



Instituto Superior Tecnológico Los Andes

**PLAN DE NEGOCIOS DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA
CRIANZA DE POLLOS EN LA PARROQUIA ORIANGA, CANTON
PALTAS, PROVINCIA DE LOJA, PARA EL AÑO 2021.**

Autora:

**JOSSELYN MICHELLE CAMACHO
YUNGA**

Director:

**TNLGA.MELANIA CECIBEL SHARUPI
CHIRIAPO**

**INFORME FINAL PREVIO A OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE TECNÓLOGA EN
MERCADOTECNIA.**

LOJA – ECUADOR

2021

CERTIFICACIÓN

Tnlga.

Melania Cecibel Sharupi Chiriapo.

DOCENTE DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLOGICO “LOS ANDES”

CERTIFICA

Que el presente trabajo de investigación, previo a la obtener el título de Tecnólogo en Mercadotecnia, cuyo tema es: **PLAN DE NEGOCIOS DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CRIANZA DE POLLOS EN LA PARROQUIA ORIANGA, CANTON PALTAS, PROVINCIA DE LOJA, PARA EL AÑO 2021**, ha sido realizado bajo conducción, control y supervisión, por lo que autorizo su presentación, sustentación y defensa.

Loja, octubre de 2021



Tnlga Melania Cecibel Sharupi Chiriapo

DIRECTOR

AUTORÍA

Yo, **JOSELYN MICHELLE CAMACHO YUNGA**, declaro ser la autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente al Instituto Superior Tecnológico “Los Andes” y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo al Instituto Superior Tecnológico “Los Andes”, la publicación de mi tesis en el Repositorio – Biblioteca Virtual.


Josselyn Michelle Camacho Yunga.

AGRADECIMIENTO

Agradezco al Instituto Superior Tecnológico Los Andes por abrirme sus puertas y tener la oportunidad de obtener conocimientos técnicos, elementales y científicos, adquiridos en los diferentes módulos, quienes supieron en mi persona, sembrar sus conocimientos y ejemplos, los cuales me servirán para mi futuro profesional.

De manera especial a la Tnlga. Melania Cecibel Sharupi Chiriapo quien pacientemente dirigió el desarrollo de la presente tesis, aporte fundamental para concluir satisfactoriamente esta investigación. Así mismo a todas las personas que de una u otra forma me han ayudado para poder terminar el presente trabajo.

Josselyn Michelle Camacho Yunga

DEDICATORIA

Primeramente, dedico todo mi esfuerzo a Dios, por haberme dado la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada uno de mis pasos, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino aquellas personas que han sido soporte y compañía durante todo mi periodo de estudio.

A mi familia, por ser el pilar fundamental de lo que ahora soy, por brindarme su apoyo incondicional en los momentos difíciles, por hacer de mí una mejor persona sin medir sus recursos y esfuerzos contribuyendo cada uno para llevar a cabo mis metas y objetivos propuestos por enseñarme a ser perseverante y darme las fuerzas que me impulso a conseguirlo.

A mi esposo e hijos por su confianza, apoyo, amor y palabras de ánimo para lograr mis metas, por ayudarme incondicionalmente en lo que fuera posible, dándome consejos y orientación.

A todos mis docentes del Instituto que gracias a sus sabios conocimientos que me impartieron forman parte de lo que ahora soy.

En fin, son muchas las personas a las que dedico mi tesis, por su amistad, apoyo, ánimo y su compañía en las diferentes etapas de mi vida.

Josselyn Michelle Camacho Yunga

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
ÍNDICE	vi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	viii
RESUMEN	9
INTRODUCCIÓN	11
CAPITULO I	14
METODOLOGÍA	14
TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	14
CAPITULO II.....	16
RESULTADOS DE LA ENCUESTA	16
CAPITULO III.....	26
DISCUSIÓN	26
CAPITULO IV.....	27
PROPUESTA DEL PLAN DE NEGOCIOS.....	27
PLAN DE MERCADO.....	36
PLAN ADMINISTRACIÓN	31
PLAN FINANCIERO.....	42
CONCLUSIONES	44
RECOMENDACIONES.....	45
BIBLIOGRAFÍA	46

ANEXOS	48
ANEXO 1 ANTEPROYECTO	48
ANEXO 2 ENCUESTA.....	68
ANEXO 3 EVIDENCIA FOTOGRAFICA.....	70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Consumo de Pollo	16
Tabla 2. Tipo de carne considerada más sana	17
Tabla 3. Consumo de pollo a la semana.....	18
Tabla 4. Tipo de pollo que se consume.....	19
Tabla 5. Lugar donde compra el pollo	20
Tabla 6. Implementación de una empresa de crianza de pollos.....	21
Tabla 7. Consumir nuestro producto	22
Tabla 8. Ubicación del local.....	23
Tabla 9. Promoción	24
Tabla 10. Beneficios.....	25
Tabla 11. Muebles equipos y útiles de oficina	42
Tabla 12. Gastos indirectos	42
Tabla 13. Inversión de maquinaria.....	43

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Consumo de Pollo.....	16
Gráfico 2. Tipo de carne considerada más sana.....	17
Gráfico 3. Consumo de pollo a la semana	18
Gráfico 4. Tipo de pollo que se consume	19
Gráfico 5. Lugar donde compra el pollo.....	20
Gráfico 6. Implementación de una empresa de crianza de pollos.....	21
Gráfico 7. Consumir nuestro producto.....	22
Gráfico 8. Ubicación del local	23
Gráfico 9. Promoción.....	24
Gráfico 10. Beneficios	25

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Logotipo	31
Figura 2 Publicidad.....	34
Figura 3 Ubicación Geografica.....	40
Figura 4 Localización de la Empresa.....	41

RESUMEN

Ecuador es un país con alta demanda en consumo de pollos y huevos ya que, a diario la población consume pollo anualmente por persona 30,40 kg, debido a su bajo costo y su alto rendimiento proteico. En nuestro país la situación económica se ha visto afectada debido a falta de empleos, emprendimientos y recursos para poder invertir en diferentes microempresas, es por eso que, el presente proyecto de investigación tiene la finalidad de crear un plan de negocios para la creación de una microempresa dedicada a la crianza de pollos en la Parroquia Orianga, Cantón Paltas, Provincia de Loja, para el año 2021. La investigación permitió elaborar un Plan de Negocios para crear una microempresa dedicada a la crianza de pollos y ofrecer un producto de calidad, y con los respectivos controles de bioseguridad e higiene para evitar la contaminación del producto.

Para la presente investigación del proyecto se analizó la problemática principal que es la falta de un emprendimiento, falta de empleo y sobre todo la falta de una microempresa dedicada a brindar este tipo de servicio con calidad y con un excelente protocolo de bioseguridad y para ello se aplicó 417 encuestas con la finalidad de obtener información importante para la elaboración del Plan y el desarrollo de la presente investigación.

Así mismo, es importante mencionar que se utilizó diversos métodos que coadyuvaron al desarrollo de la investigación, los métodos utilizados son: el método científico, inductivo, analítico, matemático, además se utilizó las técnicas de observación y encuesta, para la determinación de la muestra se tomó los datos de la población del último Censo Nacional del Año 2010, esto nos ayudó a determinar el tamaño de la muestra a quienes se aplicó la encuestas.

Las encuestas se realizaron de manera presencial y se procedió a tabular los datos para conocer resultados de la misma y posteriormente analizarlas y presentarlas.

En el estudio financiero del plan se estableció que se requiere una inversión de \$ 1,500.00 dólares americanos, para la adquisición de muebles de oficina, equipos de producción, herramientas como son las siguientes: Comedores, Bebederos, Manuales, Cama de viruta de madera, Balanza, Termómetro, etc. Además, el terreno es propio es donde se instalará la empresa criadora de pollos tiene una extensión de 200 m². La mano de obra cuenta con la presencia de personal profesional altamente calificado un gerente, secretaria, operarios, supervisor y una contadora, siendo la principal mano de obra que utilizará la empresa. La alimentación de los pollitos será a base de balanceado, que consiste en alimentos preparados con determinados insumos los cuales se mezclan en diferentes proporciones que no implica perjuicio alguno hacia el medio ambiente ni a la salud de las personas. La recolección de los desechos se lo realizará de manera diaria y esto servirá para venderlo como abono a los moradores que lo deseen para que puedan realizar sus diferentes actividades en la agricultura, así se contribuirá a evitar la contaminación ambiental, es por ello que la empresa tendrá estrictos controles en la limpieza para evitar la contaminación.

Finalmente, con la investigación realizada y la información obtenida se pudo conocer la aceptación que tendría la implementación de este Plan de Negocio que es totalmente sostenible y rentable, por medio del cual se tratará a la vez de contribuir con el desarrollo de la parroquia Orianga, Cantón Paltas provincia de Loja, ya que ayudará a generar ingresos a la comunidad y además brindará una fuente de trabajo y motivará a los habitantes a que sigan creciendo cada día.

ABSTRACT

Ecuador is a country with high demand in the consumption of chickens and eggs since, daily the population not only nationally but also worldwide, in Ecuador chicken is consumed annually per person 30.40 kg, due to its low cost and its high protein yield. In our country, the economic situation has been affected due to the lack of jobs, enterprises and resources to be able to invest in different micro-businesses that is why this research project has the purpose of creating a business plan for the creation of a micro-business. Dedicated to raising chickens in the Orianga Parish, Cantón Paltas, Province of Loja, for the year 2021. The research will develop a Business Plan to create a micro-business dedicated to raising chickens and offering a quality product, and with the biosafety and hygiene controls to avoid product contamination.

For the present investigation of the project, the main problem was analyzed, which is the lack of an enterprise, lack of employment and above all the lack of a microenterprise dedicated to providing this type of service with quality and with an excellent biosafety protocol and for this purpose, applied 417 surveys in order to obtain important information for the preparation of the Plan and the development of this research.

Likewise, it is important to mention that various methods were used that contributed to the development of the research, the methods used are: the scientific, inductive, analytical, mathematical method, in addition, observation and survey techniques were used to determine the sample. The population data was taken from the last National Census of the Year 2010, this helped us to determine the size of the sample to whom the surveys were applied.

The surveys were carried out in person and the data was tabulated to find out its results and later analyze and present them.

In the financial study of the plan, it was established that an investment of \$ 1,500.00 US dollars is required, for the acquisition of office furniture, production equipment, tools such as the following: Dining rooms, Drinkers, Manuals, Wood chip bed, Scale, Thermometer, etc. In addition, the land is its own, it is where the chicken raising company will be installed, it has an area of 200 m². The workforce has the presence of highly qualified professional personnel: a manager, secretary, operators, supervisor and an accountant, being the main workforce that the company will use. The chicks will be fed on a balanced basis, which consists of food prepared with certain inputs which are mixed in different proportions that do not imply any harm to the environment or human health. The collection of waste will be done on a daily basis and this will serve to sell it as fertilizer to residents who wish so that they can carry out their different activities in agriculture, thus helping to avoid environmental contamination, that is why the company it will have strict controls on cleaning to avoid contamination.

Finally, with the research carried out and the information obtained, it was possible to know the acceptance that the implementation of this Business Plan would have, which is totally sustainable and profitable, through which it will try to contribute to the development of the Orianga parish, at the same time. Cantón Paltas province of Loja, as it will help generate income for the community and also provide a source of work and motivate the inhabitants to continue growing every day.

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo de investigación encontrará información relevante como es el Tema: **PLAN DE NEGOCIOS DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CRIANZA DE POLLOS EN LA PARROQUIA ORIANGA, CANTÓN PALTAS, PROVINCIA DE LOJA, PARA EL AÑO 2021**, además se visualizará el resumen, en el que se dará a conocer aspectos relevantes del proyecto, la metodología utilizada, los resultados obtenidos y su financiamiento.

Posteriormente encontrará el desarrollo de la introducción su estudio y propósito de la investigación, seguido de los diversos métodos utilizados, así como las técnicas de observación y encuesta.

A continuación, se visualizará la tabulación de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas de la investigación, seguido de la discusión en el cual se fundamenta los resultados obtenidos del mismo. Finalmente, se detallan las conclusiones, recomendaciones, la bibliografía que son las referencias citadas en el proyecto de manera alfabética y los respectivos anexos aquí se adjunta el modelo de la encuesta.

CAPITULO I

METODOLOGÍA

Se recolectó y analizó la información correspondiente donde se utilizaron métodos y técnicas las mismas que sirvieron en el desarrollo del trabajo investigativo. Los métodos que se utilizó son los siguientes:

Método Científico: Es un método que se basa en un análisis progresivamente complejo, integrado por análisis de información, el conocimiento es un conjunto organizado de datos y e información que permite resolver un determinado problema. (Garcia, 2019). Se utilizó el método científico para la revisión literaria que permitió recoger y analizar los datos de la información recopilada el mismo que pudo obtener resultados verídicos y reales, que fue de gran ayuda para llevar a cabo el desarrollo de la misma.

Método Analítico: Es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, naturaleza y los efectos. (Garcia, 2019) Con este método se pudo analizar cada fase o etapa del proyecto a investigar, así como también se analizó la información de las encuestas para la determinación de las conclusiones veraces.

Método Matemática: Es un modelo que utiliza fórmulas matemáticas para representar la relación entre distintas variables, parámetros y restricciones. (Roldán, 2021). El siguiente método se lo aplicó al momento de la recopilación de datos de las encuestas efectuadas a ciudadanos del cantón Paltas, así como en el análisis, tabulación e interpretación de estos obteniendo resultados exactos.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Observación: Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis. La **observación** es un elemento

fundamental de todo proceso de investigación; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. (Pimentel, 2019)

Permitió visualizar los resultados o datos de la encuesta aplicada para su posterior análisis, de tal manera que nos permita obtener resultados precisos y llegar a unas conclusiones fidedignas.

Encuesta: es una técnica que se lleva a cabo mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de personas. Las encuestas proporcionan información sobre las opiniones, actitudes y comportamientos de los ciudadanos (Pimentel, 2019)

Se analizó el estudio de mercado para conocer cuáles son los gustos y preferencias de las personas, mediante la aplicación de un cuestionario previamente elaborado al segmento de mercado al cual va dirigido.

Población y Muestra: Se determinó el tamaño de la muestra para obtener el número de familias existentes actualmente en la parroquia Orianga, Cantón Paltas, población que fue tomada para el desarrollo de este proyecto es de 2500 habitantes con esta cantidad se obtuvo una muestra de 417 personas, número de encuestas a aplicarse a las familias de la parroquia Orianga, Cantón Paltas el mismo que sirvió para extraer información para la realización del presente proyecto de investigación.

CAPITULO II

RESULTADOS DE LA ENCUESTA

1. ¿En su familia, consume pollo?

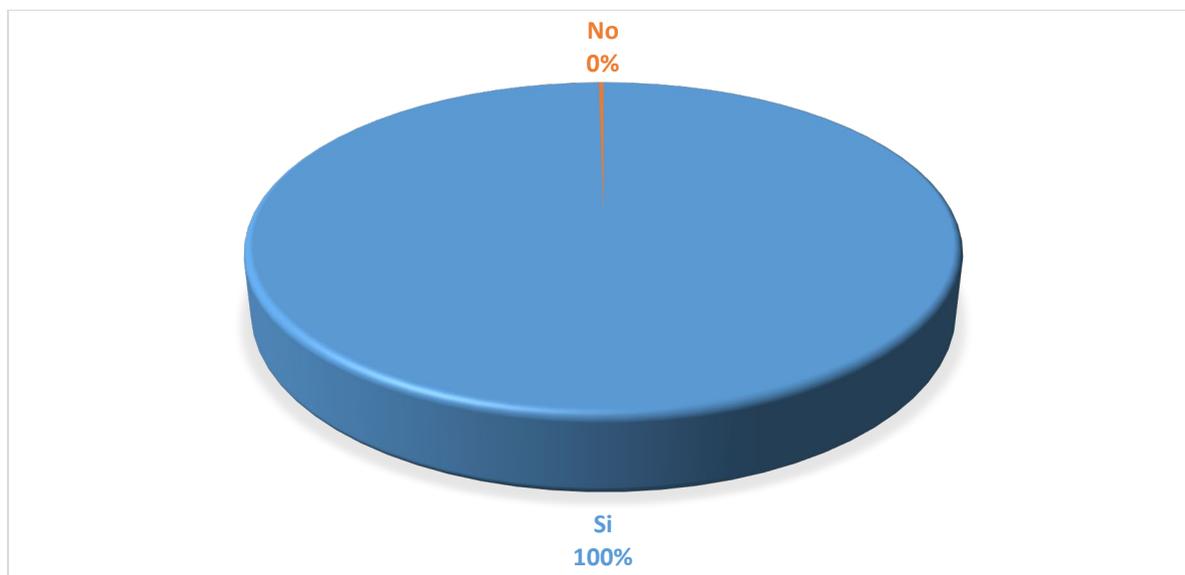
Tabla 1. Consumo de Pollo

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Si	416	100%
No	1	0%
Total	417	100%

Autora: Josselyn Michelle Camacho

Fuente: Encuestas a la parroquia Orianga cantón Paltas de la Provincia de Loja.

Gráfico 1. Consumo de Pollo



Autora: Josselyn Michelle Camacho

Fuente: Grafico 1

Análisis e interpretación

De las encuestas realizadas el 100% de la población consume pollo ya sea dentro o fuera de sus hogares, mientras que el 0% no lo consume. Es por eso que la mayoría de la población consume este producto en la parroquia Orianga del Cantón Paltas de la provincia de Loja.

2. ¿Qué tipo de carne considera más sana?

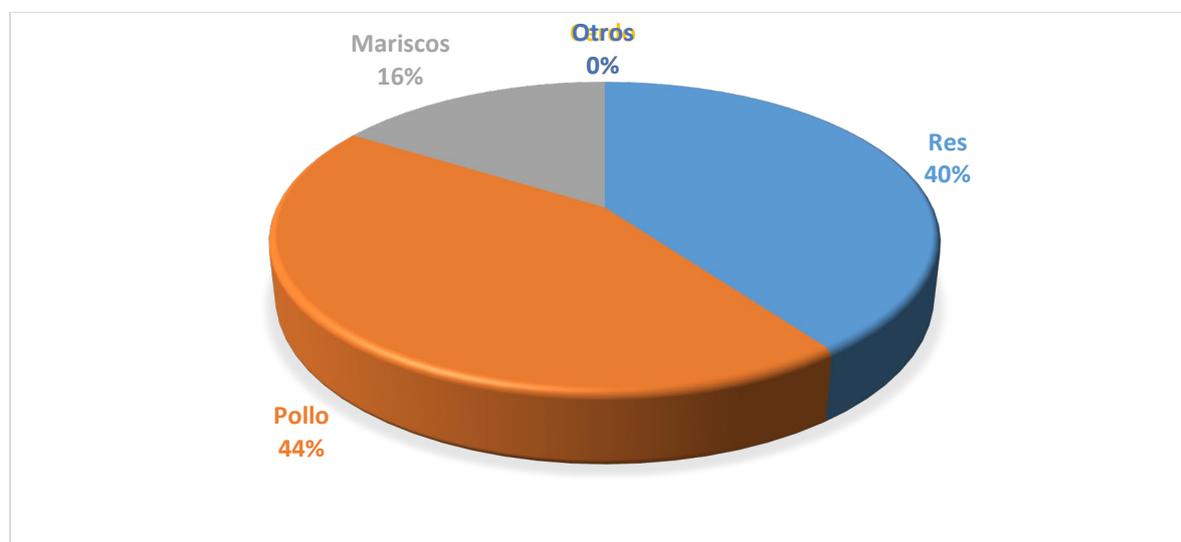
Tabla 2. Tipo de carne considerada más sana

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Res	167	40%
Pollo	183	44%
Mariscos	67	16%
Cerdo	0	0%
Otros	0	0%
Total	417	100%

Autora: Josselyn Michelle Camacho

Fuente: Encuestas a la parroquia Orianga cantón Paltas de la Provincia de Loja.

Gráfico 2. Tipo de carne considerada más sana



Autora: Josselyn Michelle Camacho

Fuente: Grafico 2

Análisis e interpretación

El 44% de las personas encuestadas consideran que la carne de pollo es la más sana, seguida de un 40% que es la carne de res, un 16% mariscos y 0% en la carne de cerdo y otros. Se puede decir que la carne de pollo la consideran como una proteína de alta calidad con muchos beneficios nutricionales para el organismo.

3. ¿Cuántas libras de pollo consume a la semana?

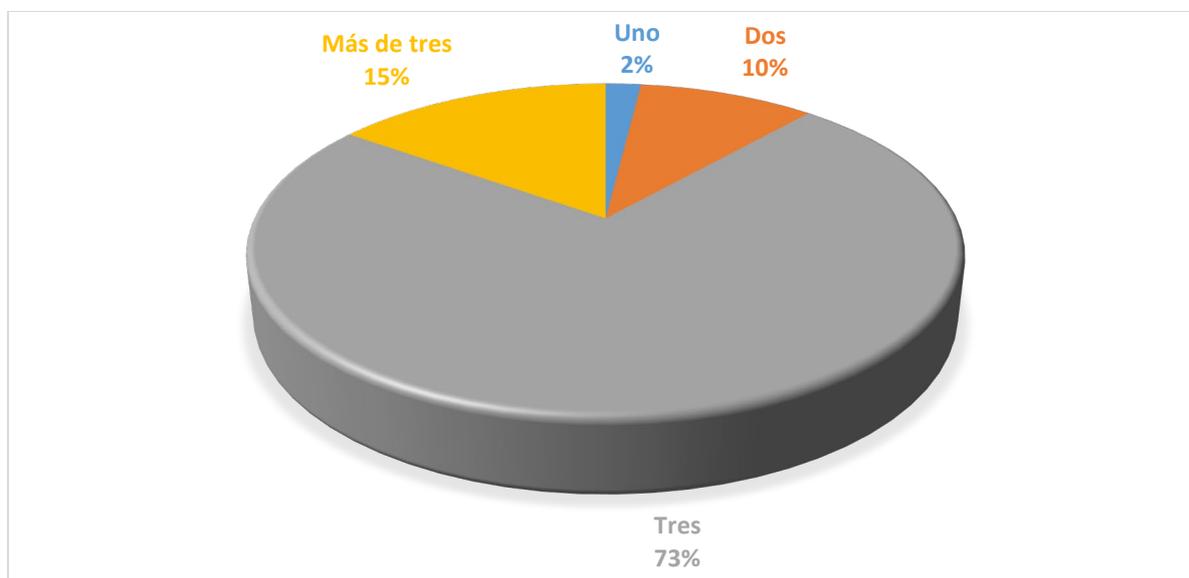
Tabla 3. Consumo de pollo a la semana

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Uno	8	2%
Dos	40	10%
Tres	306	73%
Más de tres	63	15%
Total	417	100%

Autora: Josselyn Michelle Camacho

Fuente: Encuestas a la parroquia Orianga cantón Paltas de la Provincia de Loja

Gráfico 3. Consumo de pollo a la semana



Autora: Josselyn Michelle Camacho

Fuente: Gráfico 3

Análisis e interpretación

De acuerdo al consumo diario de pollo a la semana, el 73% de la población lo consume 3 veces a la semana, el 63 % lo hace más de 3 veces, el 40% lo consume dos veces y el 8% que es mínimo lo consume una sola vez. Como nos podemos dar cuenta que la población la mayoría la consume carne de pollo unas 3lb a la semana ya que la consideran como una de las más apetecidas y la más saludable.

4. ¿Qué tipo de pollo consume?

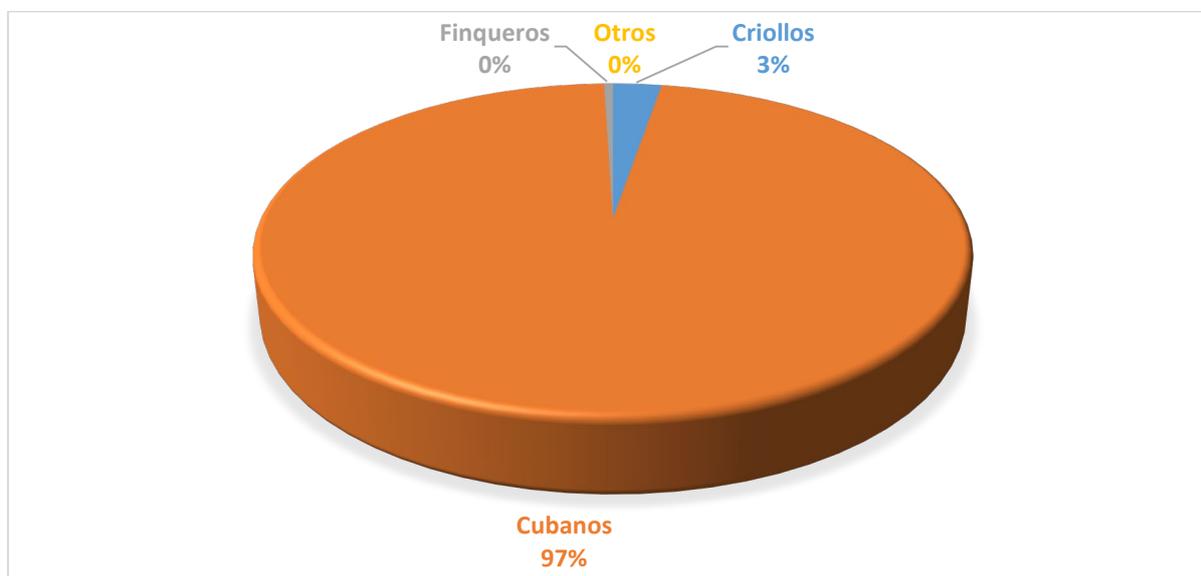
Tabla 4. Tipo de pollo que se consume

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Criollos	11	3%
Cubanos	404	97%
Finqueros	2	0%
Otros	0	0%
Total	417	100%

Autora: Josselyn Michelle Camacho

Fuente: Encuestas a la parroquia Orianga cantón Paltas de la Provincia de Loja.

Gráfico 4. Tipo de pollo que se consume



Autora: Josselyn Michelle Camacho

Fuente: Gráfico 4.

Análisis e interpretación

La mayoría de la población de la parroquia Orianga el pollo tipo cubano lo consumen un 97%, y un 3% los pollos criollos dejando a un lado con un 0% los finqueros y otros que nos los consumen. Con las encuestas realizadas nos permite identificar a nuestro público objetivo y poder llegar a ellos satisfaciendo sus necesidades.

5. ¿A qué lugar acude regularmente a comprar pollo?

Tabla 5. Lugar donde compra el pollo

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Mercados	1	0%
Tiendas	414	99%
Supermercados	1	0%
Avícolas	1	0%
Total	417	100%

Autora: Josselyn Michelle Camacho

Fuente: Encuestas a la parroquia Orianga cantón Paltas de la Provincia de Loja.

Gráfico 5. Lugar donde compra el pollo



Autora: Josselyn Michelle Camacho

Fuente: Gráfico 5

Análisis e interpretación

De la parroquia Orianga el 99% de la población regularmente adquiere el pollo en las tiendas, un 0% en mercados y supermercados. Mediante los resultados obtenidos pudimos identificar a nuestros posibles distribuidores.

6. ¿Estaría de acuerdo que se implemente una empresa para la crianza de pollos en la parroquia Orianga en el cantón Paltas?

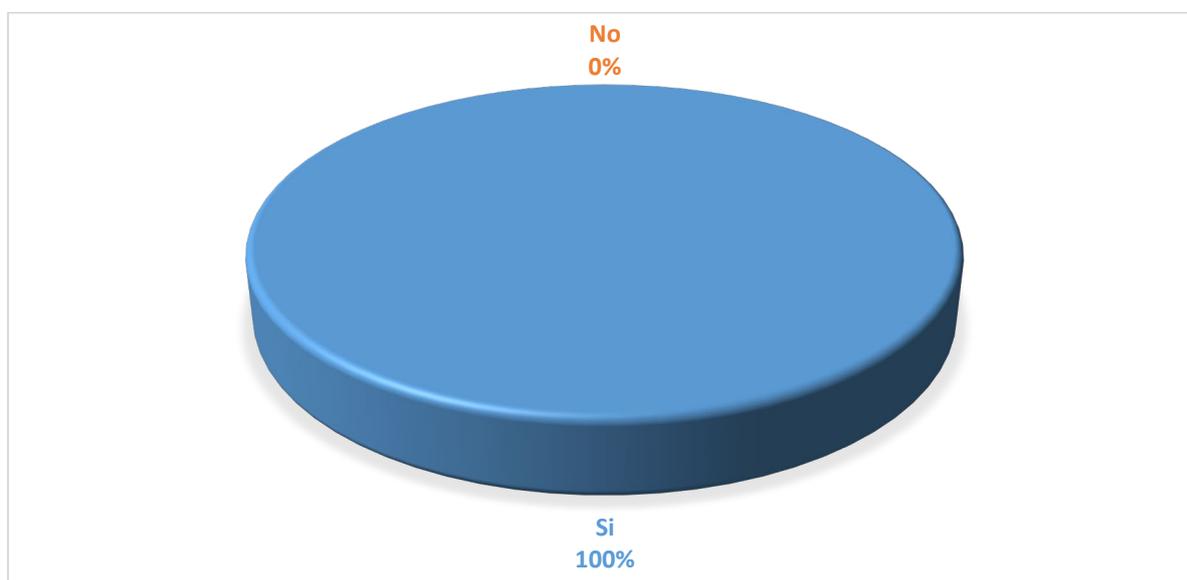
Tabla 6. Implementación de una empresa de crianza de pollos

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Si	417	100%
No	0	0%
Total	417	100%

Autora: Josselyn Michelle Camacho

Fuente: Encuestas a la parroquia Orianga cantón Paltas de la Provincia de Loja.

Gráfico 6. Implementación de una empresa de crianza de pollos



Autora: Josselyn Michelle Camacho

Fuente: Grafico 6

Análisis e interpretación

El 100% de las personas encuestadas opinaron que están de acuerdo de implementar una empresa para la crianza de pollos en la parroquia Orianga del cantón Paltas de la provincia de Loja. Con estos resultados podemos darnos cuentas que nuestro proyecto va hacer muy factible.

7. ¿Si se implementaría una empresa de pollos estaría dispuesto a consumir nuestro producto?

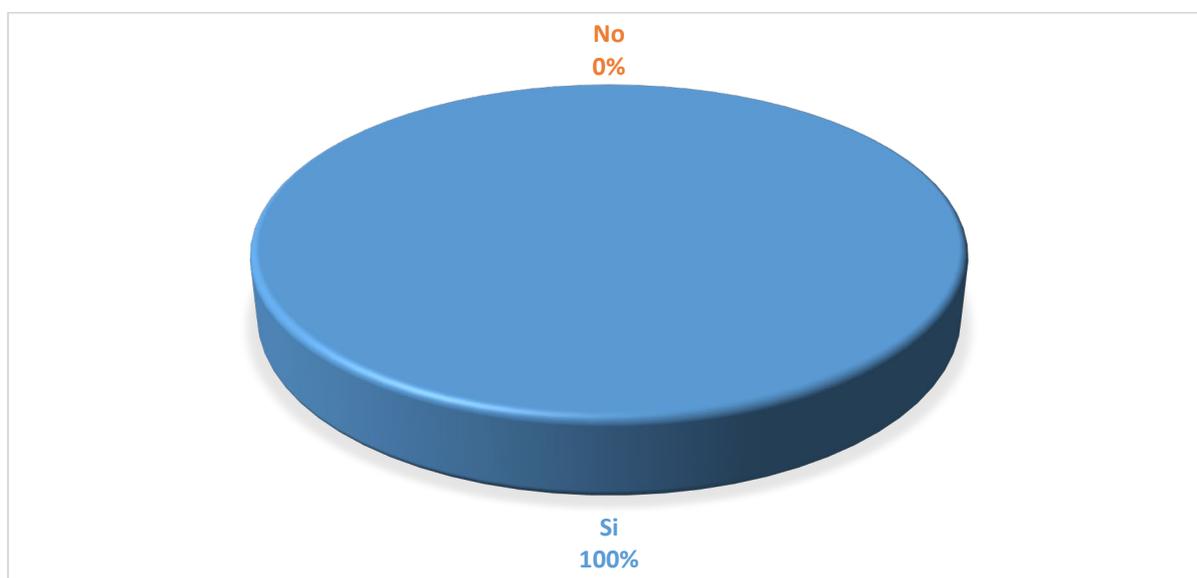
Tabla 7. Consumir nuestro producto

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Si	417	100%
No	0	0%
Total	417	100%

Autora: Josselyn Michelle Camacho

Fuente: Encuestas a la parroquia Orianga cantón Paltas de la Provincia de Loja.

Gráfico 7. Consumir nuestro producto



Autora: Josselyn Michelle Camacho

Fuente: Grafico 7

Análisis e interpretación

De la población encuestada el 100% la población de la parroquia Orianga están dispuestos adquirir nuestro producto. Es un factor positivo porque nos ayuda a cumplir nuestro objetivo.

8. ¿Dónde le gustaría que esté ubicado el local?

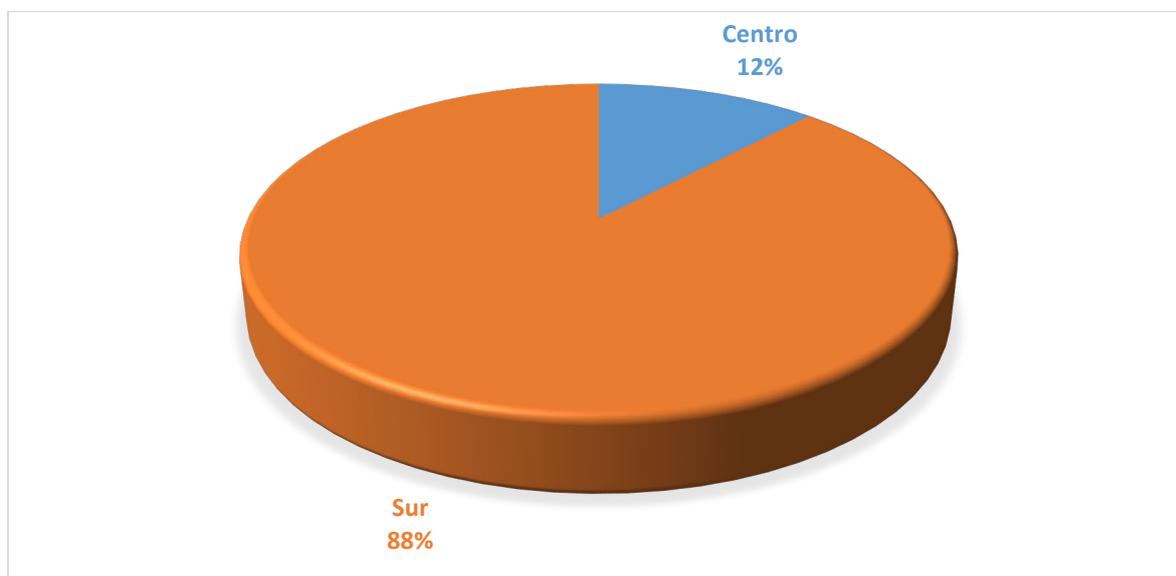
Tabla 8. Ubicación del local

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Centro	50	12%
Sur	367	88%
Total	417	100%

Autora: Josselyn Michelle Camacho

Fuente: Encuestas a la parroquia Orianga cantón Paltas de la Provincia de Loja.

Gráfico 8. Ubicación del local



Autora: Josselyn Michelle Camacho

Fuente: Gráfico 8

Análisis e interpretación

De los resultados obtenidos el 88% le gustaría que nuestro local este ubicado al sur, mientras que el 12% desea al centro. Con estos datos nos indica que nos iría bien el implementarnos al sur.

9. ¿Qué tipo de promoción le gustaría que le ofrezcan?

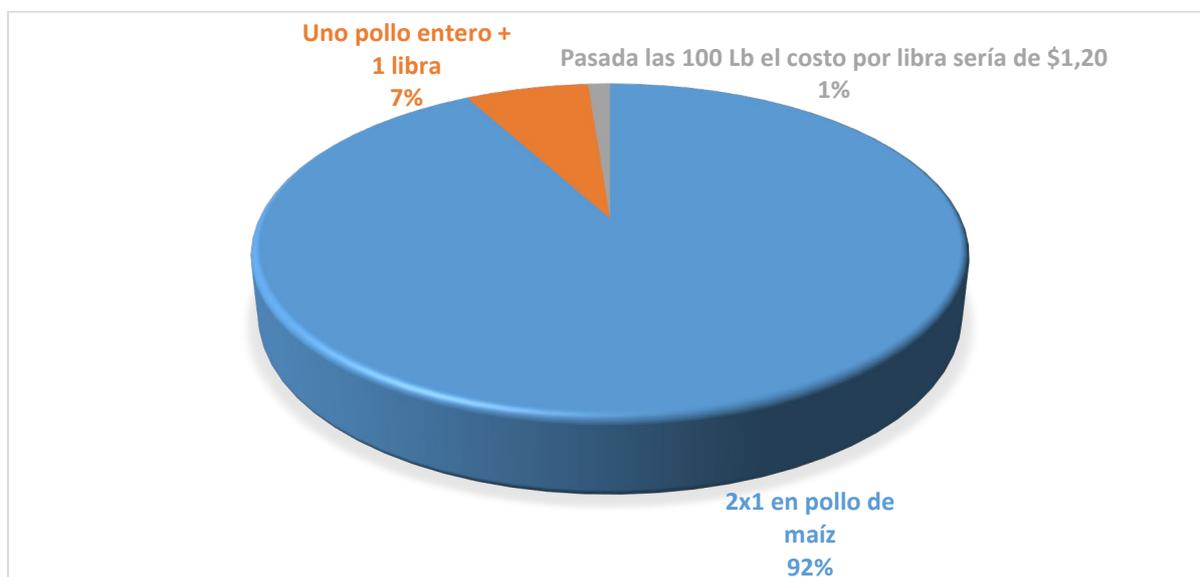
Tabla 9. Promoción

Datos	Frecuencia	Porcentaje
2x1 en pollo de maíz	384	92%
Uno pollo entero + 1 libra	28	7%
Pasada las 100 Lb el costo por libra sería de \$1,20	5	1%
Total	417	100%

Autora: Josselyn Michelle Camacho

Fuente: Encuestas a la parroquia Orianga cantón Paltas de la Provincia de Loja.

Gráfico 9. Promoción



Autora: Josselyn Michelle Camacho

Fuente: Grafico 9

Análisis e interpretación

De las 417 personas encuestadas el 92% les gustaría la promoción del 2x1 en el pollo de maíz, el 7% desean un pollo entero más una libra y el 1% optaron por la promoción pasada las 100 lb el costo por libra sería de \$1,20. Con estos resultados ofreceremos precios cómodos y accesibles para nuestros clientes y excelentes promociones.

10. ¿Qué beneficios traería la microempresa en la localidad?

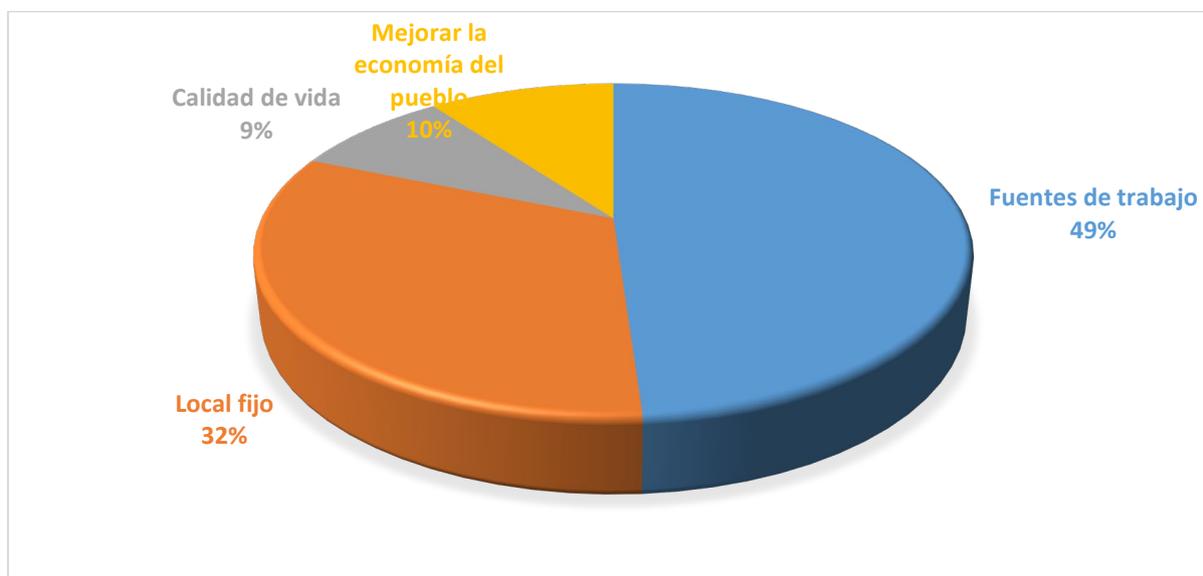
Tabla 10. Beneficios

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Fuentes de trabajo	204	49%
Local fijo	135	32%
Calidad de vida	36	9%
Mejorar la economía del pueblo	42	10%
Total	417	100%

Autora: Josselyn Michelle Camacho

Fuente: Encuestas a 1 parroquia Orianga cantón Paltas de la Provincia de Loja.

Gráfico 10. Beneficios



Autora: Josselyn Michelle Camacho

Fuente: Grafico 10

Análisis e interpretación

Las personas encuestadas en la parroquia Orianga nos dieron a conocer de los beneficios que traería al colocar una empresa dedicada al criadero de pollos en dicha parroquia, obtuvimos los siguientes resultados un 49% nos indicó que habría más fuentes de trabajo, el 32% local fijo, el 9% indico calidad de vida y el 10% nos ayudaría a mejorar la economía del pueblo.

CAPITULO III

DISCUSIÓN

De las encuestas realizadas a la parroquia Orianga del cantón Paltas de la provincia de Loja, obtuvimos una valiosa información sobre el consumo de la carne pollo, que tipo de carne se la considera más sana, donde la adquieren, que promoción desearían, etc.

Con respecto al consumo del pollo el 100% de las personas encuestadas indican que lo consumen, y el 44% consideran que la carne de pollo es más saludable y que tienen muchos beneficios para la salud. A la carne de pollo la adquieren en las tiendas por lo que podemos ver que ellos serán nuestros posibles distribuidores. El pollo que lo consumen es el cubano es el que más lo compran y consumen tres libras de pollo a la semana, el 100% de la población encuestada nos dio a conocer que están de acuerdo con la implementación de una empresa dedicada acrianza de pollos, en el cual desena que este ubicado en el sector sur, y además que consten de excelentes promociones escogieron la del 2x1 en pollo de maíz. Finalmente nos dieron a conocer sobre los beneficios que habría al poder realizar este proyecto como son más fuentes de trabajo, que tendremos más factibilidad al ser nuestro propio local, y sobre todo al mejorar la economía de nuestro pueblo. Gracias a toda la información recolectada pondré en marcha mi emprendimiento.

CAPITULO IV

PROPUESTA DEL PLAN DE NEGOCIOS

Plan de negocios de la microempresa dedicada a la crianza de pollos en la parroquia Orianga, cantón Paltas, provincia de Loja, para el año 2021.

El presente plan se desarrolla con el fin de establecer los puntos específicos que determinarán la efectividad del plan.

Así mismo se establecerá los apartados más importantes según las últimas actualizaciones de la página “E3 TV”

“VENTAS AVÍCOLAS CAMACHO”



Dirección: Orianga-Paltas-Loja

E-mail: avicolacamacho.21@gmail.com

Facebook: Ventas Avícola_Camacho

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocios demuestra que es apto aprovechar las oportunidades que brindan el entorno o sector Orianga, y las ventajas que tiene una microempresa ubicada en este sector ante la competencia existente, cabe recalcar que el presente plan de negocios pretende ser aperturado a nombre de autor Josselyn Camacho dentro de un periodo determinado de un año.

Es importante conocer que, para generar ventajas competitivas que hagan sostenible un plan de negocio orientado a satisfacer la demanda del consumidor de la parroquia Orianga, que tiene un ritmo de vida agitado y que busca salud y placer en los alimentos que consume, se debe primero realizar un estudio de mercado mediante fuentes primarias como las encuestas y fuentes secundarias como la observación y análisis del entorno, que ayudaran a determinar el comportamiento del consumidor.

Nuestro público metas está enfocado en las personas de entre 16 años en adelante entre hombres y mujeres ya que son consideradas como personas económicamente activas que consumen este producto a ofertar.

El pollo es el producto fundamental y primordial que ayudará al sector Orianga, tanto en el ámbito alimenticio como en el ámbito económico, así se lo determina según el resultado de las encuestas aplicadas, en el cual manifiestan consumir más de tres libras de pollo a la semana permitiendo de esta manera llevar a cabo el plan de negocios, estrategias y tácticas factibles que encontrará en este apartado

Referente a las proyecciones financieras, se espera que al finalizar el quinto año de vida productiva después del inicio de las operaciones se pueda obtener utilidades de un 50%.

Ya que los gastos incurridos en la implementación del negocio son mínimos.

EL FACTOR DIFERENCIADOR DE TU EMPRESA

La empresa “**Ventas Avícolas Camacho**” planificado para la creación de la misma, fundada por la Srta. Camacho Josselyn, el 28 de enero del año 2022.

El nombre de la misma esta denominado como “**VENTAS AVÍCOLAS CAMACHO**”, debido al producto que ofrece y haciendo hincapié el apellido de la fundadora.

Los servicios que pretende ofrecer son la crianza y venta de pollos de calidad al por mayor y menor brindando un servicio y productos de calidad.

La crianza de los pollos será con todas las normas de bioseguridad que denote la calidad e importancia que la empresa pone en el cliente.

Para el desarrollo de la microempresa de requirió la adquisición de materiales e insumos validadas en 1500 dólares americanos. El terreno es una donación por parte de los padres de la propietaria quienes consideraron como fructífero el emprendimiento.

NOMBRE DE LA EMPRESA: “VENTAS AVÍCOLAS CAMACHO”

La empresa se creará con el fin de satisfacer las necesidades de la parroquia Orianga y a su vez ayudará a generar ingresos económicos, generará fuentes de trabajo y por ende un crecimiento económico para la población. Además, nuestra empresa ofrece un producto de calidad y a un buen precio asequible para la parroquia Orianga del catón Paltas de la Provincia de Loja.

Logotipo

El logo se compone de dos colores naranja y azul que reflejan simpatía y armonía además está compuesto por dos pollos que reflejan el producto que ofrecemos que son pollos de calidad, el nombre de la empresa Camacho proviene del apellido que representa nuestra unión familiar y lo importante que es este proyecto.

Figura 1 Logotipo



Autora: Josselyn Michelle Camacho

Fuente: Josselyn Michelle Camacho

Slogan

Nuestro objetivo es brindar pollos de calidad por eso hemos optamos por el siguiente slogan: **“Consumo rico y saludable”**

PLAN ADMINISTRACIÓN

Un plan organizacional nos hace referencia a los contenidos y distribución de cada uno de los puestos, por medio de niveles jerárquicos. (Cruz, 2019)

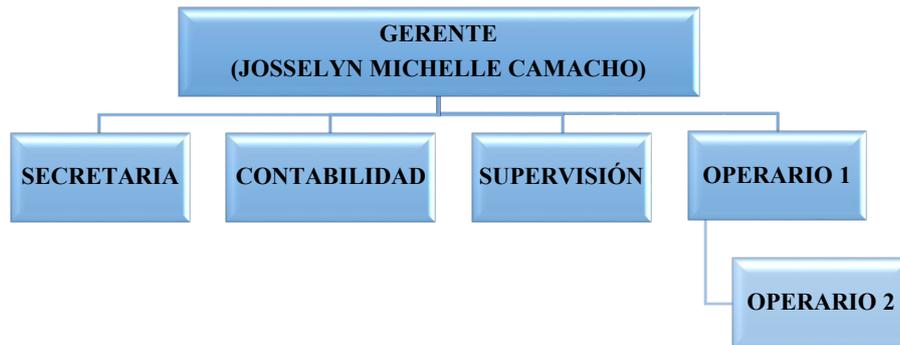
Estructura Empresarial

Es la parte fundamental dentro de una empresa, es la estructura organizativa una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. Para ello toda empresa debe tener su organigrama. (Garcia, 2019)

Organigrama

Un organigrama es la representación gráfica de la estructura de una empresa u organización. Además, es un modelo abstracto y sistemático, que permite obtener una idea uniforme acerca de la estructura formal de una organización. (Santos, 2018)

Nuestra empresa consta con el siguiente organigrama estructural es de forma vertical en el cual su estructura organizativa es a partir de las funciones, se divide en departamentos o áreas.



Misión

La empresa “VENTAS AVÍCOLAS CAMACHO” dedicada a la crianza de pollos en la parroquia Orianga, cantón paltas, provincia de Loja, en el que ofrecemos un producto de calidad, con precios justos y cómodos, con un personal totalmente capacitado y con todas las medidas de bioseguridad para satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes y así poder contribuir al desarrollo de la parroquia Orianga.

Visión

Seremos una empresa reconocida en la crianza de pollos en la parroquia Orianga, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes y poder contribuir cada año a la parroquia otorgando fuentes de trabajo a las personas que habitan en la parroquia.

Objetivos

Tener una confianza plena con nuestros clientes y la empresa, y a futuro poder llegar a más consumidores para que puedan adquirir nuestros pollos de calidad con total seguridad.

Estudio legal

Para que una empresa se constituya debe cumplir con ciertos requisitos que son los siguientes:

RUC o RISE

- Original y copia de la cédula de identidad

- Original y copia de certificado de votación
- Planilla de agua, luz o teléfono del domicilio

Permiso de los bomberos

- Copia de RUC o RISE
- Un extintor de 10lb
- Pago de \$1,00 del certificado
- Visto bueno del supervisor
- Copia del carnet del artesano si lo tuviera

Patente municipal

- Copia de cedula de identidad y certificado de votación
- Impuesto predial del inmueble
- Copia del pago a los bomberos
- Copia de RUC o RISE
- Copia del impuesto a la renta
- Carnet del artesano si lo tuviera

Registro sanitario

- Presentar la solicitud a la autoridad de salud en el formulario único con tres copias
- Entrega de documentación en el área de control sanitario de la dirección de higiene.

ESTRATEGIA A SEGUIR

Publicidad

Para llegar a nuestros clientes de la parroquia Orianga debemos implementar publicidad en redes sociales y en flyers para que la ciudadanía se informe del producto y servicio que ofrecemos, se lo diseño en un formato de A6.

Figura 2 Publicidad

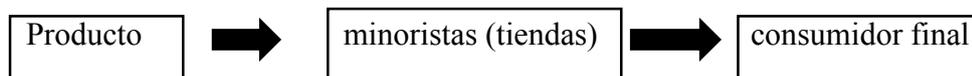


Autora: Josselyn Michelle Camacho
Fuente: Josselyn Michelle Camacho

Ciente

El cliente es la persona fundamental del mercado al cual se le denomina “Mercado meta“, este será el consumidor del producto o servicio que se ofrecerá con el proyecto, constituyéndose en su razón de ser.

Tenemos dos segmentos de mercado que serían nuestros clientes los cuales son moradores de la parroquia Orianga y las tiendas ya que ahí adquieren nuestro producto las personas que no podrán llegar directamente a nosotros. Nuestro canal de distribución sería el siguiente:

Distribución directa**Distribución indirecta****FODA**

La empresa “VENTAS AVÍCOLAS CAMACHO” contaría con el siguiente FODA:

<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Local propio para nuestra empresa • Instalaciones listas • Manejo de impacto ambiental • Materiales de calidad 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad de instalaciones y maquinaria. • Oferta de pollos todo el año • Tecnología de alta gama • Alimentación de calidad
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de financiamiento • Poca experiencia en el mercado • Emprendimiento nuevo • Cartera de clientes nuevas 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Impacto ambiental • Alta competencia • Calentamiento global • Leyes y normas de emprendimiento

Autora: Josselyn Michelle Camacho

Fuente: Josselyn Michelle Camacho

PLAN DE MERCADO

Es un documento en el que se plantea un nuevo proyecto comercial centrado en un bien, en un servicio, o en el conjunto de una empresa. Se estudia el entorno de la empresa, analizando y evaluando los posibles resultados si se logran los objetivos marcados en el proyecto. (Kotler, 2019)

Definición del negocio

En la definición del negocio se describe el negocio y los productos o servicios que se van a ofrecer, los objetivos del negocio y las estrategias que permitirán alcanzar dichos objetivos, y se indican los datos básicos del negocio, tales como el nombre y la ubicación. (Santos, 2018)

El presente proyecto sería con la creación de una microempresa dedicada microempresa dedicada a la crianza de pollos; la misma que contribuirá a la dinámica económica de la parroquia Orianga del Cantón paltas. Brindando un producto de calidad con registro sanitario respectivo y tramitado con las normas vigentes tal como lo dispone la ley.

Estudio de mercado

En el estudio de mercado se describen las principales características del público objetivo y la futura competencia, y se desarrolla el pronóstico de la demanda y el plan de comercialización. Para obtener nuestro público objetivo el cual fue encuestado se realizó mediante la fórmula donde se pudo determinar la población de la parroquia Orianga del cantón Paltas de la provincia de Loja.

Producto

Es un conjunto de atribuciones tangibles e intangibles que incluye el empaque, color, precio, prestigio del fabricante, prestigio del detallista y servicios que prestan este y el fabricante. El producto que se va a ofrecer en el mercado son pollos de calidad tanto en la parte

de desarrollo físico como en la parte sanitaria, dando paso a una adecuada postura y por ende un producto de calidad. (GITMAN J., 2018)

PLAN DE PRODUCCIÓN

Manejo de Pollo Broilers Cobb 500

Galpón.

Los pollos “broiler” requieren de un control adecuado dirigido hacia la alimentación, bienestar, sanidad y producción. El alojamiento de los pollos de engorde, es un aspecto determinante para el éxito o fracaso de una explotación avícola. (PRONACA, 2006).

Preparación del galpón.

En preparación para recibir los pollitos, se debe revisar cuidadosamente todo el equipo para asegurarse que está en perfectas condiciones de trabajo. Cubrir el piso con 5-10 cm (2- 4 pulgadas) de material de cama absorbente, que esté nuevo, limpio y libre de hongos, (Quishpe y León, 2011).

Recepción de los pollitos.

Reducir la temperatura de la calentadora en aproximadamente 3 °C (5 °F) por semana hasta llegar a 18- 21 °C (65-70 °F), siempre y cuando las condiciones ambientales lo permitan. Utilizar círculos protectores con >38-46 cm (15-18 pulgadas) de altura. En épocas de frío el círculo debe encontrarse a 1 m (3 pies 3 pulgadas) del borde de la calentadora. En épocas de calor aumentar la distancia a 2 metros (6 pies 6 pulgadas); Colocar los comederos y bebederos dentro del círculo, de tal manera que no estén directamente debajo de la fuente de calor (Quishpe y León, 2011).

Ingreso del pollo bebé

El pollito bebe se recibe de 1 a 3 días de nacido el cual nos proporcionara **AVICOLA "EL BROILERO"** VENTA DE POLLOS DE ENGORDE AL POR MAYOR Y MENOR. El cual está ubicado en la Ciudadela los Naranjos, del Cantón Pasaje de la Provincia del Oro.

4 a 6 horas post-alojamiento

- Verifique la temperatura de las patas de los pollitos contra su propia mejilla o cuello.
- Si las patas están frías – reevalúe la temperatura de precalentamiento del galpón.
- Resultados de una cama fría. (Bajo consumo temprano de alimento, Bajo crecimiento, Baja uniformidad)

24 horas post-alojamiento

El buche de los pollitos debe ser evaluado a la mañana siguiente del alojamiento para cerciorarse de que ellos han encontrado alimento y agua. En ese momento, como mínimo un 95% de los buches deberían sentirse blandos y elásticos indicando que los pollitos han encontrado exitosamente agua y alimento. Buches duros indican que los pollitos no han encontrado el agua y si los buches están demasiado dilatados significa que los pollitos han localizado el agua, pero no una cantidad suficiente de alimento (COBB, 2013)

Manejo durante segunda semana

- La temperatura debe estar entre 26 y 28 °C. Control de peso.
- La primera labor del día es apagar las criadoras y bajar las cortinas gradualmente considerando la temperatura interna y externa.
- Evitar mantener cerrado completamente el galpón las cortinas debe utilizarse al 100% en las noches principalmente.
- Realizar el cambio progresivo de equipos de bebe a adultos a partir de los 7 días de edad.
- Realizar manejo de las camas. (Siempre muy temprano o en las noches) Lavar y desinfectar todos los días los bebederos. (COBB, 2013)

Manejo durante tercer y cuarta semana

- La temperatura debe estar entre 24 y 26 °C.

- Control de pesos.
- Retirar los equipos que ya no sean necesarios (criadoras, mallas de división), el pollo debe ocupar el 100% del galpón. (COBB, 2013)

Manejo durante quinta semana hasta salida del pollo

- Retiro total de cortinas Utilización de ventiladores
- Control de consumo de alimento de acuerdo a la temperatura; si es demasiado caluroso suspender la alimentación para evitar muertes por embuchamientos.

Precio

Uno de los pasos fundamentales antes de establecer el precio de nuestro producto es saber qué es lo que se quiere lograr con el monto que le vamos a poner, la decisión sobre qué precio colocar a nuestro producto será crucial para el éxito de nuestras ventas. (José, 2017)

La empresa empleará una estrategia en la que se ofrecerá precios bajos y con promociones para que nuestra empresa sea reconocida y así logremos que nuestros futuros clientes posicionen en su mente la calidad de producto que les brindamos.

Oferta

Es ofrecer un producto para su venta, especialmente cuando se ofrece a un precio más bajo de lo normal. Por medio de las encuestas realizadas a las personas de la parroquia se obtuvo la información necesaria y podremos hacer la oferta para la empresa que sería el 2x1 en pollos de maíz. (Cruz, 2019)

Localización

La parroquia Orianga pertenece al cantón Paltas, se encuentra ubicada a 157 km de la ciudad de Loja. Los límites de la parroquia Orianga son los siguientes:

- **Norte:** Con la provincia del oro, con las parroquias de El paraíso, Marcabeli.

- **Este:** Con la parroquia Lauro Guerrero del cantón Paltas y Santa Rufina del cantón Chaguarpamba.
- **Sur:** Con la parroquia Lauro Guerrero, Guachanamá del cantón Paltas y Ciano del cantón Puyango.
- **Al oeste:** Con la parroquia Ciano del cantón Puyango y parte de El Paraíso del cantón las Lajas. (Orianga, 2021)

Ubicación geográfica

- **Latitud:** -3.90
- **Longitud:** -79.87
- **Zona horaria:** UT-5:00
- **Altitud:** 1176 msnm

Figura 3 Ubicación Geográfica



Autora: Josselyn Michelle Camacho

Fuente: Google Maps

Barrios que conforman la parroquia de Orianga.

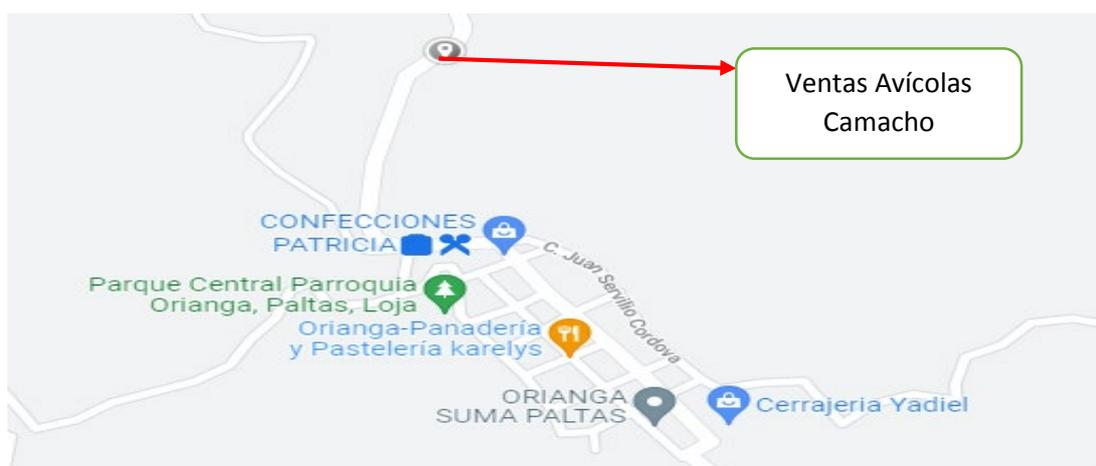
- Orianga
- Guayacán
- Alejandría
- El Coco

- Tunima
- Santa Lucia
- Saraca
- Marano
- Valle Hermoso
- Yangaca
- Triunfo
- Venados
- Limón
- La Libertad
- Yucanama
- Naranjito (Orianga, 2021)

Micro localización

Con las respectivas encuestas realizadas se concluyó que nuestra empresa quedara ubicada a las a fueras de Orianga en la vía principal Orianga.

Figura 4 Localización de la Empresa



Autora: Josselyn Michelle Camacho
Fuente: Google Maps

PLAN FINANCIERO

Para que la implementación de la empresa implica una serie de recursos, los cuales deben ser identificados en forma minuciosa, porque de ello depende que al momento de implementar el proyecto no surjan problemas, que al final podrían atentar contra la implementación del proyecto. (Lawrence, 2018)

La empresa “VENTAS AVÍCOLAS CAMACHO” cuenta con recursos financieros de \$ 1,500.00 dólares americanos que serán empleados para la realización de las adecuaciones e instalaciones necesarias para el correcto funcionamiento de la planta avícola. El terreno donde se instalará tiene una extensión de 200 m², es terreno propio. El financiamiento para la realización de este proyecto corre 100% por cuenta propia.

Tabla 11. Muebles equipos y útiles de oficina

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
6	Sillas	8,00	64,00
1	Escritorio	75,00	75,00
1	Teléfono	25,00	25,00
1	Computadora	150,00	150,00
1	Resma de papel	3,50	3,50
1	Impresora	150,00	150,00
Total		411,50	467,50

Autora: Josselyn Michelle Camacho

Fuente: (Reforma, 2021)

Tabla 12. Gastos indirectos

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Internet	20,00	20,00
1	Teléfono	7,00	7,00
1	Agua	20,00	20,00
1	Luz	18,00	18,00
Total		65,00	65,00

Autora: Josselyn Michelle Camacho

Fuente: (EERSSA, 2021) (LOJA, 2021) (PUNTONET, 2021) (CNT, 2021)

Tabla 13. **Inversión de maquinaria**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
25	Comedores 4,5 kg	3,50	87,50
25	Bebedores 5 Litros.	3,50	87,50
1	Cama viruta	7,00	7,00
1	Balanza	35,00	35,00
1	Termómetro	25,00	25,00
1	Equipo Espalda	30,00	30,00
5	Criadora Eléctrica	35,00	175,00
1	Redondel para pollitos	50,00	50,00
500	Pollos	0,50	250,00
50	Vitaminas	0,75	37,50
50	Antiparasitarios	0,75	37,50
Total		191.00	822.00

Autora: Josselyn Michelle Camacho

Fuente: (Gonzalez, 2021)

CONCLUSIONES

- Se concluye que con la información obtenida el proyecto es 100% factible
- Podemos concluir q para llevar a cabo este proyecto debemos contar con un plan administrativo debidamente estructurado y las funciones del personal debidamente establecidos.
- Una vez realizado el plan de financiamiento se pudo determinar que la inversión para este proyecto es \$1500.
- Concluimos que además de realizar la inversión debemos cumplir con las estrategias que se plantearon en el plan de marketing para que este negocio se posicione en el el mercado.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda implantar este emprendimiento ya que es factible y además genera fuentes de trabajo.
- Se recomienda capacitar a los trabajadores de la empresa en cuanto a normas de seguridad e higiene en la crianza de pollos para cumplir los objetivos de la empresa.
- Se recomienda invertir en estos proyectos ya que ayudaran al desarrollo de la parroquia Orianga.
- Se recomienda dar a conocer el producto utilizando los medios de comunicación disponibles como lo son programas televisivos, radiales y redes sociales

BIBLIOGRAFÍA

- Beltran Lugo, A. (2020). *Cría y levante de pollos Broiler en la sede educativa rural Hoya del Chipal*. Colombia. Obtenido de <http://proyectohoyadelchipal.blogspot.com/>
- Borello, A. (2019). *El plan de negocios*. España: Ediciones Díaz de Santos.
- CNT. (2021). *CNT*. Obtenido de <https://www.cnt.com.ec/>
- COBB. (2013). *COBB Guía de Manejo del Pollo de Engorde*. cobb-vantress.
- Cordoba Padilla, M. (2018). *Formulacion y evaluacion de proyecto*. (Vol. 2). Mexico: Ecoe Ediciones.
- Cruz, J. (2019). *Estrategias de Marketing para tu negocio*. Obtenido de <http://estrategias-negocio.blogspot.com/2009/04/estrategias-marketing-crear-productos.html>
- EERSSA. (2021). LOJA. Obtenido de <http://www.eerssa.gob.ec/>
- Experto., G. (2020). *El Plan de Negocios, qué es, beneficios, características, formulación y estructura*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/que-es-un-plan-de-negocios/>
- Galán, J. S. (2019). *Plan de negocio*. España. Obtenido de Economipedia.com
- Galán, J. S. (2021). *Plan de marketing*. Obtenido de Economipedia.com
- Garcia, F. (2019). *Investigacion y Metodologia de mercados* (2 ed.). Mexico.
- GITMAN J., L. y. (2018). *El futuro de los negocios*. Mexico: Cengage Learning Editores S.A.
- Gonzalez, C. A. (26 de 11 de 2021). La Chacra. *Proforma*. Loja, Loja, Ecuador.
- Jáuregui. (2019). *Estudio de precios*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/canales/demarketing/articulos/no13/prec>
- José, G. (2017). *Evaluación y Fijación de Precios en el Mercado*. Colombia: editorial Harris.
- Kotler, P. (2019). *Marketing y mercadotecnia*. (Vol. 3). Mexico: Prentice Hall.
- Lawrence, G. R. (2018). *Principios de la Administración Financiera* (10 ed.). Mexico.
- LOJA, M. D. (2021). Obtenido de <https://www.loja.gob.ec/consulta>
- Marquez, E. (2010). *Evaluación de proyectos: Metodología para formular un proyecto*. Obtenido de <http://www.monografias.com/>

- Orellana, A. (2018). *Plan de Mercado* . Obtenido de <https://www.marketing-xxi.com/>
- Orianga, G. P. (2021). *GAD Parroquial Orianga*. Obtenido de <https://orianga.gob.ec/index.php/ct-menu-item-13/ct-menu-item-29>
- Pimentel, E. (2019). *Formulación y Evaluación de Metodos y Diseños de investigacion*. Mexico: Pearson.
- PUNTONET. (2021). Obtenido de <https://www.puntonet.ec/>
- Reforma, L. (26 de 11 de 2021). *La Reforma*. Obtenido de <https://lareforma-craftstore.negocio.site/>
- Roldán, P. N. (2021). *ECONOMIPEDIA*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/modelo-matematico.html>
- Santos, D. (2018). *Los estudios de mercado*. Madrid : Diaz de Santos S.A.
- Uriarte, J. M. (2020). *Planeación Administrativa*. Obtenido de <https://www.caracteristicas.co/planeacion-administrativa/>
- Westreicher, G. (2020). *Plan financiero*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/plan-financiero.html>
- William., S. (2019). *Fundamentos de Marketing* (11 ed.). Mexico: Mc Graw Hill.



ANEXOS

ANEXO 1 ANTEPROYECTO

Instituto Superior Tecnológico Los Andes

**PLAN DE NEGOCIOS DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA
A LA CRIANZA DE POLLOS EN LA PARROQUIA ORIANGA,
CANTON PALTAS, PROVINCIA DE LOJA, PARA EL AÑO
2021.**

**Autora:
JOSSELYN MICHELLE CAMACHO
YUNGA**

**ANTEPROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE TECNÓLOGA EN
MERCADOCTENIA**

LOJA –ECUADOR

1. TEMA

Plan de negocios de una microempresa dedicada a la crianza de pollos en la parroquia Orianga, cantón paltas, provincia de Loja, para el año 2021.

2. PROBLEMÁTICA

Estudia el entorno de la empresa, analizando y evaluando los posibles resultados si se lograran los objetivos marcados en el proyecto. Para ello, es importante que el plan de negocio contenga en sus páginas las diversas variables que conforman sus objetivos y los recursos que serán necesarios dedicar a los mismos para iniciar su funcionamiento y para conseguir alcanzar esos objetivos. (Galán, Plan de negocio, 2019)

En nuestro entorno es muy común ver el surgimiento de nuevas empresas cada año, una mala planeación, falta de conocimiento y uso de herramientas que no ayudan a fortalecer sus ideas y llevarlas a cabo, son algunos motivos por las que muchas de ellas desaparecen del mercado, y es que actualmente ya no es suficiente con ser emprendedor y tener ganas de iniciar un negocio, sino la capacidad de adoptar propuestas nuevas que ayuden a mejorar el servicio o producto que se ofrece, derivadas de una evaluación de nuestro negocio.

La parroquia Orianga se encuentra ubicada hacia el norte del cantón Paltas, provincia de Loja, pertenece administrativamente al cantón Paltas, una de sus actividades económicas principales es la agricultura. La necesidad de realizar una microempresa dedicada a la cría de pollos broilers, se debe principalmente al problema que enfrentan los habitantes de la Parroquia Orianga, los mismos que no tienen alternativa de transportar el pollo desde el Cantón Paltas, Provincia del Loja, lo cual se considera importante tomar en cuenta las necesidades de quienes habitan la parroquia determinando y evaluando las variables que intervienen en el proceso de transportar las crías avícolas desde el cantón Paltas y que tan viable es el proyecto de instalar una microempresa de crianza de pollos en dicha parroquia.

Uno de los principales compromisos que ofrecen grandes empresas del Ecuador es la crianza de pollos broilers para satisfacer las necesidades de los clientes y consumidores. El pollo, ha conformado siempre parte de la canasta básica del consumidor ecuatoriano. Por años las empresas que se dedican a la crianza de animales avícolas están posicionadas en el mercado, que son tradicionalmente consumidos por los ecuatorianos. El pollo a diferencia de otros, productos ingresa al mercado de poblaciones rurales y sectores urbano-marginales.

El propósito fundamental es brindar al público consumidor productos avícolas, cumpliendo normas que garanticen la calidad de los mismos, así como la preservación del medio ambiente. Y así satisfacer las necesidades de nuestros clientes y entregar un producto de buena calidad y al mejor costo. Por ello se presenta el siguiente proyecto de un criadero de pollos orientados al desarrollo y crecimiento empresarial que se dará en la parroquia Orianga del Cantón Paltas de la Provincia de Loja.

3. OBJETIVOS

3.1.OBJETIVO GENERAL

Elaborar un plan de negocios con el propósito de crear una microempresa dedicada a la crianza de pollos en la parroquia Orianga, cantón Paltas.

3.2.OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar la demanda del pollo criado en el sector de Orianga del cantón Paltas de la Provincia de Loja.
- Realizar un cálculo económico para el plan de negocio.
- Plantear un Plan de Negocios para un criadero de pollos en la parroquia Orianga.

4. SUMARIO

Empresa

Es una organización social de personas para la explotación de un negocio que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos. (Pimentel, 2019)

Microempresas

Generalmente son de propiedad familiar o individual y sus actividades se orientan a la artesanía debido a lo exiguo del capital y, por ello, de sus instalaciones de equipo y maquinaria. (Kotler, 2019)

Estructura Empresarial

Es la coordinación de una serie de partes o elementos dispuestos en un cierto orden y con determinadas relaciones entre ellos. (William., 2019)

Organigrama

Es un esquema de la organización de una empresa, entidad o de una actividad. (Kotler, 2019)

Estudio de mercado

Es el punto de encuentro de oferentes con demandantes de un bien o servicio para llegar a acuerdos en relación con la calidad, la cantidad y precio. (Cordoba Padilla, 2018)

El Cliente

El cliente es el componente fundamental del mercado este será el consumidor del producto o servicio que se ofrecerá con el proyecto. (Cruz, 2019)

Precio

Se lo define como la manifestación en valor de cambio de un bien expresado en términos monetarios, o como la cantidad de dinero que es necesario entregar para adquirir un bien. (Jáuregui, 2019)

Producto

Es el bien o servicio que oferta la empresa, que cumple una serie de procesos para su producción y una serie de requerimientos exigidos por los consumidores, tiene la finalidad de satisfacer las necesidades de los mismos. (Kotler, 2019)

Crianza de pollos

Es de suma importancia comenzar la crianza de pollos con buenas medidas sanitarias y pollitos de calidad, estos deben ser libres de enfermedades tanto internas como externas para evitar el contagio a los demás pollos. (Beltran Lugo, 2020)

4.1. Concepto de Plan de Negocios

Estudia el entorno de la empresa, analizando y evaluando los posibles resultados si se lograran los objetivos marcados en el proyecto. Para ello, es importante que el plan de negocio contenga en sus páginas las diversas variables que conforman sus objetivos y los recursos que serán necesarios dedicar a los mismos para iniciar su funcionamiento y para conseguir alcanzar esos objetivos.

Además es un documento formal elaborado por escrito que sigue un proceso lógico, progresivo, realista, coherente y orientado a la acción, en el que se incluyen en detalle las acciones futuras que habrán de ejecutar tanto el dueño como los colaboradores de la empresa para, utilizando los recursos de que disponga la organización, procurar el logro de determinados resultados objetivos y metas y que, al mismo tiempo, establezca los mecanismos que permitirán controlar dicho logro. (Borello, 2019)

4.1.1. Beneficios de elaborar un plan de negocios

- Determina cuales son las oportunidades de negocio más prometedoras para la empresa.
- Permite determinar con mayor precisión los mercados de interés para la empresa.
- Señala cómo participar más activamente en esos mercados.
- Aporta las bases para decidir el tipo de productos o servicios que se deben ofrecer a la clientela.
- Establece objetivos, programas, estrategias y planes a seguir, que permiten controlar mejor el desarrollo futuro de la empresa.
- Establece una base firme para planificar todas las actividades de la empresa. (Borello, 2019)

4.1.2. Estructura general del plan de negocios

La estructura general de un plan de negocios podría ser la siguiente:

- **Resumen Ejecutivo:** ofrece una impresión general del proyecto, contiene los datos claves y los resalta, debe aportarle al lector todos los elementos relevantes, máximo 3 páginas.
- **Descripción del producto o servicio:** el plan de negocio debe comenzar identificando la necesidad que se va a cubrir y la propuesta de solución que no es más que lo que se piensa desarrollar.
- **Equipo directivo:** los inversores creen más en personas con experiencia o que conozcan muy bien el negocio, además se interesan por el compromiso de cada miembro que trabaja en el desarrollo del proyecto.
- **Análisis del mercado:** debe identificar el mercado, dimensionarlo, segmentarlo, ponerlo en dimensión geográfica, analizar la competencia y los posibles nuevos entrantes, no sólo competidores directos sino sustitutos y complementarios.
- **Plan de marketing:** definir las estrategias sobre las cuatro P's, buscando cubrir siempre las necesidades de los clientes y aun mejor estar por encima de ellas.
- **Sistema de negocio:** describe los pasos, el proceso, necesarios para fabricar el producto u ofrecer el servicio, sus interacciones y elementos. Incluye planificación de personal, desarrollo y cultura organizacional.
- **Cronograma:** muestra una planeación realista del proyecto, define la ruta crítica y los hitos del mismo.
- **Análisis FODA:** identificar Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas, cómo potenciar los aspectos positivos y cómo desarrollar estrategias para contrarrestar los negativos.
- **Financiación:** es un punto clave, debe ser un análisis detallado de la situación financiera del negocio, incluye las necesidades de financiamiento, los resultados

esperados, las fuentes posibles de financiación y los estados y ratios financieros generalmente usados. (Experto., 2020)

4.2. Conceptos de Plan de Mercado

Es un documento en formato texto o presentación donde se recoge el análisis de la situación de la empresa, los objetivos que busca conseguir y los pasos a seguir para conseguirlos.

Existen muchas razones para elaborar un plan detallado: ayuda a conseguir los objetivos de la empresa, refuerza el compromiso de la dirección y los trabajadores, ayuda a definir una visión a largo plazo, mejora las eficiencias e incluso puede ayudar a prevenir errores y a solucionarlos rápidamente cuando se producen. (Galán, Plan de marketing, 2021)

4.2.1. Fases en la elaboración del plan de mercado

- **Diagnóstico:** ¿Dónde estamos actualmente? ¿Por qué? ¿Cuáles son las tendencias actuales y necesidades del mercado?
- **Pronóstico:** ¿De continuar así, donde estaremos en el futuro? ¿Qué hipótesis pueden ser formuladas para el futuro de la empresa?
- **Objetivos:** ¿Dónde queremos estar realmente en el futuro? ¿Qué rentabilidad, beneficios o volumen de ventas se espera conseguir?
- **Estrategia:** ¿Cuál es el mejor camino para conseguir los objetivos? ¿Cuáles son los factores críticos para alcanzar el éxito?
- **Operativa:** ¿Qué acciones específicas se deben adoptar? ¿Por quién? ¿Cuándo?
- **Control:** ¿Qué medidas deben adoptarse para detectar si el plan se desarrolla según lo previsto? (Cruz, 2019)

4.2.2. Etapas del plan de marketing

Debido al carácter interdisciplinario del marketing, así como al diferente tamaño y actividad de las empresas, no se puede facilitar un programa estándar para la realización del plan de marketing; ya que las condiciones de elaboración que le dan validez son variadas y responden, por lo general, a diferentes necesidades y culturas de la empresa.

- Análisis de la situación
- Determinación de objetivos
- Elaboración y selección de estrategias
- Plan de acción
- Establecimientos de presupuesto
- Métodos de control. (Orellana, 2018)

4.3. Concepto de Plan Administrativo

La planeación administrativa de una empresa es la primera y la más importante de sus funciones. Consiste en elaborar estrategias que guíen el accionar de la organización para cumplir sus metas. Según el tipo de planeación administrativa, se pueden proyectar estrategias a corto, medio y largo plazo. La planificación debe ser realista, con acciones que estén dentro de las posibilidades de la organización.

4.3.1. Principios de la planificación administrativa

- **Unidad.** Es el deber de toda empresa para que la planeación resulte adecuada. Cada área debe guiar sus estrategias según el plan general.
- **Racionalidad.** Es la habilidad de planificar en base a criterios lógicos y reales, que representen planes de acción posibles.
- **Precisión.** Es el nivel de fidelidad que adquiere la planeación general para que cada área de la empresa guíe sus esfuerzos de la manera esperada.

- **Compromiso.** Es la aceptación y ejecución de la planeación que debe seguir cada área de la organización.
- **Flexibilidad.** Es la capacidad de adaptarse a los cambios, lo que hace posible la permanencia de la empresa en el tiempo. (Kotler, 2019)

4.3.2. Elementos de la planeación

Los elementos de la planeación administrativa son los datos e información sobre la empresa que harán posible el desarrollo de un plan de acción. Los principales elementos son:

- **La misión.** Es la finalidad para la que fue creada la organización.
- **La visión.** Es la situación a largo plazo en la que se quiere ubicar a la organización.
- **Los valores.** Es el conjunto de principios por los que se rige la institución.
- **Los objetivos.** Son los fines más específicos que la visión, aunque también pueden ser a largo plazo.
- **Las estrategias.** Son las acciones y métodos que permiten canalizar esfuerzos y recursos para cumplir los objetivos.
- **Las políticas.** Son las normativas y decisiones que orientar el trabajo de cada área de la organización.
- **Los recursos.** Son todos los recursos que conforman a la organización, tanto humanos como materiales e infraestructura.
- **El presupuesto y gastos.** Es el capital con el que cuenta la empresa y los gastos (tanto fijos como eventuales). (Uriarte, 2020)

4.4. Concepto de Plan Financiero

Se define cómo alcanzar un determinado monto de ahorro o de ganancias. Esto, partiendo de un punto inicial y en un determinado periodo de inversión. Es un documento que

contiene los objetivos económicos de una persona natural o jurídica, así como las estrategias para alcanzar dichas metas. (Westreicher, 2020)

Una de las características por las que el plan financiero es útil para los pequeños y medianos negocios es que debe incluir una proyección estimada de ventas. La cual fija o desencadena estrategias que se deben aplicar para que el negocio continúe creciendo.

4.4.1. Beneficios del Plan Financiero

El primer beneficio es tener una idea de tus ingresos y gastos. Factor clave para poder crecer y asegurarte la viabilidad de tu empresa. Si no mides no puedes crecer. También tendrás constancia de tus análisis económicos y financieros. Podrás sacar las cuentas de cuánto dinero ganas, pierdes o amortizas. (Westreicher, 2020)

4.4.2. Características del plan financiero

Este documento debe cumplir con una serie de características para ser lo más útil posible. En primer lugar, debe ser claro y debe estar bien estructurado. Debe contar con datos objetivos que se ajusten al máximo a la realidad. No se pueden hacer previsiones optimistas, se tiene que ser realista. (Uriarte, 2020)

5. ALCANCE

En la actualidad gran parte del desarrollo de una región depende de la inversión, la cual está directamente relacionada con el crecimiento económico, para el presente proyecto sería con la creación de una microempresa dedicada a la crianza de pollos; la misma que contribuirá a la dinámica económica de la parroquia Orianga del Cantón paltas.

El siguiente proyecto servirá de aporte para la población, brindando conocimientos e información primordial y sobre todo ofrecer alternativas a los nuevos emprendedores, utilizando la materia prima que se posee, para de esta manera generar fuentes de trabajo.

Las principales características de nuestra empresa es brindar un producto de calidad con registro sanitario respectivo y tramitado con las normas vigentes tal como lo dispone la ley. Además, estaría dirigido para ofrecer a nuestros clientes excelentes servicios a toda la ciudadanía del cantón Paltas, de tal manera que llegue a tener una buena acogida dentro del mercado y así poder ser competitivo en el ámbito empresarial. Según el presidente de la Corporación Nacional de Avicultores del Ecuador, indica que el consumo de pollo por persona es de aproximadamente 27 kilos, por lo que se tomó en cuenta la escasa oferta de pollo en la parroquia Orianga, por lo que se tendrá gran demanda del mismo. Por ello con la respectiva recolección de información y una vez analizada de acuerdo a los resultados se realizará previamente la recepción de los pollos, se realizará una desinfección total de las instalaciones de 24 a 48 horas, es necesario para preparar el ambiente para recibirlos de un día de nacidos, además se deberá tenerles cuidado para que no se lastimen, mantenerlas cómodos y sobre todo alimentarlos y de esta manera evitar su muerte.

6. METODOLOGÍA

Se recolectó y analizó la información correspondiente donde se utilizaron métodos y técnicas las mismas que sirvieron en el desarrollo del trabajo investigativo. Los métodos que se utilizó son los siguientes:

6.1.Métodos

6.1.1. Método Científico

Es un método que se basa en un análisis progresivamente complejo, integrado por análisis de información, el conocimiento es un conjunto organizado de datos y e información que permite resolver un determinado problema. (Garcia, 2019). Se utilizó el método científico para la revisión literaria que permitió recoger y analizar los datos de la información recopilada el mismo que pudo obtener resultados verídicos y reales, que fue de gran ayuda para llevar a cabo el desarrollo de la misma.

6.1.2. Método Analítico

Es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, naturaleza y los efectos. Con este método se pudo analizar cada fase o etapa del proyecto a investigar, así como también se analizó la información de las encuestas.

6.1.3. Método Matemática

Es un modelo que utiliza fórmulas matemáticas para representar la relación entre distintas variables, parámetros y restricciones. (Roldán, 2021). El siguiente método se lo aplicó al momento de la recopilación de datos de las encuestas efectuadas a ciudadanos del cantón Paltas, así como en el análisis, tabulación e interpretación de estos obteniendo resultados exactos.

6.2.TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Es necesario establecer algunas técnicas que permitan llegar a obtener información necesaria y real para el desarrollo del proyecto tales como:

6.2.1. Observación

Todo proyecto comienza y termina con esta técnica, mediante la captación de las características que presenta el objeto de estudio, lo cual consiste en ver y oír hechos y fenómenos con la finalidad de captar características; considerando esto, la utilizare para buscar los diferentes problemas que puede o podrá enfrentar este proyecto. (Pimentel, 2019)

6.2.2. Encuesta

La aplicación de esta técnica permitirá obtener información específicamente en el análisis del estudio de mercado para conocer cuáles son los gustos y preferencias de las personas, mediante la aplicación de un cuestionario previamente elaborado al segmento de mercado al cual va dirigido. (Pimentel, 2019)

7. Población y Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se toma el resultado del número de familias existentes actualmente en el Cantón Paltas, población que fue tomada para el desarrollo de este proyecto es de 2500 habitantes cantidad con el cual se inició a calcular la muestra mediante la siguiente fórmula:

N= Población

e= Error muestra 5%

n= Muestra

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$n = \frac{2500}{1 + 2500(0,0025)}$$

$$n = \frac{2500}{6}$$

$$n = 417$$

El número de encuestas a aplicarse a las familias del Cantón Paltas son de 417 encuestas, el mismo que sirvió para extraer información y a la vez que sirva de soporte para la realización del presente proyecto de investigación.

9. RECURSOS Y PRESUPUESTO

Es un plan de financiamiento de costos y gastos es decir lo que se va a gastar en el desarrollo del proyecto. El presente proyecto será financiado por recursos propios.

Nº	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	TRANSPORTE			
	Transporte	1	50,00	50,00
	TOTAL DE TRANSPORTE			50,00
2	ALIMENTACIÓN			
	En la parroquia	1	50,00	50,00
	TOTAL DE ALIMENTACIÓN			50,00
3	UTILES DE OFICINA			
	Hojas de papel bond	2 Resmas	3,50	7,00
	Copias	417	0,02	8,34
	Anillado	2	1,25	2,50
	Empastado	1	8,00	8,00
	Carpetas	2	0,30	0,60
	Impresiones a color	-	0,05	-
	Impresiones a negro	-	0,20	-
	Internet	4	20,00	80,00
	TOTAL DE UTILES DE OFICINA			106,44
4	EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
	Portátil	1	800,00	800,00
	Flash	1	10,00	10,00
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN			810,00
	OTROS (IMPREVISTOS)			60,00
	TOTAL			1,076.44

9.1.FINANCIAMIENTO

La inversión para la elaboración del proyecto es de \$1,500.00. El financiamiento del proyecto se dará a través de recursos propios. El terreno donde se instalará la empresa criadora de pollos tiene una extensión de 200 m². La mano de obra cuenta con la presencia de un obrero profesional calificado y mi persona, siendo la principal mano de obra que utilizará la empresa.

Además, El rubro de los 1,500.00 será para la adquisición de muebles de oficina que constan de maquinaria, equipos de producción, herramientas como son las siguientes:

- ✚ Comedores
- ✚ Bebederos
- ✚ Manuales
- ✚ Cama de viruta de madera
- ✚ Balanza
- ✚ Termómetro
- ✚ Criadora a electricidad para los pollitos
- ✚ Poceta a base de amonio cuaternario yodo para la debida desinfección
- ✚ Equipo de espalda para la desinfección kit para medir la calidad de agua (pH)
- ✚ Redondel para pollitos para aprovechar el calor y evitar que se aparten demasiado de la criadora.

La alimentación de los pollitos será a base de balanceado, que consiste en alimentos preparados con determinados insumos que, mezclados en proporciones adecuadas con niveles adecuados de nutrientes, para la alimentación de los pollos. La crianza de pollos es un proceso natural que no implica perjuicio alguno hacia el medio ambiente. Por ser un criadero se concentrará la atención al aspecto concerniente a la crianza sino al aseo dentro y fuera de las instalaciones para evitar enfermedades que perjudiquen el nivel de la crianza de los pollos. La

recolección de los desechos se lo realizará de manera diaria y esto servirá para venderlo como abono a los moradores que lo deseen para que puedan realizar sus diferentes actividades en la agricultura, así se contribuirá a evitar la contaminación ambiental.

Finalmente contara con servicios básicos indispensables como son agua, luz, teléfono y alcantarillado y con algunos otros servicios indispensables para poner en marcha el proyecto.

ANEXO 2 ENCUESTA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR

“LOS ANDES”

MODELO ENCUESTA

TEMA DE PROYECTO

PLAN DE NEGOCIOS DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CRIANZA DE POLLOS EN LA PARROQUIA ORIANGA, CANTON PALTAS, PROVINCIA DE LOJA, PARA EL AÑO 2019.

OBJETIVO: Realizar la elaboración de un plan de negocio para creación de un criadero de pollos en la parroquia Orianga.

1. ¿En su familia, consume pollo?

Si () No ()

2.- ¿Qué tipo de carne considera más sana?

a) Res () b) Pollo () c) Mariscos ()

d) Cerdo () e) Otros ()

3. ¿Cuántas libras de pollo consume a la semana?

Uno () Dos () Tres () Más de tres ()

4. ¿Qué tipo de pollo consume?

Criollos () Cubanos () Finqueros () Otros ()

Cuales.....

5. ¿A qué lugar acude regularmente a comprar pollo?

Mercados () Tiendas () Supermercados ()

Avícolas ()

6. ¿Estaría de acuerdo que se implemente una empresa para la crianza de pollos en la parroquia Orianga en el cantón Paltas?

Si No

Porque.....

7. ¿Si se implementaría una empresa de pollos estaría dispuesto a consumir nuestro producto?

Si No

Porque.....

8. ¿Dónde le gustaría que esté ubicado el local?

En el centro En el sur

Otros.....

9. ¿Qué tipo de promoción le gustaría que le ofrezcan?

2 x 1 en pollo de maíz

Uno pollo entero + 1 libra

Pasada las 100 Lb el costo por libra sería de \$1,20

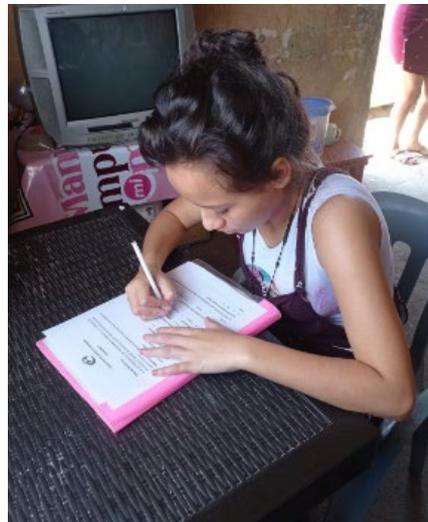
10. ¿Qué beneficios traería la microempresa en la localidad?

.....
.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 3 EVIDENCIA FOTOGRAFICA







Claudio Agustin Japa González

VENTA DE PRODUCTOS DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIA, ALIMENTOS PARA
MASCOTAS, BALANZAS, ANIMALES Y EQUIPO VETERINARIO

Dirección: Av. Manuel Aguirre Aguirre s/n y Recalvante

098 178 1000 / 098 255 3472 - Loja - Ecuador

claudio_japa@hotmail.com

R.U.C. 1105132508001

PROFORMA

000000670

Cliente: Joselyn Michelle Comacho Zuniga

RUC/C.I. 1105142564 Teléfono:

Dirección: Quangz - Polta - Loja

Fecha de emisión: 26-11-2021

CANT.	DESCRIPCION	P. UNITARIO	VALOR DE VENTA
25	comederos 4kg	3.50	87.50
25	bebederos 5lt	3.50	87.50
1	cono virato	7.00	7.00
1	balanza	35.00	35.00
1	Termómetro	25.00	25.00
1	Equipo Espalder	30.00	30.00
1	Redondeo perlas polli	50.00	50.00
500	pollo	0.50	250.00
50	vitaminas	0.75	37.50
50	Antiparasitario	0.75	37.50
300	Ciudadano electrico	35.00	175.00

<input checked="" type="checkbox"/> Efectivo	<input type="checkbox"/> Tarjeta de Crédito/Debito	SUBTOTAL 12%	
<input type="checkbox"/> Cheque	<input type="checkbox"/> Dinero	SUBTOTAL 0%	822.00
		I.V.A. 0% 1	822.00
		I.V.A. 12% 1	
FORMA AUTORIZADA	RECIBI CONFORME	VALOR TOTAL 1	822.00