



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Facultad de Ciencias de la Administración

Escuela de Administración de Empresas

Estudio de factibilidad de la crianza y comercialización de pavos en Cuenca.

**Trabajo de graduación previo a la obtención del título de
Ingeniero Comercial**

Autor: Steven Abel Valencia Ochoa

Director: Econ. Luis Tonon Ordoñez

Cuenca, Ecuador

2019

Dedicatoria

Dedico este logro a mis padres: Carlos Valencia y Rosy Ochoa, grandes luchadores, los héroes de mi historia y mi ejemplo a seguir; por su dedicación devota y su inmenso amor hacia su familia; por ser motor fundamental de mi vida y mi constante inspiración de ser mejor cada día.

A mis hermanos: Carla y Alejandro, por su cariño incondicional, paciencia ilimitada, confianza ciega, comprensión, apoyo y no perder la fe en mí; por lograr algún día llegar a llenar sus expectativas sobre mí.

A mi enamorada Valeria, por su incansable apoyo y su fortaleza diaria durante la trayectoria final de esta meta.

A mis abuelitos: Luis Washington Valencia, Luz María Cárdenas, Argentina Ojeda y Vicente Ochoa, a pesar de no tenerlos presente desde hace mucho tiempo, los llevo en mis pensamientos y en mi memoria.

A todos ustedes, quienes los llevo dentro de mi corazón, todo el tiempo sin importar el lugar donde me encuentre, les puedo decir con orgullo “por fin lo logré”.

Steven Abel Valencia Ochoa

Agradecimientos

Agradezco a mis padres, por el apoyo incondicional que me han dado para cumplir esta meta, por sus cuidados y sus consejos, por estar ahí cuando los necesito.

A mis hermanos por toda su tolerancia hacia mí, en especial en los días más difíciles.

A mis abuelitos, por ser parte fundamental de mí y nunca desampararme.

A mi enamorada, por su apoyo y su impulso a la culminación de esta investigación.

A mis amigos que se volvieron mi familia, quienes sin importar el tiempo, distancia o constancia con la que hablemos, están ahí para apoyarme.

A mi tutor Luis Tonon, por su tiempo y paciencia.

Steven Abel Valencia Ochoa.

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimientos	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de ilustraciones y cuadros	vi
Índice de anexos	viii
Resumen	ix
Abstract	x
Introducción	xi
Capítulo 1. Estudio de mercado.	1
1.1 Introducción	1
1.2 Definición de estudio de mercado.	1
1.3 Definición del problema.	1
1.4 Objetivos del estudio de mercado.	1
1.5 Desarrollo del enfoque del problema	2
1.6 Formulación del diseño de investigación	3
1.6.1 Información necesaria	3
1.6.2 Técnicas para la obtención de datos cuantitativos	4
1.6.3 Diseño de cuestionario	4
1.6.4 Proceso de muestreo y tamaño de la muestra	5
1.7 Elaboración del informe	7
1.8 Conclusión	31
Capítulo 2. Factibilidad técnica.	32
2.1 Introducción	32
2.2 Descripción del producto	32
2.3 Tamaño y localización del proyecto	33
2.3.1 Tamaño del proyecto	33
2.3.2 Localización del proyecto	35
2.4 Capacidad de la instalación	36
2.5 Requerimientos e insumos	36
2.6 Métodos de crianza	37
2.6.1 Crianza en libertad completa	37
2.6.2 Crianza en semi-libertad	38
2.6.3 Crianza en cautividad completa	38

2.7	Producción de pavos	39
	Primera etapa: etapa inicial	39
	Segunda etapa: etapa de maduración	40
2.8	Salud y nutrición	41
	2.8.1 Salud	41
	2.8.2 Nutrición	41
2.9	Adecuación de las instalaciones	42
2.10	Tratamiento de desechos	43
2.11	Comercialización y distribución	43
2.12	Conclusión	44
Capítulo 3.	Estimación de la rentabilidad financiera	45
3.1	Introducción	45
3.2	Inversión	45
3.3	Costos de producción	46
	3.3.1 Materia prima	48
	3.3.2 Mano de obra	51
	3.3.3 Costos indirectos de producción	53
	3.3.4 Costo total de producción	55
3.4	Ingresos	55
3.5	Estado de resultados	56
3.6	Punto de equilibrio	58
3.7	Capital de trabajo	61
3.8	Tasa de descuento	62
3.9	Flujos de Efectivo del proyecto	63
3.10	Valor Actual Neto, VAN y Tasa Interna de Retorno, TIR	66
	3.10.1 Valor Actual Neto, VAN	66
	3.10.2 Tasa interna de retorno, TIR	66
	3.10.3 Resultados VAN y TIR	66
3.11	Conclusión	67
	Conclusiones	68
	Recomendaciones	69
	Referencias	70
	Anexos	72

Índice de ilustraciones y cuadros

Tabla 1: Resultados edad.	8
Tabla 2: Resultados nivel de instrucción.	9
Tabla 3: Resultados ocupación.	9
Tabla 4: Resultados estado civil.....	10
Tabla 5: Resultados pregunta 1.	10
Tabla 6: Resultados pregunta 2.	11
Tabla 7: Respuestas pregunta 3.....	12
Tabla 8: Resultados pregunta 4.	13
Tabla 9: Resultados pregunta 6 otros.	15
Tabla 10: Resultados pregunta 9.	16
Tabla 11: Resultados pregunta 11.	18
Tabla 12: Resultados pregunta 15.	20
Tabla 13: Inversión del proyecto en Naranjal y Santa Isabel.....	46
Tabla 14: Costos de materia prima para 1.200 pavos.	47
Tabla 15: Costo en mano de obra.....	47
Tabla 16: Costos indirectos de producción.	47
Tabla 17: Costos de producción.....	48
Tabla 18: Costo del balanceado para 1.200 pavos en un mes.....	49
Tabla 19: Costo de suplementos alimenticios para 1.200 pavos.....	49
Tabla 20: Propuesta de 'Las Tres Marías' Granja Avícola.	50
Tabla 21: Precio por los pavos recién nacidos en Naranjal.	50
Tabla 22: Precio por los pavos recién nacidos en Santa Isabel.....	51
Tabla 23: Costo Total de Materia Prima para 1.200 pavos, anual.	51
Tabla 24: Rol de pagos para un empleado.	52
Tabla 25: Costo anual de cuatro empleados.....	52
Tabla 26: Costo de sanidad.	53
Tabla 27: Costos Indirectos, primer año del proyecto.	54
Tabla 28: Ingresos por año de acuerdo a las unidades producidas.	55
Tabla 29: Gastos administrativos y de ventas para el proyecto.	56
Tabla 30: Estado de resultados del proyecto en Naranjal.	57
Tabla 31: Estado de resultados del proyecto en Santa Isabel.....	58
Tabla 32: Costos variables por la crianza de un pavo en Naranjal y Santa Isabel.	59
Tabla 33: Costos fijos del proyecto en Naranjal y Santa Isabel.....	59
Tabla 34: Capital de trabajo.	62
Tabla 35: Diferentes maneras de financiar el proyecto.....	62
Tabla 36: Pronóstico de la inflación.....	63
Tabla 37: Producción del proyecto en cinco años.....	64
Tabla 38: Flujo de efectivo Naranjal.....	65
Tabla 39: Flujo de efectivo, Santa Isabel.	65
Tabla 40: Resultados del VAN y TIR en Naranjal y Santa Isabel.	67
Tabla 41: Resultados género.	76
Tabla 42: Resultado edad.	77
Tabla 43: Resultado nivel de instrucción.	77
Tabla 44: Resultado Ocupación.	78
Tabla 45: Resultado Estado civil.	78
Tabla 46: Resultado de pregunta 1.	79
Tabla 47: Resultado pregunta 2.....	80

Tabla 48: Resultado pregunta 3.....	81
Tabla 49: Resultado pregunta 4.....	82
Tabla 50: Resultado pregunta 5.....	82
Tabla 51: Respuesta pregunta 6.	83
Tabla 52: Respuesta pregunta 7.	83
Tabla 53: Respuesta pregunta 8.	84
Tabla 54: Resultado pregunta 9.....	85
Tabla 55: Respuesta pregunta 10.	86

Ilustración 1: Resultados del género.	8
Ilustración 2: Resultados pregunta 5.	14
Ilustración 3: Resultados pregunta 6.	14
Ilustración 4: Resultado pregunta 7.....	15
Ilustración 5: Resultados pregunta 8.	16
Ilustración 6: Resultados pregunta 10.	17
Ilustración 7: Resultados pregunta 12.	18
Ilustración 8: Resultados pregunta 13.	19
Ilustración 9: Resultados pregunta 15.	21
Ilustración 10: Gusto por el pavo según las edades.	22
Ilustración 11: Gusto por la carne de res, por edades.	23
Ilustración 12: Gusto por la carne de chanco, por edades.....	23
Ilustración 13: Gusto por la carne de pollo, por edades.	24
Ilustración 14: Gusto por la carne de pescado, por edades.	25
Ilustración 15: Gusto por la carne de pavo, por edades.	25
Ilustración 16: Frecuencia de compra a \$3,50.	26
Ilustración 17: Frecuencia de compra a \$3,00.	27
Ilustración 18: Frecuencia de compra a \$2,75.	27
Ilustración 19: Frecuencia de compra a \$2,00.	28
Ilustración 20: Frecuencia de compra a \$2,00.	29
Ilustración 21: Edades de clientes potenciales.....	30
Ilustración 22: Pareja de pavos meleágridos.....	32
Ilustración 23: Presentación pavo entero marca Mr. Pavo.....	33
Ilustración 24: Ejemplo de una nave para la crianza de pavos.	34
Ilustración 25: Ejemplo de crianza al aire libre.	34
Ilustración 26: Distancia entre Naranjal y Cuenca.....	35
Ilustración 27: Distancia entre Cuenca y el valle de Santa Isabel.....	36
Ilustración 28: Punto de equilibrio en Naranjal.	60
Ilustración 29: Punto de equilibrio en Santa Isabel.....	61

Índice de anexos

Anexo 1: Encuesta piloto.....	72
Anexo 2: Informe de la encuesta piloto.....	76
Anexo 3: Encuesta final.....	87
Anexo 4: Proforma pavos bebés de la granja avícola ‘Las Tres Marías’.....	90

Resumen

El consumo de carne de pavo es estacional en los últimos meses del año, por lo que se considera a este un mercado poco explotado. El objetivo de esta investigación es crear una empresa de crianza de pavos para comercializar su carne, en la ciudad de Cuenca e introducirla como una opción para consumo diario, ofreciéndola por libras con un precio accesible.

Además, como en el país no existen proveedores, se propone producir tanto los pavos en pie de cría como los insumos necesarios para la crianza, y alimentación.

Palabras Clave: Empresa productora, estacionaria, materia prima.



Econ. Luis Bernardo Tonon Ordóñez

**FACULTAD CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
ESCUELA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Estudiante:

Steven Abel Valencia Ochoa

Correo:

svalencia@es.uazuay.edu.ec

Celular:

0983101099

Códigos:

76713

ABSTRACT

The consumption of turkey meat is seasonal on the last months of the year. This is why this is considered a little exploded market. The objective of this investigation was to create a turkey breeding company to introduce the meat as an option for daily consumption by the pound and at affordable prices in Cuenca. Additionally, because there are no providers of this product in the country, this study proposed to produce the animals for farming, in addition to the necessary resources for their breeding and feeding.

Key words: production company, seasonal, raw material.



Luis Bernardo Tonón Ordóñez
Thesis Director



Steven Abel Valencia Ochoa
Author



Translated by,



Ana Isabel Andrade

Introducción

En el Ecuador, el consumo de carne de pavo se concentra en los meses de noviembre y diciembre, por las fechas de navidad y fin de año por lo que se considera a este, un mercado poco explotado. El motivo de la investigación es lograr introducir a la carne de pavo, como una opción diaria para el consumidor de carne, con la creación de una empresa especializada en la crianza de pavos y comercializar su carne en la ciudad de Cuenca.

El primer capítulo se refiere al estudio de mercado realizado, conociendo el comportamiento del mercado actual y de los clientes potenciales; en el segundo capítulo se habla sobre el estudio técnico detallando los materiales e insumos necesarios, métodos de crianza, factores indispensables, localización del proyecto, etc. necesarios para la crianza de pavos; en cuanto al tercer capítulo, se muestra el estudio financiero, detallando los costos, gastos, ingresos, proyectados para lograr establecer la factibilidad del proyecto, utilizando herramientas indispensables como el VAN y la TIR.

Capítulo 1. Estudio de mercado.

1.1 Introducción

El capítulo se enfoca en el estudio de mercado, partiendo desde un problema y enfocándose en los objetivos del estudio, se logra obtener información del mercado de cárnicos en la ciudad de Cuenca, con una población meta de 98.902 hogares, se obtiene una muestra de 383 encuestas con un 95% de nivel de confianza y un margen de error del 5%. Se obtiene la descripción de los posibles consumidores, un precio el cual entraría al mercado siendo aceptado y una frecuencia de consumo.

1.2 Definición de estudio de mercado.

Un estudio de mercado es una herramienta que debe dar respuesta a tres temas, “el volumen de ventas esperado, el comportamiento de las ventas durante el horizonte de evaluación del proyecto y el precio que los consumidores estarían dispuestos a pagar por el producto o servicio.” (Moreno Castro, 2016, pág. 106).

1.3 Definición del problema.

En la ciudad de Cuenca el consumo de carne de pavo se da en las épocas de navidad y fin de año.

1.4 Objetivos del estudio de mercado.

- Identificar el comportamiento de los consumidores de carne de pavo en la ciudad de Cuenca.
- Conocer el número de personas que consumen o podrían consumir el producto.
- Enlistar la competencia potencial y su grado de posición en el mercado.

- Identificar el nivel de aceptación de una nueva empresa productora de carne de pavo.

1.5 Desarrollo del enfoque del problema

Las épocas en las que se consume carne de pavo, por tradición en nuestro país, son navidad y fin de año en los meses de diciembre y enero, esto debido a que en el Ecuador, la ley establece que las empresas deben pagar a sus empleados el décimo tercer sueldo en estas fechas, el cual es un sueldo adicional para sus trabajadores, por lo cual las familias ecuatorianas obtienen un ingreso extra en este mes y pueden adquirir este producto; por otro lado, algunas empresas tienen la costumbre de dar una canasta navideña a sus empleados que contiene diferentes ítems incluyendo un pavo completo, lo cual hace que más familias puedan disfrutar de una cena navideña con el tradicional pavo en sus mesas. El producto sustituto más influyente y el cual es preferido por las personas es la carne de pollo, este es adquirido regularmente y es vendido en cualquier lugar, ya sea entero o por presas.

Producir carne de pavo y venderla a un precio accesible, igual o un poco mayor que su principal competencia, logrará que este producto entre a ser parte de las opciones para consumo habitual y ya no solo en los meses finales del año; por lo que se plantean las siguientes preguntas:

- ¿Se podrá introducir una nueva empresa de producción de carne de pavo para consumo en el mercado cárnico cuencano?
- ¿Tendrá una buena aceptación entre los consumidores?
- ¿Será sostenible en el tiempo?

Hipótesis 1: El ajustar el precio de la carne de pavo, haciéndola más asequible para las personas en la ciudad de Cuenca, logrará un aumento en el consumo de este producto.

1.6 Formulación del diseño de investigación

La investigación descriptiva es el tipo de investigación que se utilizará para conseguir toda la información que se requiera, Naresh nos explica: “el principal objetivo de la investigación descriptiva es describir algo, por lo regular las características o funciones del mercado” (Naresh K., 2008, pág. 80).

1.6.1 Información necesaria

La producción nacional de pavo ha aumentado un 4,3% en el año 2017, lo cual equivale a 60.000 unidades, con respecto al año anterior que tuvo una producción de 1'390.000 unidades. La concentración de la oferta está en seis empresas mientras que la mayor demanda de esta carne de ave está concentrada en la época de navidad y fin de año (aviNews, 2017). Esas empresas son: Pronaca, Grupo Oro, Profasa, Avícola Fernández, Liris y Agropecuaria Yaruqui.

Los pavos son vendidos a diferentes edades y de acuerdo a su edad, varía su tamaño y peso; el de mayor tamaño ofertado se encuentra entre los 12 a 16 kilos a un precio de \$50,00 a \$60,00 dólares por unidad. Para poder compararlo con su principal competencia, el pollo, se debe conocer el valor en libras; por lo que se encuentra alrededor de \$3,00 dólares mientras que la libra de pollo se vende a un valor de \$1,30 dólares.

En el Ecuador, la industria avícola se fundamenta en la producción de carne de pollo y en la producción de huevo de corral representando apenas, el 12% de la producción pecuaria del país (Engormix, 1999-2018); en cuanto a la comercialización de carne de pavo para consumo se limita únicamente en una fecha en específico, navidad, en el mes de diciembre, mientras que en los once meses restantes del año, esta carne no está dentro de las opciones del consumidor ecuatoriano.

1.6.2 Técnicas para la obtención de datos cuantitativos

Existen varias técnicas de encuestas, la que se utilizará es la encuesta personal.

1.6.3 Diseño de cuestionario

Se elaboró un cuestionario para la encuesta piloto (anexo 1) realizado en septiembre del año 2018 y se aplicó a diez personas teniendo en cuenta los objetivos de la investigación. Sus resultados se encuentran en el anexo 2 a partir de ellos se modificaron y perfeccionaron las preguntas para la realización de la encuesta final (anexo 3).

Una encuesta es un documento con preguntas clave realizado para la recolección de información que se efectúa de manera simple, comprensible y no debe tomar más tiempo que quince minutos por persona para ser llenado. Las preguntas deben estar alineados a los objetivos de la investigación y se debe evitar el sesgo.

A continuación se presentan las modificaciones realizadas:

- Edad: Se decidió modificar esta pregunta utilizando rango de edades para facilidad de entendimiento.
- Nivel de instrucción: Para esta pregunta, se aumentó la respuesta “otros”.
- Encargado de comprar o ayuda en las compras para el hogar: Por motivos de mejor comprensión para el encuestado se decidió modificar esta pregunta eliminando la segunda parte, de tal manera que si la respuesta es negativa se finaliza la encuesta.
- Consumo de carne en el hogar: Esta pregunta fue modificada, simplificando la respuesta en dos opciones, una afirmativa y otra negativa, dando por terminada la encuesta en caso de una respuesta negativa.

- Tipo de carne que consume de acuerdo a la preferencia: Por motivos de un mejor entendimiento de la pregunta, se decidió dividirla en dos preguntas diferentes, la primera sobre el consumo de carne en los hogares y la segunda sobre la preferencia personal sobre las carnes, para de esta manera lograr eliminar la confusión y mejorar el resultado sobre el consumo y gustos por la carne.
- Han consumido carne de pavo en los hogares: Para esta pregunta se aumentó, en la respuesta negativa, el especificar las razones por las cuales no se ha consumido carne de pavo.
- ¿Cada qué tiempo consume?: Esta pregunta fue modificada en la estructura del enunciado.
- Empresas productoras de pavo que conocen: Se modificó esta pregunta dividiéndola en cuatro preguntas, las cuales dos de ellas preguntan el conocimiento sobre empresas productoras y comercializadoras de pavos con respuestas afirmativas y negativas, en caso de ser esta último su respuesta, las siguientes no necesitan ser respondidas; en cuanto a las últimas dos preguntas son para conocer las empresas tanto comercializadoras como productoras de pavo que conocen.

1.6.4 Proceso de muestreo y tamaño de la muestra

Como Naresh indica “La muestra es un subgrupo de la población, que se selecciona para participar en el estudio” (Naresh K., 2008, pág. 80), esta muestra debe tener todas las características de la población meta y puede ser elegida usando distintas técnicas de muestreo.

Población meta: Hogares de la zona urbana de la ciudad de Cuenca. Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), para el año 2018 se estima que la población se encuentra alrededor de las 395.609 personas, haciendo un promedio de cuatro personas por hogar, el total de la población meta estará alrededor de 98.902 hogares.

Marco de muestreo:

- Zona urbana de la ciudad de Cuenca.
- Compren carne para consumo.

Técnica de muestreo: Muestreo probabilístico, es decir, se seleccionará la muestra al azar a partir de la población. De entre ellos, será el muestreo aleatorio simple.

Fórmula de la muestra: La fórmula para el cálculo de la muestra es:

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N - 1)) + k^2 * p * q}$$

Donde:

- n: Tamaño de la muestra.
- N: Tamaño de la población.
- k: Nivel de confianza.
- p: Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado.
- q: Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado = 1-p.
- e: Margen de error.

Como no se conoce el porcentaje de la población con el atributo y sin el atributo, se asume un 50% para p y 50% para q.

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 395.609}{(0,05^2 * (395.609 - 1)) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 383$$

Tamaño de la muestra: El tamaño de la muestra, calculado con un 95% de nivel de confianza y un 5% de margen de error, se encuentra en las 383 encuestas.

Proceso de muestreo: Se realizaron las encuestas en la ciudad de Cuenca: en hogares, trabajos y varios lugares concurridos como el centro de la ciudad, entre otros. Se optó por visitar diferentes parques de la ciudad como el parque Calderón, ya que sus ubicaciones son adecuadas y existe un alto tráfico de personas de todas partes de la ciudad, por lo que se consideraron un buen lugar para encontrar personas que formen parte de la población y dispuestas a colaborar. Las encuestas se realizaron entre octubre hasta diciembre.

1.7 Elaboración del informe

Aproximadamente desde la segunda semana de octubre, hasta la primera semana de noviembre del 2018, se realizaron 383 encuestas en la ciudad de Cuenca; en promedio cada persona se demoró alrededor de 3 minutos y se encuestaron en diferentes lugares de la ciudad, como parques, oficinas, lugares de trabajo, casas, etc. obteniendo los siguientes resultados:

Género: El 64,75% son mujeres y el 35,25% son hombres; como se observa en la ilustración 1.

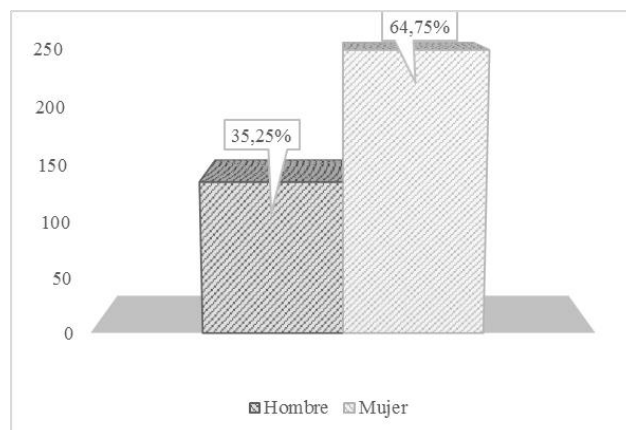


Ilustración 1: Resultados del género.

Fuente: Encuesta final.

Elaborado por: Valencia, Steven.

Edad: El 20,37% de personas están comprendidas entre los 20 a 29 años, el 35,77% entre los 30 a 39 años, el 24,54% entre los 40 a 49 años, el 12,53% entre los 50 a 59 años, el 4,70% entre los 60 a 69 años y el 2,09% entre 70 años en adelante. Como se puede ver en la tabla 1, el 81% de los encuestados tienen hasta 49 años.

Edad		
	N°	%
20-29 años	78	20,37%
30-39 años	137	35,77%
40-49 años	94	24,54%
50-59 años	48	12,53%
60-69 años	18	4,70%
70 en adelante	8	2,09%
Total	383	100,00%

Tabla 1: Resultados edad.

Fuente: Encuesta final.

Elaborado por: Valencia, Steven.

Nivel de instrucción: El 5,48% tiene instrucción primaria, el 26,37% secundaria, el 61,62% superior, el 4,70% postgrado y el 1,83% cuentan con otro nivel de instrucción. Se observa en la tabla 2.

Nivel de instrucción		
	N°	%
Primaria	21	5.48%
Secundaria	101	26.37%
Superior	236	61.62%
Postgrado	18	4.70%
Otros	7	1.83%
Total	383	100.00%

Tabla 2: Resultados nivel de instrucción.

Fuente: Encuesta final.

Elaborado por: Valencia, Steven.

Ocupación: el 8,36% son estudiantes, el 7,83% son empleados públicos, el 68,93% son empleados privados, el 12,53% trabajan por cuenta propia, el 2,35% se encuentran jubilados y no hubo respuesta de otras ocupaciones. En la tabla 3 podemos observar que el 81% son empleados privados o trabajan por cuenta propia.

Ocupación		
	N°	%
Estudiante	32	8.36%
Empleado Público	30	7.83%
Empleado Privado	264	68.93%
Cuenta Propia	48	12.53%
Jubilado	9	2.35%
Otro	0	0.00%
Total	383	100.00%

Tabla 3: Resultados ocupación.

Fuente: Encuesta final.

Elaborado por: Valencia, Steven.

Estado civil: El cual se resume en la tabla 4, es: el 30,03% son solteros, el 54,83% están casados, el 12,79% están divorciados, el 1,83% son viudos y el 0,52% tienen otro estado civil.

Estado Civil		
	N°	%
Soltero/a	115	30,03%
Casado/a	210	54,83%
Divorciado/a	49	12,79%
Viudo/a	7	1,83%
Otro	2	0,52%
Total	383	100,00%

Tabla 4: Resultados estado civil.

Fuente: Encuesta final.

Elaborado por: Valencia, Steven.

El 100% de los encuestados ayudan o hacen las compras en su hogar como se puede observar en la tabla 5.

1.- Ayuda en las compras del hogar		
	N°	%
Si	383	100,00%
No	0	0,00%
Total	383	100,00%

Tabla 5: Resultados pregunta 1.

Fuente: Encuesta final.

Elaborado por: Valencia, Steven.

En cuanto a quienes consumen carne dentro de los hogares, así su consumo no sea en exceso o consuman muy poco a la semana, se observa que en todos los hogares se consume carne. Esto se muestra en la tabla 6.

2.- ¿Consumen carne en su hogar?		
	N°	%
Si	383	100,00%
No	0	0,00%
Total	383	100,00%

Tabla 6: Resultados pregunta 2.

Fuente: Encuesta final.

Elaborado por: Valencia, Steven.

Los resultados sobre el consumo de carnes:

- ✓ Pollo, el 82,25% contestaron que es la carne que más consumen, el 8,36% consumen en segundo lugar, el 2,87% prefiere consumirlo en tercer lugar, el 3,13% consumen en cuarto lugar y el 3,39% como la carne que menos consumen.
- ✓ Res, el 7,31% contestaron que es la carne que más consumen, el 51,96% consumen en segundo lugar, el 20,89% prefieren consumirla en tercer lugar, el 16,71% lo consumen como cuarto lugar y el 3,13% como la carne que menos consumen.
- ✓ Chanco, el 3,39% contestaron que es la carne que más consumen, el 15,93% consumen en segundo lugar, el 36,81% prefieren consumirla en tercer lugar, el 35,25% consumen en cuarto lugar y el 8,62% como la carne que menos consumen.
- ✓ Pavo, el 1,83% contestaron que es la carne que más consumen, el 3,66% consumen en segundo lugar, el 7,83% prefieren consumirla en tercer lugar, el 8,36% consumen en cuarto lugar y el 78,33% como la carne que menos consumen.
- ✓ Pescado, el 5,48% contestaron que es la carne que más consumen, el 21,41% consumen en segundo lugar, el 30,81% prefieren consumirlo en tercer lugar, el 35,77% consumen en cuarto lugar y el 6,53% como la carne que menos consumen.

Esto se puede apreciar en la tabla 7.

Consumo de Pollo		
	Nº	%
Primera en ser consumida	315	82,25%
Segunda en ser consumida	32	8,36%
Tercera en ser consumida	11	2,87%
Cuarta en ser consumida	12	3,13%
Última en ser consumida	13	3,39%
Total	383	100,00%

Consumo de Pavo		
	Nº	%
Primera en ser consumida	7	1,83%
Segunda en ser consumida	14	3,66%
Tercera en ser consumida	30	7,83%
Cuarta en ser consumida	32	8,36%
Última en ser consumida	300	78,33%
Total	383	100,00%

Consumo de Res		
	Nº	%
Primera en ser consumida	28	7,31%
Segunda en ser consumida	199	51,96%
Tercera en ser consumida	80	20,89%
Cuarta en ser consumida	64	16,71%
Última en ser consumida	12	3,13%
Total	383	100,00%

Consumo de Pescado		
	Nº	%
Primera en ser consumida	21	5,48%
Segunda en ser consumida	82	21,41%
Tercera en ser consumida	118	30,81%
Cuarta en ser consumida	137	35,77%
Última en ser consumida	25	6,53%
Total	383	100,00%

Consumo de Chanco		
	Nº	%
Primera en ser consumida	13	3,39%
Segunda en ser consumida	61	15,93%
Tercera en ser consumida	141	36,81%
Cuarta en ser consumida	135	35,25%
Última en ser consumida	33	8,62%
Total	383	100,00%

Tabla 7: Respuestas pregunta 3.

Fuente: Encuesta final.

Elaborado por: Valencia, Steven.

Al hacer referencia al gusto por la carne, los resultados se encuentran en la tabla 8, se puede concluir que:

- ✓ Res, el 12,53% contestó que es la carne que más prefiere, el 25,59% que es la segunda que prefiere, el 27,94% que es la tercera que prefiere, el 19,84% que es la cuarta que prefiere y el 14,10% que es la carne que menos prefiere.
- ✓ Chanco, el 14,62% contestó que es la carne que más prefiere, el 15,40% que es la segunda que prefiere, el 24,28% que es la tercera que prefiere, el 23,24% que es la cuarta que prefiere y el 22,45% que es la carne que menos prefiere.
- ✓ Pollo, el 54,83% contestó que es la carne que más prefiere, el 23,76% que es la segunda que prefiere, el 14,10% que es la tercera que prefiere, el 4,70% que es la cuarta que prefiere y el 2,61% que es la carne que menos prefiere.

- ✓ Pavo, el 5,74% contestó que es la carne que más prefiere, el 7,05% que es la segunda que prefiere, el 15,67% que es la tercera que prefiere, el 28,46% que es la cuarta que prefiere y el 43,08% que es la carne que menos prefiere.
- ✓ Pescado, el 12,27% contestó que es la carne que más prefiere, el 28,20% que es la segunda que prefiere, el 18,02% que es la tercera que prefiere, el 23,76% que es la cuarta que prefiere y el 17,75% que es la carne que menos prefiere.

Gusto por la Res		
	N°	%
Primera en gusto	48	12,53%
Segunda en gusto	98	25,59%
Tercera en gusto	107	27,94%
Cuarta en gusto	76	19,84%
Última en gusto	54	14,10%
Total	383	100,00%

Gusto por el Pavo		
	N°	%
Primera en gusto	22	5,74%
Segunda en gusto	27	7,05%
Tercera en gusto	60	15,67%
Cuarta en gusto	109	28,46%
Última en gusto	165	43,08%
Total	383	100,00%

Gusto por el Chancho		
	N°	%
Primera en gusto	56	14,62%
Segunda en gusto	59	15,40%
Tercera en gusto	93	24,28%
Cuarta en gusto	89	23,24%
Última en gusto	86	22,45%
Total	383	100,00%

Gusto por el Pescado		
	N°	%
Primera en gusto	47	12,27%
Segunda en gusto	108	28,20%
Tercera en gusto	69	18,02%
Cuarta en gusto	91	23,76%
Última en gusto	68	17,75%
Total	383	100,00%

Gusto por el Pollo		
	N°	%
Primera en gusto	210	54,83%
Segunda en gusto	91	23,76%
Tercera en gusto	54	14,10%
Cuarta en gusto	18	4,70%
Última en gusto	10	2,61%
Total	383	100,00%

Tabla 8: Resultados pregunta 4.

Fuente: Encuesta final.

Elaborado por: Valencia, Steven.

En la pregunta sobre el consumo de pavo, como se observa en la ilustración 2, el 98,43% si han consumido pavo, mientras que el 1,57% no.

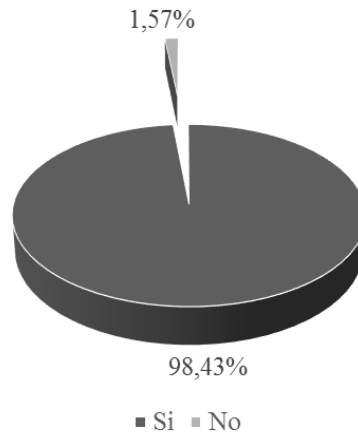


Ilustración 2: Resultados pregunta 5.

Fuente: Encuesta final.

Elaborado por: Valencia, Steven.

Las ocasiones que consumieron pavo, tal y como se muestra en la ilustración 3, el 81,20% consumió pavo en navidad; el 14,88% en ocasiones familiares especiales; el 2,35% en otras ocasiones y el 1,57% no respondieron porque son las personas que no han consumido pavo. De las otras ocasiones que se consumió pavo, que se resumen en la tabla 9, de las 9 personas que respondieron como otros, el 66,67% respondió que consume ocasionalmente, el 22,22% que consumió en la época de carnaval y el 11,11% que consume constantemente.

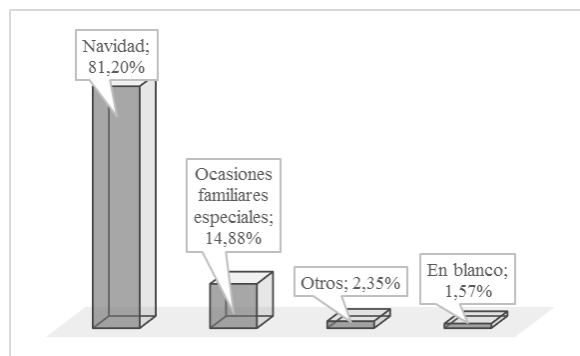


Ilustración 3: Resultados pregunta 6.

Fuente: Encuesta final.

Elaborado por: Valencia, Steven.

Otras ocasiones que consumió pavo		
	N°	%
Carnaval	2	22,22%
Ocasionalmente	6	66,67%
Total	8	100,00%

Tabla 9: Resultados pregunta 6 otros.

Fuente: Encuesta final.

Elaborado por: Valencia, Steven.

En cuanto a la frecuencia de consumo de pavo, el 1,04% lo hace cada semana; el 2,61%, cada mes; el 12,79%, cada tres meses; el 81,98%, una vez al año y el 1,57% no responden, que son las personas que no han consumido pavo. Esto se muestra en la ilustración 4.

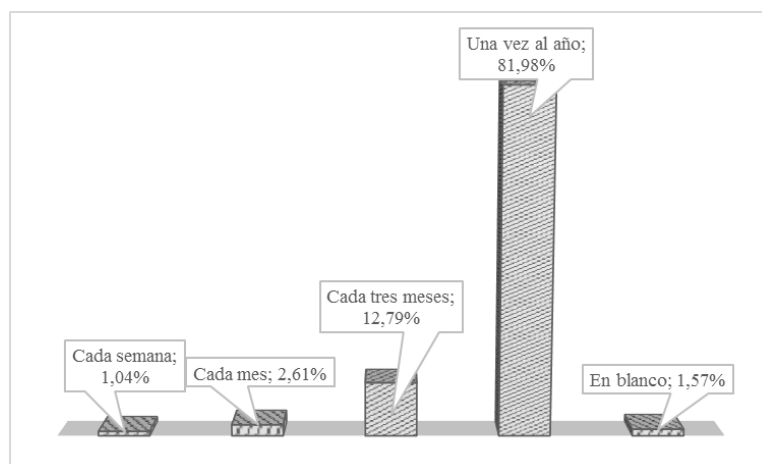


Ilustración 4: Resultado pregunta 7.

Fuente: Encuesta final.

Elaborado por: Valencia, Steven.

En cuanto al conocimiento de empresas productoras de pavos, el 38,90% si conocen empresas, mientras que el 61,10% desconocen empresas que produzcan pavo. Se puede ver en la ilustración 5.

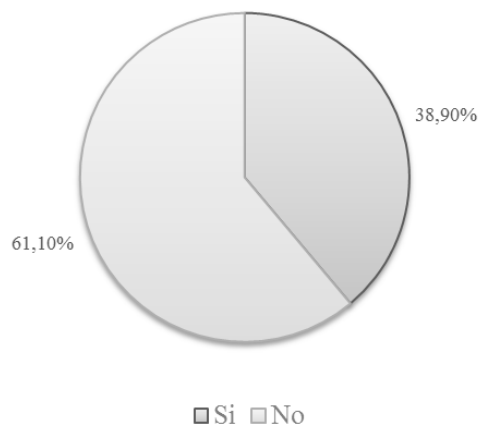


Ilustración 5: Resultados pregunta 8.

Fuente: Encuesta final.

Elaborado por: Valencia, Steven.

De las 149 personas que conocen empresas productoras de pavos, el 90,60% conoce a Pronaca con su marca 'Mr Pavo', el 6,04% a Profasa, el 2,01% Avícola del Austro, y; el 1,34% ubicó a Piggis, como se observa en la tabla 9.

Empresas productoras de pavo que conocen		
	N°	%
Pronaca	135	90,60%
Profasa	9	6,04%
Avícola del Austro	3	2,01%
Piggis	2	1,34%
Total	149	100,00%

Tabla 10: Resultados pregunta 9.

Fuente: Encuesta final.

Elaborado por: Valencia, Steven.

En cuanto al conocimiento de empresas comercializadoras de pavo, el 51,44% conocen este tipo de empresas, mientras que el 48,56% desconocen empresas que comercialicen pavo. Ilustración 6.

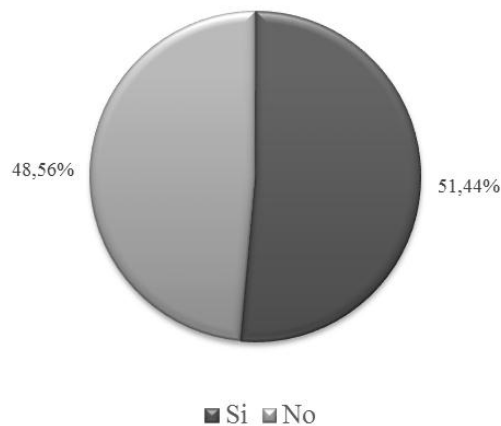


Ilustración 6: Resultados pregunta 10.

Fuente: Encuesta final.

Elaborado por: Valencia, Steven.

De las 197 personas que conocen empresas comercializadoras, el 36,55% conocen a Italiana, el 34,52% a Pronaca, el 15,23% a Supermaxi, el 5,58% a Coralcentro, el 2,54% a Piggis, el 1,52% a Akí, el 1,52% a La Europea, el 1,02% a Megamaxi, el 1,02% a Profasa, y; el 0,51% a los Frailes, como se puede observar en la tabla 11.

Empresas comercializadoras de pavo que conocen		
	N°	%
Italiana	72	36,55%
Pronaca	68	34,52%
Supermaxi	30	15,23%
Coralcentro	11	5,58%
Piggis	5	2,54%
Aki	3	1,52%
La Europea	3	1,52%
Megamaxi	2	1,02%
Profasa	2	1,02%
Los Frailes	1	0,51%
Total	197	100,00%

Tabla 11: Resultados pregunta 11.

Fuente: Encuesta final

Elaborado por: Valencia, Steven

Hablando del gusto por el pavo, como se observa en la ilustración 7, al 83,81% les gusta y al 16,19% no.

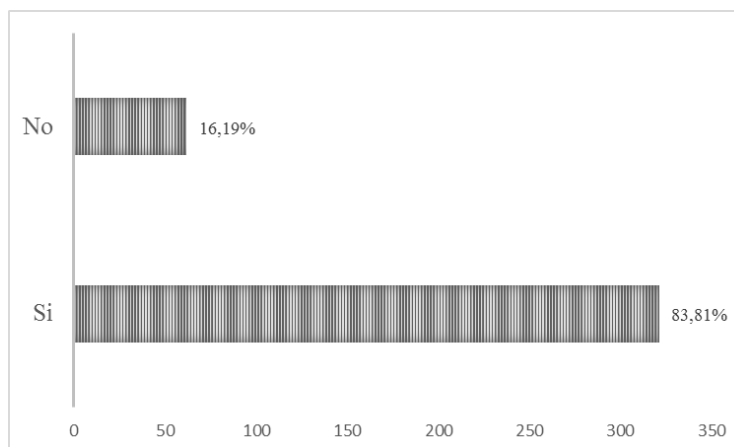


Ilustración 7: Resultados pregunta 12.

Fuente: Encuesta final.

Elaborado por: Valencia, Steven.

De las 321 personas que respondieron que les gusta el pavo, quienes lo comprarían a menor precio respondieron: el 44,24% muy probablemente, el 26,79% probablemente, el 13,40% tal vez lo comprarían, el 14,02% poco probable y el 1,56% nada probable. Como se muestra en la ilustración 8, alrededor del 70% de personas que consumen carne, comprarían pavo a un precio más competitivo.

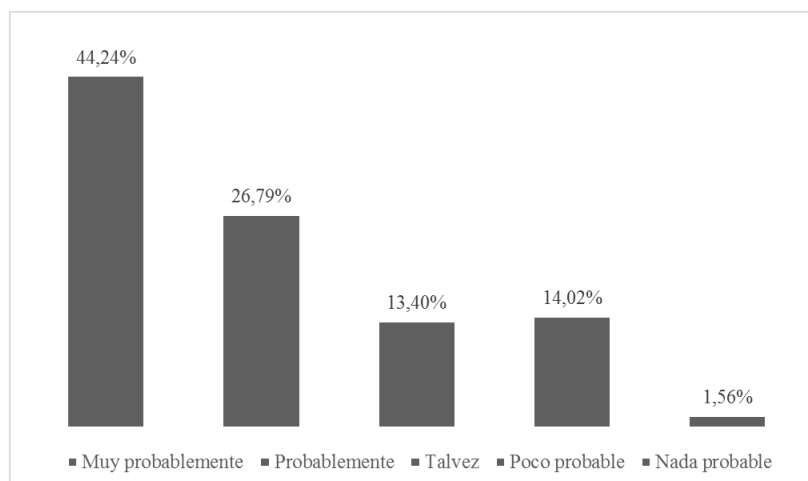


Ilustración 8: Resultados pregunta 13.

Fuente: Encuesta final.

Elaborado por: Valencia, Steven.

De las 321 personas que contestaron que si les gusta el pavo, tenemos:

- ✓ Si el precio por libra de pavo estaría a \$3,50: el 4,98% muy probablemente lo compraría, el 31,46% probablemente lo compraría y el 63,55% nada probable que lo compre.
- ✓ Si el precio por libra de pavo estaría a \$3,00: el 12,54% muy probablemente lo compraría, el 50,78% probablemente lo compraría y el 36,76% nada probable que lo compre.
- ✓ Si el precio por libra de pavo estaría a \$2,75: el 28,04% muy probablemente lo compraría, el 52,96% probablemente lo compraría y el 19,00% nada probable que lo compraría.

- ✓ Si el precio por libra de pavo estaría a \$2,50: el 59,19% muy probablemente lo compraría, el 28,97% probablemente lo compraría y el 11,84% nada probable que lo compre.
- ✓ Si el precio por libra de pavo estaría a \$2,00: el 76,01% muy probablemente lo compraría, el 20,25% probablemente lo compraría y el 3,74% nada probable que lo compre.

Lo cual nos da un rango de aceptación entre los \$2,75 a \$2,00 por libra para la compra de carne de pavo, como se observa en la tabla 12.

Probabilidad de compra a los precios							
		N°	%			N°	%
a \$3.50	Muy probable	16	4,98%	a \$3.00	Muy probable	40	12,54%
	Probablemente	101	31,46%		Probablemente	163	50,78%
	Nada probable	204	63,55%		Nada probable	118	36,76%
	Total	321	100,00%		Total	321	100,00%
a \$2.75	Muy probable	90	28,04%	a \$2.50	Muy probable	190	59,19%
	Probablemente	170	52,96%		Probablemente	93	28,97%
	Nada probable	61	19,00%		Nada probable	38	11,84%
	Total	321	100,00%		Total	321	100,00%
a \$2.00	Muy probable	244	76,01%				
	Probablemente	65	20,25%				
	Nada probable	12	3,74%				
	Total	321	100,00%				

Tabla 12: Resultados pregunta 15.

Fuente: Encuesta final.

Elaborado por: Valencia, Steven.

De las 321 personas que les gusta el pavo, el 38,01% compraría pavo cada semana, el 38,63% lo compraría cada mes, el 12,15% cada tres meses y el 11,21% se mantendría comprando una vez al año (ilustración 9). Dando un posible consumo de pavo más seguido que el actual.

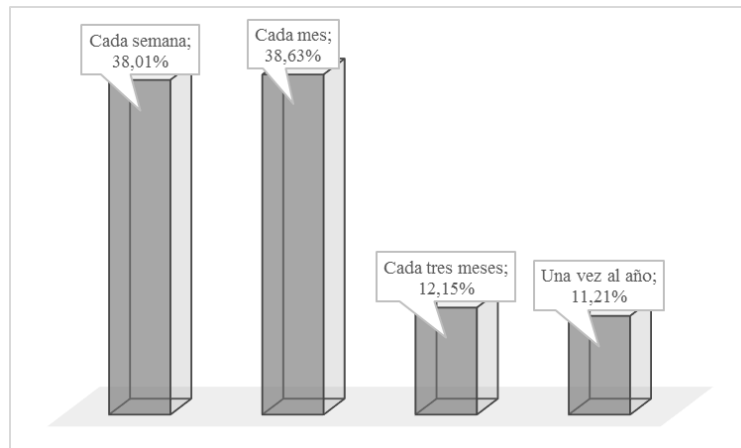


Ilustración 9: Resultados pregunta 15.

Fuente: Encuesta final.

Elaborado por: Valencia, Steven.

A continuación se realiza un cruce de variables para obtener mayor profundización y comprensión de los datos.

Con respecto al total de los encuestados de las personas entre los 20 a 29 años de edad el 18,02% les gusta el pavo mientras que el 2,35% no. Entre 30 a 39 años el 31,33% les gusta el pavo y el 4,44% no les gusta. En cuanto a las personas entre 40 a 49 años el 19,58% les gusta y el 4,96% no. Entre 50 a 59 años el 9,14% les gusta el pavo mientras que el 3,39% no. Los encuestados entre 60 a 69 años el 4,18% les gusta y el 0,52% no. Finalmente las personas de 70 años o más el 1,57% les gusta y el 0,52% no. Datos que se observan en la ilustración 10.

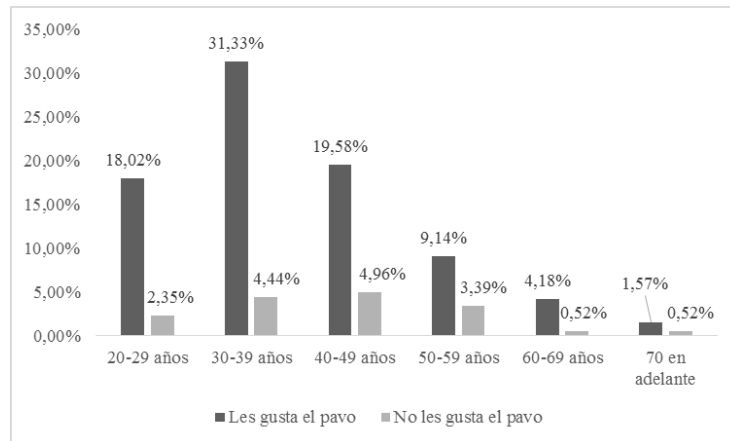


Ilustración 10: Gusto por el pavo según las edades.

Fuente: Encuesta final.

Elaborado por: Valencia, Steven.

Al comparar por edades, se puede analizar la preferencia por las carnes, de acuerdo a cada grupo de edad, concluyendo que:

Con respecto al gusto por la carne de res: el 27,94% de los encuestados la prefieren como la tercera opción, siendo este el valor más alto en cuanto a gusto por esta carne. Las personas entre los 20 a 39 años de edad la consideran como la tercera carne que más les gusta. Las personas entre 40 a 59 años la consideran como la segunda carne que más les gusta. Las personas entre 60 a 69 años la consideran como la carne que menos les gusta. Las personas de 70 en adelante, la considera como la carne que más les gusta. Esto se muestra por medio de la ilustración 11.

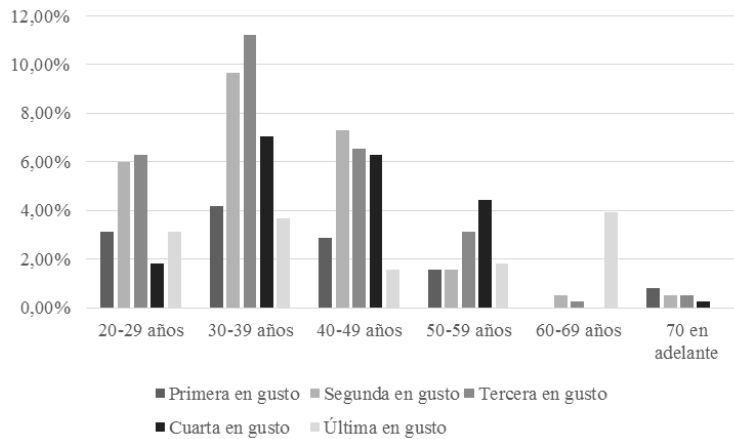


Ilustración 11: Gusto por la carne de res, por edades.

Fuente: Encuesta final.

Elaborado por: Valencia, Steven.

Con respecto al gusto por la carne de chanco: el 23,23% de los encuestados la prefieren como la tercera opción, siendo este el valor más alto en cuanto a gusto por esta carne. Las personas entre los 20 a 39 años de edad la consideran como la cuarta carne que más les gusta. Las personas entre 40 a 59 años la consideran como la carne que menos les gusta. Las personas entre 60 a 69 años la consideran como la segunda carne que más les gusta. Las personas de 70 en adelante, la considera como la carne que más les gusta. Esto se observa mediante la ilustración 12.

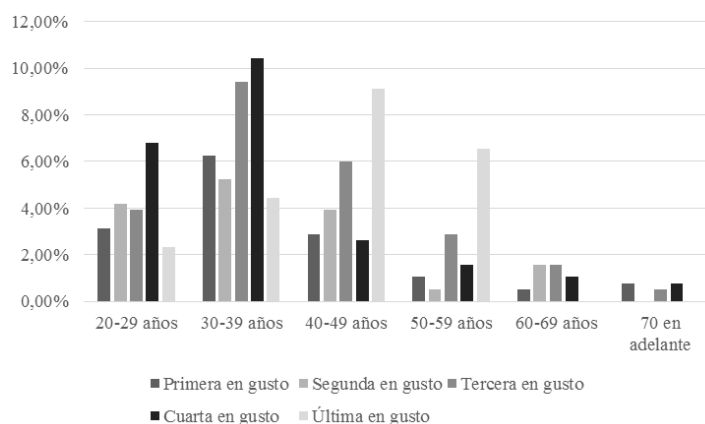


Ilustración 12: Gusto por la carne de chanco, por edades.

Fuente: Encuesta final.

Elaborado por: Valencia, Steven.

Con respecto al gusto por la carne de pollo: el 54,83% de los encuestados la prefieren como la primera opción, siendo este el valor más alto en cuanto a gusto por esta carne. Las personas entre los 20 a 69 años de edad la consideran como la carne que más les gusta. Las personas de 70 en adelante, la considera como la segunda carne que más les gusta. Siendo la carne más consumida por todos los grupos de edades, esto se muestra en la ilustración 13.

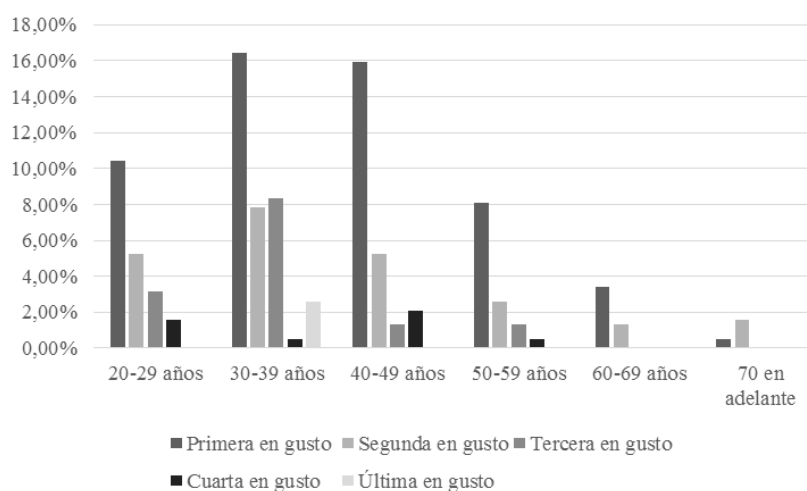


Ilustración 13: Gusto por la carne de pollo, por edades.

Fuente: Encuesta final.

Elaborado por: Valencia, Steven.

Con respecto al gusto por la carne de pescado: el 28,20% de los encuestados la prefieren como la segunda opción, siendo este el valor más alto en cuanto a gusto por esta carne. Las personas entre los 20 a 29 años de edad la consideran como la carne que menos les gusta. Las personas entre los 30 a 59 años de edad la consideran como la segunda carne que más les gusta. Las personas de los 60 en adelante, la considera como la tercera carne que más les gusta. Siendo la segunda carne preferida por los consumidores, se muestra en la ilustración 14.

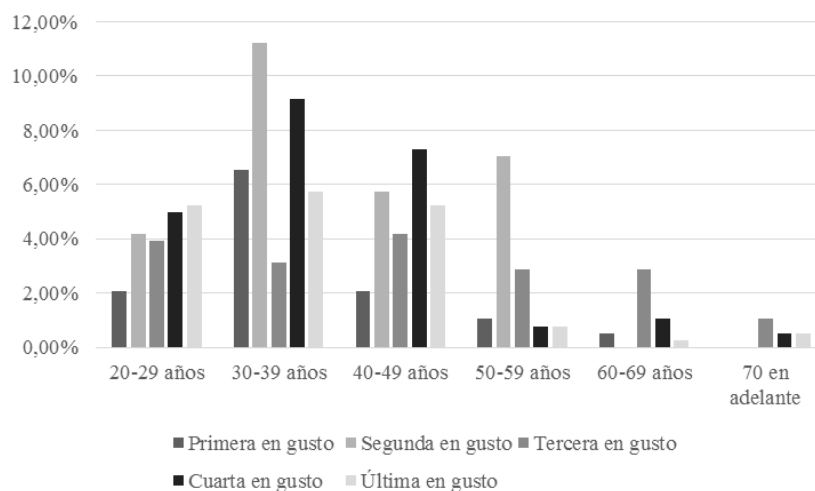


Ilustración 14: Gusto por la carne de pescado, por edades.

Fuente: Encuesta final.

Elaborado por: Valencia, Steven.

Con respecto al gusto por la carne de pavo: el 43,08% de los encuestados la prefieren como última opción, siendo este el valor más alto en cuanto gusto por esta carne. Las personas entre los 20 a 49 años de edad la consideran como la carne que menos les gusta. Las personas entre 50 a 69 años la consideran como la cuarta carne que más les gusta. Las personas de 70 en adelante, la considera como la carne que menos les gusta. Esto se muestra por medio de la ilustración 15.

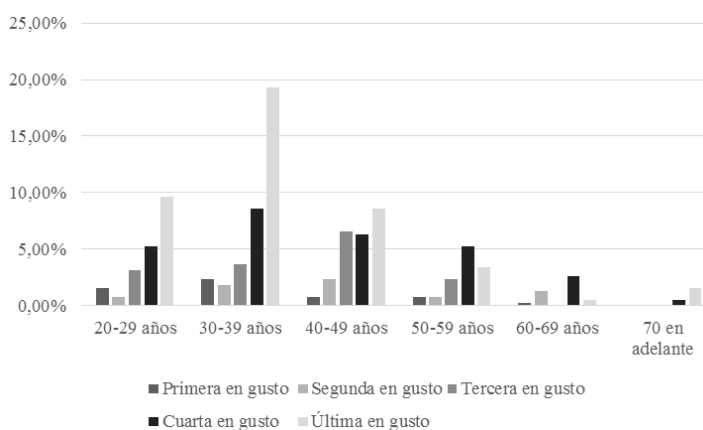


Ilustración 15: Gusto por la carne de pavo, por edades.

Fuente: Encuesta final.

Elaborado por: Valencia, Steven.

De acuerdo a diferentes valores preguntados, se observó que:

A un precio de \$3,50 por libra de pavo, el 63,55% de las personas respondieron que es nada probable que lo compren; sin embargo quienes muy probablemente y probablemente lo comprarían equivalen al 36,45%. De estos lo harían cada semana muy probablemente el 3,74% y el 16,20% probablemente. Respondieron que comprarían muy probablemente cada mes el 1,25% y el 11,53% probablemente en el mismo periodo. Se muestra en la ilustración 16.

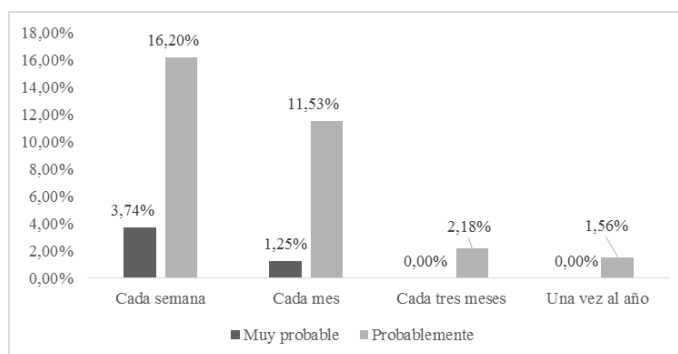


Ilustración 16: Frecuencia de compra a \$3,50.

Fuente: Encuesta final.

Elaborado por: Valencia, Steven.

A un precio de \$3,00 por libra de pavo, el 50,78% de las personas respondieron que es probable que lo compren, de estos el 21,50% lo harían cada semana y el 21,81% cada mes. El 12,46% de las personas respondieron que muy probablemente lo compren, de estos el 7,71% lo harían cada semana y el 3,74% cada mes. Esto se puede observar en la ilustración 17.

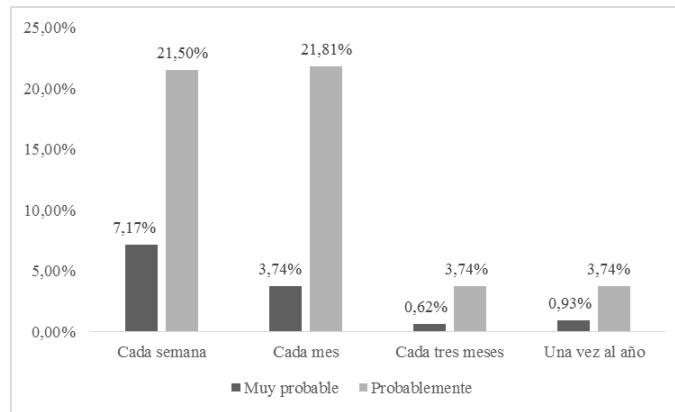


Ilustración 17: Frecuencia de compra a \$3,00.

Fuente: Encuesta final.

Elaborado por: Valencia, Steven.

A un precio de \$2,75 por libra de pavo, el 28,04% muy probablemente lo compren y el 52,96% probablemente. De estos el 12,46% muy probablemente lo adquieran semanalmente y el 23,99% probablemente lo hagan, el 11,21% muy probablemente lo compren mensualmente y el 20,56% probablemente lo harían, el 1,87% es muy probable que compren cada tres meses y el 5,92% probablemente lo harían, el 2,49% es muy probable que lo compren una vez al año y el 2,49% probablemente lo harían. Se observa en la ilustración 18.

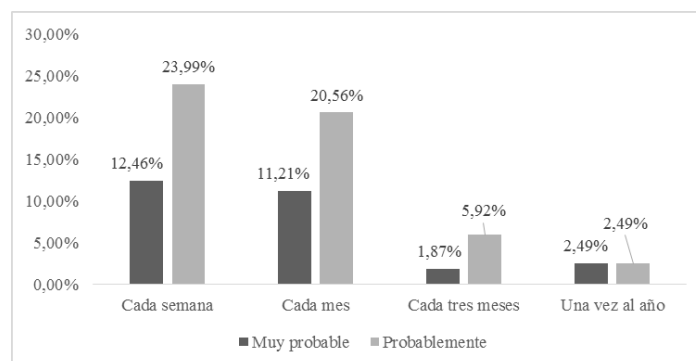


Ilustración 18: Frecuencia de compra a \$2,75.

Fuente: Encuesta final.

Elaborado por: Valencia, Steven.

A un precio de \$2,50 por libra de pavo, el 59,19% muy probablemente lo compren y el 28,97% probablemente. De los cuales el 28,35% es muy probable que lo compren semanalmente y el 9,66% probablemente lo hagan, el 22,12% muy probablemente lo compren mensualmente y el 12,77% probablemente lo harían, el 5,30% es muy probable que compren cada tres meses y el 4,36% probablemente lo harían, el 3,43% es muy probable que lo compren una vez al año y el 2,18% probablemente lo harían. Se puede observar en la ilustración 19.

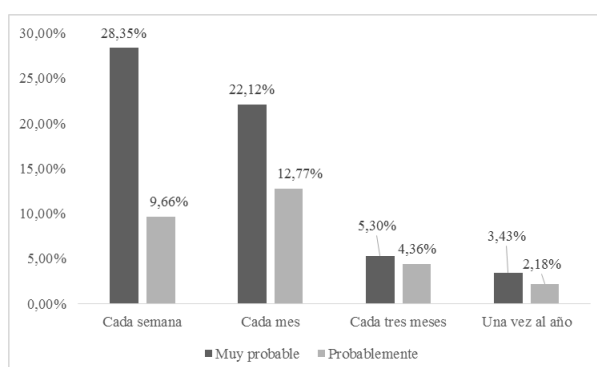


Ilustración 19: Frecuencia de compra a \$2,00.

Fuente: Encuesta final.

Elaborado por: Valencia, Steven.

A un precio de \$2,00 por libra de pavo, el 76,01% muy probablemente lo compren y el 20,25% probablemente. De los cuales el 33,64% es muy probable que lo compren semanalmente y el 4,36% probablemente lo hagan, el 31,15% muy probablemente lo compren mensualmente y el 6,85% probablemente lo harían, el 6,85% es muy probable que compren cada tres meses y el 5,30% probablemente lo harían, el 4,36% es muy probable que lo compren una vez al año y el 3,74% probablemente lo harían. Se muestra en la ilustración 20.

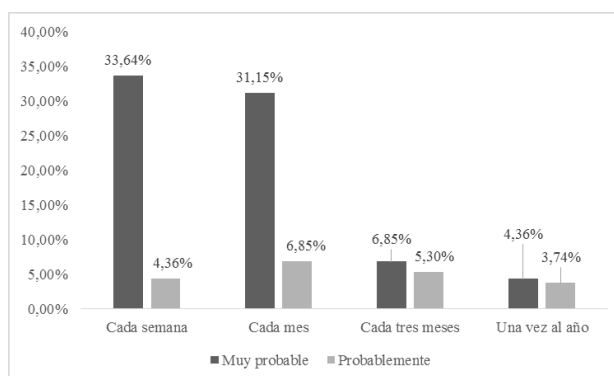


Ilustración 20: Frecuencia de compra a \$2,00.

Fuente: Encuesta final.

Elaborado por: Valencia, Steven.

De acuerdo con la investigación realizada, la carne de pavo es consumida en muy pocas ocasiones en comparación con otros tipos de carnes, esto se debe tanto a la costumbre de comerlo solo navidad y fin de año, o/y por su precio.

En la encuesta se concluye que el 1,04% de la población corresponde a un posible consumo semanal de pavo; el 2,61% lo consumen mensualmente. El 12,79% de la población, lo consumen cada tres meses y el 1,57% no han consumido pavo. Por lo tanto 324.320 personas consumen pavo cada año existiendo un mercado que se puede aprovechar.

Siendo influenciados por la costumbre, del total de la población, las personas que consumen más las otras carnes que se ofrecen diariamente en el mercado también gustan más de ellas que la carne de pavo, quedando la misma en un quinto lugar de cinco en relación a consumo y gusto por las carnes. Aun así el 83,81% de los encuestados gustan del pavo lo que representa a 331.569 clientes potenciales de los cuales 71.272 se encuentran en el rango de 20 a 29 años de edad, 123.951 personas se encuentran entre los 30 a 39 años, 77.469 personas, están entre los 40 a 49 años, 36.152 personas se encuentran en el rango de 50 a 59 años, 16.527 personas tienen entre 60 a

69 años y finalmente 6.198 personas tienen 70 años o más. Como se observa en la ilustración 21.

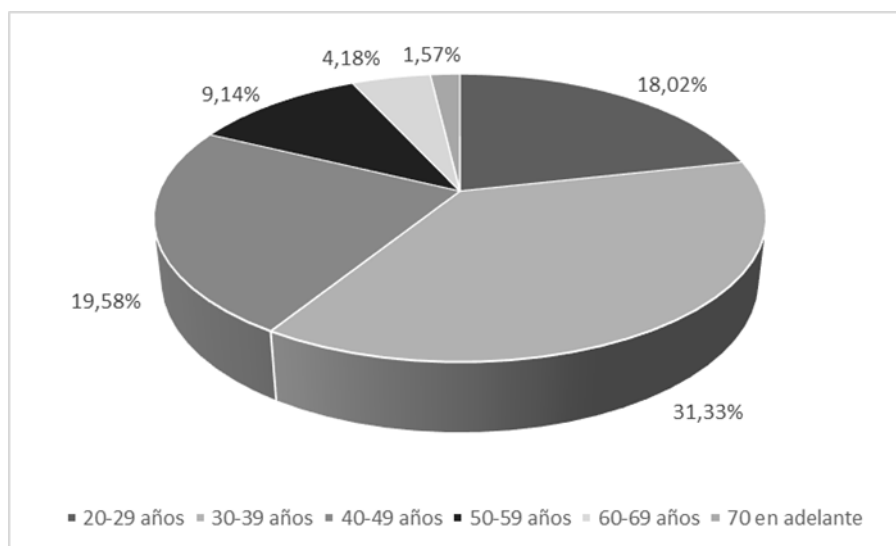


Ilustración 21: Edades de clientes potenciales

Fuente: Encuesta final.

Elaborado por: Valencia, Steven

La tradición de comer pavo por fin de año es una fuerte costumbre del comportamiento de este mercado y su precio actual es más elevado que el de su principal competidor, la carne de pollo. En base a los resultados del estudio de mercado se estima que alrededor de 175.017 personas comprarían sin duda alguna esta carne, mientras que 53.012 personas, dudarían al momento de su decisión de compra y 61.636 no comprarían o pensarían varias veces al comprarlo. Al estimar un precio para la venta, ofreciendo el pavo por libras y a diferentes precios, se observa que: a partir de los \$2,75 por libra alrededor de 94.897 personas lo comprarían semanalmente y 81.340 personas lo harían mensual. Si se consigue ofrecer la libra de pavo a un precio entre los \$2,00 a \$2,75 las personas estarían dispuestas a comprarlo con mayor frecuencia que en la actualidad.

1.8 Conclusión

El mercado de cárnicos tiene una gran variedad de productos, entre ellos el que más se consume es el pollo; en cuanto al mercado de pavo, es un mercado que no ha sido explotado correctamente por parte de las empresas productoras, ya que existe la costumbre de comerlo sólo en las épocas de navidad y fin de año. Los clientes potenciales se encuentran entre los 20 y 30 años de edad y se pueden utilizar estrategias de ventas como ofertar la carne de pavo por libras y a un precio entre los \$2,00 a \$3,00.

Capítulo 2. Factibilidad técnica.

2.1 Introducción

El análisis de la factibilidad técnica del proyecto, es de vital importancia para destacar los implementos necesarios, la adecuación del lugar y las actividades requeridas para la elaboración de la crianza de pavos en condiciones óptimas; además, el detallar estos conceptos logrará la estimación de los costos para la elaboración, sea mucho más certera y contemple todos los detalles que se necesiten. En cuanto a la localización del proyecto, se proponen dos opciones, que serán analizadas y escogidas a profundidad conforme al costo de implementar el proyecto en dichos lugares.

2.2 Descripción del producto

Los pavos provienen de la familia de los Meleágridos (Cantaro, Sánchez, & Sepúlveda, 2010). Son aves de gran tamaño alrededor de los 10 kg de peso, con pliegues en la cabeza y cuello, gran cantidad de carne y su plumaje generalmente es de color negro o cobrizo. La diferencia entre los distintos especímenes es su color de plumaje, esto puede variar dependiendo del clima en el que son criados, por ello se asume que solo hay una raza de pavos (Valarezo Ulloa, 2015).



Ilustración 22: Pareja de pavos meleágridos.

Fuente: www.pixnio.com

El producto final es en dos presentaciones: La primera presentación es el pavo entero, desplumado y empaquetado (similar a como ofrece la competencia). La segunda presentación (y la que se pretende enfocar los esfuerzos para su comercialización es el pavo empaquetado por libras, pueden ser una, tres o cinco libras.



Ilustración 23: Presentación pavo entero marca Mr. Pavo.

Fuente: Pronaca

2.3 Tamaño y localización del proyecto

2.3.1 Tamaño del proyecto

Para el tamaño del proyecto se debe tener en cuenta que para la crianza de aves de engorde, en este caso el pavo, existen normas que obligan al criador a disponer de dos espacios: un espacio cerrado y un espacio al aire libre (RPesPer, 2005, pág. 6).

El primero es una nave diseñada para la crianza de pavos, generalmente su forma es rectangular; con recubrimiento térmico, por lo que se debe cerrar el techo teniendo en cuenta la pérdida de temperatura por este lugar; su fondo debe ser cerrado, con sus laterales abiertos con cortinas como protección de factores ambientales como el viento o la lluvia, así como de la intrusión de animales no deseados, si el clima del lugar donde se encuentra la nave es frío, se puede optar por cerrar los laterales de la nave

(Cordal, 2014, pág. 49); su tamaño varía dependiendo del lugar donde será implementado, la cantidad de aves que se plantee criar y la cantidad de dinero que se invertirá; por lo general una de estas naves de crianzas tiene forma rectangular con las siguientes medidas: entre 10 a 16 metros de ancho; entre 2,5 a 3,5 metros de alto y una longitud que varía de acuerdo al número de especies que se tenga planteado criar; se permiten diez pavos, de 21 kg de peso máximo, por cada metro cuadrado.

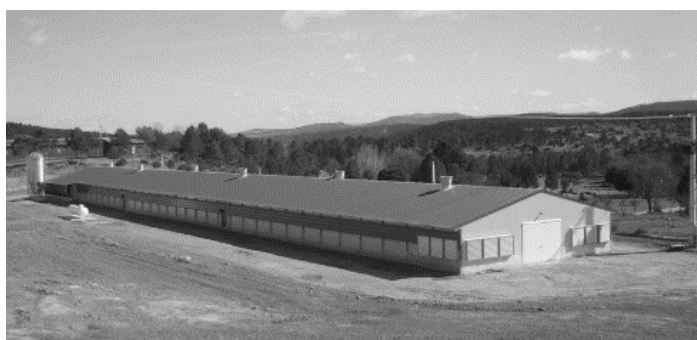


Ilustración 24: Ejemplo de una nave para la crianza de pavos.

Fuente: Avicultura.com.

El segundo espacio debe ser zonas abiertas con recubrimientos de vegetación, en su mayor parte, permitiendo la ejercitación de estas aves; por lo que se requiere 10 m² por cada pavo.



Ilustración 25: Ejemplo de crianza al aire libre.

Fuente: Seleccionesavicolas.com

2.3.2 Localización del proyecto

En cuanto a la localización del proyecto, se tiene dos opciones:

- Naranjal: El cantón de Guayas cuenta con una extensión de 26,3 km², con una población de 4.324 habitantes y su densidad es de 164 habitantes por km²; se localiza a 140 km de distancia de Cuenca, a unas 2 horas con 19 minutos aproximadamente. Tiene temporada de lluvias y temporada seca; su temperatura en el transcurso del año varía entre los 22 °C a 32 °C, en raras ocasiones la temperatura baja a menos de 20 °C o aumenta a más de 33 °C (Climate-Data.org, 2018). La ventaja más importante es el costo del terreno y su desventaja es que se encuentra a una distancia mayor a Cuenca.



Ilustración 26: Distancia entre Naranjal y Cuenca.

Fuente: Google maps.

- Santa Isabel: es parte del Azuay y se encuentra ubicado a 67,5 km de distancia de la ciudad de Cuenca a 1 hora 10 minutos aproximadamente; su temperatura anual oscila los 14,8 °C (Climate-Data.org, 2018). La ventaja más representativa es la distancia a la ciudad y su desventaja más imponente es el costo del terreno.



Ilustración 27: Distancia entre Cuenca y el valle de Santa Isabel.

Fuente: Google maps.

2.4 Capacidad de la instalación

Para poder especificar la capacidad de la planta, se requiere plantearse la cantidad de pavos con las que se desee comenzar la crianza y producción, para el proyecto se plantea llegar a criar 1.200 pavos, por lo tanto se debe disponer de una nave de: 120 metros de largo, 16 metros de ancho y 3 metros de alto. En cuanto al área verde para el ejercicio de los pavos se debería utilizar 10.000 m², como ya se mencionó cada pavo requiere de 10 m² para su correcto ejercicio; se plantea la disposición de una hectárea, que equivalen a 10.000 m² (RPesPer, 2005, pág. 6).

2.5 Requerimientos e insumos

A continuación, se detallan los requerimientos e insumos necesarios para la crianza de 1.200 pavos, en caso de que se desee aumentar la producción, estos insumos deben aumentar.

- ✓ **Nutrición:** Es necesario que los pavos se alimenten de la mejor manera, para evitar enfermedades y obtener un peso adecuado; teniendo en cuenta y balanceando todos los nutrientes necesarios para su buen desarrollo (Cantaro, Sánchez, & Sepúlveda, 2010, pág. 15).

- ✓ Agua: Es un recurso fundamental, utilizado por los pavos para la digestión, asimilación, excreción y lubricación de sus diferentes tejidos, músculos e incluso articulaciones (Cordal, 2014, pág. 55).
- ✓ Salubridad: Es importante tener en cuenta la salud de los pavos y tenerlo bajo control, mejorar su calidad de vida y evitar una muerte antes de tiempo de uno o varios de ellos (Cordal, 2014, pág. 56).
- ✓ Recursos varios: Algunos recursos necesarios, mas no influyentes en el proceso productivo como tal, son (Cordal, 2014, pág. 57).
 - ✓ Luz.
 - ✓ Materiales de oficina.
 - ✓ Empaque y embalaje.
 - ✓ Etiquetas.
 - ✓ Equipos como dispensadores de comida y agua.
 - ✓ Herramientas como guantes.

2.6 Métodos de crianza

Para comenzar la crianza de pavos, se empieza por obtener las crías o, como lo llaman en este mercado ‘pavos de pie de cría’ que tienen cuatro semanas ya que, el criar pavos de consumo y pavos de cría conllevan distintos procesos, los productores suelen dedicarse a uno de ellos. En este apartado se indicarán las diferentes metodologías para una correcta crianza, también llamado engorde de pavos, para la comercialización de su carne. Existen tres métodos diferentes de criarlos, la implementación de un método dependerá del número que se vaya a criar, la cantidad de espacio que se disponga y la adecuación de las instalaciones; estos son: crianza en libertad completa, semi-libertad y cautiverio completo (Valarezo Ulloa, 2015, pág. 13).

2.6.1 Crianza en libertad completa

La crianza en libertad completa, conlleva un gran esfuerzo, un gran espacio y es recomendable criar una pequeña cantidad de pavos, por ello no es útil al querer realizar una producción notablemente grande o a mayor escala. Por ello no se profundiza.

2.6.2 Crianza en semi-libertad

La crianza en semi-libertad, como su nombre lo indica, es el criar pavos con intervalos de tiempo a campo abierto y dentro de corrales. Para poder aplicar este método de crianza se debe tener en cuenta la forma en que se obtuvo los polluelos, si fue mediante incubación o si se consiguen pavos en las primeras semanas.

En el primer caso, si las instalaciones cuentan con un sistema de incubación, se continúa la crianza mediante dos formas: si el huevo fue incubado de manera natural, se puede optar por dejar a la madre con sus polluelos hasta determinada edad, en una cámara de crianza grande donde se encuentren bien alimentados y protegidos de las variaciones climáticas, para luego de un tiempo separarlos a otra cámara para terminar su crianza o en seguida separarlos de la madre en la misma cámara de crianza, donde estarán sus primeros dos meses de vida, teniendo cuidados más severos en esos meses y posteriormente pasarlos a otra cámara para terminar su crianza. Si el huevo fue incubado de forma artificial, sus cuidados serán iguales que en el caso anterior, llevarlos a una cámara de crianza adaptada para criarlos en buenas condiciones y finalizar su crianza en otra cámara adecuada a su edad.

2.6.3 Crianza en cautividad completa

La crianza en cautividad completa, se la puede realizar de dos maneras, teniendo tres cámaras separadas y adaptadas para cada edad del pavo. En cuanto a las tres cámaras, dos de ellas deben estar implementadas con calefacción a diferentes temperaturas dependiendo de la cámara, estas serán destinadas para los pavos de uno y dos meses de vida, siendo la cámara uno la que tenga mayor temperatura y alrededor de unos 39°C; en cuanto a la última cámara, esta será destinada para los pavos que tengan más de tres meses de vida y no debe contar con calefacción ya que a esta edad los pavos deben contar con plumaje suficiente para cubrirse del cambio de temperatura. Esta

manera de crianza, puede ser utilizada en ocasiones que no se cuente o disponga de una gran extensión de tierras para la crianza.

La diferencia entre los pavos criados en semi-libertad con los criados en cautiverio, es su carne, los pavos criados en cautiverio completo cuentan con su carne más fina y tierna que los otros pavos criados en campo que tienen su carne más gruesa.

Se debe saber que para su correcta crianza estas aves no deben estar en contacto con otras aves de corral, así se puede prever de mejor manera el contagio de enfermedades, de la misma manera no se podrá tener contacto con los pavos si se tuvo contacto con otras especies, sin tener una correcta limpieza previa.

2.7 Producción de pavos

La producción de pavos se maneja por etapas o periodos que están determinados por la edad de los mismos. La primera etapa se considera a los pavos recién nacidos hasta una edad de cuarenta o cincuenta días, es la etapa en la que se debe tener mayor cuidado de los animales por su condición más débil y sin muchas defensas. En cuanto a la segunda etapa comprende entre los cincuenta y sesenta días y se extiende hasta el momento del sacrificio para su venta, esta es la etapa de maduración de los pavos.

Primera etapa: etapa inicial

Como se mencionó previamente, se debe tener un mayor cuidado de los pavos en esta edad, ya que son más propensos a enfermedades o a morir, por ello el espacio o el corral en el cual se los criará debe desinfectarse, adecuarse y tener un buen mantenimiento para su correcto desarrollo.

Antes de la llegada de los polluelos se debe hacer una desinfección completa, se debe regular la temperatura para su llegada. El corral debe contar con un regulador de temperatura en el centro y una cerca pequeña a su alrededor, de 3 metros de alto y unos 50 a 60 centímetros de alto, logrando que todos los polluelos se encuentren cerca del calor. También deben estar cerca los bebedores y comederos para su buena nutrición, además de estar cerca de las camas de los polluelos para una adecuada temperatura por las noches.

La llegada de los pavos al corral debe ser por el día, cuando haya luz, para que se acostumbren al nuevo espacio en el que se encuentran y ubicar donde están los comederos, vigilando que todas las aves coman apropiadamente, incluso la primera noche debe ser monitoreada.

Este corral podrá ser ampliado, retirando la cerca, el momento en el que los pavos puedan saltarla, así se logra un mayor espacio y se debe acomodar la temperatura de acuerdo al espacio que se dispone.

Cuando tengan siete días, los pavos pueden ser separados por machos y hembras, ya que a partir de esa edad la morfología de los pavos se podrá diferenciar, siendo más preciso a las semanas once y doce; se recomienda la separación para evitar un estrés entre machos y así puedan crecer de mejor manera hasta llegar a su siguiente etapa (Cantaro, Sánchez, & Sepúlveda, 2010, pág. 13).

Segunda etapa: etapa de maduración

En el momento en que los pavos llegan a esta etapa, se debe tener un manejo apropiado, no es tan intenso como el anterior porque han pasado la etapa en la que eran más débiles y delicados. En esta etapa se les puede dar un espacio al aire libre teniendo en cuenta las consideraciones que se nombran en el apartado sobre las adecuaciones del lugar, en esta etapa se debe cuidar que los pavos estén con alimento y agua fresca a su

disposición; en cuanto a la altura de los comederos se deberá incrementar con relación al crecimiento de los pavos y poniendo mucha atención en el desperdicio de los alimentos.

En esta fase se comienza a registrar el peso individual de unas cuantas aves para así poder observar si el lote tiene un peso uniforme y encontrar pavos que no se encuentren comiendo bien, ya que un problema que se pueda presentar es la falta de apetito. Por otro lado, se debe controlar el consumo de agua (Cantaro, Sánchez, & Sepúlveda, 2010, pág. 14).

2.8 Salud y nutrición

2.8.1 Salud

Tener un cuidado especial en la salud de los pavos logrará una producción adecuada y que estos lleguen a un peso ideal para su comercialización. El carecer de un cuidado en condiciones para ellos, podría desencadenar enfermedades contagiosas e incluso eliminar por completo a la producción (Cordero, pág. 36).

2.8.2 Nutrición

Hay que tener en cuenta la nutrición de los pavos ya que una correcta alimentación hará que estos animales se críen con una buena salud y un peso ideal, por el contrario si no se mantiene controlada su nutrición, pueden terminar contrayendo enfermedades y transmitiéndolas al resto de pavos o incluso puede llevarlos a la muerte (Cantaro, Sánchez, & Sepúlveda, 2010, pág. 15).

Por ello se debe conocer la nutrición adecuada y donde conseguirla, para ello se conoce que los pavos, al igual que los pollos, comen balanceado con la diferencia de que el

balanceado de los pavos contiene un porcentaje más alto de todos los nutrientes, especialmente en lo que es proteínas, vitaminas y minerales.

Actualmente en el país conseguir un proveedor internacional no se encuentra en el mercado para comida especial de esta especie por lo que se puede optar por conseguirlo al obtener la materia prima necesaria para la elaboración de este alimento. En la primera opción, además de conseguir todos los materiales necesarios para su elaboración se debe conseguir la maquinaria adecuada y concentrarse en la cantidad que se va a producir, por una medida de tiempo, para ello se recomienda tener un espacio para sembrar las plantas que se vayan a necesitar. Por otro lado, el proveedor que sea elegido para comprar esta comida sería principalmente extranjero, y este también deberá cumplir con ciertas normas como satisfacer el contenido de nutrientes, proteínas, vitaminas, minerales, entre otros.

2.9 Adecuación de las instalaciones

Las instalaciones deben ser adecuadas para la crianza de los pavos, empezando por ser de fácil limpieza, por ello debe contar con superficies lisas y evitar rugosidades y grietas; se debe tener en cuenta el aislamiento térmico, poniendo principal atención al techo, ya que por este se perderá calor en un tiempo frío y aumentará la temperatura en épocas cálidas. En la página 36, en donde se habla de la capacidad de la instalación, se detalla las dimensiones de las naves, la forma y manera de protección; a eso se agrega el suelo, que puede ser de ladrillo o tierra aplanada con una capa de cemento (Cantaro, Sánchez, & Sepúlveda, 2010, pág. 10); la adecuación de un sistema eléctrico, ventilación y calefacción para la regulación de la temperatura de acuerdo a la época y el lugar en el que se encuentra y la circulación de aire fresco. Si se utilizan más de una nave, estas deben tener una separación aproximadamente del doble de su longitud, para prevenir transmisión de enfermedades entre ellos.

En cuanto al espacio abierto si se desea criarlos ya sea en libertad o semi-libertad, debe ser un terreno con pendiente, evitando que el agua se estanque y evitar la creación de

charcos y lodo; debe estar delimitado por alambrado, permitiendo el control de las aves y evitar la intrusión de otros animales. Sus bebederos y comederos se deben ubicar bajo los árboles protegidos del sol y lluvia, para de esta manera evitar que se dañe el alimento y el agua aumente su temperatura.

2.10 Tratamiento de desechos

Se debe tener en cuenta el tratamiento de desechos, pues estos pueden tener varios usos principalmente como fertilizante para la tierra o para el uso en la lombricultura, sin embargo los desechos de los animales tienen cierta cantidad de nitratos y otros elementos son contaminantes tanto para la atmósfera, por los gases emanados y el mal olor como para el suelo y agua. Por ello se plantea el uso de los desechos de los pavos para la creación de fertilizantes directamente para la agricultura el que se puede usar en un futuro para el cultivo del alimento para los mismos pavos, así como la implementación de la lombricultura que es una técnica que utiliza los desechos de las aves para la cría de lombrices que absorberán los nutrientes excesivos que desechan las aves, convirtiéndolo en su excremento que es mucho más factible para la absorción en las raíces de las plantas y se mantiene a pesar del agua de riego, haciéndolo una forma efectiva de aprovechar los desechos de los pavos (Portal del ingeniero ambiental, 2019).

2.11 Comercialización y distribución

La crianza de pavo puede tener diferentes giros de negocios, uno de ellos tiene relación con la preparación y comercialización de los alimentos. Como ya se mencionó en el apartado de nutrición, no existen proveedores directos de la alimentación como tal, por lo que empresas productoras de pavos elaboran su propio alimento.

Por otro lado, los pavos se pueden criar tanto para engorde, como para venderlos de pie de cría, alrededor de los primeros siete días de vida. En cuanto al pie de cría, en la actualidad los proveedores de las empresas productoras son extranjeros, es decir que

los polluelos son importados, en el Ecuador no existen empresas que se dediquen a la crianza y venta de pavos de pie de cría. El mercado de pavos más explotado en el país, es la cría de pavos para comercializar su carne, vendiendo la producción a empresas distribuidoras de cárnicos y embutidos o supermercados, así como la venta directa a empresas para la elaboración de canastas navideñas, siendo este último muy aprovechado.

La producción generada en este proyecto se comercializara en la ciudad de Cuenca a clientes como supermercados y delicatessen, restaurantes e incluso abordando una venta directa al consumidor final. Ofreciendo diversas presentaciones como la venta por presas y por libas, logrando que el mercado se expanda y los consumidores de carnes empiecen a dejar el paradigma de consumir pavo solo en épocas de navidad y fin de año.

2.12 Conclusión

Para elaborar el proyecto con la meta de crianza de 1.200 pavos por trimestre, se necesita tener en consideración el lugar por el clima y los cuidados mínimos necesarios para una buena crianza y producción de pavos. Si bien el lugar influye, si se encuentra en un lugar con una temperatura inadecuada para una crianza óptima, se puede optar por cerrar completamente la nave, a excepción de la parte delantera, y utilizar un regulador de temperatura. Se tiene dos propuestas para realizar el proyecto que son Naranjal y Santa Isabel, ambos lugares óptimos para la producción por tener una temperatura promedio idónea para la crianza y a una distancia aceptable de la ciudad de Cuenca. Existen varios métodos de crianza de pavos, el más atractivo para este proyecto es el método de crianza en cautiverio completo, porque es el método de crianza más factible a implementar por el número de pavos que se desea producir.

Capítulo 3. Estimación de la rentabilidad financiera

3.1 Introducción

Para estimar la rentabilidad se debe realizar un estudio financiero, que establece la estructura financiera, financiamiento y viabilidad. Para ello se puede utilizar varias herramientas como el VAN y TIR, para de esta manera analizar la factibilidad de la crianza de pavos tanto en Naranjal como en Santa Isabel para la comercialización de su carne. Es necesario obtener el cálculo de los costos directos e indirectos, así como los variables y los fijos. Los gastos administrativos, de ventas, deudas a terceros o con instituciones financieras y de depreciación, para ello se tiene en cuenta la depreciación de la nave.

3.2 Inversión

Se refiere a inversión al desembolso de dinero que se requiere para llevar a cabo un proyecto y mantenerlo en funcionamiento. La inversión de este proyecto se define de acuerdo a la localización del mismo, se debe tener en cuenta el valor de la obtención de permisos de funcionamiento tales como: la autorización sanitaria para construcción avícola, certificado de control oficial, inscripción en 'Agrocalidad', a nivel nacional y los permisos de funcionamiento en el municipio donde se planea la ubicación de la nave; se estimó el valor de \$500.00.

Se obtuvo el costo del terreno y la construcción de las instalaciones en las localizaciones posibles para el proyecto. Realizando una investigación en el mercado, en Naranjal el terreno de 10.000 m² se encuentra alrededor de los \$5.000,00; mientras que en Santa Isabel se encuentra aproximadamente en los \$140.000,00 con la misma extensión de terreno.

El costo por metro cuadrado de construcción, para ambos lugares, se encuentra en \$190,48, dando un total de \$304.768,00 más IVA para 1.600 m² que se necesitan para el proyecto; esto incluye: naves de crianza para pavos, oficinas administrativas,

servicio higiénico, sala de desinfección, bodegas de suministro de limpieza y parqueadero.

Para el almacenamiento del producto procesado, se requiere almacenarlo a una temperatura baja y para ello se cotizaron en el mercado cuartos fríos para su correcta preservación, dando un valor de \$12.000,00; aumentando el transporte a Naranjal y Santa Isabel, sería de \$12.200,00 y \$12.500,00 respectivamente. La tabla 13 muestra la inversión necesaria para cada inversión.

Inversión Inicial		
	Naranjal	Santa Isabel
Permisos de funcionamiento	500,00	500,00
Terrenos	5.000,00	140.000,00
Construcción de las instalaciones	304.768,00	304.768,00
Cuarto frío	12.200,00	12.500,00
Total	322.468,00	457.768,00

Tabla 13: Inversión del proyecto en Naranjal y Santa Isabel.

Elaboración: Valencia, Steven.

3.3 Costos de producción

Los costos de producción son todas las salidas de dinero necesarios para el giro del negocio, en este caso para la producción y comercialización de pavos. Estos costos se dividen en: materia prima, mano de obra y costos indirectos de producción. Tanto la materia prima, llamada materia prima directa, como la mano de obra, también llamada mano de obra directa, pueden dividirse directamente para cada unidad producida; mientras que los costos indirectos se los divide para toda la producción elaborada (Luna González, 2016, pág. 160), en cuanto los costos de transporte se observa una distinción por los distintos lugares que se plantea, Naranjal y Santa Isabel. Los costos de producción del proyecto son:

		Naranjal	Santa Isabel
Materia Prima	Cantidad	Costo Total	Costo Total
Alimentación (balanceado kg)	4.740	3.412,80	3.365,40
Suplementos (maíz kg)	560	720,00	720,00
Pavos recién nacidos	1.200	6.680,00	6.700,00
Costo Total		10.812,80	10.785,40

Tabla 14: Costos de materia prima para 1.200 pavos.

Elaboración: Valencia, Steven

Costo Mano de Obra		
	Mensual	Anual
Trabajador 1	394,00	5.516,00
Trabajador 2	394,00	5.516,00
Trabajador 3	394,00	5.516,00
Trabajador 4	394,00	5.516,00
TOTAL	1.576,00	22.064,00

Tabla 15: Costo en mano de obra.

Elaboración: Valencia, Steven

Costos Indirectos primer año				
	Naranjal		Santa Isabel	
Sanidad		4.000,00		4.000,00
Servicios básicos		4.600,00		4.600,00
Luz	2.000,00		2.000,00	
Agua	1.400,00		1.400,00	
Teléfono	600,00		600,00	
Internet	600,00		600,00	
Suministros de limpieza		780,00		780,00
Desinfectantes	240,00		240,00	
Baldes	40,00		40,00	
Escobas	100,00		100,00	
Trapeadores	100,00		100,00	
Trapos	100,00		100,00	
Guantes	200,00		200,00	
Transporte		800,00		600,00
Empaque y embalaje		640,00		640,00
Etiquetado		320,00		320,00
Costos Indirectos Total		11.140,00		10.940,00

Tabla 16: Costos indirectos de producción.

Elaboración: Valencia, Steven

Costos de Producción		
	Naranjal	Santa Isabel
Costos Directos	32.876,80	32.849,40
Materia Prima	10.812,80	10.785,40
Mano de Obra	22.064,00	22.064,00
Costos Indirectos	11.140,00	10.940,00
Total Costos	44.016,80	43.789,40

Tabla 17: Costos de producción.

Elaboración: Valencia, Steven.

3.3.1 Materia prima

La materia prima son todos aquellos insumos necesarios para la producción o para la actividad principal de la empresa, en este caso del proyecto. Los materiales necesarios para la producción son: alimentos y la adquisición de pavos recién nacidos. En cuanto a la alimentación, se la requiere a lo largo de todo el ciclo de vida productiva, sin embargo la cantidad del balanceado requerido puede depender del método de crianza, para este caso se utilizará la crianza en cautiverio completo, por lo que se alimentan con balanceado acompañado por un suplemento alimenticio durante las últimas semanas de crecimiento.

Se comprarán los pavos recién nacidos a la granja ‘Tres Marías’ se adjunta las proformas en el anexo 4.

Los cálculos presentados a continuación, son establecidos por todo el periodo de crianza de los pavos, tres meses; para un cálculo anual, se debe tener en consideración éste parámetro.

- **Alimentación**

La principal alimentación de los pavos es el balanceado, como se habla en el capítulo dos, salud y nutrición (pág. 41), este balanceado es el que se da a los pollos y se debe mezclar con otros nutrientes con mayor valor nutricional en proteínas, vitaminas, entre otros. El costo promedio por kilo de balanceado se encuentra en los \$0,70, a esto se suma el costo de transporte desde Cuenca donde se encuentran los proveedores que han entregado las diferentes proformas hacia los lugares propuestos dando un total de \$0,71 en Santa Isabel y \$0,72 en Naranjal. El costo del balanceado necesario para cada producción es de:

Balanceado para pavos por mes					
		Naranjal		Santa Isabel	
Edad (semanas)	Balanceado (kg)	\$/kg	Costo Balanceado	\$/kg	Costo Balanceado
0 a 4	140	0,72	100,80	0,71	99,40
5 a 8	338	0,72	243,36	0,71	239,98
9 a 12	707	0,72	509,04	0,71	501,97
TOTAL	1.185,00		853,20		841,35

Tabla 18: Costo del balanceado para 1.200 pavos en un mes.

Fuente: Cría y Engorde de Pavos.

Elaboración: Valencia, Steven.

Se debe tener en cuenta la complementación del alimento de las aves, para ello se contempla el uso de suplementos entre las 10 a 12 semanas de vida, obteniendo el siguiente costo por cada producción:

Suplemento		
Edad (semanas)	Maiz (kg)	Costo Total (\$)
10-12	140	\$ 180

Tabla 19: Costo de suplementos alimenticios para 1.200 pavos.

Fuente: Cría y Engorde de Pavos.

Elaboración: Valencia, Steven.

- **Pavos recién nacidos**

Para iniciar con la producción de pavos, es fundamental la obtención de pavos 3 días de nacidos. Para obtener su costo, se ha conseguido una propuesta de la granja avícola ‘Las Tres Marías’ (anexo 4) la cual ofrece pavos de tres días, veintiún días y cuatro semanas y media con sus respectivos precios:

Raza	Edad	Cantidad	Precio Pareja	Precio Indv.
Pavos Criollos	4 semanas y 1/2	15 pares	\$ 16	\$ 8,00
	21 días	11 pares	\$ 14	\$ 7,00
	3 días	10 pares	\$ 11	\$ 5,50

Tabla 20: Propuesta de 'Las Tres Marías' Granja Avícola.

Fuente: Propuesta de ‘Las Tres Marías’ Granja Avícola.

Elaboración: Valencia, Steven.

Utilizando esta propuesta para la obtención de las unidades necesarias para la producción establecida por año, adicionando el costo de transportar desde la granja, que se ubica el Machachi, Ecuador; se estima el costo de acuerdo a la localización del proyecto:

Naranjal					
	Precio proforma	Cantidad	Transporte	Total	Precio por pavo
Año 1	5,50	1.200	80,00	6.680,00	5,57
Año 2	5,59	1.900	80,00	10.702,22	5,63
Año 3	5,68	2.600	80,00	14.855,21	5,71
Año 4	5,78	3.300	80,00	19.142,21	5,80
Año 5	5,87	4.000	80,00	23.566,49	5,89

Tabla 21: Precio por los pavos recién nacidos en Naranjal.

Elaboración: Valencia, Steven.

Santa Isabel					
	Precio proforma	Cantidad	Transporte	Total	Precio por pavo
Año 1	5,50	1.200	100,00	6.700,00	5,58
Año 2	5,59	1.900	100,00	10.722,22	5,64
Año 3	5,68	2.600	100,00	14.875,21	5,72
Año 4	5,78	3.300	100,00	19.162,21	5,81
Año 5	5,87	4.000	100,00	23.586,49	5,90

Tabla 22: Precio por los pavos recién nacidos en Santa Isabel.

Elaboración: Valencia, Steven.

- **Costo total de materia prima**

Para la crianza de 1.200 pavos al año, 300 pavos por cada trimestre, se requieren 4.740 kg de balanceado y 560 kg de suplementos alimenticios para la producción de 1.200 pavos y los costos son los siguientes:

		Naranjal	Santa Isabel
Materia Prima	Cantidad	Costo Total	Costo Total
Alimentación (balanceado kg)	4.740	3.412,80	3.365,40
Suplementos (maíz kg)	560	720,00	720,00
Pavos recién nacidos	1.200	6.680,00	6.700,00
Costo Total		10.812,80	10.785,40

Tabla 23: Costo Total de Materia Prima para 1.200 pavos, anual.

Elaboración: Valencia, Steven.

3.3.2 Mano de obra

La mano de obra de un proyecto se refiere al costo de los trabajadores que se requieren para realizar la actividad. Para el proyecto, se necesitará la participación de cuatro personas que estén relacionados con la producción de los pavos, para los cuales se pagará año tras año los salarios mensuales correspondientes, conjuntamente con los décimos que otorga la ley y las vacaciones pagadas que se otorgan pasado el año de

trabajo; las horas extra o suplementarias que los trabajadores puedan realizar durante sus periodos laborales, no se toman en cuenta por motivos de análisis, cabe recalcar que se estará sujeto a esos cambios. Se detalla el rol de pagos de un empleado, que se generalizará para los trabajadores:

Rol de pagos 1 empleado primer año	
Salario básico	394,00
Meses trabajados	12
Total salario anual	4.728,00
Vacaciones	0,00
Décimo tercero	394,00
Décimo cuarto	394,00
Total pago a empleado	5.516,00

Tabla 24: Rol de pagos para un empleado.

Elaboración: Valencia, Steven.

Para los cuatro empleados que se requiere:

Rol de pagos 4 empleados primer año	
Salario anual a empleados	18.912,00
Décimo tercero	1.576,00
Décimo cuarto	1.576,00
Total pago a empleados	22.064,00

Tabla 25: Costo anual de cuatro empleados.

Elaboración: Valencia, Steven.

Estos costos, aumentarán al cabo del segundo año del proyecto, ya que al cumplir doce meses en la empresa, los empleados son merecedores a vacaciones pagadas, las vacaciones se generan una vez el empleado cumpla un año de labores en la empresa, es decir, a partir del segundo año, los trabajadores adquieren el derecho a vacaciones pagadas, por lo cual el costo para un empleado, el segundo año de trabajo y para cuatro serán:

3.3.3 Costos indirectos de producción

Los costos indirectos son todos aquellos insumos que se requieren para realizar la actividad del proyecto pero que actúan de manera indirecta. Para los costos indirectos de producción, se deben tener en cuenta todos aquellos costos que pertenecen a la cadena de producción que no tienen contacto directo con el producto o no se puede calcular un costo unitario específico.

Dentro del rubro sanidad se encuentra contemplado: el servicio del veterinario, las medicinas y vitaminas. El salario mínimo para veterinarios es de \$427,93, se contratará a medio tiempo y se pagará \$213,97, más el décimo tercero y décimo cuarto correspondientes; a medida que la crianza aumente, se requerirá contratar un veterinario a tiempo completo, incluso más de un veterinario.

	Mensual	Anual
Veterinario	213,97	3.209,48
Medicina	41,67	500,00
Vitaminas	12,11	145,26
Total	333,33	4.000,00

Tabla 26: Costo de sanidad.

Elaboración: Valencia, Steven.

A partir del segundo año, se debe aumentar el valor de las vacaciones correspondientes al veterinario, por obligatoriedad de la ley y tener en cuenta el posible aumento del salario por lo que se utiliza la tasa de inflación que es 1,65%, misma que se explica en el apartado 3.9 flujo de efectivo.

Se calculan dos costos indirectos distintos por el transporte, se plantearon dos distintas localidades, Naranjal y Santa Isabel, ya que su distancia a la ciudad de Cuenca es difieren, sus costos también variarán. Para el inicio del proyecto, el contratar transporte a parte es mejor, económicamente, que el adquirir transportación propia, ya que se

transportará el producto terminado cada tres meses, es decir cuatro veces al año, por lo que invertir en transporte, al inicio del proyecto, no es muy conveniente.

Para el proyecto se calcularon los siguientes costos indirectos, para el primer año:

Costos Indirectos primer año				
	Naranjal		Santa Isabel	
Sanidad		4.000,00		4.000,00
Servicios básicos		4.600,00		4.600,00
Luz	2.000,00		2.000,00	
Agua	1.400,00		1.400,00	
Teléfono	600,00		600,00	
Internet	600,00		600,00	
Suministros de limpieza		780,00		780,00
Desinfectantes	240,00		240,00	
Baldes	40,00		40,00	
Escobas	100,00		100,00	
Trapeadores	100,00		100,00	
Trapos	100,00		100,00	
Guantes	200,00		200,00	
Transporte		800,00		600,00
Empaque y embalaje		640,00		640,00
Etiquetado		320,00		320,00
Costos Indirectos Total		11.140,00		10.940,00

Tabla 27: Costos Indirectos, primer año del proyecto.

Elaboración: Valencia, Steven.

Para el segundo año, la diferencia por el sueldo entre un año y el siguiente es de \$135,87 dato que se observa en las tablas 30 y 31. A continuación se muestran los costos indirectos del segundo año:

De los cuales, sanidad y servicios básicos se debe cancelar cada mes; los suministros de limpieza se adquieren cada que se necesite, se terminen o se dañen, es decir dos veces al año; mientras que el transporte empaque, embalaje y etiquetado cada trimestre.

3.3.4 Costo total de producción

El costo total de producción es la suma de los costos previamente mencionados, costos de materia prima, mano de obra y los indirectos. La tabla 27 indica los costos indirectos del proyecto en ambas localizaciones. Estos costos se detallan en la tabla 17.

3.4 Ingresos

Se venderá por libras, a un precio de \$3,00 más IVA por cada libra valor que se determinó por el estudio de mercados y un análisis del punto de equilibrio que se observa en las ilustraciones 26 y 27. Se pretende criar pavos de 10 kg, dando un valor al pavo entero de \$66.15 más IVA. Con ello, los ingresos fueron calculados y con la suposición de que, siendo la producción trimestral de 300 pavos para el primer año, sean vendidos en su totalidad. En la tabla 41 se presentan los ingresos de los cinco años analizados del proyecto:

	Producción	Precio	Total
Año 1	1.200	66,15	79.380,00
Año 2	1.900	67,24	127.756,29
Año 3	2.600	68,35	177.705,50
Año 4	3.300	69,47	229.266,34
Año 5	4.000	70,62	282.478,37

Tabla 28: Ingresos por año de acuerdo a las unidades producidas.

Elaboración: Valencia, Steven.

El incremento de producción que se observa en la tabla 28 se prevé debido al aumento de las ventas, resultado de campañas publicitarias que se realizarán.

3.5 Estado de resultados

Para obtener un estado de resultados óptimo, además de los valores ya obtenidos, los costos e ingresos, se deben obtener los gastos.

Los gastos se calcularon tomando en cuenta la parte administrativa, el material de oficina necesaria para el desempeño de sus operaciones, gastos en ventas y gastos en publicidad.

En cuanto a los gastos administrativos para comenzar el proyecto tenemos: gerente con un sueldo de \$420,00 al mes, contador que trabajará medio tiempo, con un sueldo \$205,00 al mes y un secretario/a con un sueldo de \$405,00 el mes. Adicional a los décimos que establece la ley y las vacaciones, a partir del segundo año de labor; los materiales de oficina son todos aquellos implementos necesarios dentro de una oficina, tanto para la parte administrativa como para ventas.

Los gastos en ventas se calcularon de acuerdo al salario de los vendedores, se estima empezar el negocio con cuatro vendedores con el salario básico, más los décimos establecidos por la ley y las vacaciones pagadas correspondientes, a partir del segundo año.

En cuanto al gasto en publicidad, se especula comenzar varias campañas publicitarias tanto ATL como BTL, enfocándose en publicidad por redes sociales, página web de la empresa, otros medios por internet; se destina el gasto de \$5.000,00 para el primer año, aumentarlo año tras año para penetrar en la mente del consumidor y aumentar las ventas, justificando el incremento de la producción e incrementando los ingresos.

Gastos Administrativos y de Ventas	
Administrativos	14.420,00
Material de oficina	1.800,00
Gastos en Ventas	22.064,00
Gasto en publicidad	5.000,00
Total Gastos	43.284,00

Tabla 29: Gastos administrativos y de ventas para el proyecto.

Elaboración: Valencia, Steven.

Para los gastos de depreciación se calcularon de acuerdo al valor de la construcción, por cada metro cuadrado de construcción tiene un valor de \$190,48, teniendo una nave de 1.600 m² de construcción, lo que nos da un valor total de \$304.768,00, el cual se deprecia a 20 años con un 5% anual, dando una depreciación de \$15.238,40 por año. La depreciación de la cámara fría se calculó teniendo en cuenta que este activo se deprecia a 10 años con un 10% anual, dando una depreciación de \$1.220,00 en Naranjal y \$1.250,00 en Santa Isabel. Obteniendo un total de \$16.458,40 de depreciación para Naranjal y \$16.488,40 para Santa Isabel.

La participación de los trabajadores, en el país, es el 15% de la utilidad operativa y se divide en: 10% para todos los trabajadores que participaron en las operaciones de ese año y 5% para los trabajadores que tienen cargas familiares. En cuanto al impuesto a la renta en el Ecuador, para personas jurídicas, es del 22% que se aplica en la utilidad generada después de la participación a los trabajadores.

Estado de Resultados Naranjal	
Ingresos	79.380,00
Costos	44.016,80
Utilidad/Pérdida Bruta	35.363,20
Gastos Administrativos y Ventas	43.284,00
Gastos Dep	16.458,40
Utilidad/Pérdida Operativa	(24.379,20)
Participación de trabajadores (15%)	-
Utilidad/Pérdida antes de Impuestos	(24.379,20)
Impuesto a la Renta (22%)	-
Utilidad/Pérdida Neta	(24.379,20)

Tabla 30: Estado de resultados del proyecto en Naranjal.

Elaboración: Valencia, Steven.

Estado de Resultados Santa Isabel	
Ingresos	79.380,00
Costos	43.789,40
Utilidad/Pérdida Bruta	35.590,60
Gastos Administrativos y Ventas	43.284,00
Gastos Dep	16.488,40
Utilidad/Pérdida Operativa	(24.181,80)
Participación de trabajadores (15%)	-
Utilidad/Pérdida antes de Impuestos	(24.181,80)
Impuesto a la Renta (22%)	-
Utilidad Neta	(24.181,80)

Tabla 31: Estado de resultados del proyecto en Santa Isabel.

Elaboración: Valencia, Steven.

3.6 Punto de equilibrio

En el texto de Luna, se define al punto de equilibrio como el volumen de producción que se requiere para que los ingresos sean igual a los costos incurridos. Si la producción es por debajo de este, existirán pérdidas; por lo tanto, por encima de este habrá una generación de utilidades. (Luna González, 2016, pág. 170).

Para el cálculo del punto de equilibrio, se igualan a las unidades vendidas por precio de venta, con los costos fijos y la multiplicación del costo variable por la cantidad de unidades vendidas (o costo total). Para el proyecto en cuestión, tenemos dos puntos de equilibrio, uno por cada lugar propuesto.

Para ello se requiere conocer cuáles son los costos variables y fijos, como ya se mencionó, los costos variables son todos costos que surgen con la crianza de un pavo y la producción de carne para la venta; mientras que los costos fijos, son aquellos que están constantes así no exista crianza alguna. Los costos variables por la crianza de un pavo son:

	Naranjal		Santa Isabel	
Costos Variables		23,19		32,03
Materia Prima	MP Unit		9,01	
Mano de Obra	18,39		18,39	
Costos Indirectos	4,80		4,63	
Sanidad	3,33		3,33	
Transporte	0,67		0,50	
Empaque y embalaje	0,53		0,53	
Etiquetado	0,27		0,27	

Tabla 32: Costos variables por la crianza de un pavo en Naranjal y Santa Isabel.

Elaboración: Valencia, Steven.

Los costos fijos del proyecto son:

	Naranjal		Santa Isabel	
Costos Fijos		65.122,40		65.152,40
Costos Fijos	5.380,00		5.380,00	
Servicios básicos	4.600,00		4.600,00	
Suministros de limpieza	780,00		780,00	
Gastos Fijos	43.284,00		43.284,00	
Administrativos	14.420,00		14.420,00	
Material de oficina	1.800,00		1.800,00	
Gastos en Ventas	22.064,00		22.064,00	
Gasto en publicidad	5.000,00		5.000,00	
Gastos de depreciación	16.458,40		16.488,40	

Tabla 33: Costos fijos del proyecto en Naranjal y Santa Isabel.

Elaboración: Valencia, Steven.

Para el cálculo de la cantidad necesaria para el punto de equilibrio se utilizó la siguiente fórmula:

$$Q = \frac{CF}{P - CV_P}$$

Donde:

Q = Cantidad

P = Precio

CF = Costo Fijo

CV_P = Costo Variable Promedio

Como ya se mencionó, el precio propuesto para cada pavo es de \$66.15 por pavo, por lo que la cantidad necesaria para llegar al punto de equilibrio, en Naranjal (Q_N) es de 1.918,03 pavos, mientras que en Santa Isabel (Q_{SI}) es de 1.908,27; a continuación la fórmula utilizada:

$$Q_N = \frac{65.122,40}{66,15 - 32,20} \qquad Q_{SI} = \frac{65.152,40}{66,15 - 32,01}$$

En las ilustraciones 29 y 30 se representa gráficamente el punto de equilibrio, en Naranjal y Santa Isabel respectivamente suponiendo que la producción de la planta trimestral sea la máxima (1.000) lo cual puede resultar en una producción anual de 4.000 pavos.

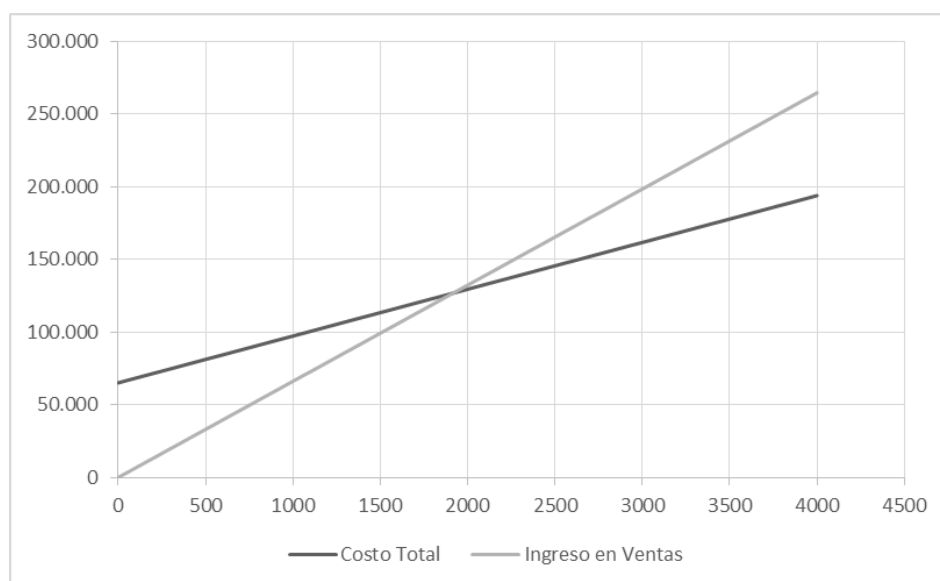


Ilustración 28: Punto de equilibrio en Naranjal.

Elaboración: Valencia, Steven.

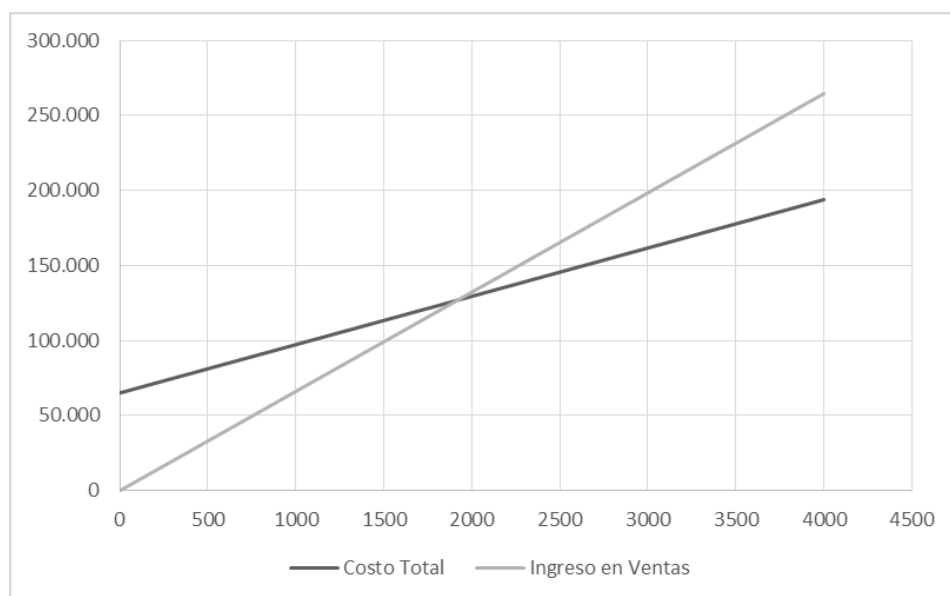


Ilustración 29: Punto de equilibrio en Santa Isabel.

Elaboración: Valencia, Steven.

3.7 Capital de trabajo

El capital de trabajo son todos los recursos e insumos necesarios para empezar un proyecto, por ejemplo la nave productora o los primeros pavos, entre otros. Para el cálculo del capital de trabajo se debe tener en cuenta todas las salidas de dinero necesarias para la iniciación del proyecto, tales como la materia prima para la primera producción, mano de obra, costos indirectos y gastos administrativos necesarios; los cuales se encuentran especificados en el estado de resultados (tablas 30 y 31). El capital de trabajo necesario para el proyecto en Naranjal es de \$87.300.80 y en Santa Isabel es de \$87.073,40. En la tabla 47 se encuentra detallado el cálculo del capital de trabajo.

Capital de trabajo					
	Naranjal		Santa Isabel		
Capital de Trabajo Operativo			44.016,80		43.789,40
Compra de materia prima		10.812,80		10.785,40	
Alimentación	3.412,80			3.365,40	
Suplementos	720,00			720,00	
Pavos bebés	6.680,00			6.700,00	
Mano de obra		22.064,00		22.064,00	
Costos indirectos		11.140,00		10.940,00	
Sanidad	4.000,00			4.000,00	
Servicios básicos	4.600,00			4.600,00	
Suministros de limpieza	780,00			780,00	
Transporte	800,00			600,00	
Empaque y embalaje	640,00			640,00	
Etiquetado	320,00			320,00	
Capital de Trabajo Administrativo			43.284,00		43.284,00
Administrativos		14.420,00		14.420,00	
Material de oficina		1.800,00		1.800,00	
Gastos en Ventas		22.064,00		22.064,00	
Gastos en Publicidad		5.000,00		5.000,00	
Total Capital de Trabajo			87.300,80		87.073,40

Tabla 34: Capital de trabajo.

Elaboración: Valencia, Steven.

3.8 Tasa de descuento

La tasa de descuento del proyecto, se calculó de acuerdo con el costo promedio ponderado (CCPP), que es el cálculo del financiamiento del proyecto. Se pueden tener varias opciones para financiar al proyecto, dependiendo del porcentaje que se desee financiar con capital propio y con deuda.

% Capital propio	Tasa de retorno esperado	% Deuda	Costo del préstamo	CCPP
100%	20%	0%	0,00%	20,00%
60%	20%	40%	3,90%	14,58%
50%	20%	50%	4,88%	13,23%
30%	20%	70%	6,83%	10,52%

Tabla 35: Diferentes maneras de financiar el proyecto.

Elaboración: Valencia, Steven.

La tasa de retorno esperado es del 20%, ya que se espera que la inversión sea devuelta en 5 años por ser un proyecto de riesgo medio; el proyecto se considera de riesgo medio porque la materia prima, los pavos, así se pierdan por completo, por enfermedades o muerte, no generaría una pérdida completa de la inversión. Por lo tanto del 100% de la inversión, dividida para los 5 años que se espera, da un total del 20% que se puede traducir en el porcentaje mínimo necesario que esperan los inversionistas que rinda el proyecto.

En cuanto al costo del préstamo, se calculó con la multiplicación del porcentaje de deuda y la tasa de interés, en este caso se usó el 9,75% que maneja la ‘Corporación Financiera Nacional’ (CFN), además de ello se debe calcular el costo del préstamo después de impuestos, en el país se descuenta el 15% de participación de trabajadores de la utilidad, y a esta nueva utilidad se descuenta el 22% del impuesto a la renta, por lo que el cálculo de descuentos es del 33.77%.

Para el cálculo del costo del capital promedio ponderado (CCPP): se multiplica el porcentaje de capital propio con la tasa de retorno, adicionando la multiplicación del porcentaje de deuda con el costo del préstamo después de impuestos. Para el proyecto se utilizó el 10.52% del CCPP, resultado que da por financiar el 70% de la inversión mediante deuda y el 30% con capital propio.

3.9 Flujos de Efectivo del proyecto

Para calcular los flujos de efectivo del proyecto, se realizó una proyección de la inflación, tomando los datos históricos de inflación de cinco años atrás, dando como resultado una inflación del 1,65%.

Año	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Inflación	3,67	3,38	1,12	-0,20	0,27	1,65

Tabla 36: Pronóstico de la inflación.

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaboración: Valencia, Steven.

Se realizaron dos diferentes flujos de efectivo, uno para Naranjal y otro para Santa Isabel con el mismo tratamiento en ambos casos. Se plantea empezar una producción de 300 pavos por trimestre, lo cual sería una producción anual de 1.200 pavos e incrementar la producción progresivamente hasta llegar a producir la capacidad de la nave, es decir criar 1.200 pavos por trimestre, produciendo 4.800 pavos al año. Para los ingresos se calcularon mediante la producción anual planteada, adicionando el pronóstico de la inflación. La producción se pretende aumentar año tras año con el ritmo que se penetrará al mercado por medio de campañas publicitarias.

Año	2019	2020	2021	2022	2023
Producción Trimestral	300	475	650	825	1.000
Producción Anual	1.200	1.900	2.600	3.300	4.000

Tabla 37: Producción del proyecto en cinco años.

Elaboración: Valencia, Steven.

En cuanto a los costos, se dividieron los costos en variables y fijos, siendo los costos variables aquellos que dependen directamente de la producción y los costos fijos son aquellos que no dependen de la producción, es decir que a pesar de no haber producción, estos costos seguirán existiendo, los costos fijos y variables se detallan en las tablas 36 y 37. Para el cálculo de estos, así como los gastos administrativos y de ventas para los años siguientes, se tiene el mismo tratamiento que los ingresos.

Se obtuvieron dos flujos de efectivo del proyecto, el primero si el proyecto se realiza en Naranjal y el segundo en Santa Isabel con una proyección para cinco años; estos flujos son:

Flujo de Efectivo Naranjal						
	0	1	2	3	4	5
Ingresos	-	79.380,00	127.756,29	177.705,50	229.266,34	282.478,37
Costos Variables	-	38.636,80	46.485,93	64.660,66	83.421,80	102.783,75
Costos Fijos	-	5.380,00	5.468,66	5.558,79	5.650,39	5.743,51
Utilidad/Pérdida Bruta	-	35.363,20	75.801,69	107.486,05	140.194,14	173.951,10
Gastos Administrativos y de Ventas	-	43.284,00	50.404,19	51.234,85	52.079,21	52.937,47
Gastos de Depreciación	-	16.458,40	16.458,40	16.458,40	16.458,40	16.458,40
Utilidad/Pérdida Antes de Part. e Imp.	-	(24.379,20)	8.939,10	39.792,80	71.656,54	104.555,23
Participación de trabajadores (15%)	-	-	1.340,86	5.968,92	10.748,48	15.683,28
Utilidad/Pérdida Antes de Impuestos	-	(24.379,20)	7.598,23	33.823,88	60.908,06	88.871,94
Impuesto a la renta (22%)	-	-	1.671,61	7.441,25	13.399,77	19.551,83
Utilidad/Pérdida Neta	-	(24.379,20)	5.926,62	26.382,62	47.508,28	69.320,12
Gastos de Depreciación	-	16.458,40	16.458,40	16.458,40	16.458,40	16.458,40
Flujo de Efectivo Operativo	-	(7.920,80)	22.385,02	42.841,02	63.966,68	85.778,52
Inversión Inicial	322.468,00	-	-	-	-	-
Flujo de Efectivo Neto	(322.468,00)	(7.920,80)	22.385,02	42.841,02	63.966,68	85.778,52

Tabla 38: Flujo de efectivo Naranjal.

Elaboración: Valencia, Steven.

Flujo de Efectivo Santa Isabel						
	0	1	2	3	4	5
Ingresos	-	79.380,00	127.756,29	177.705,50	229.266,34	282.478,37
Costos Variables	-	38.636,80	28.883,54	46.485,93	64.660,66	83.421,80
Costos Fijos	-	5.380,00	5.468,66	5.558,79	5.650,39	5.743,51
Utilidad/Pérdida Bruta	-	35.363,20	93.404,09	125.660,78	158.955,29	193.313,05
Gastos Administrativos y de Ventas	-	43.284,00	50.404,19	51.234,85	52.079,21	52.937,47
Gastos de Depreciación	-	16.488,40	16.488,40	16.488,40	16.488,40	16.488,40
Utilidad/Pérdida Antes de Part. e Imp.	-	(24.409,20)	26.511,50	57.937,53	90.387,68	123.887,18
Participación de trabajadores (15%)	-	-	3.976,72	8.690,63	13.558,15	18.583,08
Utilidad/Pérdida Antes de Impuestos	-	(24.409,20)	22.534,77	49.246,90	76.829,53	105.304,10
Impuesto a la renta (22%)	-	-	4.957,65	10.834,32	16.902,50	23.166,90
Utilidad/Pérdida Neta	-	(24.409,20)	17.577,12	38.412,58	59.927,03	82.137,20
Gastos de Depreciación	-	16.488,40	16.488,40	16.488,40	16.488,40	16.488,40
Flujo de Efectivo Operativo	-	(7.920,80)	34.065,52	54.900,98	76.415,43	98.625,60
Inversión Inicial	457.768,00	-	-	-	-	-
Flujo de Efectivo Neto	(457.768,00)	(7.920,80)	34.065,52	54.900,98	76.415,43	98.625,60

Tabla 39: Flujo de efectivo, Santa Isabel.

Elaboración: Valencia, Steven.

3.10 Valor Actual Neto, VAN y Tasa Interna de Retorno, TIR

3.10.1 Valor Actual Neto, VAN

El valor actual neto, VAN hace referencia al valor en dinero de la suma de todos los flujos de efectivo esperados del proyecto traídos a valor presente, restando de la inversión inicial; como es evidente, si el VAN da un resultado positivo quiere decir que el proyecto rinde más que la tasa de descuento deseado, por lo que se recomienda el proyecto (Luna González, 2016, pág. 182).

Los flujos de efectivo esperados son todos los ingresos esperados en un periodo de tiempo, menos los costos del mismo periodo, para el proyecto se utilizará un periodo de cinco años. La inversión inicial para el proyecto, para realizarlo en Naranjal es de \$322.468,00 y en Santa Isabel de \$457.768,00. Los flujos de efectivo esperados, en ambas localizaciones, que se necesitan para el cálculo del VAN se encuentran en las tablas 38 para Naranjal y 39 para Santa Isabel.

3.10.2 Tasa interna de retorno, TIR

La tasa interna de retorno, TIR es la tasa de rendimiento real del proyecto, es decir, utilizando esta tasa hace que el resultado del VAN sea igual a cero: "...la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial;..." (Luna González, 2016, pág. 182).

3.10.3 Resultados VAN y TIR

Para el proyecto existen dos opciones por las localizaciones propuestas de las cuales se encuentran detalladas los flujos de efectivo. Para ello se utilizó una tasa de retorno del 10,52% resultado del CCPP (tabla 39), el proyecto tanto en Naranjal como en Santa Isabel cuentan con sus VAN, (184.679,51) y (285.348,41) respectivamente y TIR, -

10.14% y -13,34% respectivamente, son negativos; por lo que comprendemos que el proyecto no rinde lo que se espera.

	Naranjal	Santa Isabel
VAN	(184.679,51)	(285.348,41)
TIR	-10,14%	-13,34%

Tabla 40: Resultados del VAN y TIR en Naranjal y Santa Isabel.

Elaboración: Valencia, Steven.

3.11 Conclusión

El proyecto ha sido planteado con dos diferentes ubicaciones, Naranjal y Santa Isabel; tras evaluar sus flujos de efectivos, VAN y TIR se concluye que el proyecto planteado, no rinde lo necesario para cubrir con el financiamiento necesario, tanto propio como con deuda, por lo tanto no es factible.

Conclusiones

El mercado de carnes en el Ecuador tiene una amplia variedad de productos, siendo el pollo el más preferido por los consumidores. En cuanto a la carne de pavo, este mercado ha sido poco explotado, ofreciendo su carne principalmente en los meses de noviembre y diciembre, los clientes potenciales para este producto se encuentran en un rango de edad entre los 20 y 30 años y comprarían con mayor frecuencia si se ofreciera por libras a un precio de \$2,00 a \$3,00.

La crianza de pavo requiere de la implementación de una nave que cumpla varios factores para la correcta crianza, uno de ellos es la temperatura, por lo que se debe escoger un lugar estratégico para colocar la nave en esta investigación se plantearon dos posibles localizaciones: Naranjal y Santa Isabel, las cuales son ubicaciones idóneas tanto por la distancia que se encuentran con la ciudad, así como la temperatura del ambiente. El método de crianza más factible para 1.200 pavos es en cautiverio completo; se debe tener en cuenta la limpieza del lugar, tanto antes de introducir las aves a sus corrales, como la limpieza una vez que se esté criando a los pavos. Se puede considerar la idea de incubar los huevos de pavos para su comercialización, además de la cultivación y creación de balanceado de pavo, ya que en el país no existen proveedores especializados y son insumos primarios para la crianza de pavos.

Para saber la factibilidad del proyecto, se debe realizar un estudio financiero, con ello se logra saber las diferentes maneras planteadas para su financiamiento, la estructura financiera del proyecto y la viabilidad económica del mismo. Se plantearon dos financiamientos distintos: financiamiento completo por una entidad financiera, Banco del Austro y el 70% financiado por la Corporación Financiera Nacional (CFN) y el 30% mediante capital propio. Tras la evaluación del VAN y TIR de cada opción, se comprendió que el proyecto en cuestión, no rinde lo necesario para poder emprenderlo, por lo tanto no es factible la creación de una nave productora de pavos en Naranjal o Santa Isabel.

Recomendaciones

Para que el proyecto de crianza de pavos tenga éxito, se recomienda amortiguar la fuerte inversión que representa la adquisición del terreno y la implementación de la nave con el alquiler y adaptación para la crianza de pavos. De esta manera la inversión inicial disminuye y a su vez, el monto del financiamiento sería menor.

El realizar integración vertical hacia atrás, convirtiéndose en productores de alimento para pavos puede ofrecer la oportunidad de mejorar la calidad del producto, así como aumentar sus ingresos con la venta de este insumo a la competencia, ya que proveedores de alimento para pavo en el país no existen.

Referencias

Bibliografía

- 5m Publishing. (2000-2014). *El sitio avícola*. Obtenido de <http://www.elsitioavicola.com/articles/2796/limpieza-y-desinfeccion/>
- Alcocer, A. (2019). *antonioalcocer.com*. Obtenido de <http://www.antonioalcocer.com/wacc-weighted-average-cost-of-capital/>
- Avicultura.com. (s.f.). *Avicultura.com*. Obtenido de <https://avicultura.com/big-dutchman-inaugura-una-nueva-nave-con-capacidad-para-30-000-pollos-en-cuenca/>
- aviNews. (28 de Noviembre de 2017). *aviNews*. Obtenido de <https://avicultura.info/ecuador-produccion-pavo-aumenta-43-este-ano/>
- Banco Central del Ecuador. (s.f.). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
- Cantaro, H., Sánchez, J., & Sepúlveda, P. (2010). *Cría y Engorde de Pavos*. Patagonia: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.
- Cedar Lake Ventures, Inc. (2018). *Weather Spark*. Obtenido de <https://es.weatherspark.com/y/19343/Clima-promedio-en-Naranjal-Ecuador-durante-todo-el-a%C3%B1o>
- Climate-Data.org. (2018). *Climate-Data.org*. Obtenido de <https://es.climate-data.org/america-del-sur/ecuador/provincia-de-pichincha/yunguilla-181625/>
- Climate-Data.org. (s.f.). *CLIMATE-DATA.ORG*. Obtenido de <https://es.climate-data.org/america-del-sur/ecuador/provincia-del-guayas/naranjal-25449/>
- Cordal, J. (2014). *Plan de Empresa de "EGAVOS"*.
- Cordero, R. O. (s.f.). *Especies Menores: Pavos*. PROMADE.
- Corporación Financiera Nacional B.P. (2019). *Corporación Financiera Nacional B.P.* Obtenido de <https://www.cfn.fin.ec/>
- Delgado, J., & Díaz, C. (2015). *Estudio de factibilidad para la creación de una planta productora, procesamiento y comercialización de pavos en el cantón Bolívar*. Manabí.
- El telégrafo. (2019). *Eltelégrafo*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/este-ano-seis-empresas-del-pais-importaron-1-450-000-pavos>
- Engormix. (1999-2018). *Avicultura*. Obtenido de <https://www.engormix.com/avicultura/articulos/industria-avicola-ecuatoriana-t28083.htm>

- Google maps. (s.f.). *Google maps*. Obtenido de <https://www.google.com/maps/@-2.86186,-79.187339,10.24z>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2011). *INEC Instituto nacional de estadística y censos*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-cantonal/>
- Luna González, A. C. (2016). *Plan Estratégico de Negocios*. México: Grupo Editorial Patria.
- Metro Internacional. (2009-2019). *metro 16 años*. Obtenido de <https://www.metroecuador.com.ec/ec/noticias/2019/01/18/tabla-de-sueldos-minimo-sectorial-2019-esto-es-lo-que-debes-ganar-segun-tu-profesion.html>
- Moreno Castro, T. F. (2016). *Emprendimiento y plan de negocio*. Santiago: RIL editores.
- Naresh K., M. (2008). *Investigación de Mercados Quinta edición*. Ciudad de México: Pearson Educación.
- OLX. (2019). *OLX*. Obtenido de <https://www.olx.com.ec/>
- Pixnio. (s.f.). *Pixnio*. Obtenido de www.pixnio.com
- Portal del ingeniero ambiental. (21 de Enero de 2019). *ingenieroambiental.com*. Obtenido de <http://www.ingenieroambiental.com/new3informes/residuosaves.htm>
- Pronaca. (2019). *Pronaca*. Obtenido de <https://www.pronaca.com/informacion-financiera/>
- RPesPer. (2005). *Normas de Producción de Ganadería Ecológica*.
- Sistema de control de activos. (s.f.). *Sistema de control de activos*. Obtenido de <http://software-activos.com.mx/blog/cual-es-el-tiempo-de-vida-de-un-activo>
- Valarezo Ulloa, M. J. (2015). *Evaluación Productiva y Económica del Engorde de Pavos de la Estirpe Nicholas 700*. Loja.

Anexos

Anexo 1: Encuesta Piloto

Encuesta N° _____

Buenos días/Buenas tardes, con el motivo de conocer y comprender el consumo de pavo en nuestra ciudad, se agradece el responder las siguientes preguntas

PREGUNTAS DEMOGRÁFICAS

Sexo H M

Edad _____

Nivel de instrucción

1 Primaria

3 Superior

2 Secundaria

4 Postgrado

Ocupación

1 Empleado Público

4 Jubilado

2 Empleado Privado

5 Otro _____

3 Cuenta Propia

Estado Civil

1 Soltero/a

4 Viudo/a

2 Casado/a

5 Otro _____

3 Divorciado/a

PREGUNTAS FILTRO

1.- ¿Es usted quien se encarga de comprar o ayuda en las compras para el hogar?

Si

No (Puede ponerme en contacto con la persona encargada de las compras)

Si (Continuar la encuesta)

No (Agradezca y termine)

2.- ¿En su hogar consumen carne?

Carne de pollo

Carne de res

Carne de chanco

Carne de pavo

Carne de pescado

Ninguna de las anteriores (Agradezca y termine)

CONSUMO DE CARNE

3.- Mencione cual es el tipo de carne que usted consume de acuerdo a su preferencia, siendo 1 la carnes más preferida. Ordene, según su preferencia de consumo, los siguientes tipos de carne. Siendo 1 el menos importante y 5 el más importante (No leer las opciones)

1 Carne de res

4 Carne de pavo

2 Carne de chanco

5 Carne de pescado

3 Carne de pollo

4.- En su hogar, ¿Han consumido alguna vez carne de pavo?

Si (Continuar la encuesta)

No ¿Cuál es la razón? (Pase a la pregunta 7)

5.- ¿En qué ocasiones consumió carne de pavo?

- 1 Navidad
- 2 Ocasiones especiales familiares
- 3 Otros _____

6.- Cada que tiempo consume carne de pavo?

- 1 Cada semana 3 Cada tres meses
- 2 Cada mes 4 Una vez al año

7.- ¿Qué empresas productoras de pavo conoce?

(No leer las opciones)

- 1 Pronaca - Mr. Pavo 4 Avícola Fernández
- 2 Grupo Oro 5 Liris
- 3 Profasa 6 Agropecuaria Yaruqui

8.- Si el precio de la carne de pavo se encontrara al mismo nivel que el de la carne de pollo, ¿Qué tan probable es que compre carne de pavo?

- 1 Muy probablemente 4 Poco probable
- 2 Probablemente 5 Nada probable
- 3 Talvez

9.- Si el precio del pavo estuviese a los siguientes precios, por libra ¿Qué tan probable es que usted lo compre?

- | | | | | | | | |
|---|---------|--------------------------|----------------|--------------------------|-----------------|--------------------------|-----------------|
| 1 | \$ 3,50 | <input type="checkbox"/> | A Muy probable | <input type="checkbox"/> | B Probablemente | <input type="checkbox"/> | C Nada probable |
| 2 | \$ 3,00 | <input type="checkbox"/> | A Muy probable | <input type="checkbox"/> | B Probablemente | <input type="checkbox"/> | C Nada probable |
| 3 | \$ 2,75 | <input type="checkbox"/> | A Muy probable | <input type="checkbox"/> | B Probablemente | <input type="checkbox"/> | C Nada probable |
| 4 | \$ 2,50 | <input type="checkbox"/> | A Muy probable | <input type="checkbox"/> | B Probablemente | <input type="checkbox"/> | C Nada probable |
| 5 | \$ 2,00 | <input type="checkbox"/> | A Muy probable | <input type="checkbox"/> | B Probablemente | <input type="checkbox"/> | C Nada probable |

PREGUNTAS DE FRECUENCIA

10.- ¿Qué tan frecuente estaría dispuesto a comprar

- | | | | |
|--------------------------|---------------|--------------------------|-------------------|
| <input type="checkbox"/> | 1 Cada semana | <input type="checkbox"/> | 3 Cada tres meses |
| <input type="checkbox"/> | 2 Cada mes | <input type="checkbox"/> | 4 Una vez al año |

Anexo 2: Informe de la encuesta piloto

En la primera semana del mes de octubre del año 2018, en la ciudad de Cuenca, se realizaron diez encuestas piloto a jefes de hogar, dando como resultado lo siguiente:

De diez personas que fueron encuestadas, el 90% son mujeres y 10% hombres.

Género		
Hombres	1	10,00%
Mujeres	9	90,00%
TOTAL	10	100,00%

Tabla 41: Resultados género.

Fuente: Encuesta piloto.

Elaborado por: Valencia, Steven.

De diez personas encuestadas, el 20% se encuentran en los 65 años, el 80% está repartido, todos con 10%, en las edades de: 33, 40, 45, 47, 48, 52, 55 y 70 años.

Edad		
33 años	1	10,00%
40 años	1	10,00%
45 años	1	10,00%
47 años	1	10,00%
48 años	1	10,00%
52 años	1	10,00%
55 años	1	10,00%
65 años	2	20,00%
70 años	1	10,00%
TOTAL	10	100,00%

Tabla 42: Resultado edad.

Fuente: Encuesta piloto.

Elaboración: Valencia, Steven.

De las diez personas encuestadas, el 40% tienen estudios secundarios, el 40% superior y tanto primaria como postgrado no obtuvieron respuesta.

Nivel de instrucción		
Primaria	0	0,00%
Secundaria	4	40,00%
Superior	4	40,00%
Postgrado	0	0,00%
TOTAL	10	80,00%

Tabla 43: Resultado nivel de instrucción.

Fuente: Encuesta piloto.

Elaborado por: Valencia, Steven.

De diez encuestados, el 50% trabajan por cuenta propia, los 20% empleados privados, un 20% son jubilados y el 10% son empleados públicos.

Ocupación		
Empleado Público	1	10,00%
Empleado Privado	2	20,00%
Cuenta Propia	5	50,00%
Jubilado	2	20,00%
Otros	0	0,00%
TOTAL	10	100,00%

Tabla 44: Resultado Ocupación.

Fuente: Encuesta piloto.

Elaborado por: Valencia, Steven.

De diez personas encuestadas, el 60% son casados, el 30% son divorciados, el 10% son viudos y no hubieron solteros ni otros.

Estado Civil		
Soltero/a	0	0,00%
Casado/a	6	60,00%
Divorciado/a	3	30,00%
Viudo/a	1	10,00%
Otro	0	0,00%
TOTAL	10	100,00%

Tabla 45: Resultado Estado civil.

Fuente: Encuesta piloto.

Elaborado por: Valencia, Steven.

De diez encuestados, el 100% son los encargados de hacer las compras o ayudar a hacerlas para su hogar.

1.- Encargado de las compras en el hogar		
Si	10	100,00%
No	0	0,00%
TOTAL	10	100,00%

Tabla 46: Resultado de pregunta 1.

Fuente: Encuesta piloto.

Elaborado por: Valencia, Steven.

Para motivos de un mejor entendimiento y comprensión al momento de tabular, esta pregunta se tabuló por respuesta dando lo siguiente:

- ✓ De diez encuestados, el 100% de ellos prefieren la carne de pollo.
- ✓ De diez encuestados, el 70% de ellos prefieren la carne de res.
- ✓ De diez encuestados, el 70% de ellos prefieren la carne de chanco.
- ✓ De diez encuestados, el 70% de ellos prefieren la carne de pavo.
- ✓ De diez encuestados, el 70% de ellos prefieren la carne de pescado.

2.1.- Consumo de pollo en los hogares		
Pollo	10	100,00%
TOTAL encuestas	10	100,00%
2.2.- Consumo de res en los hogares		
Res	7	70,00%
TOTAL encuestas	10	70,00%
2.3.- Consumo de chancho en los hogares		
Chancho	7	70,00%
TOTAL encuestas	10	70,00%
2.4.- Consumo de pavo en los hogares		
Pavo	4	40,00%
TOTAL encuestas	10	40,00%
2.5.- Consumo de pescado en los hogares		
Pescado	7	70,00%
TOTAL encuestas	10	70,00%

Tabla 47: Resultado pregunta 2.

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Valencia, Steven.

De igual manera que la pregunta anterior, por razones de una mejor comprensión se tabuló por respuesta, dando lo siguiente:

- ✓ En cuanto a la preferencia de la carne de res, de diez personas encuestadas: el 40% lo prefiere menos, el 20% lo prefiere poco el 20% lo prefiere, el 20% lo prefieren más y no hubo respuestas para la opción de algo preferido.
- ✓ En cuanto a la preferencia de la carne de chancho, de diez personas encuestadas: el 20% lo prefiere menos, el 20% lo prefiere poco el 30% lo prefiere, el 20% lo prefieren algo y el 10% lo prefieren más.

- ✓ En cuanto a la preferencia de la carne de pollo, de diez personas encuestadas: el 30% lo prefieren algo, el 70% lo prefiere más y no hubo respuestas para las opciones de menos preferido, poco preferido y preferido.
- ✓ En cuanto a la preferencia de la carne de pavo, de diez personas encuestadas: el 40% lo prefiere menos, el 50% lo prefiere poco, el 10% lo prefiere y no hubo respuestas para las opciones de algo preferido ni más preferido.
- ✓ En cuanto a la preferencia de la carne de pescado, de diez personas encuestadas: el 10% lo prefiere poco el 40% lo prefiere, el 50% lo prefieren algo y no hubo respuestas para las opciones de menos preferido ni más preferido.

3.1.- Preferencia de Res			3.2.- Preferencia de Chanco		
Más preferido	2	20,00%	Más preferido	1	10,00%
Algo preferido	0	0,00%	Algo preferido	2	20,00%
Preferido	2	20,00%	Preferido	3	30,00%
Poco preferido	2	20,00%	Poco preferido	2	20,00%
Menos preferido	4	40,00%	Menos preferido	2	20,00%
TOTAL	10	100,00%	TOTAL	10	100,00%

3.3.- Preferencia de Pollo			3.4.- Preferencia de Pavo		
Más preferido	7	70,00%	Más preferido	0	0,00%
Algo preferido	3	30,00%	Algo preferido	0	0,00%
Preferido	0	0,00%	Preferido	1	10,00%
Poco preferido	0	0,00%	Poco preferido	5	50,00%
Menos preferido	0	0,00%	Menos preferido	4	40,00%
TOTAL	10	100,00%	TOTAL	10	100,00%

3.5.- Preferencia de Pescado		
Más preferido	0	0,00%
Algo preferido	5	50,00%
Preferido	4	40,00%
Poco preferido	1	10,00%
Menos preferido	0	0,00%
TOTAL	10	100,00%

Tabla 48: Resultado pregunta 3.

Fuente: Encuesta piloto.

Elaborado por: Valencia, Steven.

De diez personas encuestadas, el 100% de ellas han consumido pavo.

4.- Han consumido carne de pavo		
Si	10	100,00%
No	0	0,00%
TOTAL	10	100,00%

Tabla 49: Resultado pregunta 4.

Fuente: Encuesta piloto.

Elaborado por: Valencia, Steven.

De diez encuestados, el 90% consumieron pavo en las fechas de navidad y fin de año, el 10% otros, lo cual indicó que lo consumía ocasionalmente y no hubo respuesta para la opción de ocasiones especiales familiares.

5.- Ocasiones en las que consumió		
Navidad	9	90,00%
Ocasiones especiales familiares	0	0,00%
Otros	1	10,00%
TOTAL	10	100,00%

Tabla 50: Resultado pregunta 5.

Fuente: Encuesta piloto.

Elaborado por: Valencia, Steven.

De diez personas, 90% consumen pavo una vez al año, el 10% lo consume cada mes, mientras que no hubieron respuestas para las opciones de cada semana, ni cada tres meses.

6.- Cada que tiempo consume		
Cada semana	0	0,00%
Cada mes	1	10,00%
Cada tres meses	0	0,00%
Una vez al año	9	90,00%
TOTAL	10	100,00%

Tabla 51: Respuesta pregunta 6.

Fuente: Encuesta piloto.

Elaborado por: Valencia, Steven.

De 10 encuestas realizadas, el 30% conocen empresas productoras de pavos, para la cual conocen Pronaca, el 70% de encuestados no conocen empresas productoras de pavos.

7.- Empresas de pavo que conoce		
Pronaca-Mr. Pavo	3	30,00%
Grupo Oro	0	0,00%
Profasa	0	0,00%
Avícola Fernández	0	0,00%
Liris	0	0,00%
Agropecuaria Yaruqui	0	0,00%
TOTAL encuestas	10	30,00%

Tabla 52: Respuesta pregunta 7.

Fuente: Encuesta piloto.

Elaborado por: Valencia, Steven.

Se preguntó la probabilidad de compra si el precio del pavo logra igualar o ser similar al precio del pollo, para los cuales: de diez encuestas realizadas, el 30% dijo que es nada probable que compren, el 20% que es poco probable de que compren, el 10%

talvez comprarían, el 10% probablemente compre y el 30% es muy probable que compren.

8.- Comprar si el precio del pavo es similar a la de pollo		
Muy probable	3	30,00%
Probablemente	1	10,00%
Talvez	1	10,00%
Poco probable	2	20,00%
Nada probable	3	30,00%
TOTAL	10	100,00%

Tabla 53: Respuesta pregunta 8.

Fuente: Encuesta piloto.

Elaborado por: Valencia, Steven.

Se preguntó sobre la probabilidad de compra del pavo, ofertado por libras y a diferentes precios, de los cuales se obtuvieron los siguientes resultados:

- ✓ A \$3.50 la libra de pavo, de diez encuestas realizadas, el 60% dijo que es nada probable su compra, el 30% probablemente lo comprarían y el 10% muy probablemente lo comprarían.
- ✓ A \$3.00 la libra de pavo, de diez encuestas realizadas, el 60% dijo que es nada probable que lo compren, el 20% probablemente lo comprarían y el 20% muy probablemente lo comprarían.
- ✓ A \$2.75 la libra de pavo, de diez encuestas realizadas, el 50% dijo que es nada probable que lo compren, el 30% probablemente lo comprarían y el 20% muy probablemente lo comprarían.
- ✓ A \$2.50 la libra de pavo, de diez encuestas realizadas, el 50% dijo que es nada probable que compren, el 20% probablemente lo comprarían y el 30% muy probablemente lo comprarían.

- ✓ A \$2.00 la libra de pavo, de diez encuestas realizadas, el 50% dijo que es nada probable que compren, el 20% probablemente lo comprarían y el 30% muy probablemente lo comprarían.

9.- Libra de pavo a \$3,50. Compran		
Muy probable	1	10,00%
Probablemente	3	30,00%
Nada probable	6	60,00%
TOTAL	10	100,00%

9.- Libra de pavo a \$2,50. Compran		
Muy probable	3	30,00%
Probablemente	2	20,00%
Nada probable	5	50,00%
TOTAL	10	100,00%

9.- Libra de pavo a \$3,00. Compran		
Muy probable	2	20,00%
Probablemente	2	20,00%
Nada probable	6	60,00%
TOTAL	10	100,00%

9.- Libra de pavo a \$2,00. Compran		
Muy probable	3	30,00%
Probablemente	2	20,00%
Nada probable	5	50,00%
TOTAL	10	100,00%

9.- Libra de pavo a \$2,75. Compran		
Muy probable	2	20,00%
Probablemente	3	30,00%
Nada probable	5	50,00%
TOTAL	10	100,00%

Tabla 54: Resultado pregunta 9.

Fuente: Encuesta piloto.

Elaborado por: Valencia, Steven.

De diez personas encuestadas, el 40% seguiría comprando una vez al año, el 60% compraría cada semana, mientras que nadie compraría cada mes ni cada tres meses.

10.- Frecuencia de compra		
Cada semana	6	60,00%
Cada mes	0	0,00%
Cada tres meses	0	0,00%
Una vez al año	4	40,00%
TOTAL	10	100,00%

Tabla 55: Respuesta pregunta 10.

Fuente: Encuesta piloto.

Elaborado por: Valencia, Steven.

Anexo 3: Encuesta final



*Encuesta N° _____

Parroquia donde vive

Buenos días/Buenas tardes, con el motivo de conocer y comprender el consumo de pavo en nuestra ciudad, se agradece el responder las siguientes preguntas

PREGUNTAS DEMOGRÁFICAS

Sexo	<input type="checkbox"/>	H	<input type="checkbox"/>	2 M
Edad	<input type="checkbox"/>	1 20-29 años	<input type="checkbox"/>	4 50-59 años
	<input type="checkbox"/>	2 30-39 años	<input type="checkbox"/>	5 60-69 años
	<input type="checkbox"/>	3 40-49 años	<input type="checkbox"/>	6 70 en adelante
Nivel de instrucción	<input type="checkbox"/>	1 Primaria	<input type="checkbox"/>	4 Postgrado
	<input type="checkbox"/>	2 Secundaria	<input type="checkbox"/>	5 Otros
	<input type="checkbox"/>	3 Superior		
Ocupación	<input type="checkbox"/>	1 Estudiante	<input type="checkbox"/>	4 Cuenta Propia
	<input type="checkbox"/>	2 Empleado Público	<input type="checkbox"/>	5 Jubilado
	<input type="checkbox"/>	3 Empleado Privado	<input type="checkbox"/>	6 Otro _____
Estado Civil	<input type="checkbox"/>	1 Soltero/a	<input type="checkbox"/>	4 Viudo/a
	<input type="checkbox"/>	2 Casado/a	<input type="checkbox"/>	5 Otro _____
	<input type="checkbox"/>	3 Divorciado/a		

PREGUNTAS FILTRO

1.- ¿Es usted quien se encarga de comprar o ayuda en las compras para el hogar?

1 Si

2 No

2.- ¿En su hogar consumen carne?

1 Si

2 No (Termine la encuesta)

CONSUMO DE CARNE

Ordene del 1 al 5 el tipo de carne que usted consume, siendo 1 el que más consume y 5 el que menos

3.- consume

1 Pollo

4 Pavo

2 Res

5 Pescado

3 Chancho

4.- Mencione que carne es la que a usted más le gusta, siendo 1 la carnes que más prefiere y 5 la menos preferida.

1 Carne de res

4 Carne de pavo

2 Carne de chancho

5 Carne de pescado

3 Carne de pollo

5.- En su hogar, ¿Han consumido alguna vez carne de pavo?

1 Si

2 No ¿Cuál es la razón? (Pase a la pregunta 8)

6.- ¿En qué ocasiones consumió carne de pavo?

1 Navidad

2 Ocasiones familiares especiales

3 Otros _____

7.- ¿Cada que tiempo consumió carne de pavo?

1 Cada semana

3 Cada tres meses

2 Cada mes

4 Una vez al año

8.- ¿Conoce alguna empresa que produzca pavo?

1 Si

2 No (Pase a la pregunta 10)

9.- ¿Cuál empresa conoce?

10.- ¿Conoce alguna empresa que comercializa pavo?

1 Si

2 No (Pase a la pregunta 12)

11.- ¿Cuál empresa conoce?

12.- ¿Le gusta el pavo?

1 Si

2 No (Termine la encuesta)

13.- Si el precio de la carne de pavo se encontrara al mismo nivel que el de la carne de pollo, ¿Qué tan probable es que compre carne de pavo?

1 Muy probablemente

4 Poco probable

2 Probablemente

5 Nada probable

3 Talvez

Si el precio de la libra de pavo estuviese a los siguientes precios ¿Qué tan probable es que usted lo

14.- compre?

\$ 3,50

1 Muy probable

2 Probablemente

3 Nada probable

\$ 3,00

1 Muy probable

2 Probablemente

3 Nada probable

\$ 2,75

1 Muy probable

2 Probablemente

3 Nada probable

\$ 2,50

1 Muy probable

2 Probablemente

3 Nada probable

\$ 2,00

1 Muy probable

2 Probablemente

3 Nada probable

PREGUNTAS DE FRECUENCIA

15.- ¿Qué tan frecuente estaría dispuesto a comprar?

1 Cada semana

3 Cada tres meses

2 Cada mes

4 Una vez al año

Anexo 4: Proforma pavos bebés de la granja avícola ‘Las Tres Marías’



Las Tres Marías

GRANJA AVÍCOLA



Estimado Sr. Valencia, mi futuro cliente.

Adjunto el envío de la información requerida.

RAZA	EDAD	CANTIDAD	PRECIO PAREJA
Pavos	4 semanas y media	15 pares	\$ 16
criollos	21 días	11 pares	\$ 14
	3 días	10 pares	\$ 11

Se agradece su atención.

Atentamente GRANJA AVICOLA LAS TRES MARIAS.

Doctora María Elena Ramírez Aguilar, Secretaria de la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad del Azuay

CERTIFICA:

Que, el Consejo de Facultad en sesión del 27 de julio de 2018, conoció y aprobó la solicitud para realización del trabajo de titulación, presentada por:

Estudiante: Valencia Ochoa Steven Abel, con código 76713
Tema: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA CRIANZA Y COMERCIALIZACIÓN DE PAVOS EN LA CIUDAD DE CUENCA"
Previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial
Director: Econ. Luis Tonon Ordóñez
Tribunal: Econ. Andrea Freire Pesántez e Ing. Xavier Ortega Vásquez

Plazo de presentación del trabajo de titulación: Se fijó como plazo para la entrega del trabajo de titulación, conforme a la Disposición Tercera del Reglamento de Régimen Académico, un periodo académico, contado desde la fecha de la aprobación del diseño del trabajo, esto es hasta el 27 de enero de 2019.

E INFORMA:

Que, en aplicación de la Disposición General Cuarta del Reglamento de Régimen Académico vigente, en caso de que el estudiante no culmine y apruebe el trabajo de titulación luego de dos periodos académicos contados a partir de su fecha de culminación de estudios, deberán realizar la actualización de conocimientos previa a su titulación.

Cuenca, 30 de julio de 2018



Dra. María Elena Ramírez Aguilar
**Secretaria de la Facultad de
Ciencias de la Administración**





UNIVERSIDAD DEL AZUAY



Escuela
Administración
de Empresas

Oficio Estudiante: Aprobación diseño

ADM-RE-EST-37

Versión 01

08/02/2017

Página 1 de 1

Lugar de Almacenamiento
F: Archivo Secretaría de la Facultad

Retención
5 años

Disposición Final
Almacenar en archivo pasivo de la Facultad

Cuenca, 08 de Junio de 2018

Ingeniero,
Oswaldo Merchán Manzano
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
UNIVERSIDAD DEL AZUAY

De mi/ nuestra consideración,

Estimado Señor Decano, yo Steven Abel Valencia Ochoa con C.I. 171694209-7, código estudiantil 76713, estudiante de la Carrera de Administración de Empresas, solicito muy comedidamente a usted la aprobación del protocolo de trabajo de titulación con el tema **“Estudio de factibilidad de la crianza y comercialización de pavos en la ciudad de Cuenca.”** previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial para lo cual adjunto la documentación respectiva.

Por la favorable acogida que brinde a la presente, anticipo mi agradecimiento/ anticipamos nuestro agradecimiento.

Atentamente:

Steven Valencia

Estudiantes de la Escuela de Administración de Empresas



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY

DOCTORA MARÍA ELENA RAMÍREZ AGUILAR, SECRETARIA DE LA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DEL
AZUAY

CERTIFICA:

Que el señor **VALENCIA OCHOA STEVEN ABEL** con código **76713**, alumno de la
carrera de **ADMINISTRACION DE EMPRESAS**, tiene aprobado el **84,44%** de créditos
de su malla curricular.

Cuenca, 05 de junio de 2018

Dra. María Elena Ramírez Aguilar
**SECRETARIA DE LA FACULTAD
DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN**



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY
FACULTAD DE
ADMINISTRACION
SECRETARIA

Derecho No. **001-010-000136724**
mjmr.-



Lugar de Almacenamiento
F: Archivo Secretaría de la Facultad

Retención
5 años

Disposición Final
Almacenar en archivo pasivo de la Facultad

Cuenca, 08 de Junio de 2018

Ingeniero,
Oswaldo Merchán Manzano
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
UNIVERSIDAD DEL AZUAY

De mi consideración,

Yo, **Luis Bernardo Tonon Ordóñez** informo que he revisado el protocolo de trabajo de titulación elaborado previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial denominado, “ **Estudio de factibilidad de la crianza y comercialización de pavos en la ciudad de Cuenca.**”, realizado por el estudiante **Steven Abel Valencia Ochoa**, con código estudiantil 76713, protocolo que a mi criterio, cumple con los lineamientos y requerimientos establecidos por la carrera.

Por lo expuesto, me permito sugerir que sea considerado para la revisión y sustentación del mismo,

Sin otro particular, me suscribo.

Atentamente

Econ. Luis Tonon



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Facultad de Ciencias de la Administración
Escuela de Administración de Empresas

Estudio de factibilidad de la crianza y comercialización de pavos en la ciudad de Cuenca.

Nombre de Estudiante:

Valencia Ochoa, Steven

Director sugerido:

Econ. Tonón, Luis

Cuenca - Ecuador

2018

1. Datos Generales

1.1. Nombre del Estudiante

Valencia Ochoa Steven Abel.

1.1.1. Código

Ua076713

1.1.2. Contacto

Valencia Steven.

Teléfono: 07 286 1728

Celular: 09 831 010

Correo Electrónico: svalencia@es.uazuay.edu.ec

1.2. Director Sugerido: Tonon Ordóñez, Luis Bernardo, Economista.

1.2.1. Contacto:

Correo Electrónico: ltonon@uazuay.edu.ec

1.3. Co-director sugerido:

1.3.1. Contacto:

1.4. Asesor Metodológico: Verdugo, Priscila, Máster.

1.5. Tribunal designado:

1.6. Aprobación:

1.7. Línea de Investigación de la Carrera:

5304 Actividad económica

1.7.1. Código UNESCO: 5311.99 Otras: Emprendimiento

1.7.2. Tipo de trabajo:

- a) Proyecto de investigación
- b) Investigación formativa

1.8. Área de Estudio:

Elaboración de proyectos, Evaluación y gestión de proyectos, Administración financiera II, Emprendimiento para Adm, Csu y Ece.

1.9. Título Propuesto:

Estudio de factibilidad de la crianza y comercialización de pavos en la ciudad de Cuenca.

1.10. Subtítulo:

1.11. Estado del proyecto

Nuevo

2. Contenido

2.1. Motivo de la Investigación:

La motivación que impulsa esta investigación se basa en la producción actual de pavo y ésta ha aumentado un 4.3% en el año 2017, equivalente a 60 000 unidades, con respecto al año anterior que fue una producción de 1 390 000. La concentración de la oferta está en, tan solo, seis empresas, mientras que la mayor demanda de esta carne de ave está concentrada en la época de navidad y fin de año. Por ello y con el fin de diversificar la variedad de alimentos, mejorar la calidad nutricional de los ciudadanos del Austro, se buscará introducir esta nutritiva y saludable carne a la dieta diaria de las familias cuencanas (aviNews, 2017).

2.2. Problemática

En el Ecuador, la industria avícola se fundamenta en la producción de carne de pollo y en la producción de huevo de corral, representando, apenas, el 12% de la producción pecuaria del país (Engormix, 1999-2018); en cuanto a la comercialización de carne de pavo, para consumo, se limita únicamente en una fecha en específico, navidad, en el mes de diciembre, mientras que en los once meses restantes del año, esta carne no está dentro de las opciones del consumidor ecuatoriano.

2.3. Pregunta de Investigación

- ¿Existirá mercado?
- ¿Será factible?
- ¿Será rentable?

2.4. Resumen

En el Ecuador, el consumo de carne de pavo ha incrementado en los últimos años, su demanda es estacionaria y existen apenas seis oferentes en el país. El consumo de esta carne se concentra en las épocas de navidad y fin de año, teniendo un mercado poco explotado. Con esta investigación se busca estudiar la factibilidad de la crianza y comercialización de estas aves para introducirlos en el mercado, de tal manera que su consumo sea diario; el enfoque es cuantitativo, esperando tener unos posibles

resultados favorables para la ejecución de este proyecto; concluyendo la aceptación o rechazo del mismo.

2.5. Estado del Arte y marco teórico

2.5.1. Marco teórico.

Estudio de mercado.

El estudio de mercado sirve para conocer la factibilidad económica de un nuevo proyecto de estudio, como Moreno nos indica, el estudio de mercado debe darnos respuestas de tres temas de importancia: “el volumen de ventas esperado, el comportamiento de las ventas durante el horizonte de evaluación del proyecto y el precio que los consumidores estarían dispuestos a pagar por el producto o servicio” (Moreno Castro, Emprendimiento y Plan de Negocio, 2016, pág. 106).

Objetivos del estudio de mercado.

- Identificar el comportamiento de los consumidores de un producto¹ en un territorio definido.
- Conocer el número de personas que consumen o podrían consumir dicho producto.
- Enlistar la competencia potencial y su grado de posición en el mercado.
- Identificar el nivel de aceptación de una nueva empresa productora del producto en estudio.

Beneficios del estudio de mercado.

- Lograr entender el comportamiento del mercado actual en una ubicación de preferencia.
- Conocer cuántos de los consumidores del producto son clientes potenciales.
- Saber si una nueva empresa será aceptada en el mercado.

Método utilizado en el estudio de mercado.

Para el estudio de mercado se utilizará un método cuantitativo; el cual se enfoca en la recolección de datos estadísticos, deben ser medibles y cuantificables, recolectados mediante encuestas que serán llenados por personas que se encuentren dentro de los parámetros de la muestra de la población seleccionada.

Pasos del estudio de mercado.

Como Naresh explica: “Un *diseño de la investigación* es un esquema o programa para llevar a cabo el proyecto de investigación de mercados” (Naresh K., 2008, pág. 78), por lo que requiere de pasos fundamentales para su correcta elaboración; para esta investigación, esos pasos serán:

- **Paso 1:** diseño de la fase descriptiva de la investigación.

¹ Producto, hace referencia tanto a un bien tangible como a un servicio intangible.

- **Paso 2:** definición de la información necesaria.
- **Paso 3:** establecimiento de los procedimientos de medición y escalamiento.
- **Paso 4:** elaboración de una prueba piloto.
- **Paso 5:** especificación del proceso de muestreo y tamaño de la muestra.
- **Paso 6:** desarrollo de un plan para el análisis de los datos.

Factibilidad técnica.

Crianza de pavos.

Para la correcta crianza de pavos, se debe considerar algunos aspectos importantes como: características necesarias del sitio para el desarrollo adecuado del proyecto; el manejo productivo de pavos, tanto las hembras como los machos y las crías.

Producción de pavos.

En cuanto a producción de pavos se refiere, se debe tener en cuenta las aves necesarias para ello, esta especie de aves requiere de un sitio adecuado a las temperaturas necesarias para cada época de su vida, hasta la etapa en que está listo para su comercialización. Existen parámetros de acuerdo a diferentes actividades que hay que tener en cuenta, Cordero establece: “Los puntos comparativos, que expresan el ideal de producción y los resultados por obtener en la granja constituyen los parámetros de producción” (Cordero Salas, 2010, pág. 22).

Entre estos podemos destacar las siguientes actividades: peso de sacrificio, edad de sacrificio, rendimiento, relación hembra macho, densidad de aves/m², mortalidad máxima durante la etapa de engorda, huevos por ciclo de postura, entre otros.

Estimación de la rentabilidad financiera.

Para la estimación de la rentabilidad financiera del proyecto en cuestión, es necesario la elaboración de un plan financiero compuesto por el estudio económico y el financiero.

Estudio económico.

El estudio económico, Según Moreno: “...establece la viabilidad económica del negocio con sus retornos estimados, determina el volumen mínimo de ventas para obtener ganancias y proyecta la sensibilidad de sus resultados de acuerdo a las variaciones en ventas, costos e inversiones” (Moreno Castro, Emprendimiento y plan de negocio, 2016, pág. 254), lo cual será necesario para conocer la factibilidad económica del proyecto.

Estudio financiero.

Para el estudio financiero, Moreno señala “...determina las necesidades de financiamiento a corto y largo plazo, identifica las fuentes de apoyo y establece la estructura financiera” (pág. 254), de esta manera conoceremos la estructura financiera más adecuada del proyecto, así como la manera de financiarlo; tanto las fuentes de financiamiento convenientes como el plazo en que se lo puede hacer.

Punto de equilibrio.

En el texto de Luna, se define al punto de equilibrio como el volumen de producción que se requiere para que los ingresos sean igual a los costos incurridos. Si la producción es por debajo de este, existirán pérdidas; por lo tanto, por encima de este habrá una generación de utilidades. (Luna González, 2016)

Valor Actual Neto, VAN.

El valor actual neto, VAN hace referencia al valor en dinero de la suma de todos los flujos de efectivo² esperados del proyecto traídos a valor presente, restando de la inversión inicial; como es evidente, si el VAN da un resultado positivo se recomienda el proyecto. La fórmula, según Luna (pág. 180), para su cálculo es la siguiente:

$$VAN = -Inv. In. + \frac{FE_1}{(1+i)^1} + \dots + \frac{FE_n + Vs}{(1+i)^n}$$

La nomenclatura correspondiente a la fórmula presentada es:

VAN = Valor actual neto

Inv. In. = Inversión inicial

FE = Flujo neto de efectivo

n = Número de periodos de vida del proyecto

i = Tasa de recuperación atractiva

Vs = Valor de salvamento o rescate³

Tasa Interna de Retorno, TIR.

La tasa interna de retorno, TIR es la tasa de rendimiento real del proyecto, es decir, utilizando esta tasa hace que el resultado del VAN sea igual a cero: "...la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial;..."(pág. 182).

Costos de producción.

Los costos de producción hacen referencia a los costos en materia prima, mano de obra y costos indirectos de producción. Tanto la materia prima, llamada materia prima directa, como la mano de obra, también llamada mano de obra directa, pueden dividirse directamente para cada unidad producida; mientras que los costos indirectos se los divide para toda la producción elaborada (pág. 160).

- **Materia prima.**

Corresponden a los materiales o insumos necesarios para la producción (pág. 160).

- **Mano de obra.**

Hace referencia a los costos estimados en el personal que se requiere para la intervención directa en la producción (pág. 162)

² Flujo de efectivo, son los ingresos menos los costos en un periodo de tiempo establecido.

³ Valor de salvamento o rescate, hace referencia a un valor que el o los inversionistas desean que el proyecto, por lo menos, rinda por su seguridad.

- **Costos indirectos.**

Se refiere a todos los costos adicionales que no influyen directamente en la producción, pueden ser tanto en la materia prima como en mano de obra, además de algunos implementos adicionales y estos costos no son fácilmente medibles para cada unidad producida (pág. 162).

2.6. Hipótesis

Haga clic aquí para escribir texto.

2.7. Objetivo General

Analizar la factibilidad de la crianza de pavos dirigida a la comercialización de carne en la ciudad de Cuenca.

2.8. Objetivos Específicos

1. Elaborar un estudio de mercado.
2. Determinar la factibilidad técnica.
3. Estimar la rentabilidad financiera.

2.9. Metodología

El enfoque que tiene esta investigación es cuantitativo; para comenzar con la investigación es necesario recolectar información útil sobre la producción de pavos, además de la comercialización de su carne y huevos, e incluso el tratamiento de los desechos. Luego, la investigación tomará dos caminos distintos pero complementarios; el primero de ellos es, la parte productiva que se debe conocer, incluye las crías de pavos, ya sea en huevos fertilizados o polluelos con un tiempo determinado de vida; el sitio donde se ubicará la nave productora; la temperatura por edades necesaria para criarlos; las edades; la nutrición y el tiempo que se necesita hasta que estén listos para el sacrificio. El segundo camino es la comercialización, se puede comercializar tanto la carne, como los huevos, para ello se requerirá conocer la demanda, la competencia, el precio de mercado, etc., una herramienta necesaria para adquirir estos conocimientos será la encuesta. La población escogida para esta investigación poseen las siguientes características: hogares de la zona urbana de la ciudad de Cuenca; según la *institución nacional de estadística y censos* (INEC), para

el año 2010 los hogares cuencanos en el área urbana estaban alrededor de 89 129 y la muestra será un total de 383 encuestados, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. Una vez obtenido los datos y analizados, será necesario el establecer un precio de venta al público, útil para estimar los ingresos futuros que deberán ser calculados de acuerdo a la porción de mercado en el que se quiera posicionar, una vez hecho los cálculos de los posibles ingresos futuros, se los debe comparar con los costos tanto de producción como de comercialización, ahí es donde estos dos caminos se complementan y llegan a una parte económica, en donde se utilizarán herramientas financieras en donde los ingresos futuros menos los costos ligados a la producción y comercialización se obtendrá como resultado una ganancia o pérdida económica; estas herramientas que serán usadas son el 'valor actual neto' que nos permitirá conocer si el proyecto es factible o no, la 'tasa interna de retorno' que su resultado explicará la tasa real del proyecto y el 'punto de equilibrio' que nos dirá el volumen de producción mínimo del proyecto; de esta manera, según los resultados obtenidos se logrará establecer la factibilidad de este proyecto.

2.10. Alcances y resultados esperados

El alcance de la crianza, dependerá del mejor lugar escogido para la crianza, los lugares más atractivos son Naranjal y Yunguilla. Los resultados esperados será la factibilidad económica de la crianza para su futura comercialización.

En cuanto al alcance de la comercialización, se llevará a cabo en la ciudad de Cuenca, los resultados esperados, conocer la accesibilidad al mercado de cárnicos, para el ingreso de carne de pavo.

2.11. Supuestos y riesgos

- Después de realizar los análisis necesarios, el proyecto no sea factible.
- Las herramientas financieras den un resultado negativo, por lo que el proyecto no sea rentable.
- Mediante el estudio de mercado encontremos que no exista un mercado en el cual competir o los encuestados nos entreguen información falsa.

2.12. Presupuestos

Rubro	Costo (USD)	Justificación
Tutorías	200	Derecho de tutorías a ser pagados a la Universidad.
Impresiones	50	Pago de impresiones de encuestas.
Transporte	50	Pago de traslado a los lugares donde se realizarán las encuestas.
Material de apoyo	60	Pago de libros necesarios.
TOTAL	360	

2.13. Financiamiento

Financiamiento propio.

2.14. Esquema tentativo

Introducción

Capítulo 1. Estudio de mercado.

- 1.1. Objetivos del estudio de mercado.
- 1.2. Beneficios del estudio de mercado.
- 1.3. Método utilizado en el estudio de mercado.
- 1.4. Elaboración de prueba piloto.
- 1.5. Estructuración de encuesta final.
- 1.6. Resultados.

Capítulo 2. Factibilidad técnica.

- 2.1. Tamaño y localización del proyecto.
- 2.2. Capacidad de la planta.
- 2.3. Requerimientos e insumos.
- 2.4. Fases de crianza.
- 2.5. Producción de pavos.
- 2.6. Salud y nutrición.
- 2.7. Adecuación de las instalaciones.
- 2.8. Tratamiento de desechos.
- 2.9. Comercialización y distribución.

Capítulo 3. Estimación de la rentabilidad financiera.

- 3.1. Estudio económico.
- 3.2. Estudio financiero.
- 3.3. Costos de producción.
- 3.4. Materia prima.
- 3.5. Mano de obra.
- 3.6. Costos indirectos de producción.
- 3.7. Punto de equilibrio
- 3.8. Valor Actual Neto, VAN.

3.9. Tasa interna de retorno, TIR.

Conclusiones

Recomendaciones

Bibliografía

Anexos

2.15. Cronograma

Objetivo Específico	Actividad	Resultado esperado	Tiempo (semanas)
Elaborar un estudio de mercado	Elaboración de encuestas Realización de encuestas piloto Levantamiento de información Tabulación de datos Análisis de datos	Obtener información del mercado de carne de pavo, en la ciudad de Cuenca.	Diez semanas.
Determinar la factibilidad técnica	Recolección de información sobre: <ul style="list-style-type: none"> • métodos de crianza de pavos • alimentación para pavos • cuidado y vacunación • tratamiento de desechos 	Afirmar la factibilidad técnica de la crianza de pavos.	Siete semanas.
Estimar la rentabilidad financiera	Evaluación del proyecto donde consta: <ul style="list-style-type: none"> • Flujo de efectivo • Cálculo del VAN • Cálculo de la TIR • Cálculo del punto de equilibrio • Cálculo del periodo de recuperación de 	Determinar la rentabilidad financiera del proyecto para su factibilidad.	Siete semanas.

	inversión		
TOTAL			24 Semanas

2.16. Referencias

Estilo utilizado: APA Edición:

aviNews. (28 de Noviembre de 2017). *aviNews*. Obtenido de <https://avicultura.info/ecuador-produccion-pavo-aumenta-43-este-ano/>

Cordero Salas, R. O. (2010). *Especies Menores: Pavos*. Promade.

Engormix. (1999-2018). *Avicultura*. Obtenido de <https://www.engormix.com/avicultura/articulos/industria-avicola-ecuatoriana-t28083.htm>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2011). *INEC Instituto nacional de estadística y censos*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-cantonal/>

Luna González, A. C. (2016). *Plan Estratégico de Negocios*. México: Grupo Editorial Patria.

Moreno Castro, T. F. (2016). *Emprendimiento y plan de negocio*. Santiago: RiL editores.

Moreno Castro, T. F. (2016). *Emprendimiento y Plan de Negocio*. Santiago: RiL Editores.

Naresh K., M. (2008). *Investigación de Mercados Quinta edición*. Ciudad de México: Pearson Educación.


2.17. Anexos

2.18. Firma de responsabilidad (estudiante)



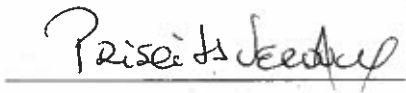
Steven Valencia

2.19. Firma de responsabilidad director (luego de aplicación de rúbrica)



Econ. Luis Tonon

2.20. Firma de responsabilidad profesor metodólogo (luego de aplicación de rúbrica)



Máster Priscila Verdugo

2.21. Fecha de entrega
08 de junio de 2018



Lugar de Almacenamiento
F: Archivo Secretaría de la Facultad

Retención
5 años

Disposición Final
Almacenar en archivo pasivo de la Facultad

1.1. Nombre del Estudiante: Steven Abel Valencia Ochoa

1.1.1. Código: 76713

1.2. Director sugerido: Luis Bernardo Tonon Ordóñez

1.3. Docente metodólogo: Verdugo Cárdenas Fabiola Priscila

1.4. Título propuesto: "Estudio de factibilidad de la crianza y comercialización de pavos en la ciudad de Cuenca."

	DIRECTOR		METODÓLOGO	
	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple
Línea de investigación				
1. ¿El contenido se enmarca en la línea de investigación seleccionada?	/		/	
Título Propuesto				
2. ¿Es informativo?	/		/	
3. ¿Es conciso?	/		/	
Estado del arte				
4. ¿Identifica claramente el contexto histórico, científico, global y regional del tema del trabajo?	/		/	
5. ¿Describe la teoría en la que se enmarca el trabajo	/		/	
6. ¿Describe los trabajos relacionados más relevantes?	/		/	
7. ¿Utiliza citas bibliográficas?	/		/	
Problemática				
8. ¿Presenta una descripción precisa y clara?	/		/	
9. ¿Tiene relevancia profesional y social?	/		/	
Pregunta de investigación				
10. ¿Presenta una descripción precisa y clara?	/		/	
11. ¿Tiene relevancia profesional y social?	/		/	
Hipótesis (opcional)				
12. ¿Se expresa de forma clara?	/		/	
13. ¿Es factible de verificación?	/		/	
Objetivo general				
14. ¿Concuerda con el problema formulado?	/		/	
15. ¿Se encuentra redactado en tiempo verbal infinitivo?	/		/	
Objetivos específicos				
16. ¿Permiten cumplir con el objetivo general?	/		/	
17. ¿Son comprobables cualitativa o cuantitativamente?	/		/	
Metodología				
18. ¿Se encuentran disponibles los datos y materiales mencionados?	/		/	
19. ¿Las actividades se presentan siguiendo una secuencia lógica?	/		/	
20. ¿Las actividades permitirán la consecución de los objetivos específicos planteados?	/		/	
21. ¿Las técnicas planteadas están de acuerdo con el tipo de investigación?	/		/	
Resultados esperados				
22. ¿Son relevantes para resolver o contribuir con el problema formulado?	/		/	
23. ¿Concuerdan con los objetivos específicos?	/		/	



Lugar de Almacenamiento
F: Archivo Secretaría de la Facultad

Retención
5 años

Disposición Final
Almacenar en archivo pasivo de la Facultad

	DIRECTOR		METODÓLOGO	
	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple
24. ¿Se detalla la forma de presentación de los resultados?	/		/	
25. ¿Los resultados esperados son consecuencia, en todos los casos, de las actividades mencionadas?	/		/	
Supuestos y riesgos				
26. ¿Se mencionan los supuestos y riesgos más relevantes, en caso de existir?	/		/	
27. ¿Es conveniente llevar a cabo el trabajo dado los supuestos y riesgos mencionados?	/		/	
Presupuesto				
28. ¿El presupuesto es razonable?	/		/	
29. ¿Se consideran los rubros más relevantes?	/		/	
Cronograma				
30. ¿Los plazos para las actividades están de acuerdo con el reglamento?	/		/	
Citas y Referencias del documento				
31. ¿Se siguen las recomendaciones de normas internacionales para citar?	/		/	
Expresión escrita				
32. ¿La redacción es clara y fácilmente comprensible?	/		/	
33. ¿El texto se encuentra libre de faltas ortográficas?	/		/	

OBSERVACIONES METODOLOGO:

OBSERVACIONES DIRECTOR:

METODÓLOGO

DIRECTOR