto nivel de promoción para que nuestra marca sea reconocida con eso se gana el reconocimiento del consumidor asociándolo a la calidad del producto.

En el análisis de la gráfica N° 12 Precio sugerido para la venta de carne de pollo de chacra, se observa que el precio propuesto por los clientes potenciales para la venta del pollo de chacra es de 10 soles el kilogramo, pero en la estrategia de penetración establece la introducción del producto con el precio bajo, estableciendo así un precio de 9 soles el kilogramo de carne de pollo de chacra.

Estrategias de Distribución (plaza)

La forma de distribución es de manera directa, de la empresa al consumidor final, para esto se cuenta con los pedidos anticipados para generar un dinamismo entre ambos actores:



Elaboración propia

Para cumplir con este esquema primero se hace el pedido a nuestro proveedor, el cual nos entrega polluelos de la granja San Fernando, después nuestra empresa se encargará de la crianza y desarrollar el producto final, posteriormente será puesto en venta en los puestos de la empresa al consumidor final.

Estrategia de promoción:

La promoción se JEFFREY SUSSMAN define como "los distintos métodos que utilizan las compañías para promover sus productos o servicios" (Sussman, 1998)

Para la promoción de la empresa **LA GRANJA**, se utilizan los siguientes recursos:

Radio: se pretende contratar un espacio radial en Radio Americana por un con un espacio radial de aproximadamente 10 a 15 segundos en donde de a conocer la existencia de la empresa. El horario propuesto es de 10 am y 12 am de lunes a viernes porque a esa hora la sintonía es mayor, esto se realizará por un periodo de 3 meses y su continuidad dependerá del resultado que se obtengan.

Merchandising: Incluye toda actividad desarrollada en nuestros

Se aplica esta técnica para la distribución en tienda del producto, haciéndolo más atractivo para la compra y así persuadir al cliente para la elección del pollo de chacra sobre pollos de otras marcas.

CAPITULO IV PLAN DE OPERACIONES

4.1. Localización

La localización geográfica de la empresa es una decisión de tipo estratégico, vital para la viabilidad de la misma. Dicha decisión dependerá de ciertos factores que pueden favorecer o perjudicar la actividad económica presente y futura de la empresa en una determinada localidad, municipio, zona o región. (Olmos, 2014)

El departamento de Moquegua cuenta con 3 provincias, que son: Ilo, Mariscal Nieto y General Sánchez Cerro, la empresa se desarrollara en la provincia Mariscal Nieto, además las Provincia en mención cuenta con 6 distritos que son distrito de Moquegua, Carumas, Cuchumbaya, Samegua, San Cristóbal y Torata, al respecto la plata de producción se desarrollara en el distrito de Torata sector Tumilaca esto debido a que la zona presenta las condiciones propicias para la crianza de pollos, y el punto de venta se situara en la ciudad de Moquegua para mayor accesibilidad de los consumidores.

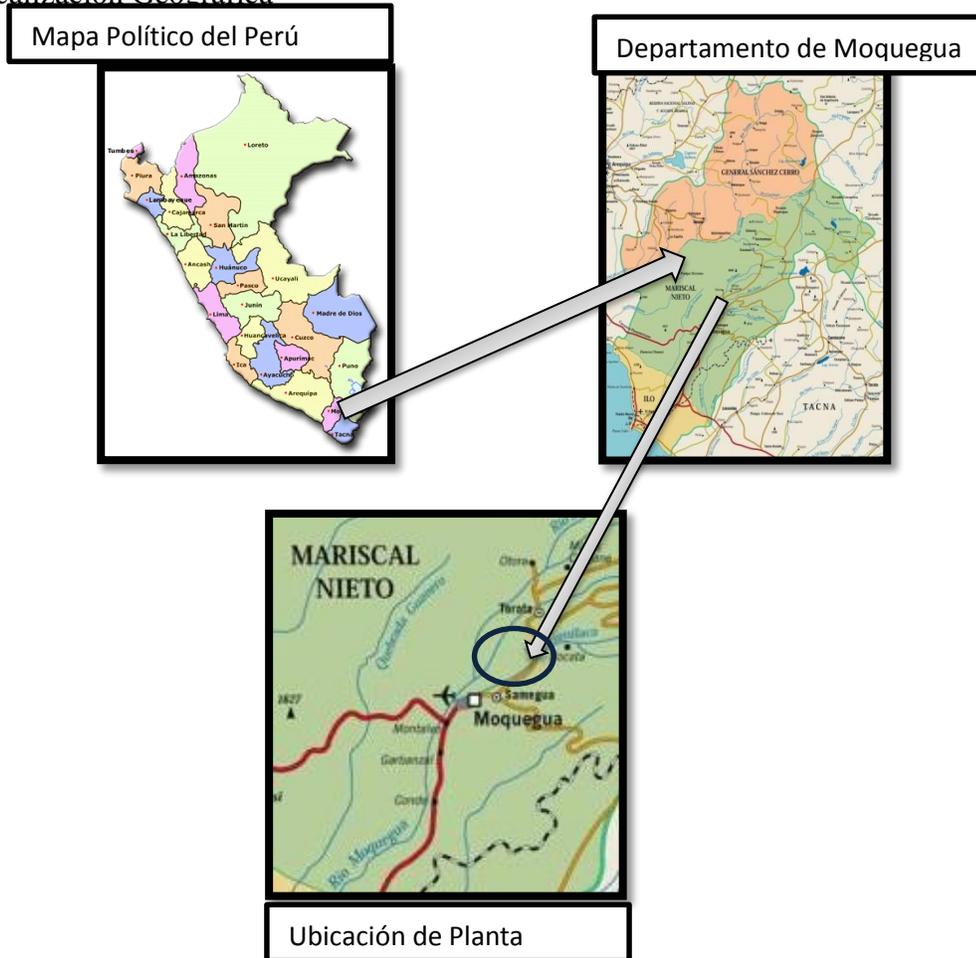
Ubicación de Planta

- Sector : Tumilaca
- Distrito : Torata
- Provincia : Mariscal Nieto
- Departamento : Moquegua

Ubicación de punto de Venta

- Sector : Cercado
- Distrito : Moquegua
- Provincia : Mariscal Nieto
- Departamento : Moquegua

Localización Geográfica



4.2. **Tamaño de planta**

Para definir el tamaño de las instalaciones, en términos de capacidad del sistema productivo, es necesario lo siguiente:

- Definir la unidad de medida
- Demanda a largo plazo establecida como objetivo
- Calcular la capacidad del sistema productivo

Para medir la capacidad de un sistema productivo hay que tener en cuenta el proceso productivo. Si los productos son homogéneos, es posible definirla en términos de unidades terminadas por unidad de tiempo. En otros casos, cuando los productos finales son muy variados, pero se fabrican a partir de pocos componentes, la capacidad puede medirse en términos de unidades de input que pueden procesarse. En el sector de servicios la unidad de medida de la capacidad es más compleja de definir, dado que los tiempos de proceso dependen del cliente, que es una variable exógena. (EOI, s.f.)

Cuando se mide se utilizan índices como el número de clientes por unidad de tiempo, aunque, como se puede suponer, la precisión que se obtenga de esta forma es variable.

El tamaño de planta estará definido por la capacidad de producción de pollos de chacra, según la proyección de la demanda esta será de una capacidad de 1000 pollos mensuales para el inicio de operaciones, esto será para el primer año de funcionamiento.

Teniendo esta capacidad de producción, el diseño del galpón está distribuido por:

- 1 oficina de 3 x 3 metros
- 1 almacén de 5 x 3 metros
- 1 camal 3 x 8 metros
- 10 criaderos de 8 x 3 metros capacidad de 100 pollos

Diseño de la planta de producción



Elaboración Propia

La oficina es de una dimensión de 2 metros por 3 metros y estará equipada con estante para documentación de compras, entrada y salida del almacén entre otros, escritorio y silla, computadora e impresora para la redacción de documentos.

El almacén tendrá fa función de guardar los alimentos para los pollos en envases donde no tengan acceso de roedores, así como medicina y vacunas.

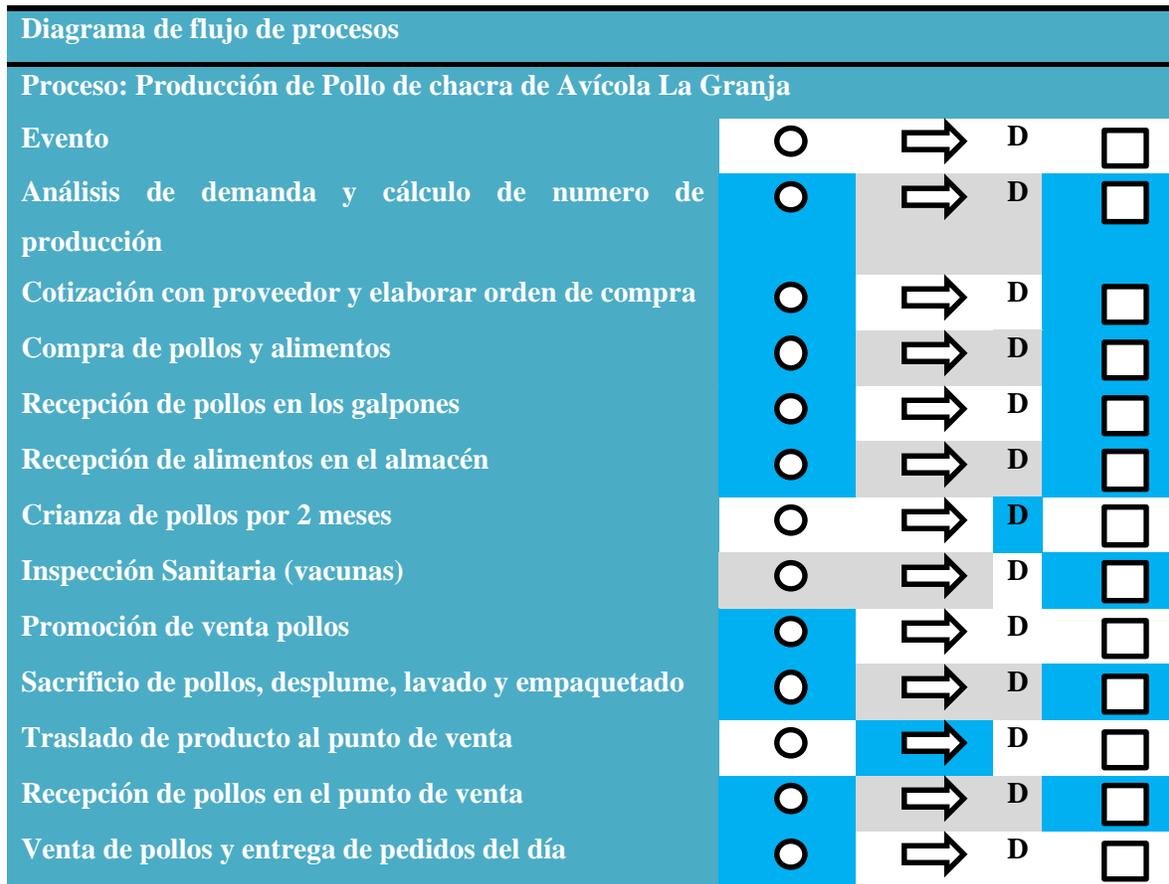
El camal es el espacio donde se da el sacrificio a los pollos, contara con una peladora, un caldero, una mesa grande, herramientas para alistar el producto y un lavador para la limpieza de pollos.

Los criaderos son espacios propicios para la crianza de pollos, el cual tiene el acceso para el agua y los alimentos para los pollos.

4.3. Diagrama de flujo de operaciones

Un diagrama de flujo es una representación gráfica de un proceso. Cada paso del proceso es representado por un símbolo diferente que contiene una breve descripción de la etapa de proceso. Los símbolos gráficos del flujo del proceso están unidos entre sí con flechas que indican la dirección de flujo del proceso. (Aiteco Consultores, 2016)

A continuación se presenta en un diagrama de la forma simplificada de la producción de pollos de chacra, se considera los eventos principales en el proceso.



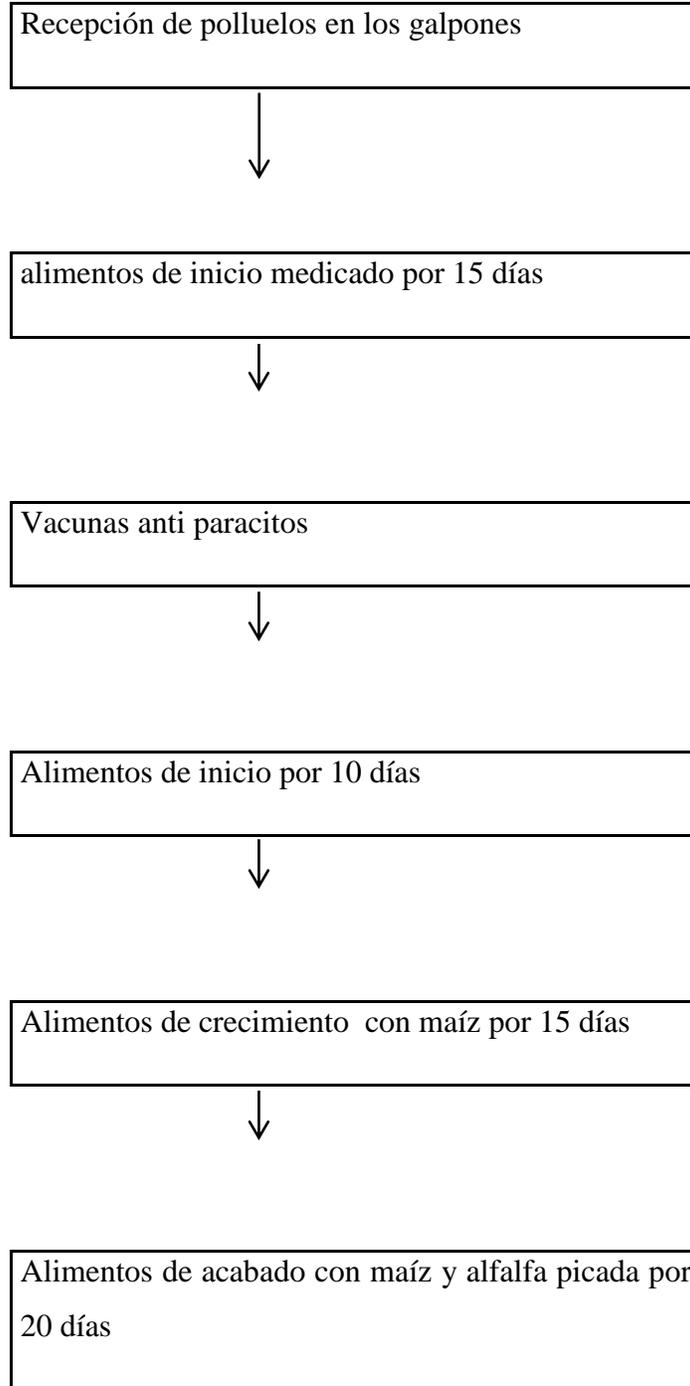
Elaboración Propia

Etapas de crianza de pollos

A continuación, se presenta las etapas por las que pasa el pollo para su desarrollo.

Ciclo de crianza:

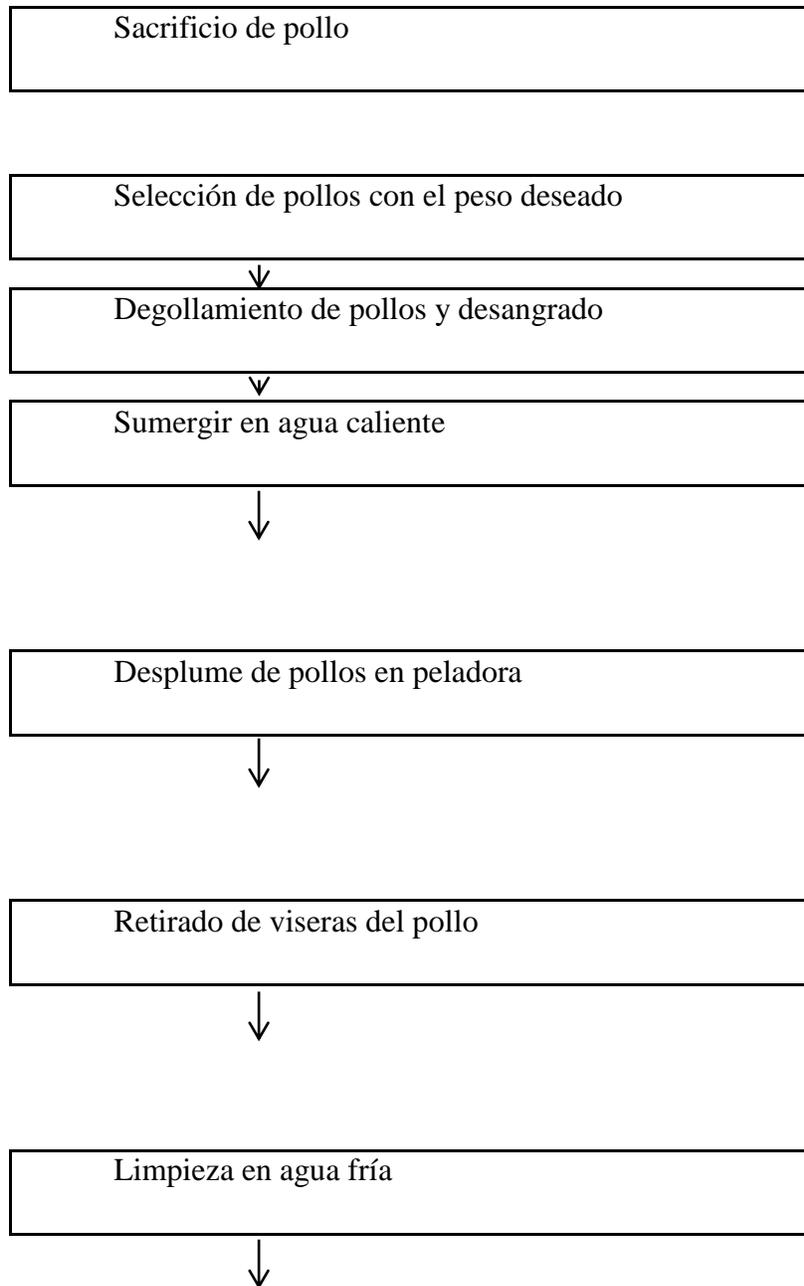
Crianza de pollos en galpón



Elaboración Propia

Etapas de Sacrificio del pollo

A continuación se presenta las etapas por las que pasa el pollo para su entrega al punto de venta.



Empaquetado

Elaboración Propia

- **Selección y pesaje del pollo:**

Antes de la matanza, las aves deberán dejarse sin comer aproximadamente doce horas. El dejar sin comer a las aves permitirá mayor facilidad y limpieza en la evisceración. Los pollos deberán ser retirados del galpón y ser puestos en un lugar adecuado en donde no tengan acceso al alimento, se deberá tener cuidado al capturar las aves, para evitar que estas se lastimen.

Se las sostiene por las patas y no permitirles que batan las alas contra las superficies duras, esto ayudara a evitar lesiones, cada ave será seleccionada de acuerdo al peso requerido por la empresa (2.5 kg. Vivo). (MORI, 2014)

- **Sacrificio del ave:**

La matanza de las aves se las realiza en tempranas horas de la madrugada, colocados en un lugar adecuado como son las gavetas, para sí el producto se mantenga fresco para la comercialización, se colocan ventiladores ubicados estratégicamente a fin de minimizar esta merma lo menos posible. El sobrecalentamiento o la falta de oxígeno pueden producir sangrado deficiente, lo que producirá carnes azuladas y descoloridas.

- **Escaldador en agua caliente:**

Para este proceso se utilizara una maquina escaladora de doble paso agitada por aire en la que los pollos son sometidos a movimiento de ascenso y descenso causado por difusores

de aire colocados en el fondo del tanque. Este movimiento permite la penetración del agua caliente hasta la raíz de las plumas, ablandándolas y aflojando el plumaje.

- **Desplume:**

Para facilitar el desplume se utiliza la maquina desplumadora de discos, en donde esta remoción de plumas se realice por la acción de los dedos de caucho sobre discos - giratorios de aluminio que giran a alta velocidad.

- **Lavado en agua fría:**

Luego que las aves han sido desplumadas, por razones higiénicas, deberán ser sometidas a un exhaustivo lavado, con este procedimiento están listas para el evisceramiento.

- **Evisceración:**

Siguiendo con la línea de procesos, la evisceración se lleva a cabo sobre un canal provisto con duchas de agua abundante para lavar la parte interna del pollo, una vez que el ave ha sido eviscerada se traslada los pollos para llevar a cabo la selección del tamaño - de acuerdo al peso.

- **Lavado interno:**

Luego se pasa por la ducha; en este sector se lava la parte interna y sus patas son cortadas por una cuchilla para caer en una cinta sin fin, donde los operarios realizan un repaso final.

- **Empaque:**

Terminado los cortes pasamos a empacarlos para la distribución a nuestros clientes.

Fuente: Santa Lucia Industrias

http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=PEoMIMWg5Vo

Materiales, Máquinas y Equipos.

Entre los diversos materiales necesarios tenemos a las jabs, bebederos, comederos, entre otros. A continuación, se detalla, las maquinarias imprescindibles que se utilizarán para la producción del pollo.

Tabla N° 2 Materiales necesarios para iniciar operaciones.

SEPARADORES	unidad	Metrado	Precio	1196
MALLA DE METAL	m2	114	4	456
PUERTA	unid	10	10	100
COMEDEROS	m	80	4	320
REPARTIDOR DE AGUA	m	80	4	320
AMACEN				4560
CILINDROS PARA COMIDA	unid	20	30	600
TANQUE DE AGUA DE 1000L	unid	5	500	2500
JAVAS	unid	20	40	800
CARRETILLA	unid	1	300	300
LAMPA	unid	2	30	60
OBEROL	unid	30	3	90
GUANTES, BOTAS Y CASCO	unid	70	3	210
OFICINA				2240
ESTANTE	unid	2	200	400
ARCHIVADORES	unid	5	4	20
ESCRITORIO	unid	1	200	200
SILLA	unid	3	40	120
COMPUTADORA, IMPRESORA	unid	1	1500	1500
CAMAL				7164
CALDERO	unid	1	4500	4500
PELADORA DESPLUMADORA DE POLLOS PARA 8 UNID	unid	1	2000	2000

ESTANQUE DE METAL	unid	1	500	500
ESCOBILLON	unid	2	7	14
CUCHILLOS, BATEAS O OTROS	glb	1	150	150
TOTAL				15160
Elaboración propia				

4.4. Distribución de planta

La planta de producción de la empresa se encuentra ubicada en el sector Tumilaca, Distrito de Torata, la cual presenta un área de 384 m², y consta de la siguiente distribución.

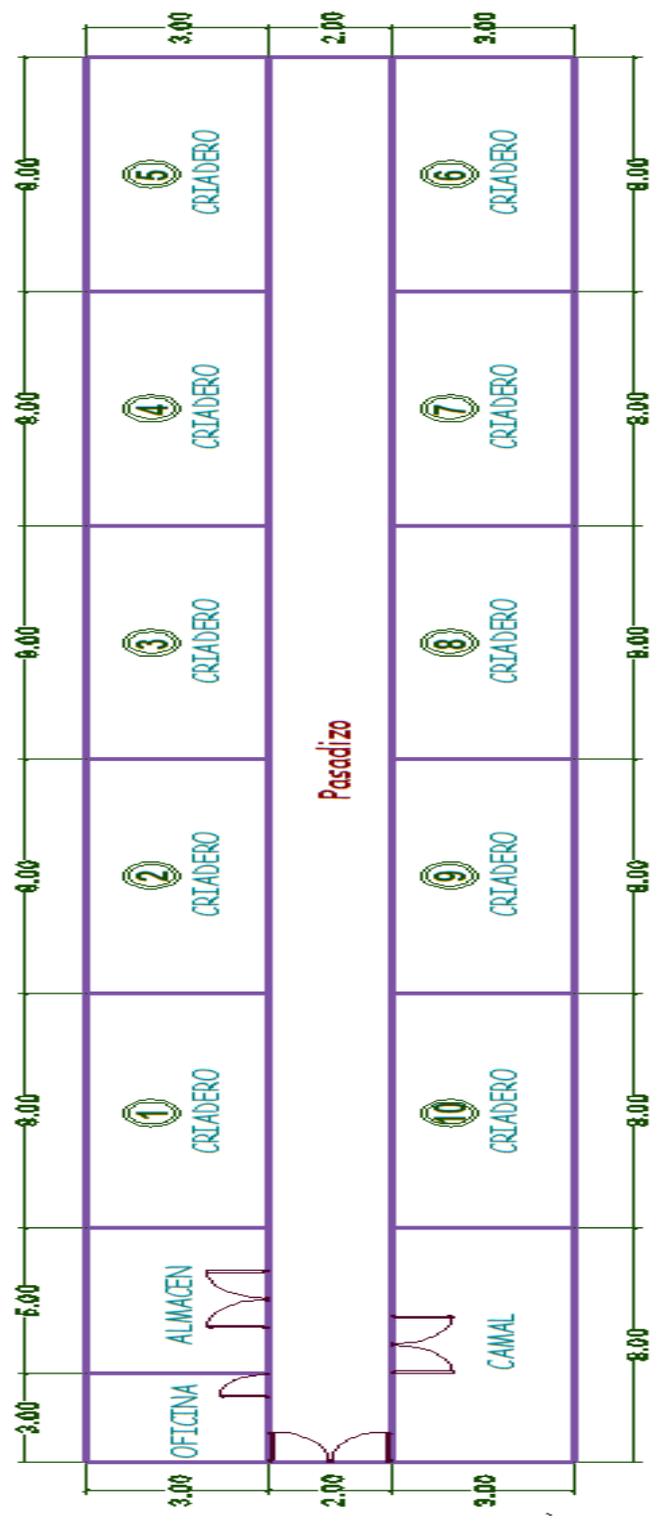
Oficina administrativa: Donde está la documentación de ingreso y salida de pollos, alimentos, además de la documentación de requerimiento de alimentos, asistencia del personal, pago de planillas, registro de incidentes, etc.

Almacén: espacio destinado para la custodia de alimentos balanceados en envases apropiados para su conservación, además también esta destinado para guardar los implementos del personal y herramientas

Criadores: espacios acondicionado para la crianza de pollos, el cual cuenta con bebedores, comederos, etc.

Camal: espacio implementado para el sacrificio de aves, el cual cuenta con máquinas y equipos especiales para esta labor.

DISTRIBUCION DE PLANTA



FUENTE: ELABORACION PROPIA

4.5. **Plan de abastecimiento de materia prima:**

Se trata de un enfoque sistemático para planificar los abastecimientos de materiales y servicios de terceros, asegurar su efectiva y eficiente materialización. (López, 2015)

Es necesario contar con un plan que guíe la adquisición de materia prima e insumos necesarios para el buen funcionamiento de la granja avícola, y así garantizar la producción y el cumplimiento de objetivos.

Proceso de abastecimiento

Existen tres fuentes de abastecimiento en el mercado moqueguano:

- Compra de materias primas e insumos a los mayoristas del mercado central.
- Compra de materias primas e insumos a los minoristas del mercado central.
- Contratación de productores de otras ciudades o departamentos del Perú.
- La combinación de las alternativas anteriores.

De acuerdo a la urgencia y a la proyección de demanda, se tomará en consideración a la hora de elegir la opción más ideal para cada circunstancia que afronte la empresa en su periodo de funcionamiento.

Recursos Necesarios

Los recursos necesarios para el buen funcionamiento del proceso de abastecimiento son los siguientes:

Recurso de económico: contar con capital de trabajo que contemple la compra de materias prima e insumos.

Recurso humano: es necesario contar con un personal que realice las compras oportunamente, además que vele por los intereses de la empresa.

Recurso físico: indispensable contar con un espacio acondicionado para el almacenaje de las compras.

Estrategias de abastecimiento

La estrategia a utilizar para el abastecimiento de materia prima e insumos es en un primer escenario de introducción de la empresa al mercado el cual correspondería hacer las compras a los mayoristas locales, posterior a ellos en la etapa de crecimiento de la empresa correspondería realizar las compras a mayoristas de otros departamentos que ofrezcan un mejor precio, para el caso de imprevistos y compras de emergencia se acudiría a realizar compras en minoristas locales por lo mismo que ofrecen productos a de una manera oportuna.

Para una buena actividad de compras se tienen que considerar según Lee, H. (2004) las siguientes tres cualidades:

Agilidad: Responder rápidamente a los cambios de la demanda y abastecimiento, esto a través de: la comunicación con los proveedores sobre el cambio de la demanda y abastecimiento, para que estos puedan responder de manera apropiada y el guardar inventario de productos y componentes, para prevenir posibles retrasos en el abastecimiento.

Adaptabilidad: Ajustar el abastecimiento de manera tal que le sea fácil adaptarse a los cambios del mercado, esto a través de: seguimiento de los cambios económicos del mercado objetivo y el uso de intermediarios confiables para encontrar proveedores.

Alineación: Establecer incentivos para que los proveedores mejoren su comportamiento y estén alineados con los intereses de la empresa, esto a través de: redefinir constantemente los riesgos y costos, y compartir pronósticos y planes de la empresa. (MORI, 2014)

CAPITULO V PLAN ORGANIZACIONAL

En su forma más simple un plan estratégico es una herramienta que recoge lo que la organización quiere conseguir para cumplir su misión y alcanzar su propia visión (imagen futura). Entonces ofrece el diseño y la construcción del futuro para una organización, aunque éste futuro sea imprevisible. (Renata Marciniak, 2013)

5.1. Descripción Organizacional

El tema organizacional es fundamental para la empresa, corresponde a uno de los pilares que ayudan en gran medida al buen funcionamiento y el éxito de la entidad, esta empresa es pequeña, el personal llega a un número de cuatro personas las cuales deben hacer muchas funciones a fines de sus actividades.

Visión

La visión es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado, etc. (Thompson, 2016)

Entonces la Visión de la empresa es:

“Ser una empresa líder en la comercialización de pollos de chacra, reconocida por su calidad y alto valor nutricional”.

Misión

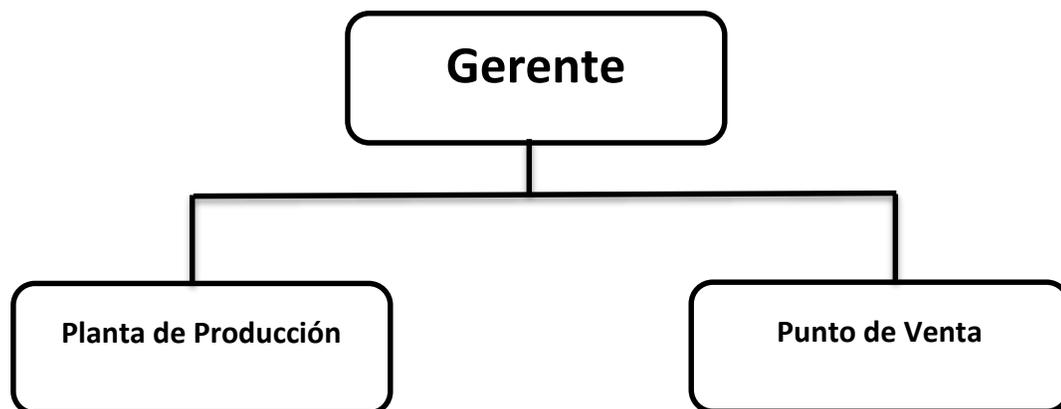
La misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define: 1) lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa, 2) lo que pretende hacer, y 3) el para quién lo va a hacer; y es influenciada en momentos concretos por algunos elementos como: la historia de la organización, las preferencias de la gerencia y/o de los propietarios, los factores externos o del entorno, los recursos disponibles, y sus capacidades distintivas. (Thompson, 2016)

Entonces la Misión de la empresa es:

“Satisfacer las necesidades de consumo de pollo ofreciendo un producto alternativo de alto valor nutricional y natural.”

5.2. Organigrama

Un organigrama es un esquema donde se representa gráficamente la estructura organizacional de un ente, empresa u organismo público. (significados, s.f.)



Elaboración Propia

5.3. **Objetivo**

Expandir el mercado de consumo de pollo de chacra mediante la fidelización de los clientes, satisfaciendo la necesidad de consumir un producto de calidad que ayude a su salud.

5.4. **Naturaleza y constitución**

La empresa estará constituida bajo la modalidad de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.), con personería jurídica de derecho privado, constituida por voluntad unipersonal; no existiendo la posibilidad incorporación más socios; hacerlo significa que esta empresa se transforme automáticamente en una sociedad mercantil siéndole aplicable lo dispuesto por la Ley de Sociedades vigentes; la responsabilidad de la empresa está limitada al patrimonio, esto es que la responsabilidad de la Pequeña Empresa está limitada al patrimonio que uno mismo le va a dar. En tal sentido como titular de la empresa no se responderá con patrimonio personal ante alguna obligación. (MORI, 2014)

5.5. **Proceso de Constitución**

Para la constitución y el inicio de las operaciones existe una serie de requisitos legales que deberán ser atendidos.

A continuación, los pasos a seguir para que la empresa quede constituida:

a) Crear la minuta de Constitución, elaborada con la colaboración de un abogado. En ella constarán datos como el nombre de la empresa, de los accionistas, rubro, monto del capital invertido, estatutos, entre otros.

b) Crear la escritura pública, y elevarla a un notario público

c) Inscribirse en el registro de personas jurídicas, este proceso se realiza en la superintendencia nacional de registros públicos – SUNARP.

d) Obtener RUC, proceso realizado en la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT).

e) Obtención de Licencias y Permisos (Licencia Municipal de Funcionamiento)

Trámites ante la SUNAT

Obtener número de contribuyente en el Registro Único de contribuyentes, este número identificará como contribuyente física; lo obtendremos inscribiéndose en el Registro Único de Contribuyentes en las oficinas de SUNAT, para obtenerlo se debe presentar:

- Un recibo de luz, agua, teléfono fijo del local donde funcionará la empresa
- Elegir un régimen tributario:
 - Porque nos proyectaremos a vender más de S/. 18000
 - Porque nos proyectaremos a tener en algún momento más de Diez (10) trabajadores.
 - Porque se requerirá extender factura por ventas a personas o empresas con RUC, cuando lo soliciten.
 - Puede constituir otra pequeña empresa.

Al pagar IGV puede hacer uso del Crédito fiscal. Cabe indicar que esta es una deducción, propio del contribuyente que pagan impuesto general a las ventas.

- Pedir autorización para imprimir los comprobantes de pago; para obtener esta autorización hay que presentar el documento entregado por la SUNAT, que contiene el número de RUC, y los formularios; de preferencia se deberá elegir aquella imprenta conectada con la SUNAT.

5.6. **Funciones Principales del Personal**

Gerente

- ✓ Dirigir la empresa hacia los objetivos planteados.
- ✓ Requerimiento y compras de materias primas e insumos.
- ✓ Controlar y analizar los estados financieros de la empresa.
- ✓ Controlar y supervisar la acción de todas las áreas de la empresa.
- ✓ Garantizar una adecuada rentabilidad sobre el patrimonio de los accionistas.
- ✓ Motivar al personal para el logro de resultados.
- ✓ Medir cualitativa y cuantitativamente el desenvolvimiento de la empresa y tomar acciones de acuerdo a los resultados.

Planta de Producción

- Recepción y almacenaje de alimentos
- Recepción y acondicionamiento de aves
- Alimentación de aves y limpieza de galpones y ambientes

- Control de enfermedades
- Control de peso de pollos
- Sacrificio de aves
- Manejo de máquinas y equipos
- Empaquetado y envío de pedido

Ventas

- ❖ Recepción de pollos de chacra para venta
- ❖ Almacenaje en congeladora
- ❖ Atención de pedidos
- ❖ Venta de pollos al público en general
- ❖ Rendir cuentas del efectivo
- ❖ Registro de pedidos y cambios de la demanda

5.7. Requerimiento de Personal

Para contar con el personal más idóneo que realice las actividades propias del puesto, es necesario elaborar un perfil que garantice el buen funcionamiento de la empresa.

Gerente (1)

- ❖ Mínimo egresado de las carreras profesionales de Ingeniería Comercial, Administración, economía o a fines.
- ❖ Especialidad en finanzas y marketing.
- ❖ Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.

- ❖ Conocimiento de office nivel intermedio.
- ❖ Capacidad de trabajo en equipo.
- ❖ Trabajo a presión.

Operadores de planta de producción (2)

- Mínimo quinto de secundaria con conocimientos en crianza de aves.
- Conocimiento en manejo de equipos.
- Edad de entre 24 a 40 años

Especialista en ventas (1)

- Mínimo quinto de secundaria.
- Experiencia mínima de 2 años en ventas.
- Alegre y proactiva
- Concomimiento en manejo de caja y rendición de cuentas.
- Office básico

Tabla N° 3 Remuneraciones del personal de avícola “La granja”

REMUNERACIONES	CANTIDAD	SUELDO BÁSICO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
GERENTE	1	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	S/. 12,000.00

OPERADORES DE PLANTA DE PRODUCCIÓN	2	S/. 500.00	S/. 1,000.00	S/. 12,000.00
ESPECIALISTA EN VENTAS	1	S/. 500.00	S/. 500.00	S/. 6,000.00

Fuente: Elaboración Propia

5.8. Estrategia de contratación de personal

Es necesario establecer un proceso de selección que nos lleve a escoger la mejor alternativa para contratar un personal, entre ellas siempre se debe velar por los intereses de la empresa a fin de que esta cuente con personal con experiencia y que ayude al crecimiento de la avícola.

El proceso se desglosa de la siguiente manera:

Evaluación Curricular: en esta etapa se descarta a los postulantes que no cuenten con los requisitos mínimos para ocupar un puesto laboral dentro de la empresa, aquellos que si cumplan pasan a la siguiente etapa.

Entrevista Personal: en esta etapa de selección se determinará los intereses del postulante, sus metas personales y aspiraciones dentro de la empresa; además determinaremos el tipo de personalidad. En caso de los operadores se contará con un examen de conocimientos sobre crianza de pollos y manejo de máquinas y equipos.

Examen Médico: este examen es muy importante, corresponde a la buena salud del postulante, al ser una empresa que vende carne de pollo es muy importante que los trabajadores cuenten con buena salud estoy garantiza la calidad del producto.

Investigación de antecedentes: la empresa busca personas con buena trayectoria, esto alimentara la buena imagen de la avícola.

Capacitación del Personal: en esta etapa se procede a dar a conocer los objetivos, metas y políticas de la empresa, también un entrenamiento acerca de funciones propias del puesto laboral.

CAPÍTULO VI PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

La Planificación Financiera consiste en la elaboración de previsiones a medio y largo plazo, en un horizonte de 3-5 años. Al ser previsiones a más de un año, tiene un elevado grado de incertidumbre, pero no obstante es conveniente realizarla para estar mejor preparado y dirigir con más precisión la empresa, al marcar los rumbos que debe tomar. (Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Santa Cruz de Tenerife, 2014)

El objetivo de este capítulo es calcular indicadores tales como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y Costo sobre Beneficio; para esto es necesario obtener datos importantes como la inversión inicial, los costos de producción, gastos generales, etc.

A continuación, se presenta la siguiente información:

6.1. Presupuesto de la inversión inicial

Tabla N° 4 Presupuesto de la inversión inicial

TESIS: ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE UNA GRANJA AVÍCOLA EN LA CIUDAD DE MOQUEGUA, AÑO 2017
PRESUPUESTO AVICOLA "LA GRANJA" EIRL

ELABORADO POR: BACH. ING. COM. ROMEL FALCÓN NINA

Ítem	Descripción	Unidad	Metrado	Precio	Parcial
1	TRABAJOS PRELIMINARES				320
	TRANSPORTES Y/O MOVILIZACIONES DE				
1.1.	RECURSOS	mes	0.1	2400	240
1.2.	LIMPIEZA Y ELIMINACIÓN DE OBSTACULOS	mes	0.03	2400	80
2	BASE DEL GALPON				11452
2.1.	MOVIMIENTOS DE TIERRA	m2	384	1	384
2.2.	OBRAS DE CONCRETO SIMPLE				9120
2.2.1.	CONCRETO f'c 100 kg/cm2 (SOLADOS)	m2	380	24	9120
2.3.	CONCRETO ARMADO				1948
2.3.1	ZAPATAS	m3	3	500	1500
2.3.2.	VIGAS CONTORNO	m3	4.48	100	448
3	MATERIALES				5595
3.1.	MADERA DE (5cm x 5cm x 2.30m)	glb	93	7	651
3.2.	TRIPLAY	glb	93	17	1581
3.3.	CLAVOS DE 2''	kg	5	10	50
3.4.	ESTRUCTURAS DE METAL PARA TECHO	m	336	8	2688
3.5.	CALAMINA DE 1.20m x 3.20	unid	40	15	600
3.6	CLAVO DE CALAMINA	kg	5	5	25
4	SEPARADORES				1196
4.1.	MALLA DE METAL	m2	114	4	456
4.2	PUERTA	unid	10	10	100
4.3	COMEDEROS	m	80	4	320
4.4.	REPARTIDOR DE AGUA	m	80	4	320
5	AMACEN				4560
5.1.	CILINDROS PARA COMIDA	unid	20	30	600
5.2.	TANQUE DE AGUA DE 1000L	unid	5	500	2500
5.3.	JAVAS	unid	20	40	800
5.4.	CARRETILLA	unid	1	300	300
5.5.	LAMPA	unid	2	30	60
5.6.	OBEROL	unid	30	3	90
5.7.	GUANTES, BOTAS Y CASCO	unid	70	3	210
6	OFICINA				2240
6.1.	ESTANTE	unid	2	200	400
6.2.	ARCHIVADORES	unid	5	4	20
6.3.	ESCRITORIO	unid	1	200	200
6.4.	SILLA	unid	3	40	120

6.5.	COMPUTADORA, IMPRESORA	unid	1	1500	1500
7	CAMAL				7164
7.1.	CALDERO	unid	1	4500	4500
	PELADORA DESPLUMADORA DE POLLOS PARA 8				
7.2.	UNID	unid	1	2000	2000
7.3.	ESTANQUE DE METAL	unid	1	500	500
7.4.	ESCOBILLON	unid	2	7	14
7.5.	CUCHILLOS, BATEAS O OTROS	glb	1	150	150
8	OTROS BIENES PARA PUNTO DE VENTA				78918
	KIA BONGO FURGÓN FRIGORÍFICO , AÑO 2012, GLP				
8.1.	ORIGINAL	unid	1	75000	75000
8.2.	CONGELADORA COLDEX CON UNA CANASTILLA	unid	1	950	950
8.3.	MESA	unid	1	200	200
8.4.	CAJA REGISTRADORA SAM4S	unid	1	1500	1500
8.5.	BALANZA DIGITAL 30 KG MCA HENKEL	unid	1	180	180
	BALANZA ELECTRÓNICA DE PLATAFORMA 300 KG				
8.6.	MCA HENKEL	unid	1	1088	1088
9	CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	GLB	1	450	450
10	CAPITAL DE TRABAJO	GLB	1	8079	8079
	TOTAL DE INVERSIÓN				119974

Fuente: Elaboración propia basada en revisión documentaria de requerimientos y presupuestos.

Tal como se observa en la tabla N° 3 muestra el detalle del presupuesto de la inversión inicial según componentes, Trabajos preliminares monto 320 soles, base del galpón monto 11452 soles, materiales monto 5595 soles, separadores monto 1196 soles, área de almacén monto 4560 soles, área de oficina monto 2240 soles, área camal monto 7164 soles, otros bienes para punto de venta monto 78918 soles, constitución de la empresa monto 450 soles, y un capital de trabajo con monto de 8079 soles entonces el monto de total de inversión corresponde a 119 974 soles.

6.2. **Financiamiento del plan de negocio**

Financiación es la acción y efecto de financiar (aportar dinero para una empresa o proyecto, sufragar los gastos de una obra o actividad). La financiación consiste en aportar dinero y recursos para la adquisición de bienes o servicios. Es habitual que la financiación se canalice mediante créditos o préstamos (quien recibe el dinero, debe devolverlo en el futuro). (Julián Pérez Porto, 2010)

Para poner en marcha este proyecto es necesario contar con un financiamiento de un tercero como la constitución de la empresa es E.I.R.L. no se puede contar con la ayuda de socios que aporten un monto determinado es por eso que existen otras fuentes, entre las alternativas están el sistema bancario compuesto por los bancos a nivel nacional e internacional, el sistema no bancario compuesto por las cajas municipales, cooperativas de ahorros toda aquella financiera que no lleve la denominación de Banco y también encontramos a los prestamistas o también llamados usureros.

Para esta oportunidad se opta por el sistema no bancario, especialmente caja municipal de ahorro y crédito por los bajos intereses, para ellos se elabora un cuadro de cálculo de monto acumulado correspondiente a la suma del monto inicial más intereses generados en los periodos.

Tabla N° 5 Distribución de financiamiento

MONTO DE INVERSIÓN	119974	100%
APORTE PROPIO	44974	37%
APORTE FINANCIADO	75000	63%

Fuente: Elaboración Propia

Tal como se observa en la tabla N° 5 distribución de financiamiento; el aporte propio corresponde a monto de 44 974 soles representado en un 37%, y el aporte financiado corresponde al monto de 75 000 soles representado en un 63% que sería aporte financiado por una caja municipal de ahorro y crédito.

Tabla N° 6 Cálculo de intereses, monto acumulado y cuotas mensuales.

MONTO PRESTADO POR CMAC	S/. 75,000
<i>TASA DE INTERÉS</i>	23%
<i>TIEMPO EN AÑOS</i>	3
<i>INTERÉS ACUMULADO</i>	S/. 64,565
<i>MONTO ACUMULADO</i>	S/. 139,565.03
<i>CUOTA MENSUAL</i>	S/. 3,876.81

Fuente: Elaboración propia basado en revisión documentada.

Tal como se observa en la tabla N° 6 Cálculo de intereses, monto acumulado y cuotas mensuales. El monto a financiarse por la Caja Municipal de Ahorro y crédito (CMAC) es de 75 000 soles, el periodo de es de 3 años o 36 meses, el interés generado es de 64 565 soles, el monto acumulado al término del periodo es de 139 565.03 soles y las cuotas mensuales son de 3 876.81 soles.

6.3. Depreciación de activos

La depreciación es la disminución en el valor de mercado de un bien, la disminución en el valor de un activo para su propietario, o la asignación del costo de uso o demerito de un activo a lo largo de su vida útil (duración). (Blogger, 2013)

Es necesario contar con un cálculo de la depresión de activos para saber cuánto de valor de rescate se obtendrá al fin del periodo de vida del periodo.

Tabla N° 7 Depreciación de activos por años y cálculo de valor de rescate.

TESIS: ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE UNA GRANJA AVÍCOLA EN LA CIUDAD DE MOQUEGUA, AÑO 2017

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS AVICOLA "LA GRANJA" E.I.R.L.								
ELABORADO POR: BACH. ING. COM. ROMEL FALCÓN NINA								
DESCRIPCIÓN	Parcial	1	2	3	4	5	Valor de depreciación	Valor Residual
BASE DEL GALPON	S/. 11,452	11452.0 0	11452.0 0	11452.0 0	11452.0 0	11452.0 0	0.00	S/. 11,452.00
MATERIALES PARA ARMAZON SEPARADORES	S/. 5,595	4196.25	3147.19	2360.39	1770.29	1327.72	4267.28	S/. 1,327.72
AMACEN	S/. 1,196	897.00	672.75	504.56	378.42	283.82	912.18	S/. 283.82
CILINDROS PARA COMIDA	S/. 4,560	450.00	337.50	253.13	189.84	142.38	457.62	S/. 1,082.11
TANQUE DE AGUA DE 1000L	S/. 600	1875.00	1406.25	1054.69	791.02	593.26	1906.74	S/. 593.26
JAVAS	S/. 800	600.00	450.00	337.50	253.13	189.84	610.16	S/. 189.84

CARRETILLA	S/. 300	225.00	168.75	126.56	94.92	71.19	228.81	S/. 71.19
LAMPA	S/. 60	45.00	33.75	25.31	18.98	14.24	45.76	S/. 14.24
OBEROL	S/. 90	67.50	50.63	37.97	28.48	21.36	68.64	S/. 21.36
GUANTES, BOTAS Y CASCO	S/. 210	157.50	118.13	88.59	66.45	49.83	160.17	S/. 49.83
OFICINA	S/. 2,240							S/. 531.56
ESTANTE	S/. 400	300.00	225.00	168.75	126.56	94.92	305.08	S/. 94.92
ARCHIVADORES	S/. 20	15.00	11.25	8.44	6.33	4.75	15.25	S/. 4.75
ESCRITORIO	S/. 200	150.00	112.50	84.38	63.28	47.46	152.54	S/. 47.46
SILLA	S/. 120	90.00	67.50	50.63	37.97	28.48	91.52	S/. 28.48
COMPUTADORA, IMPRESORA	S/. 1,500	1125.00	843.75	632.81	474.61	355.96	1144.04	S/. 355.96
CAMAL	S/. 7,164							S/. 1,700.05
CALDERO	S/. 4,500	3375.00	2531.25	1898.44	1423.83	1067.87	3432.13	S/. 1,067.87
PELADORA DESPLUMADOR A DE POLLOS PARA 8 UNID	S/. 2,000	1500.00	1125.00	843.75	632.81	474.61	1525.39	S/. 474.61
ESTANQUE DE METAL	S/. 500	375.00	281.25	210.94	158.20	118.65	381.35	S/. 118.65
ESCOBILLON	S/. 14	10.50	7.88	5.91	4.43	3.32	10.68	S/. 3.32
CUCHILLOS, BATEAS O OTROS	S/. 150	112.50	84.38	63.28	47.46	35.60	114.40	S/. 35.60
OTROS BIENES PARA PUNTO DE VENTA	S/. 78,918							S/. 18,727.61

KIA BONGO FURGÓN FRIGORÍFICO , AÑO 2012, GLP ORIGINAL	S/. 75,000	56250.0 0	42187.5 0	31640.6 3	23730.4 7	17797.8 5	57202.15	S/. 17,797.85
CONGELADORA COLDEX CON UNA CANASTILLA	S/. 950	712.50	534.38	400.78	300.59	225.44	724.56	S/. 225.44
MESA	S/. 200	150.00	112.50	84.38	63.28	47.46	152.54	S/. 47.46
CAJA REGISTRADORA SAM4S	S/. 1,500	1125.00	843.75	632.81	474.61	355.96	1144.04	S/. 355.96
BALANZA DIGITAL 30 KG MCA HENKEL	S/. 180	135.00	101.25	75.94	56.95	42.71	137.29	S/. 42.71
BALANZA ELECTRÓNICA DE PLATAFORMA 300 KG MCA HENKEL	S/. 1,088	816.00	612.00	459.00	344.25	258.19	829.81	S/. 258.19
CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	S/. 450	337.50	253.13	189.84	142.38	106.79	343.21	S/. 106.79
CAPITAL DE TRABAJO	S/. 8,079	6059.25	4544.44	3408.33	2556.25	1917.18	6161.82	S/. 1,917.18
TOTAL DE INVERSIÓN	S/. 119,974			VALOR DE RESCATE				S/. 37,022.05

Fuente: Elaboración Propia.

Tal como se observa en la tabla N°7 depreciación de activos por años y cálculo de valor de rescate se tiene un cálculo con una depreciación del 25% anual, este procedimiento se hace descontando el 25% del valor actual de cada año obteniendo así un valor de rescate de 37 022.05 soles al final del periodo de vida del proyecto.

6.4. **Costos de Producción**

Los costos de producción (también llamados costos de operación) son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento. En una compañía estándar, la diferencia entre el ingreso (por ventas y otras entradas) y el costo de producción indica el beneficio bruto. (Departamento de Pesca, 2017)

En esta etapa podremos tener el cálculo de costo de producción para su posterior cálculo de costo unitario para esto se presenta los siguientes cuadros:

Tabla N° 8 Costos de producción para la crianza de pollos de chacra.

TESIS: ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE UNA GRANJA AVÍCOLA EN LA CIUDAD DE MOQUEGUA, AÑO 2017.																				
COSTOS ESTIMADOS DE PRODUCCIÓN AVÍCOLA "LA GRANJA" EIRL																				
ELABORADO POR: BACH. ING. COM. ROMEL FALCÓN NINA																				
	1 al 7	8 al 14	15 al 21	22 al 28	MES 1	28 al 35	36 al 42	43 al 49	50 al 57	MES 2	61-90									
	semana 1	semana 2	semana 3	semana 4		semana 5	semana 6	semana 7	semana 8		mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
COMPRA DE POLLOS	500	500	500	500	2000	500	500	500	500	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000
INICIO MEDICADO DE 20KG	317	317	317	317	1268	317	317	317	317	1268	1268	1268	1268	1268	1268	1268	1268	1268	1268	1268
INICIO POR 20KG			292	292	584	292	292	292	292	1168	1168	1168	1168	1168	1168	1168	1168	1168	1168	1168
CRECIMIENTO DE 40 KG				625	625	625	625	625	625	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500
MAÍZ DE 20 KG				250	250	250	250	250	250	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
DESARROLLO DE 40 KG							625	625	625	1875	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500
MAÍZ DE 20 KG							250	250	250	750	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
ALFALFA MOLIDA 40KG							250	250	250	750	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
AGUA 500 LITROS				2	2				67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
ELECTRICIDAD				20	20				100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
PERSONAL				500	500				1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
INSUMOS				200	200				200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
ALQUILER DE PLANTA				300	300				300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN POR MESES	817	817	1109	3006	5749	1984	3109	3109	4776	12978	14103	14103	14103	14103	14103	14103	14103	14103	14103	14103
TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN POR MESES		5749					12978				14103	14103	14103	14103	14103	14103	14103	14103	14103	14103

Fuente: Elaboración propia.

Tal como se observa en la tabla N° 8 costos de producción para la crianza de pollos de chacra, que muestra el detalle de costo de producción por meses, para la producción es necesario la compra de pollos, posteriormente es alimentado con Inicio medicado por el periodo de 15 días, pasado ese tiempo es necesario que el polluelo consuma inicio normas en su dieta, a partir de los 25 días la alimentación del pollo es en base a maíz y crecimiento en un periodo de 15 días para que el pollo alcance un buen tamaño, posterior a eso a partir de los 40 días a 55 o 60 días el pollo es alimentado a base de maíz, engorde y alfalfa picada, este último alimento hace que el pollo consiga una diferente textura en su carne y sea de diferente sabor.

6.5. Gastos de Venta

Los originados por las ventas o que se hacen para el fomento de éstas, tales como: comisiones a agentes y sus Gastos de viajes, Costo de muestrarios y exposiciones, Gastos de propaganda, Servicios de correo, teléfono y telégrafo del área de ventas, etc. (Ecofinanzas, 2017)

Tabla N° 9 Gastos de venta de Avícola “La Granja” E.I.R.L. en periodo de 12 meses.

TESIS: ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE UNA GRANJA AVÍCOLA EN LA CIUDAD DE MOQUEGUA, AÑO 2017.												
GASTOS DE VENTA AVÍCOLA "LA GRANJA" EIRL												
ELABORADO POR: BACH. ING. COM. ROMEL FALCÓN NINA												
	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
PAGO DE PERSONAL DE VENTA	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500
PAGO DE LUZ	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
PAGO DE AGUA	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
OTROS INSUMOS	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
ALQUILER	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
TOTAL	2330	2330	2330	2330	2330	2330	2330	2330	2330	2330	2330	2330

Fuente: Elaboración propia

Tal como de observa en la tabla N° 9 Gastos de venta de Avícola “La Granja” E.I.R.L. en periodo de 12 meses, se observa entre los elementos que generan gastos constantes a el pago de personal que es la sumas de la remuneración del gerente y el pago de la especialista en ventas, el pago de luz que es un promedio del pago que hacen en el mercado central, el pago de agua también promedio que pagan otros establecimientos de igual rubro, otros insumos correspondiente a la compra de bolsas de diferentes tamaños entro otros elementos para la tienda, el alquiler es un promedio al cual se puede adquirir un espacio comercial.

6.6. Ventas proyectadas

Para el cálculo de las ventas proyectadas se tiene en cuenta un cuadro anterior que la tabla N° 1 Cálculo de la demanda actual de consumidores de pollo de chacra el cual muestra el número de los consumidores actuales de carne de pollo de chacra siendo este 4 579 personas.

Tabla N° 10 ventas proyectadas de Avícola “La Granja” E.I.R.L. en un periodo de 12 meses.

TESIS: ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE UNA GRANJA AVÍCOLA EN LA CIUDAD DE MOQUEGUA, AÑO 2017.																					
VENTAS ESTIMADAS AVÍCOLA "LA GRANJA" EIRL																					
ELABORADO POR: BACH. ING. COM. ROMEL FALCÓN NINA																					
	1 al 7	8 al 14	15 al 21	22 al 28	MES 1	28 al 35	36 al 42	43 al 49	50 al 57	MES 2	61-90										
	semana 1	semana 2	semana 3	semana 4		semana 5	semana 6	semana 7	semana 8			mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
NÚMERO DE POLLOS	0	0	0	0	0	0	0	0	250	250		750	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
PRECIO	S/. 9.00	S/. 9.00	S/. 9.00	S/. 9.00	S/. 9.00	S/. 9.00	S/. 9.00	S/. 9.00	S/. 9.00	S/. 9.00	S/. 9.00	S/. 9.00	S/. 9.00	S/. 9.00	S/. 9.00	S/. 9.00	S/. 9.00	S/. 9.00	S/. 9.00	S/. 9.00	S/. 9.00
PESO	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5
VENTAS	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 5,625	S/. 5,625	S/. 16,875	S/. 22,500									

Fuente: Elaboración Propia

Tal como de observa en la tabla N° 10 ventas proyectadas de Avícola “La Granja” E.I.R.L. en un periodo de 12 meses, donde se tiene como elementos el número de pollos listos para la venta en los tiempos proyectados que es partir del día 50 hacia adelante, el precio que es de nueve soles el kilogramo basado en la estrategia de introducción rápida. El peso solicitado por los clientes que es de 2.5 kilogramos cada pollo incluido la menudencia, se tiene ya proyección de ventas que en el primer mes no se registra ingreso.

6.7. **Punto de Equilibrio**

El punto de equilibrio, en términos de contabilidad de costos, es aquel punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida. (CreceNegocios, 2012)

Es necesario obtener un número determinado de unidades a vender, para saber que a ese punto no se está ganando ni perdiendo, teniendo en consideración que todos los costos y gastos se están cubriendo en su totalidad, a este cálculo se le denomina punto de equilibrio.

Tabla N° 11 Cálculo del punto de equilibrio de ventas.

COSTOS	POLLO	TOTAL
UNIDADES A PRODUCIR	1000	1000
MATERIALES DIRECTOS POR UNIDAD PRODUCIDA	12.5	
MANO DE OBRA DIRECTA POR UNIDAD PRODUCIDA	2	
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN POR UNIDAD PRODUCIDA	0.67	
TOTAL COSTO VARIABLE UNITARIO	15.2	
GASTOS FIJOS TOTALES: ARRENDAMIENTO, DEPRECIACIÓN, SALARIOS BÁSICOS	6506.81	
PRECIO DE VENTA UNIDAD	22.5	
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN UNITARIO (PRECIO DE VENTA MENOS COSTOS VARIABLE UNITARIO)	7.3	
PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN PONDERACIÓN	100%	
	7.33	
CALCULO COSTO VARIABLE TOTAL	13466	13466
CANTIDA GLOBAL DE UNID DE EQUILIBRIO	Pe =	888
DISTRIBUCION DE UNIDADES DE EQUILIBRIO	887.70	887.70
COMPROBACION		
INGRESOS TOTALES =	19973	19973
COSTOS TOTALES =	6507	13466
	IT-CT=	0.00

Fuente: Elaboración Propia

Tal como se observa en la **Tabla N° 11** cálculo del punto de equilibrio de ventas, se procede a la revisión donde muestra las unidades a producir que es de 1000 pollos mensuales, los materiales directos unitarios en este caso la alimentación que es de 12.5 soles, la mano de obra directa unitaria que es de 2 soles, los costos indirectos unitarios de producción que es

de 0.67 soles, teniendo un total de costo unitario de 15.2 soles, además se consigna los gastos fijos totales del mes correspondiente a pago de salarios de vendedores y administrativos, pago de alquileres y de servicios básicos luz y agua, pago de letras en la financiera entre otros, siendo un total de 6 506.81 soles. Para el cálculo del punto de equilibrio se procede a obtener el margen de contribución o de ganancia que es de 7.3 soles por pollo vendido, y finalmente se procede a la división de los gastos fijos entre el margen de contribución obteniendo un total de 888 pollos que deben ser vendidos para cubrir los costos de producción y los gastos fijos.

Entonces decimos que se debe vender la cantidad mensual de 888 pollos de 2.5 kilos de peso en el mes para no tener pérdidas ni ganancias.

6.8. **Flujo de Caja**

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa. El flujo de caja se analiza a través del Estado de Flujo de Caja. (Ultimas Noticias, 2015)

Para el cálculo de los indicadores de rentabilidad es necesario la construcción de flujo de caja, esto muestra el comportamiento del dinero en el periodo de vida del proyecto, para ellos se utiliza información como monto de inversión inicial, costos de producción, gastos de ventas, ventas proyectadas, programación de pagos de deuda entre otros, a continuación, se presenta los flujos de caja económico y financiero para su respectivo análisis.

Flujo de Caja Económico

También se define como la suma del flujo de caja económico, dónde se puede comprobar la rentabilidad de un proyecto, pero sin tener en cuenta la financiación, y el financiamiento neto, donde sí se incorpora la financiación. (Economipedia, 2015)

Tabla N° 12 flujo de caja económico de Avícola “La granja” E.I.R.L. en periodo de 12 meses.

TESIS: ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE UNA GRANJA AVÍCOLA EN LA CIUDAD DE MOQUEGUA, AÑO 2017

FLUJO DE CAJA ECONÓMICO AVICOLA "LA GRANJA" EIRL														
ELABORADO POR: BACH. ING. COM. ROMEL FALCÓN NINA														
PERIODO	Año 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	AÑO 1
INGRESOS	S/. -	S/. -	S/. 5,625	S/. 16,875	S/. 22,500	S/. 225,000								
Ventas			S/. 5,625	S/. 16,875	S/. 22,500	S/. 225,000								
Préstamo	S/. 0.00													
EGRESOS	S/. 119,974	S/. 8,129	S/. 15,358	S/. 16,483	S/. 188,317									
INVERSION	S/. 119,974													
COSTO DE PRODUCCIÓN		S/. 5,749	S/. 12,978	S/. 14,103	S/. 159,757									
Compra de pollos		S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 24,000
Inicio medicado de 20kg		S/. 1,268	S/. 1,268	S/. 1,268	S/. 1,268	S/. 1,268	S/. 1,268	S/. 1,268	S/. 1,268	S/. 1,268	S/. 1,268	S/. 1,268	S/. 1,268	S/. 15,216
Inicio por 20kg		S/. 584	S/. 1,168	S/. 1,168	S/. 1,168	S/. 1,168	S/. 1,168	S/. 1,168	S/. 1,168	S/. 1,168	S/. 1,168	S/. 1,168	S/. 1,168	S/. 13,432
Crecimiento de 40 kg		S/. 625	S/. 2,500	S/. 2,500	S/. 2,500	S/. 2,500	S/. 2,500	S/. 2,500	S/. 2,500	S/. 2,500	S/. 2,500	S/. 2,500	S/. 2,500	S/. 28,125
Maíz de 20 kg		S/. 250	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 11,250
Desarrollo de 40 kg		S/. -	S/. 1,875	S/. 2,500	S/. 26,875									
Maíz de 20 kg		S/. -	S/. 750	S/. 1,000	S/. 10,750									
Alfalfa molida 40kg		S/. -	S/. 750	S/. 1,000	S/. 10,750									
Agua 500 litros		S/. 2	S/. 67	S/. 67	S/. 67	S/. 67	S/. 67	S/. 67	S/. 67	S/. 67	S/. 67	S/. 67	S/. 67	S/. 739
Electricidad		S/. 20	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 1,120
Personal		S/. 500	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 11,500
Insumos		S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 2,400
Alquiler de planta		S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 3,600
GASTOS DE VENTA		S/. 2,330	S/. 2,330	S/. 2,330	S/. 2,330	S/. 2,330	S/. 2,330	S/. 2,330	S/. 2,330	S/. 2,330	S/. 2,330	S/. 2,330	S/. 2,330	S/. 27,960
Pago de personal de venta		S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 18,000
Pago de luz		S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 1,200
Pago de Agua		S/. 30	S/. 30	S/. 30	S/. 30	S/. 30	S/. 30	S/. 30	S/. 30	S/. 30	S/. 30	S/. 30	S/. 30	S/. 360
otros		S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 2,400
Alquiler		S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 6,000
IMPUESTOS		S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 600
FLUJO DE EFECTIVO	S/. - 119,974	S/. - 8,129	S/. - 9,733	S/. 392	S/. 6,017	S/. 36,683								

Fuente: Elaboración Propia

Tal como se observa en la tabla N° 12 flujo de caja económico de Avícola “La granja” E.I.R.L. en periodo de 12 meses, se tiene los componentes de ingresos conformado por las

ventas mensuales asumiendo que el total de unidades producidas son vendidas, y también se tiene los egresos, conformado por inversión, costos de producción, alquileres, gastos de venta, pago de personal de ventas, pago de servicios básicos, impuesto RUS; como resultado de la resta de los ingresos y egresos se muestra un flujo de caja.

Tabla N° 13 flujo de caja económico de Avícola “La granja” E.I.R.L. en periodo de 5 años.

FLUJO DE CAJA CONSOLIDADO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	S/. -	S/. 225,000	S/. 270,000	S/. 270,000	S/. 270,000	S/. 307,022
Ventas		S/. 225,000	S/. 270,000	S/. 270,000	S/. 270,000	S/. 270,000
Valor Residual	S/. -					37022.05
EGRESOS	S/. 119,974	S/. 188,317	S/. 197,796	S/. 197,796	S/. 197,796	S/. 197,796
INVERSION	S/. 119,974					
COSTO DE PRODUCCIÓN		S/. 159,757	S/. 169,236	S/. 169,236	S/. 169,236	S/. 169,236
Compra de pollos		S/. 24,000				
Inicio medicado de 20kg		S/. 15,216				
Inicio por 20kg		S/. 13,432	S/. 14,016	S/. 14,016	S/. 14,016	S/. 14,016
Crecimiento de 40 kg		S/. 28,125	S/. 30,000	S/. 30,000	S/. 30,000	S/. 30,000
Maíz de 20 kg		S/. 11,250	S/. 12,000	S/. 12,000	S/. 12,000	S/. 12,000
Desarrollo de 40 kg		S/. 26,875	S/. 30,000	S/. 30,000	S/. 30,000	S/. 30,000
Maíz de 20 kg		S/. 10,750	S/. 12,000	S/. 12,000	S/. 12,000	S/. 12,000
Alfalfa molida 40kg		S/. 10,750	S/. 12,000	S/. 12,000	S/. 12,000	S/. 12,000
Agua 500 litros		S/. 739	S/. 804	S/. 804	S/. 804	S/. 804
Electricidad		S/. 1,120	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200
Personal		S/. 11,500	S/. 12,000	S/. 12,000	S/. 12,000	S/. 12,000

Insumos	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400
Alquiler de planta	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600
GASTOS DE VENTA	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	27,960	27,960	27,960	27,960	27,960
Pago de personal de venta	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000
Pago de luz	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
Pago de Agua	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	360	360	360	360	360
otros	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400
Alquiler	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
IMPUESTOS	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	600	600	600	600	600
FLUJO DE EFECTIVO	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	119,974	36,683	72,204	72,204	109,226

Fuente: Elaboración Propia

Tal como se observa en la Tabla N° 13 flujo de caja económico de Avícola “La granja” E.I.R.L. en periodo de 5 años, se tiene los componentes de ingresos conformado por las ventas anuales asumiendo que el total de unidades producidas son vendidas, y también se tiene los egresos, conformado por inversión, costos de producción, alquileres, gastos de venta, pago de personal de ventas, pago de servicios básicos, impuesto RUS; presenta un horizonte de flujo de 5 años adicionalmente consta en el periodo quinto año el valor de rescate que es básicamente la recuperación de los activos después de la depreciación.

Flujo de Caja Financiero

El flujo de caja financiero busca determinar la rentabilidad del proyecto teniendo en cuenta los efectos del financiamiento. Es la suma de dos tipos de flujo de caja: el flujo

económico, que ve la rentabilidad del proyecto sin considerar el financiamiento y el flujo de financiamiento neto, que incorpora los efectos del financiamiento. (Fundación Romero, 2012)

Alfalfa molida 40kg	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	-	750	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	10,750
Agua 500 litros	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	2	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	739
Electricidad	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	20	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1,120
Personal	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	500	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	11,500
Insumos	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2,400
Alquiler de planta	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3,600
GASTOS DE VENTA	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	2,330	2,330	2,330	2,330	2,330	2,330	2,330	2,330	2,330	2,330	2,330	2,330	27,960
Pago de personal de venta	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	18,000
Pago de luz	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1,200
Pago de Agua	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	360
otros	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2,400
Alquiler	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6,000
IMPUESTOS	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600
PAGO DE BANCO	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	3,877	3,877	3,877	3,877	3,877	3,877	3,877	3,877	3,877	3,877	3,877	3,877	46,522
FLUJO DE EFECTIVO	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	- 69,974	- 12,006	- 13,610	- 3,485	- 2,140	- 2,140	- 2,140	- 2,140	- 2,140	- 2,140	- 2,140	- 2,140	- 9,839

Fuente: Elaboración Propia

TESIS: ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE UNA GRANJA AVÍCOLA EN LA CIUDAD DE MOQUEGUA, AÑO 2017						
FLUJO DE CAJA FINANCIERO AVICOLA "LA GRANJA" EIRL						
ELABORADO POR: BACH. ING. COM. ROMEL FALCÓN NINA						
FLUJO DE CAJA CONSOLIDADO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	S/. 75,000	S/. 225,000	S/. 270,000	S/. 270,000	S/. 270,000	S/. 307,022
Ventas		S/. 225,000	S/. 270,000	S/. 270,000	S/. 270,000	S/. 270,000
Préstamo	S/. 75,000					
Valor Residual						S/. 37,022.05
EGRESOS	S/. 119,974	S/. 234,839	S/. 244,318	S/. 244,318	S/. 197,796	S/. 197,796
INVERSION	S/. 119,974					
COSTO DE PRODUCCIÓN		S/. 159,757	S/. 169,236	S/. 169,236	S/. 169,236	S/. 169,236
Compra de pollos		S/. 24,000	S/. 24,000	S/. 24,000	S/. 24,000	S/. 24,000
Inicio medicado de 20kg		S/. 15,216	S/. 15,216	S/. 15,216	S/. 15,216	S/. 15,216
Inicio por 20kg		S/. 13,432	S/. 14,016	S/. 14,016	S/. 14,016	S/. 14,016
Crecimiento de 40 kg		S/. 28,125	S/. 30,000	S/. 30,000	S/. 30,000	S/. 30,000
Maiz de 20 kg		S/. 11,250	S/. 12,000	S/. 12,000	S/. 12,000	S/. 12,000
Desarrollo de 40 kg		S/. 26,875	S/. 30,000	S/. 30,000	S/. 30,000	S/. 30,000
Maiz de 20 kg		S/. 10,750	S/. 12,000	S/. 12,000	S/. 12,000	S/. 12,000
Alfalfa molida 40kg		S/. 10,750	S/. 12,000	S/. 12,000	S/. 12,000	S/. 12,000
Agua 500 litros		S/. 739	S/. 804	S/. 804	S/. 804	S/. 804
Electricidad		S/. 1,120	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200
Personal		S/. 11,500	S/. 12,000	S/. 12,000	S/. 12,000	S/. 12,000
Insumos		S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400
Alquiler de planta		S/. 3,600	S/. 3,600	S/. 3,600	S/. 3,600	S/. 3,600
GASTOS DE VENTA		S/. 27,960	S/. 27,960	S/. 27,960	S/. 27,960	S/. 27,960
Pago de personal de venta		S/. 18,000	S/. 18,000	S/. 18,000	S/. 18,000	S/. 18,000

	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
Pago de luz	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
Pago de Agua	360	360	360	360	360
	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
otros	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400
	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
Alquiler	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
IMPUESTOS	600	600	600	600	600
	S/.	S/.	S/.		
PAGO DE BANCO	46,522	46,522	46,522		
FLUJO DE	S/.	-	S/.	-	S/.
EFFECTIVO	44,974	9,839	25,682	25,682	72,204
					109,226

Fuente: Elaboración propia

6.9. Valor Actual Neto (VAN)

El VAN o Valor Actual Neto, se conoce a esta herramienta financiera como la diferencia entre el dinero que entra a la empresa y la cantidad que se invierte en un mismo producto para ver si realmente es un producto (o proyecto) que puede dar beneficios a la empresa (Mateos, 2017)

El VAN cuenta con una tasa de interés que se llama tasa de corte y es la que se usa para actualizarse constantemente. Dicha tasa de corte, la da la persona que va a evaluar dicho proyecto y que se hace en conjunto con las personas que van a invertir.

Para la evaluación financiera es necesario calcular los indicadores de rentabilidad, uno de ellos es el Valor Actual Neto (VAN) que corresponde aplicar la tasa de descuento a los montos de cada periodo del flujo de caja obteniendo así el valor que se ganaría si se pusiera en marcha el proyecto hoy.

Valor Actual Neto Económico (VANE)

El VanE es el resultado de aplicar la tasa de descuento que es $(1+18\%)^n$ al flujo de caja económico que asume el total de la inversión el propietario, la Tasa de costo de oportunidad es de 18% y el periodo de vida del proyecto es de cinco años.

VANE	S/. 91,900.40	SE ACEPTA
<hr/>		
Fuente: Elaboración propia		

En este caso el VanE es de S/. 91 900.40 para tal caso de interpreta que, si hoy se pone en marcha el proyecto, hoy se genera 91 900.40 soles, por consiguiente, se acepta la puesta en marcha del proyecto

Valor Actual Neto Financiero VANF

El VanF es el resultado de aplicar la tasa de descuento que es $(1+18\%)^n$ al flujo de caja Financiero donde inversión es parcial o totalmente financiada por un tercero, la Tasa de costo de oportunidad es de 18% y el periodo de vida del proyecto es de cinco años.

VANF	S/. 65,750	SE ACEPTA
<hr/>		
Fuente: Elaboración propia		

En este caso el VanF es de S/. 65 750 para tal caso de interpreta que, si hoy se pone en marcha el proyecto, hoy se genera 65 750 soles, por consiguiente, se acepta la puesta en marcha del proyecto, considerando que el propietario solo financia el 37% del monto de inversión y el resto es financiado por una entidad financiera.

6.10. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno - TIR -, es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje. También es conocida como Tasa crítica de rentabilidad cuando se compara con la tasa mínima de rendimiento requerida (tasa de descuento) para un proyecto de inversión específico. (Váquiro, 2012)

Tasa Interna de retorno Económica TIRE

Tasa interna de retorno Económica es la tasa del rendimiento del capital, se expresa en porcentaje y su valor representa el porcentaje de rentabilidad del proyecto, se calcula a partir del flujo de caja económico donde la inversión inicial es asumida en su totalidad por el dueño del negocio.

TIRE	43.53%	SE
		ACEPTA

Fuente: Elaboración Propia

En este caso la Tasa interna de retorno Económica es 43.53% mayor a la tasa de costo de oportunidad que es de 18% por tal caso se acepta invertir en el negocio, se entiende que esta inversión genera más rentabilidad que poner el dinero en resguardo de alguna entidad financiera.

Tasa Interna de retorno Financiera TIRF

Tasa interna de retorno financiera es la tasa del rendimiento del capital, se expresa en porcentaje y su valor representa el porcentaje de rentabilidad del proyecto, se calcula a partir del flujo de caja económico donde la inversión inicial es financiada total o parcialmente por un tercero y la diferencia por el dueño del negocio.

$$\frac{\text{TIRF}}{\text{Fuente: Elaboración Propia}} = \frac{46.74\%}{\text{SE ACEPTA}}$$

En este caso la Tasa interna de retorno financiera es 46.74% mayor a la tasa de costo de oportunidad que es de 18% por tal caso se acepta invertir en el negocio, se entiende que esta inversión genera más rentabilidad que poner el dinero en resguardo de alguna entidad financiera.

6.11. Beneficio/Costo

La relación Beneficio-Coste (B/C) compara de forma directa los beneficios y los costes. Para calcular la relación (B/C), primero se halla la suma de los beneficios descontados, traídos al presente, y se divide sobre la suma de los costes también descontados. (Ucañan Leyton, 2015)

Para una conclusión acerca de la viabilidad de un proyecto, bajo este enfoque, se debe tener en cuenta la comparación de la relación B/C hallada en comparación con 1, así tenemos lo siguiente:

- $B/C > 1$ indica que los beneficios superan los costes, por consiguiente el proyecto debe ser considerado.
- $B/C=1$ Aquí no hay ganancias, pues los beneficios son iguales a los costes.
- $B/C < 1$, muestra que los costes son mayores que los beneficios, no se debe considerar.

L. Blank, & A. Tarquin; Ingeniería económica. Editorial McGrawHill, Méjico, 6ta Edición, 2006.

B/C del flujo de caja económico	S/. 1.13	SE ACEPTA
B/C del flujo de caja financiero	S/. 1.08	SE ACEPTA

Fuente: Elaboración Propia

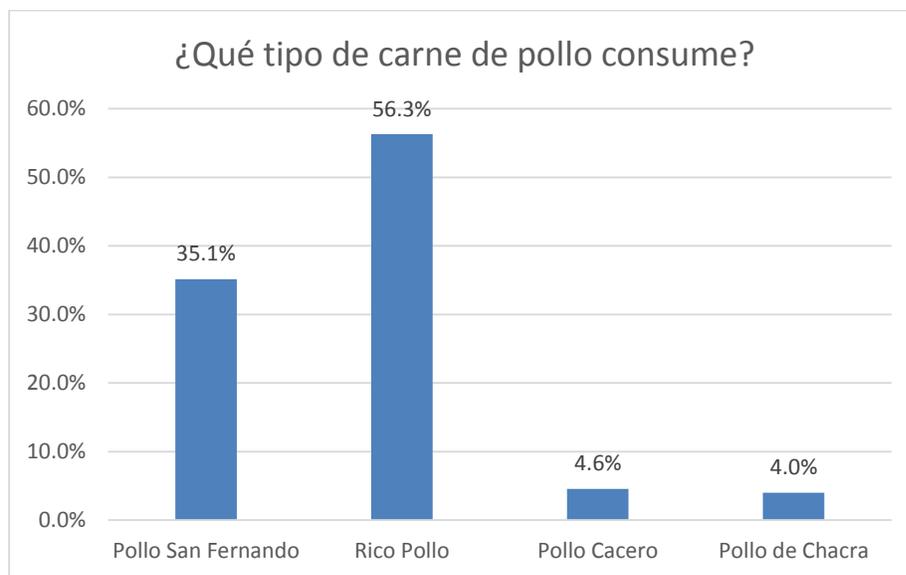
En el calculo de indicador Beneficio /Costo tenemos para el primer caso 1.13, esto quiere decir que por cada sol invertido se genera 1.13 soles, y para el segundo caso tenemos 1.08 esto quiere decir que por cada sol invertida se genera 1.08 soles.

CAPITULO VII RESULTADOS

En este capítulo se muestra la prueba en campo del plan de negocios avícola “La Granja” EIRL, a partir de esto se determinara las viabilidades del plan estratégico, plan de mercadeo, plan de operaciones y el plan financiero.

PLAN DE MERCADEO

Oportunidad de negocio: con base en la información previa se determina que existe un nicho de mercado para la venta de pollo de chacra en la ciudad de Moquegua.



Fuente: Elaboración Propia basada en la encuesta para la Investigación de mercado Avícola “La Granja” (n=400) aplicado en la ciudad de Moquegua.

Según se observa en la gráfica N° 2 se tiene que el 35.1% de la población consume carne de pollo de la empresa San Fernando, el 56.3% de la población consume carne de pollo de la empresa Rico Pollo, el 4.6% de la población consume carne de pollo criados en casa, y el 4% de población consume carne de pollo de chacras.

Cálculo de la demanda actual de consumidores de pollo de chacra

Número de la población de Moquegua ciudad	114486
Porcentaje de personas que consume carne de pollo de chacra	4%
Número actual de consumidores de carne de pollo de chacra	4579

Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada y el INEI.

El producto: según el mercado determina las características del producto para su consumo, estos muestran cómo debe ponerse en exhibición el pollo de chacra.

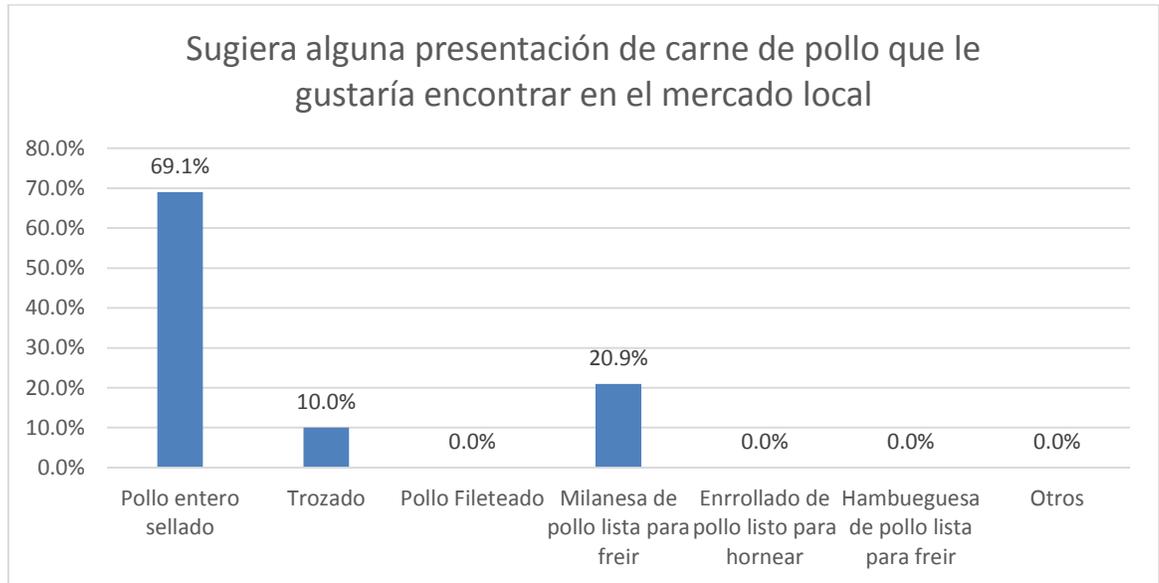


Gráfico N° 14 Preferencia en la presentación de la carne de pollo de chacra. Fuente: Elaboración Propia basada en la encuesta para la Investigación de mercado Avícola “La Granja” (n=400) aplicado en la ciudad de Moquegua.

Según se muestra en la gráfica N° 14 Preferencia en la presentación de la carne de pollo de chacra se tiene que el 69.1% de la población prefiere comprar el pollo de chacra en la presentación de pollo entero, el 10% de la población prefiere comprar el pollo de chacra en la presentación de pollo trozado, 0% de la población prefiere comprar el pollo de chacra en la presentación de pollo fileteado, el 20.9% de la población prefiere comprar el pollo de chacra en la presentación de milanesa de pollo lista para freír, 0% de la población prefiere comprar el pollo de chacra en la presentación de enrollado de pollo listo para el horno, 0% de la población prefiere comprar el pollo de chacra en la presentación de hamburguesa de pollo, 0% de la población prefiere otras presentaciones de pollo de chacra

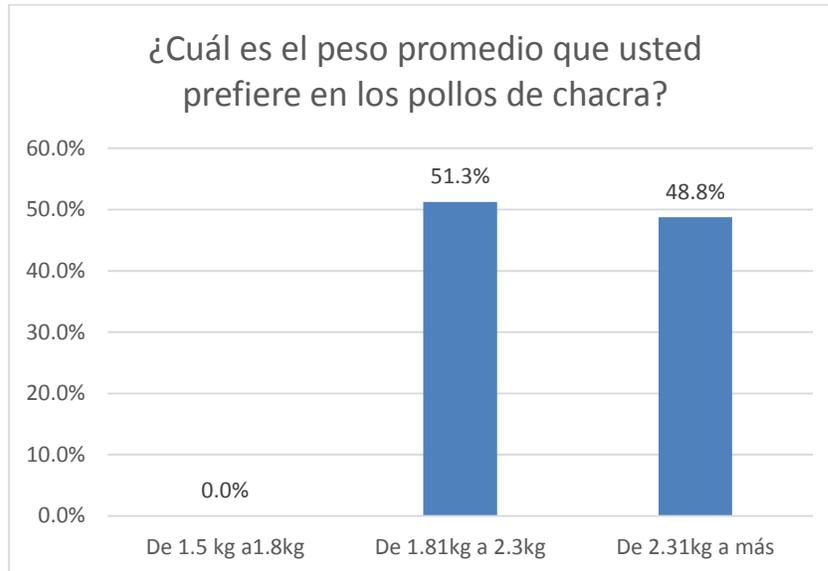


Gráfico N° 16 preferencia en el peso del pollo de chacra entero. Fuente: Elaboración Propia basada en la encuesta para la Investigación de mercado Avícola “La Granja” (n=400) aplicado en la ciudad de Moquegua.

Según de muestra en la gráfica N° 16 preferencia en el peso del pollo de chacra entero se tiene que un 0% de los clientes potenciales compraría pollos de 1.5kg a 1.8kg, 51.3% de los clientes potenciales compraría pollos de 1.81kg a 2.3kg, y 48.8% de los clientes potenciales compraría pollos de más de 2.31 kg.

Se observa también que los clientes potenciales prefieren pollo de más de 1.8 kilogramos.

Teniendo en consideración las preferencias del mercado se cría el pollo de chacra hasta tener el producto con las características deseadas

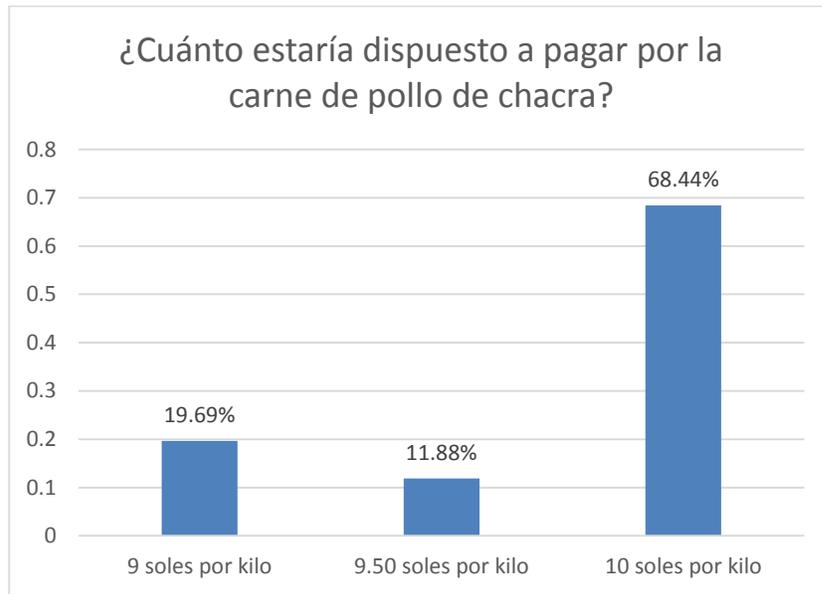
Imagen N° 1 Pollo de chacra para la venta



Según de muestra en la imagen N° 1 Pollo de chacra lista para la venta, el pollo tiene características tales como:

- ✓ Peso: 2.1 kilogramos
- ✓ Color de piel: amarillo
- ✓ Presentación: pollo entero con menudencia
- ✓ Textura: carne dura
- ✓ Alimentación: alfalfa, maíz y alimento balanceado tomasino.
- ✓ Precio: 9 soles por kilogramo
- ✓ Plaza: punto de venta feria chacra a la olla
- ✓ Promoción: se utilizo letrero “Pollo de Chacra”

El precio: para colocar el precio se tomo en consideración la investigación de mercado, en el plan de mercadeo teniendo como resultado el la grafica N° 12 precio sugerido.



Grafica N° 12 Precio sugerido para la venta de carne de pollo de chacra. Fuente: Elaboración Propia basada en la encuesta para la Investigación de mercado Avícola “La Granja” (n=400) aplicado en la ciudad de Moquegua.

Como se observa en la gráfica N° 12 precio sugerido para la venta de carne de pollo se tiene que el 19.7% de la población estaría dispuesta a pagar un precio de 9 soles el kilogramo de carne de pollo de chacra, el 11.9% de la población estaría dispuesta a pagar un precio de 9.5 soles el kilogramo de carne de pollo de chacra, y el 64% de la población estaría dispuesto a pagar un precio de 10 soles el kilogramo de carne de pollo de chacra.

En la ejecución por juicio propio se establece el precio de 9 soles el kilogramo de acuerdo a sondeo de los competidores minoristas.

La plaza: La venta del producto se realiza en la conocida chacra a la olla ubicada en el punte la villa.

Imagen N° 1 Ubicación de feria Chacra a la olla



Fuente: google Maps

La promoción: estrategias de promoción del producto para avícola “La Granja”

- Letrero de publicidad en feria chacra a la olla
- Descuento por compras mayores a 2 pollos
- Degustación del producto en pollo sancochado

PLAN DE OPERACIONES

Imagen N°2 Interior de planta.



Ubicación de planta: Sector tumilaca, distrito de torata

Ubicación de Punto de Venta: Feria Chacra a la olla

Dimension de planta: ancho 3 metros, largo 8 metros, altura 2.5 metros.

Operaciones de planta:

Diagrama de flujo de procesos				
Proceso: Producción de Pollo de chacra de Avícola La Granja				
Evento	<input type="radio"/>		D	<input type="checkbox"/>
Análisis de demanda y cálculo de número de producción	<input type="radio"/>		D	<input type="checkbox"/>
Cotización con proveedor y elaborar orden de compra	<input type="radio"/>		D	<input type="checkbox"/>
Compra de pollos y alimentos	<input type="radio"/>		D	<input type="checkbox"/>
Recepción de pollos en los galpones	<input type="radio"/>		D	<input type="checkbox"/>
Recepción de alimentos en el almacén	<input type="radio"/>		D	<input type="checkbox"/>
Crianza de pollos por 2 meses	<input type="radio"/>		D	<input type="checkbox"/>
Inspección Sanitaria (vacunas)	<input type="radio"/>		D	<input type="checkbox"/>
Promoción de venta pollos	<input type="radio"/>		D	<input type="checkbox"/>
Sacrificio de pollos, desplume, lavado y empaquetado	<input type="radio"/>		D	<input type="checkbox"/>
Traslado de producto al punto de venta	<input type="radio"/>		D	<input type="checkbox"/>
Recepción de pollos en el punto de venta	<input type="radio"/>		D	<input type="checkbox"/>
Venta de pollos y entrega de pedidos del día	<input type="radio"/>		D	<input type="checkbox"/>

Fuente: elaboración propia

Crianza de pollo:

TESIS: ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE UNA GRANJA AVÍCOLA EN LA CIUDAD DE MOQUEGUA, AÑO 2016				
MATERIALES NECESARIOS PARA INICIAR OPERACIONES "LA GRANJA" EIRL				
ELABORADO POR: BACH. ING. COM. ROMEL FALCÓN NINA				
SEPARADORES				356
MALLA DE METAL	m2	10	4	40
PUERTA	unid	2	10	20
CALAMINA	m2	8	15	120
TRIPLAY	m2	16	10	160
COMEDEROS	m	2	4	8
REPARTIDOR DE AGUA	m	2	4	8
AMACEN				188
CILINDROS PARA COMIDA	unid	2	30	60
TANQUE DE AGUA DE 1000L	unid	2	20	40
JAVAS	UNID	1	40	40
TAPAS	unid	1	12	12
LAMPA	unid	1	30	30
OBEROL	unid	1	3	3
GUANTES, BOTAS Y CASCO	unid	1	3	3
CAMAL				214
CALDERO	unid	1	30	30
ESTANQUE DE METAL	unid	1	20	20
ESCOBILLON	unid	2	7	14
CUCHILLOS, BATEAS O OTROS	glb	1	150	150
TOTAL				758

Fuente: elaboración propia con base en compras y adquisiciones.

Compras y adquisiciones:

Compras para la instalación del galpón: las compras de materiales para la construcción del galpón para la crianza de pollos de chacra, se realizan en distribuidores locales de madera y mallas metálicas.

Las compras de clavos, calamina y triplay se realizan en centro comercial PROMART CENTER.

Compras de pollos y alimentos balanceados: las compras de pollos se realizan en distribuidoras locales de pollos localizadas en el centro de la ciudad de Moquegua, además de los alimentos balanceados de acuerdo a su etapa de crecimiento.

PLAN DE ORGANIZACIONAL

El tema organizacional es fundamental para la empresa, corresponde a uno de los pilares que ayudan en gran medida al buen funcionamiento y el éxito de la entidad, esta empresa es pequeña, el personal llega a un número de cuatro personas las cuales deben hacer muchas funciones a fines de sus actividades.

Procedimiento de constitución de empresa ante la SUNAT

Para la constitución y el inicio de las operaciones existe una serie de requisitos legales que deberán ser atendidos.

A continuación, los pasos a seguir para que la empresa quede constituida:

a) Crear la minuta de Constitución, elaborada con la colaboración de un abogado. En ella constarán datos como el nombre de la empresa, de los accionistas, rubro, monto del capital invertido, estatutos, entre otros.

b) Crear la escritura pública, y elevarla a un notario público

c) Inscribirse en el registro de personas jurídicas, este proceso se realiza en la superintendencia nacional de registros públicos – SUNARP.

d) Obtener RUC, proceso realizado en la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT).

e) Obtención de Licencias y Permisos (Licencia Municipal de Funcionamiento)

Obtener número de contribuyente en el Registro Único de contribuyentes, este número identificará como contribuyente fiscal; lo obtendremos inscribiéndose en el Registro Único de Contribuyentes en las oficinas de SUNAT, para obtenerlo se debe presentar:

- Un recibo de luz, agua, teléfono fijo del local donde funcionará la empresa
- Elegir un régimen tributario:
 - Porque nos proyectaremos a vender más de S/. 18000
 - Porque nos proyectaremos a tener en algún momento más de Diez (10) trabajadores.
 - Porque se requerirá extender factura por ventas a personas o empresas con RUC, cuando lo soliciten.
 - Puede constituir otra pequeña empresa.

Al pagar IGV puede hacer uso del Crédito fiscal. Cabe indicar que esta es una deducción, propio del contribuyente que pagan impuesto general a las ventas.

Funciones que realiza el personal a cargo.

Gerente

- ✓ Dirigir la empresa hacia los objetivos planteados.

- ✓ Requerimiento y compras de materias primas e insumos.
- ✓ Controlar y analizar los estados financieros de la empresa.
- ✓ Controlar y supervisar la acción de todas las áreas de la empresa.
- ✓ Garantizar una adecuada rentabilidad sobre el patrimonio de los accionistas.
- ✓ Motivar al personal para el logro de resultados.
- ✓ Medir cualitativa y cuantitativamente el desenvolvimiento de la empresa y tomar acciones de acuerdo a los resultados.

Planta de Producción

- Recepción y almacenaje de alimentos
- Recepción y acondicionamiento de aves
- Alimentación de aves y limpieza de galpones y ambientes
- Control de enfermedades
- Control de peso de pollos
- Sacrificio de aves
- Manejo de máquinas y equipos
- Empaquetado y envío de pedido

Ventas

- ❖ Recepción de pollos de chacra para venta
- ❖ Almacenaje en congeladora
- ❖ Atención de pedidos
- ❖ Venta de pollos al público en general
- ❖ Rendir cuentas del efectivo
- ❖ Registro de pedidos y cambios de la demanda

Requerimiento de Personal

En el ejercicio se conto con un personal el cual realizo las funciones de Gerente, encargado de planta y encargado de ventas.

Datos del personal a cargo:

Nombre: Romel Falcón Nina

Cargo: Gerente, operador de planta y ejecutivo de ventas.

Estudios:

- ❖ Bachiller en Ingenieria Comercial.
- ❖ Especialidad en finanzas y marketing.

Experiencia Laboral

- ❖ Experiencia de 2 años en cargos similares.
- ❖ Conocimiento de office nivel intermedio.
- ❖ Capacidad de trabajo en equipo.
- ❖ Trabajo a presión.

Tabla N° 3 Remuneraciones del personal de avícola “La granja”

REMUNERACIONES	CANTIDAD	SUELDO BÁSICO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
GERENTE, OPERADOR DE PLANTA, EJECUTIVO DE VENTAS.	1	S/. 500	S/. 500	S/. 6 000

Fuente: Elaboración Propia

PLAN FINANCIERO

Presupuesto del galpón provisional

TESIS: ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE UNA GRANJA AVÍCOLA EN LA CIUDAD DE MOQUEGUA, AÑO 2016 MATERIALES NECESARIOS PARA INICIAR OPERACIONES "LA GRANJA" EIRL ELABORADO POR: BACH. ING. COM. ROMEL FALCÓN NINA				
SEPARADORES		356		
MALLA DE METAL	m2	10	4	40
PUERTA	unid	2	10	20
CALAMINA	m2	8	15	120
TRIPLAY	m2	16	10	160
COMEDEROS	m	2	4	8
REPARTIDOR DE AGUA	m	2	4	8
AMACEN		188		
CILINDROS PARA COMIDA	unid	2	30	60
TANQUE DE AGUA DE 1000L	unid	2	20	40
JAVAS	UNID	1	40	40
TAPAS	unid	1	12	12
LAMPA	unid	1	30	30
OBEROL	unid	1	3	3
GUANTES, BOTAS Y CASCO	unid	1	3	3
CAMAL		214		
CALDERO	unid	1	30	30
ESTANQUE DE METAL	unid	1	20	20
ESCOBILLON	unid	2	7	14
CUCHILLOS, BATEAS O OTROS	glb	1	150	150
TOTAL		758		

Fuente elaboración propia, con base en compras y adquisiciones.

Para la construcción del galpón de prueba invirtió S/. 750.00 soles

Costos de Producción

TESIS: ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE UNA GRANJA AVÍCOLA EN LA CIUDAD DE MOQUEGUA, AÑO 2016																					
COSTOS DE PRODUCCION PRUEBA PILOTO AVICOLA "LA GRANJA" EIRL																					
ELABORADO POR: BACH. ING. COM. ROMEL FALCÓN NINA																					
	1 al 7	8 al 14	15 al 21	22 al 28	ME S 1	29 al 35	36 al 42	43 al 49	50 al 57	ME S 2	61-90				ME S 3					ME S 4	
	semana 1	semana 2	semana 3	semana 4		semana 5	semana 6	semana 7	semana 8		semana 9	semana 10	semana 11	semana 12		semana 13	semana 14	semana 15	semana 16		
Compra de pollos	30	30	30	30	120	30	30	30	30	120	30	30	0	0	60	0	0	0	0	0	
Inicio medicado de 20kg	38	38	38	38	152	38	38	38	38	152	38	38	0	0	76	0	0	0	0	0	
Inicio por 20kg			35	35	70	35	35	35	35	140	35	35	35	0	105	0	0	0	0	0	
Crecimiento de 40 kg				75	75	75	75	75	75	300	75	75	75	0	225	75	0	0	0	75	
Maiz de 20 kg				30	30	30	30	30	30	120	30	30	30	0	90	30	0	0	0	30	
Desarrollo de 40 kg							75	75	75	225	75	75	75	75	300	75	75	0	0	150	
Maiz de 20 kg							30	30	30	90	30	30	30	30	120	30	30	0	0	60	
Alfalfa molida 40kg							30	30	30	90	30	30	30	30	120	30	30	0	0	60	
Agua 500 litros				2	2				2	2				2	2					2	2
Electricidad				0	0				0	0				0	0					0	0
Personal				500	500				500	500				500	500					125	125
Insumos				50	50				50	50				50	50					30	30
Alquiler de planta				50	50				50	50				50	50					10	10
Total costo de producción por meses	68	68	103	810	1049	208	343	343	945	1839	343	343	275	737	1698	240	135	0	167	542	
Total de costo de producción por meses	1049					1839					1698					542					

Fuente: Elaboración Propia con base en costos ejecutados

Cuadro de ventas

TESIS: ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE UNA GRANJA AVÍCOLA EN LA CIUDAD DE MOQUEGUA, AÑO 2016																				
VENTAS ESTIMADAS AVICOLA "LA GRANJA" EIRL																				
ELABORADO POR: BACH. ING. COM. ROMEL FALCÓN NINA																				
	1 al 7	8 al 14	15 al 21	22 al 28	M ES 1	28 al 35	36 al 42	43 al 49	50 al 57	M ES 2	61- 90				M ES 3					M ES 4
	sem ana 1	sem ana 2	sem ana 3	sem ana 4		sem ana 5	sem ana 6	sem ana 7	sem ana 8		sem ana 9	sem ana 10	sem ana 11	sem ana 12		sem ana 13	sem ana 14	sem ana 15	sem ana 16	
NUMERO DE POLLOS	0	0	0	0	0	0	0	0	30	30	30	30	30	30	120	30	30	30	60	150
PRECIO	S/. 9,00	S/. 9,00	S/. 9,00	S/. 9,00	S/. 9,00	S/. 9,00	S/. 9,00	S/. 9,00	S/. 9,00	S/. 9,00	S/. 9,00	S/. 9,00	S/. 9,00	S/. 9,00	S/. 9,00	S/. 9,00	S/. 9,00	S/. 9,00	S/. 9,00	S/. 9,00
PESO	2,8	2,8	2,8	2,8	2,8	2,8	2,8	2,8	2,8	2,8	2,8	2,8	2,8	2,8	2,8	2,8	2,8	2,8	2,8	2,8
VENTAS	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 756	S/. 756	S/. 756	S/. 756	S/. 756	S/. 756	S/. 3.0 24	S/. 756	S/. 756	S/. 756	S/. 1.512	S/. 3.7 80

Fuente elaboración propia con base en registro de ventas

Flujo de caja real

FLUJO DE CAJA	AÑO 0	MES 1	MES 2	MES 3	MES4
INGRESOS	S/. -	S/. -	S/. 756	S/. 3.024	S/. 4.280
Ventas		S/. -	S/. 756	S/. 3.024	S/. 3.780
Valor Residual	S/. -				500
EGRESOS	S/. 758	S/. 1.049	S/. 1.839	S/. 1.698	S/. 542
INVERSION	S/. 758				
COSTO DE PRODUCCIÒN		S/. 1.049	S/. 1.839	S/. 1.698	S/. 542
Compra de pollos		S/. 120	S/. 120	S/. 60	S/. -
Inicio medicado de 20kg		S/. 152	S/. 152	S/. 76	S/. -
Inicio por 20kg		S/. 70	S/. 140	S/. 105	S/. -
Crecimiento de 40 kg		S/. 75	S/. 300	S/. 225	S/. 75
Maiz de 20 kg		S/. 30	S/. 120	S/. 90	S/. 30
Desarrollo de 40 kg		S/. -	S/. 225	S/. 300	S/. 150
Maiz de 20 kg		S/. -	S/. 90	S/. 120	S/. 60
Alfalfa molida 40kg		S/. -	S/. 90	S/. 120	S/. 60
Agua 500 litros		S/. 2	S/. 2	S/. 2	S/. 2
Electricidad		S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
Personal		S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 125
Insumos		S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 30
Alquiler de planta		S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 10
IMPUESTOS		S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
FLUJO DE EFECTIVO	S/. -758	S/. -1.049	S/. -1.083	S/. 1.326	S/. 3.738

Fuente elaboración propia

Indicadores de rentabilidad

COK	18%		
VANE	S/.	310,29	SE ACEPTA
TIRE		23,37%	SE ACEPTA
B/C	S/.	1,07	SE ACEPTA

Fuente: elaboracion Propia con base en el flujo de caja.

En este caso el Van es de S/. 310.29 para tal caso de interpreta que, si hoy se pone en marcha el proyecto, hoy se genera S/. 310.29 , por consiguiente, se acepta la puesta en marcha del proyecto.

En este caso la Tasa interna de retorno es 23.37% mayor a la tasa de costo de oportunidad que es de 18% por tal caso es una buena inversión la que se ejecuto, se entiende que esta inversión genera más rentabilidad que poner el dinero en resguardo de alguna entidad financiera.

En el calculo de indicador Beneficio /Costo tenemos para el primer caso 1.07, esto quiere decir que por cada sol invertido se genera 1.07 soles.

CAPÍTULO VIII. COMPROBACION DE HIPOTESIS

En este capitulo se pone a comprobacion de las hipótesis propuesta para poder concluir con la investigación, para ello a cada dimensión, tendrá sus indicadores respectivos los cuales determinan la viabilidad o no del proyecto avícola “La Granja” EIRL.

HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- a) Existe viabilidad del mercado en la instalación de una granja avícola en la ciudad de Moquegua, en el año 2016.

Cuadro de Resumen plan de Mercadeo

Criterio	Mercado potencial	Mercado específico	Producto	Precio	Plaza
Indicador	Porcentaje de preferencia	Porcentaje de preferencia	Diseño de producto	Preferencia de precio	Determinacion de plaza
Detalle	87.% preferencia de carne de pollo	4% preferencia de carne de chacra	Pollo de chacra Peso: 2.31kg Alimentación: alfalfa maíz y alimentos balancados tomasino	10 soles el kg de pollo de chacra	ciudad de Moquegua, Centro de la ciudad

Fuente: elaboración propia

Con base en el cuadro anterior resumen del Plan de Mercadeo se comprueba la hipótesis a) **Existe viabilidad del mercado en la instalación de una granja avícola en la ciudad de Moquegua, en el año 2016.**

b) Existe viabilidad técnica operacional en la instalación de una granja avícola en la ciudad de Moquegua, en el año 2016.

Cuadro de Resumen plan de Operaciones

Criterio	Localizacion de planta	Localizacion de punto de venta	Tamaño de planta	Procesos de planta	Etapas de crianza	abastecimiento
Indicador	Ubicación de planta	Ubicación de punto de venta	Dimensiones de planta	Diagrama de flujo de procesos	Ciclo de crianza	Numero de proveedores
Detalle	Sector: tumilaca	Sector: Cercado	Área: 384 m2	Detalle ver pagina (48)	Detalle ver pagina (49)	6 proveedores autorizados de Tomasino
	Distrito: Torata	Distrito: Moquegua	Dimensiones: 48m x 8m	Diagrama elaborado	Ciclo elaborado	
	Provincia: Mariscal Nieto	Provincia: Mariscal Nieto	Distribucion: 10 galpones			
	Departamento: Moquegua	Departamento: Moquegua	1 camal			
			1 almacen			
			1 oficina			

Fuente elaboración propia

Con base en el cuadro de resumen anterior se comprueba la hipótesis **b)**
Existe viabilidad técnica operacional en la instalación de una granja avícola en la ciudad de Moquegua, en el año 2016.

c) Existe viabilidad organizacional en la instalación de una granja avícola en la ciudad de Moquegua, en el año 2016.

Cuadro de resumen plan Organizacional

CRITERIO	PLAN	ESTRUCTURA	CONSTITUCION	RECURSOS	REMUNERACIONES
	ESTRATEGICO	DE LA EMPRESA	DE LA EMPRESA	HUMANOS	DEL PERSONAL
INDICADOR	Misión Vision Obejetivo	Organigrama	Razon social de la empresa	Perfil del personal Funciones y obligaciones del personal	Escala remunerativa
DETALLE	Ver paginas (61,62)	Detalle ver pagina (62)	Empresa Individual de Responsabilidad Limitada	Detalle ver pagina (65)	Detalle ver pagina (66)

Fuente: Elaboración Propia

Con base en el cuadro de resuemn anterior se puede comprobar la hipótesis c)
 Existe viabilidad organizacional en la instalación de una granja avícola en la ciudad de Moquegua, en el año 2016.

d) Existe viabilidad económica-financiera en la instalación de una granja avícola en la ciudad de Moquegua, en el año 2016.

Cuadro de resumen del plan económico y financiero

CRITERIO	MONTO DE INVERSIÓN	DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS	COSTOS	VENTAS	GASTOS DE VENTA	PUNTO DE EQUILIBRIO	VALOR ACTUAL NETO	TASA INTERNA DE RETORNO
INDICADOR	Presupuesto de Inversion	Valor de rescate	Costos de producción mensual y anual	Ventas mensuales y anuales	Gastos mensuales y anuales	Calculo de PE	VANE VANF	TIRE TIRF
DETALLE	S/. 119,974 detalle ver página (72)	S/. 37,022.05 detalle ver página (77)	Detalle de costos ver página (74)	Detalle de ventas ver página (80)	Detalle ver pagina (83)	Número de pollos mensuales 888 unidades	VANE s/ 91 900.40 VANF S/ 65 750.00	TIRE 43.53% TIRF 46.74%

Fuente: elaboración Propia

Con base en el cuadro de resumen anterior se comprueba la hipótesis **d)**

Existe viabilidad económica-financiera en la instalación de una granja avícola en la ciudad de Moquegua, en el año 2016.

Además como todas las hipótesis específicas han sido comprobadas, se también se aprueba la hipótesis general que es

CONCLUSIONES

Se puede concluir que existe viabilidad de mercado teniendo una preferencia de carne pollo del 87%, una preferencia de carne de pollo de chacrá de 4%, el diseño del producto pollo de 2.5 kg, plaza moqueguana precio de 9 soles por kilo.

Se concluye que existe viabilidad Técnico Operacional teniendo la localización de planta en Tumulaca, tamaño de planta de 384 m², se define las operaciones propias de la crianza del pollo de chacra, el plan de abastecimiento para el buen funcionamiento de la empresa con 6 proveedores.

Se concluye que existe viabilidad Organizacional donde se establece la misión y visión de la empresa, el organigrama, el objetivo los cuales son muy importantes para el éxito empresarial, el perfil e los empleados, las funciones del personal y las remuneraciones.

Se concluye que existe la viabilidad económica y financiera teniendo el Presupuesto de inversión, proyección de ventas, depreciación de activos y se calculó el van y tir de los flujos de caja económico y financiero y en ambos se obtiene indicadores donde se acepta el proyecto los cuales son VANF S/. 65 750 y VANE S/. 91 900.40, TIRF 46.74% y TIRE 46.74%.

Por último se declara la viabilidad para la instalación de una granja avícola en la ciudad de Moquegua ya que todas las sub variables son viables con base en sus respectivos planes.

RECOMENDACIONES

Continuar con el siguiente nivel de investigación para profundizar mas los teminos Viabilidad de mercado, Operacional, organizacional y Finaniera.

Se recomienda poner en marcha el proyecto de inversión por que cuenta con todos las bases para el éxito de la empresa además que económicamente y financieramente es viable, también cuenta con los planes necesarios para el buen funcionamiento de la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

- Aiteco Consultores. (2016). *Gestión de Procesos*. (A. Consultores, Editor) Recuperado el 24 de enero de 2017, de Que es un Diagrama de Procesos: <https://www.aiteco.com/que-es-un-diagrama-de-flujo/>
- Alexander Osterwalder, Yves Pigneur. (2010). *Business Model Generation*. Yves Pigneur.
- Analisis FODA. (2013). *FODA: Matriz o Análisis FODA*. Recuperado el 22 de enero de 2017, de FODA: Matriz o Análisis FODA – Una herramienta esencial para el estudio de la empresa.: <http://www.analisisfoda.com>
- Blogger. (17 de Diciembre de 2013). *Conceptos de depreciación*. (G. Googleinstein, Editor) Recuperado el 5 de febrero de 2017, de <http://financierosudl.blogspot.pe/2009/04/concepto-de-depreciacion.html>
- Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Santa Cruz de Tenerife. (2014). *Plan económico financiero*. (I. y. Cámara de Comercio, Editor) Recuperado el 5 de febrero de 2017, de <http://www.creacionempresas.com/faqs/190-crea-tu-empresa/1256-que-es-un-plan-economico-financiero-o-plan-de-viabilidad>
- CreceNegocios. (04 de abril de 2012). *Punto de Equilibrio*. Recuperado el 16 de febrero de 2017, de <https://www.crecenegocios.com/el-punto-de-equilibrio/>
- Deobold B. Van Dalen, William J. Meyer. (12 de Septiembre de 2012). *La Investigación descriptiva*. Obtenido de <https://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigaci-n-descriptiva.php>
- Departamento de Pesca. (2017). *Depositos de documentos de la FAO*. (O. d. Agricultura, Editor) Recuperado el 8 de febrero de 2017, de <http://www.fao.org/docrep/003/V8490S/v8490s06.htm>
- Ecofinanzas. (2017). *Gastos de Ventas*. Recuperado el 10 de febrero de 2017, de http://www.eco-finanzas.com/diccionario/G/GASTOS_DE_VENTA.htm
- Economipedia. (2015). *Flujo de caja financiero*. Recuperado el 28 de febrero de 2017, de <http://economipedia.com/definiciones/flujo-de-caja-financiero.html>
- EOI, w. (s.f.). *Planificación de las instalaciones (Plan Operativo) en Proyectos de negocio*. Recuperado el 22 de enero de 2017, de

[http://www.eoi.es/wiki/index.php/Planificaci%C3%B3n_de_las_instalaciones_\(Plan_Operativo\)_en_Proyectos_de_negocio](http://www.eoi.es/wiki/index.php/Planificaci%C3%B3n_de_las_instalaciones_(Plan_Operativo)_en_Proyectos_de_negocio)

- Fundación Romero. (2012). *Fujo de Caja Financiero*. (G. ROMERO, Editor) Recuperado el 1 de marzo de 2017, de <http://aula.mass.pe/cursos/flujo-de-caja-financiero/marco-teorico/conoce-mass-flujo-de-caja-financiero>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). México, Perú: McGraw-Hill.
- Jorge Tam Malaga, Giovanna Vera, Ricardo Oliveros Ramos. (2008). Tipos, Metodos y Estrategias de Investigación Científica. *Pensamiento y Acción*, 10.
- Julián Pérez Porto, A. G. (2010). *Financiacion*. (Definición.de, Editor) Recuperado el 6 de febrero de 2017, de <https://definicion.de/financiacion/>
- López, C. N. (16 de octubre de 2015). Plan de abastecimiento. *É Logística*, 2. Recuperado el 25 de enero de 2017, de <http://www.logisticasud.enfasis.com/articulos/73455-el-plan-abastecimiento>
- Mateos, S. M. (17 de mayo de 2017). *Economía y Fiananzas*. Recuperado el 3 de junio de 2017, de <https://www.economiafinanzas.com/que-son-van-tir/>
- McCarthy, E. J. (1960). *Un enfoque de gestión* (6 ta ed.).
- MORI, P. A. (24 de enero de 2014). *PLAN DE NEGOCIO PARA LA INSTALACIÓN DE UNA GRANJA AVÍCOLA EN LA PROVINCIA DE CHACHAPOYAS, DEPARTAMENTO DE AMAZONAS*. UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO, Chachapoyas. Recuperado el 4 de enero de 2017
- Olmos, S. R. (2014). *Plan de negocio para la creacion de un academia de Idiomas en Valencia*. Universidad Politecnica de Valencia, Valencia. Recuperado el 22 de enero de 2017, de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/38868/TFC%20Sandra%20Roca.pdf?sequence=1>
- Pabon, R. (06 de Noviembre de 2013). *PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS*. Recuperado el enero de 2018, de <http://aulapreparacionyevaluaciondeproyectos.blogspot.pe/2013/11/viabilidad-organizacional-legal-y-social.html>
- Pacheco, C. E. (2017). Viabilidad de Mercado. (D. d. Yucatan, Ed.) *Grupo Megamedia*. Recuperado el 2018

- Pinzón, A. V. (2016). *Crecimiento Avícola*. Recuperado el 10 de enero de 2017, de http://www.fenavi.org/index.php?option=com_content&view=article&id=3328:crecimiento-avicola&catid=495:desde-la-presidencia&Itemid=1424
- Renata Marciniak. (07 de enero de 2013). *gestion empresarial. Que es un Plan Estratégico*. Recuperado el 15 de enero de 2017, de <https://renatamarciniak.wordpress.com/2013/01/07/que-es-un-plan-estrategico/>
- Romero, R. (2009). *Marketing*. Editora Palmir E.I.R.L.
- School, O. B. (2014). *Diamante de Porter componentes, usos y beneficios*. Recuperado el 15 de enero de 2017, de <http://www.obs-edu.com/int/blog-investigacion/direccion-general/diamante-de-porter-componentes-usos-y-beneficios>
- significados. (s.f.). *Significado de Organigrama*. Recuperado el 03 de febrero de 2017, de <https://www.significados.com/organigrama/>
- Sussman, J. (1998). *El Poder de la Promoción* (1ra ed.). Prentice Hall Hispanoamerica S.A.
- Thompson, I. (Diciembre de 2016). *Misión y Visión. Promonegocios*. Recuperado el 2 de Febrero de 2017, de <https://www.promonegocios.net/empresa/mision-vision-empresa.html>
- Ucañan Leyton, R. (18 de Febrero de 2015). *Cálculo de la relación Beneficio Coste (B/C)*. (Gestiónpolis, Editor) Recuperado el 20 de Enero de 2017, de <https://www.gestiopolis.com/calculo-de-la-relacion-beneficio-coste/>
- Ultimas Noticias. (2015). *El ABC de la Economía*. (E. M.-E. Negocios, Editor) Recuperado el 20 de febrero de 2017, de Flujo de Caja: <http://www.elmundo.com.ve/diccionario/fianza.aspx>
- Universidad Monteávila. (s.f.). *Universidad De Monteávila*. Recuperado el 2018, de https://www.uma.edu.ve/moodle_uma/course/info.php?id=28
- Váquiro, J. D. (5 de enero de 2012). *Tasa interna de Retorno*. (P. Futuros, Editor) Recuperado el 15 de marzo de 2017, de <https://www.pymesfuturo.com/tiretorno.htm>
- William J. Stanton, Michael Etzel. (1996). *Fundamentos de Marketing* (3ra ed.). McGraw Hill.
- Zamora, M. (2002). *El pollo en la gastronomía y su historia*. Recuperado el 3 de enero de 2017, de Guía de Nutrición, Cocina, Salud y Lifestyle: http://nutriguia.com/?id=200505130001;t=STORY_PRINTABLE;topic=art