



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA
EMPRESARIAL**

Plan de negocios para la creación de una empresa Avícola en el
distrito de Ancón, 2020

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Ingeniero Empresarial

AUTORES:

Cruz Casallo, Carlos Ariel Santiago (ORCID: 0000-0002-9906-8851)

Velásquez Aguirre, Daniel Albert (ORCID: 0000-0003-3534-5159)

ASESOR:

Mg Ing. Guido Trujillo Valdiviezo (ORCID: 0000-0002-3019-6599)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Plan de Negocio

LIMA — PERÚ

2020

Dedicatoria

El presente plan de negocio está dedicado con mucho cariño a las personas que en mi confiaron sobre todos padres, hermanos y amigos y a los docentes que me forjaron en la Universidad

Agradecimiento

Agradezco a Dios en primer lugar por haberme llevado a ser parte de una familia que me ha dado todo su apoyo y confianza para salir adelante en mis estudios.

Se agradece a la Universidad César Vallejo por la formación académica que nos ha brindado.

Índice

	Pág.
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos	vii
Resumen	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	16
3.1 Tipo y diseño de investigación	17
3.2 Variables y operacionalización	19
3.3 Población, muestra y muestreo	24
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	25
3.5 Procedimientos	25
3.6 Método de análisis de datos	49
3.7 Aspectos éticos	49
IV. RESULTADOS	49
V. DISCUSIÓN	66
VI. CONCLUSIONES	70
VII. RECOMENDACIONES	73
REFERENCIAS	75
ANEXOS	79
Anexo 1 RESULTADOS DE TURNITIN	79
Anexo 2 DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR	81
Anexo 3 ENCUESTA	82
Anexo 4 VALIDACION DE EXPERTOS	84
Anexo 5 CRONOGRAMA	86
Anexo 6 Muestra	87
Anexo 7 CONFIABILIDAD	88
Anexo 8 BASE DE DATOS	89
Anexo 9 BALANCE	90
Anexo 10 IMÁGENES	91

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1. Operacionalización de la variable	23
Tabla 2. Matriz Identificación de aspectos	34
Tabla 3. Costo del terreno	38
Tabla 4. Costo de la construcción del terreno	39
Tabla 5. Total de la Inversión de Construcción y Terreno	39
Tabla 6. Costo maquinarias y herramientas para el proceso avícola	39
Tabla 7. Costo del vehículo para el transporte del producto	40
Tabla 8. Costo de las implementaciones para el área administrativa	40
Tabla 9. Total de inversión de maquinarias y equipos	40
Tabla 10. Total tangibles	40
Tabla 11. Tabla alimento para iniciar la avícola	41
Tabla 12. Inversión de Capital de Trabajo	42
Tabla 13. Capital propio y financiamiento	42
Tabla 14. Amortización	43
Tabla 15. Depreciación	43
Tabla 16. Depreciación año	44
Tabla 17. Costo fijo	44
Tabla 18. Materiales directos	44
Tabla 19. Materiales Indirectos	45
Tabla 20. Transporte	45
Tabla 21. Materia prima	45
Tabla 22. Proyección costo 5 años	45
Tabla 23. Ganancia y Pérdidas	47
Tabla 24. Tabla Flujo Caja. Necesidades a larga la vida del negocio a ello se muestra la caja económica y financiera.	47
Tabla 25. Tabla VAN + Financiero	48
Tabla 26. Tabla Interna de Retorno (TIR)	48
Tabla 27. Tabla VAN / El rendimiento es de 0,30 por cada sol Invertido.	488
Tabla 28. Periodo de Recuperación: Se muestra en el tiempo que se recupera la inversión, costo de capital invertido, en el negocio el resultado fue en el 5 año.	
	4848

Tabla 29. ¿De cuántas personas consta la familia con quien vive?	50
Tabla 30. ¿El huevo es un alimento que está al alcance de su economía?	51
Tabla 31. ¿Considera usted que el huevo es un alimento nutritivo?	52
Tabla 32. ¿Hay algún miembro de su familia que no consume huevos y porque razón?	53
Tabla 33. ¿Considera que el huevo puede utilizarse en diversidad de platos?	54
Tabla 34. ¿Cuándo consume huevo es en?	55
Tabla 35. ¿Qué cantidad de huevos compra?	56
Tabla 36. ¿Dónde prefiere comprar los huevos?	57
Tabla 37. ¿Consideras que te convendría tener una avícola cerca a tu domicilio?	59
Tabla 38. ¿Qué color de huevo prefiere comprar?	60
Tabla 39. ¿Qué tamaño de huevo compra usted?	61
Tabla 40. ¿Vista la situación económica actual, cree usted que su consumo de huevo se incrementara en su familia?	62
Tabla 41. ¿Cuál es el precio mínimo que usted compra el huevo por Kg?	63
Tabla 42. ¿Cómo te gustaría que te vendan el huevo?	64
Tabla 43. ¿Cada cuánto tiempo compras huevos?	65

Índice de gráficos

	Pág.
Gráfico 1. Marketing Mix (plaza)	28
Gráfico 2. Canvas	29
Gráfico 3. Fases de recesión	37
Gráfico 4. Organigrama	38
Gráfico 5. De cuántas personas consta la familia con quien vive	51
Gráfico 6. El huevo es un alimento que está al alcance de su economía	51
Gráfico 7. Considera usted que el huevo es un alimento nutritivo	52
Gráfico 8. Hay algún miembro de su familia que no consume huevos y porque razón	54
Gráfico 9. Considera que el huevo puede utilizarse en diversidad de platos	54
Gráfico 10. Cuándo consume huevo es en	55
Gráfico 11. Qué cantidad de huevos compra	56
Gráfico 12. Dónde prefiere comprar los huevos	57
Gráfico 13. Consideras que te convendría tener una avícola cerca a tu domicilio?	59
Gráfico 14. Qué color de huevo prefiere comprar	60
Gráfico 15. Qué tamaño de huevo compra usted	61
Gráfico 16. Vista la situación económica actual, cree usted que su consumo de huevo se incrementara en su familia	62
Gráfico 17. Cuál es el precio mínimo que usted compra el huevo por Kg	63
Gráfico 18. Cómo te gustaría que te vendan el huevo	64
Gráfico 19. Cada cuánto tiempo compras huevos	65

Resumen

El origen de realizar el presente plan de negocios fue obtener una alternativa de inversión, de esta manera se logró satisfacer una determinada demanda en el distrito de Ancón. Por lo tanto, surgió como una buena opción la creación de empresas en el rubro alimentario, es decir empresas avícolas. El proyecto se trató sobre la creación de una empresa Avícola, a la cual se le registró como “LA GRANJITA” y se demostró su viabilidad a través de estudios y cálculos específicos. Como resultado obtuvimos lo siguiente:

En el estudio se desarrolló el flujo de caja económico y financiero, el cual determinó el costo de capital de 13%. Para lo cual se necesitó realizar los cálculos de inversión, financiamiento y costos. Como resultado del flujo de caja se obtuvo un VAN de S/. 11,706.85, un VANF de S/. 7,591.21, un TIR de 21%, un TIRF de 20%, y el periodo de recuperación de la inversión será en 5 años. De esta manera se demostró que el plan de negocio es viable y rentable.

Finalmente, en el distrito de Ancón se pudo comprobar una demanda considerada para la creación de una Avícola, debido a los indicadores analizados donde nos evidenciaron los resultados positivos.

Palabras Clave: Plan de Negocio, Avícola, Inversión, Viabilidad

Abstract

The origin of carrying out this business plan was to obtain an investment alternative, in this way it was possible to satisfy a certain demand in the Ancón district. Therefore, the creation of companies in the food sector emerged as a good option, that is, poultry companies. The project was about the creation of a Poultry company, which was registered as "LA GRANJITA" and its viability was demonstrated through specific studies and calculations. As a result we obtained the following:

The study developed the economic and financial cash flow, which determined the cost of capital of 13%. For which it was necessary to carry out the investment, financing and cost calculations. As a result of the cash flow, a NPV of S /. 11,706.85, a VANF of S /. 7,591.21, an IRR of 21%, an IRR of 20%, and the investment payback period will be 5 years. In this way it was demonstrated that the business plan is viable and profitable.

Finally, in the district of Ancón, a demand considered for the creation of a Poultry Farm could be verified, due to the indicators analyzed where the positive results showed us.

Keywords: Business Plan, Poultry, Investment, Viability

I. INTRODUCCIÓN

El huevo de gallina, así como las carnes de gallinas y pollos son un alimento nutritivo que por su económico valor monetario han estado al alcance de todos los bolsillos, y ha podido utilizarse en una gran variedad de platos, con lo que han solucionado en gran parte de alimentación de los seres humanos. Por lo tanto, surgió como una buena opción la creación de empresas en el rubro alimentario que se hallaban al alcance de las grandes mayorías, es decir empresas avícolas entre otras.

En el contexto internacional, la productora Kikes incrementó su producción con 4 proyectos que la colocaron hacia el logro de sus objetivos. Control con una inversión de US\$40 millones. Incubadora Santander siguieron fortaleciendo su operación en el Norte del Cauca, en donde tuvieron su mayor centro de producción. La empresa amplió la capacidad de la Granja Palmas, en la que buscó producir más de dos millones de huevos al día, con el fin de aumentar en 66% de la producción total. La avícola granja estuvo compuesta por 18 galpones, y tenía una capacidad instalada de 2,6 millones de aves y en su etapa final producirá 2,3 millones de huevos.

De igual manera, en Puerto Tejada, en el mismo departamento, se construyó una planta para el sacrificio y procesamiento de gallina, la primera de sus características en el país y que producirá la marca Campeona. Cuenta con una producción de 5.000 aves al día; sin embargo, una vez finalizada la edificación, se pudieron procesar 2.500 gallinas cada hora; es decir, alrededor de unos 25.000 animales en cada turno. La proyección de la firma fue tener en tres años el 25% de participación en ese mercado. Todavía no se conocen datos exactos de que países estuvieron mirando, lo cierto es que es un camino en el que ya han avanzado con muy buenas posibilidades. Con los nuevos planes, la empresa intento buscar que tanto los huevos Kikes como las gallinas Kampeonas sean consumidos por todos los pobladores de Colombia.

En el contexto nacional los primeros 6 meses del 2019, “la producción de huevos llegó a las 322.899 toneladas, indicando un aumento del 10.2% frente a las 293.060 toneladas producidas en el mismo tiempo del 2018”. (SIEA, 2020)

De esta manera se puede verificar que el consumo de huevos en el país va en

crecimiento y del mismo modo su demanda aumenta.

Según indicó el Sistema Integrado de Estadística Agraria (SIEA) del Ministerio de Agricultura y Riego de Perú (Minagri) quien puntualizó que “las regiones de la Libertad, Lima e Ica serían las principales regiones productoras de huevo”.

Asimismo, la Asociación Peruana de Avicultura (APA, 2020) indicó que:

El Perú se ubica entre los 10 países Latinoamericanos en consumo, dado que el Perú consume alrededor de 236 unidades de huevo al año. Por otro lado, sostiene que, el objetivo de la empresa San Fernando, es lograr un consumo per cápita de 300 huevos en los siguientes años. Además, la empresa impulsó su producción de huevos con muchas mejoras para contribuir con la nutrición de la población, ya que el huevo es un producto con mucho valor proteico, a bajo costo y de fácil acceso.

Formulación del problema

Problema general

¿Será viable un plan de negocios para la creación de una empresa avícola en el distrito de Ancón, 2020?

Problemas específicos

¿Cuáles son las características del estudio de mercado para la avícola?

¿Qué trámites administrativos y legales deben realizarse para la constitución de la avícola?

¿Cuáles serán las características del estudio ambiental para la avícola?

¿Cuál será la viabilidad técnica para la creación de la avícola?

¿Cuál es el costo económico o financiero para la creación de la avícola?

Justificación

Práctica, (CORTÉS, y otros, 2004) nos indica que son “razones que señalan que la investigación propuesta ayudará en la toma de decisiones o en la solución de problemas”

Por ello el proyecto de investigación dio como respuesta que si es viable crear una empresa avícola en el Distrito de Ancón y que podía ser rentable.

Económica, (CORTÉS, y otros, 2004) nos indicaron que son “la utilidad que se obtendrá del negocio para beneficios de los autores”.

Para ello se elaboró el plan de negocios como un proyecto para la obtención de ganancia económica a través de una empresa avícola.

Social, (CORTÉS, y otros, 2004) nos indicó que “su estudio se basa en la trascendencia para la sociedad”.

Con la presente investigación se debía ver favorecida parte de la población del distrito de Ancón, toda vez que podrán consumir huevos de calidad, a bajo costo, y que han sido producidos cerca a sus domicilios lo que garantizaría que están en buenas condiciones de consumo.

El estudio planteó como objetivo general:

Elaborar la viabilidad de un plan de negocios para la creación de una empresa avícola en el distrito de Ancón, 2020

Asimismo, fue necesario establecer los siguientes objetivos específicos:

Elaborar las características del estudio de mercado para la creación de la empresa avícola.

Especificar cuáles son los lineamientos administrativos y legales para la constitución de la avícola.

Describir las características del estudio ambiental para la avícola.

Determinar la viabilidad técnica para la creación de la avícola.

Determinar la viabilidad económica-financiera para la ejecución del proyecto de la avícola.

II. MARCO TEÓRICO

Se presentó los siguientes antecedentes internacionales y nacionales:

(SANTAMARIA, 2019) en su tesis “Costos de producción y su incidencia en la rentabilidad en la avícola “Adrianita” en la ciudad de Baños de Agua Santa – Ecuador, periodo 2017”, el objetivo fue determinar si los costos de reducción tienen incidencia en la rentabilidad, utilizando un enfoque cuantitativo, realizó una investigación de campo, tipo documental-bibliográfica, utilizando como instrumento la entrevista, y concluye que al no tenerse un proceso contable que precise el costo por cada ave, no se tiene un control del alimento balanceado requerido ni de la tasa de mortandad de las aves, así mismo que para determinar el costo de producción se debe considerar los costos indirectos de fabricación así como también los materiales de desinfección y otros, y que aplicando un proceso contable la rentabilidad debe mejorar, ya que se registrarán todos los costos y gastos, y se haría un mejor uso de los recursos repartiéndolos de la forma correcta en cada etapa. Como principal aporte se puede considerar que registrándose todos los costos y gastos mediante la contabilidad se hará un mejor uso de los recursos, lo que para obtener mayor rentabilidad de la avícola.

(Procesos de negocio de la cadena de suministro avícola, 2018) es un artículo cuyo objetivo fue analizar la etapas del proceso de negocios de la cadena de suministro avícola; y haciendo un estudio de tipo analítico, diseño no experimental, de campo y transaccional, en el que la población se encontraba compuesto por las empresas privadas del Estado de Zulia, Venezuela, de la cual se tomó una muestra no probabilística de 4 empresas los resultados indicaron que la cadena de suministros avícola está formado por tres etapas: a) aprovisionamiento; b) procesamiento; y c) distribución. Y, que en cada una de ellas se gestionan negocios para afianzar su integración con sus proveedores, propietarios y clientes. Así mismo, se concluyó que las diversas fases de negocio de la cadena de suministro de una empresa avícola estos deben de realizarse de manera integrada y efectiva, generando con esto productos en la cantidad, condiciones y momento requerido a un bajo costo. Como aporte debe haber conexión en la cadena de suministro de una empresa avícola, toda vez que si dicha labor es realizada de manera integrada se generarán a bajo costo los productos en la cantidad y momento que sean requeridos.

(GUZMAN, 2017) al hacer un estudio de mercado sobre la comercialización avícola de huevos en el departamento de Irazábal, Guatemala, cuyo objetivo fue describir la exhibición y comercialización de huevos de gallina en el departamento de Izabal, Guatemala para ayudar a la dinámica de los avicultores, fue de tipo descriptiva, se centró en los miembros de la cadena de creación de huevos en el lugar para descubrir las manos superiores imaginables, comenzando primero con una investigación de tipo narrativa para tener datos importantes sobre la flexibilidad y la solicitud, al igual que el cambio del costo de los huevos en el área, para luego proceda con una etapa de campo a través de descripciones generales de los fabricantes, intermediarios, clientes. Este creador encontró que el costo de los huevos en la división de Izabal lo dictan las enormes organizaciones avícolas de esa nación, ya que la gran mayoría del rubro que se ofrece en la oficina restringida es a través de intermediarios, que son provistos por incluidos. Asimismo, refirió que el costo de los huevos en Guatemala se ve impactado con bastante frecuencia por la creación de huevos de naciones vecinas, por ejemplo, El Salvador, Honduras y México, ya que cuentan con un apoyo enorme en la cantidad de huevos solicitados en esa nación, posteriormente, la gracia de estas naciones, principalmente México, influye directamente en la abundancia o escasez del artículo guatemalteco, su compromiso es que el costo de los artículos (huevo) no está controlado por las personas que también están en el negocio y son grandes fabricantes de alcance

(FLORES, y otros, 2016) en su estudio planteó el objetivo de preparar una propuesta pre viable para la instalación de una granja avícola en el referido municipio y periodo, utilizando un enfoque cuantitativo, diseño no experimental, utilizando como herramienta la encuesta, halló un problema consistente en una cuantiosa demanda de huevos y deficiencias en la distribución, concluyendo que ello justificaba la creación de una granja avícola de gallinas ponedoras. El aporte a tenerse en cuenta es que antes de dar comienzo a la implementación de un plan de negocio es importante realizar un estudio de mercadeo, para establecer la existencia de potenciales consumidores, así como la existencia de la competencia.

(ALDÁS, 2014) presentó el objetivo de su investigación que fue estudiar la incidencia de la aplicación de un sistema de costos en la fijación de precios para la adecuada determinación de los costos de producción en la Granja Avícola “San Francisco”, utilizando un enfoque cuantitativo, realizando una investigación de campo de manera bibliográfica documental, exploratoria-descriptiva, cuya muestra fue todo el personal que forma parte de las actividades productivas de la Avícola “San Francisco”, utilizando como herramienta la encuesta, halló que los propietarios y profesionales que colaboran no llevan un control manual de sus materias primas, tampoco había registro sistemático, solo sabían de su existencia al momento del consumo en los diferentes procesos de producción, concluyendo que en esa empresa en la Avícola San Francisco no existe un sistema de costeo adecuado, lo cual afecta de manera directa al precio de venta por no tener un claro conocimiento de sus costos reales, impidiendo ello llegar a cubrir sus costos y gastos con respecto a su margen de utilidad. El aporte de esta tesis es que sea de manera manual o sistemática se debe llevar el control de la materia prima, por lo cual debido a la no precisión de los costos de producción en cada etapa de esta ello incidía en el precio de venta con repercusión en el margen de utilidad.

(VELLENAWETH, 2006) cuyo objetivo fue adentrarse en determinadas áreas específicas de la referida empresa para hallar sus fortalezas y debilidades y de esta forma elaborar estrategias para su conservación y expansión en el posicionamiento de mercado, considerando la disminución de amenazas que afecten su identificación con la marca, utilizando un enfoque cualitativo, haciendo uso de método analítico realizando un análisis FODA y un diagnóstico, halló que para poder establecer estrategias en una empresa, es indispensable conocer su misión, su visión, expectativas, valores, toda vez que con ellos se puede definir con precisión los problemas, es decir la diferencia entre lo que se tiene y lo que se debería o se espera obtener; concluyendo que es una empresa familiar que es un ejemplo, ya que no solo ha pasado por tres generaciones, sino que además ha crecido y es considerada exitosa, toda vez que los valores y creencias de quienes fueron sus fundadores han pasado con exactitud a sus siguientes generaciones. Como aporte se considera que una empresa para ser grande y exitosa debe fijar su misión, visión, expectativas y fomentar valores en el personal.

(ÁLVAREZ, y otros, 2003) al realizar una investigación sobre “Implementación de una granja avícola para la producción y comercialización de huevos en San Onofre (Sucre)”, cuyo objetivo fue llamar la atención sobre el análisis podría buscarse en el mercado reduciendo el valor para hacerlo más moderado para los compradores, fue de enfoque cuantitativo, fue diseño no experimental, fue de tipo descriptivo, su instrumento fue la encuesta. Se descubrió que el 96% de la población revisada tiene huevos para el desayuno, el 19% los quema en el almuerzo y el 34% los devora en la cena, y se infirió que luego de terminar los exámenes e investigaciones anteriores (técnico, mercado, monetario y legítimo) nos muestra amablemente que esta empresa está dentro de los límites financieros necesarios. Además, las secuelas de los ingresos, el VAN y la TIR revelan los rendimientos normales de cada uno de los años prolongados, que son económicamente viables. En conclusión los activos y beneficios que produce el interés en este emprendimiento son lo suficientemente importantes para legitimar dicho emprendimiento. Como aporte se considera que una estrategia puede ser práctica si existe el reconocimiento de la población y que, en caso de que sea posible reducir el costo de los huevos, esto la hace mucho más moderada para los compradores.

(ORTIZ, 2019) en su tesis tuvo como objetivo evaluar la viabilidad de implementar una planta de incubación de huevos en Huacho, utilizó el enfoque cuantitativo, diseño no experimental, método de tipo descriptivo, utilizándose como instrumento la encuesta, y se centró en desarrollar el macro y micro entorno, el estudio del mercado insatisfecho, tamaño del proyecto, el estudio legal y organizacional y económico financiero. Se identificó una demanda insatisfecha a la que se aspira cubrir el 6.5 % de esta, con relación a macro y micro localización en las zonas en Huara se propuso como tipo de sociedad anónima cerrada finalmente 60% bancaria y el 40% con aporte propio, la tasa de rentabilidad TIR 39% y el KOX 23.96%. Así mismo se concluye que la ratio beneficio costo es mayor a 1 y el periodo de recuperación se estima en 5 años. Se considera como aporte que se debe en cuenta el tiempo de recuperación de la inversión el cual no va a ser de manera inmediata, si no que a veces puede inclusive demorar algunos

años, por lo que no se trata solo de implementar el negocio sino también de estar preparado para el tiempo de sostenibilidad en tanto se recupera la inversión.

(QUISPE, et al., 2017) en su estudio detalló el objetivo de planificar una mejora en el ciclo de creación de la organización avícola SOTO S.A.C. Para disminuir los costos de creación planteó como problema, ¿En qué medida el diseño de producción podrá reducir los costos de producción?, y se utilizó la metodología cuantitativa, configuración de preprueba, siendo la población las diversas zonas de la organización avícola Soto S.A.C. siendo el ejemplo la región de creación de dicha organización, utilizando la reunión, la percepción directa y la revisión como métodos de surtido de información. Terminaron expresando que, al establecer un plan de mejora del ciclo, se llegó a una conclusión de la organización, buscando diversas estrategias y aparatos de la Ingeniería de Métodos, por ejemplo, tomas de tiempo, punteros de rentabilidad, estudio de tiempos, esquema de eficiencia, condiciones ergonómicas. Además, se descubrió que, al completar la valoración monetaria de la propuesta de mejora a través del sistema de Costo Beneficio, adquiriendo un Valor Actual Neto (VAN) de S /. 86,256.95 nuevos soles, una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 58% la cual es más prominente que el Costo de Oportunidad de Capital (COK) que es de 27.40%, razonando que dados los resultados adquiridos muestran que el emprendimiento es adecuado, también, un Índice de Rentabilidad (IR) de S /. 1.66, lo que implica que por cada S /. 1,000 nuevos soles de emprendimiento recuperarán S /. 0,66 nuevos soles. El compromiso para esta situación es que debe utilizar los métodos accesibles para construir un arreglo para mejorar el ciclo de creación cuando el negocio está en marcha, ya que esto ayudará a mejorar la productividad.

CHUMBEZ, 2016) en su tesis “Determinación de los costos de producción de pollos de engorde y la rentabilidad económica en el poblado de Kepashiato - Echarate 2016”, cuyo objetivo fue decidir cómo los gastos de creación de hornos impactan la productividad monetaria de estas granjas en la ciudad de Kepashiato - Echarate en 2016 fue de enfoque cuantitativo, fue no experimental, fue de tipo teórica y descriptivo - explicativo, la muestra tipo censal, su técnica fue la encuesta mixta, el cuestionario a los 100 pobladores. su técnica fue utilizada en

los datos directos adquiridos bajo el análisis con respecto a las condiciones y calidades de la propiedad, los componentes que pueden permitir la construcción de gastos y beneficios de creación, fue descubierto que es importante disminuir el gasto de alimento de estas criaturas aladas para la medida de desarrollo e hinchazón. Concluyendo que es importante buscar diferentes opciones para generar los ingresos generales, por lo que se deben considerar otros alimentos electivos que aumentan el desarrollo del pollo y el ciclo de relleno. El aporte para esta situación, se ha planteado que si en una finca avícola los gastos de cuidado y relleno de los animales alados tienen un costo que pone en peligro el beneficio, en ese punto se pueden recolectar alimentos electivos para disminuir costos.

(VALDEZ, 2017) detalló el objetivo de realizar un estudio para establecer si existían las condiciones socioeconómicas para la creación de una empresa avícola de pollos en la Región Lambayeque, utilizó el enfoque cuantitativo, investigación no experimental de tipo descriptiva, siendo su población las avícolas formales de la Región Lambayeque, eligió como muestra tres avícolas formales concluye en que es factible la instalación y creación de una empresa avícola de pollos en la región la cual es una buena zona para la crianza de pollos por su clima tropical, y que tendría un impacto socioeconómico positivo ya que generará una fuente de trabajo y se generarán nuevos mercados lo cual incrementará la población económicamente activa de la localidad. El aporte, antes de emprender un negocio debe realizar un estudio socioeconómico determinando la aceptación del producto entre los posibles consumidores lo que debe ir de la mano también con un estudio de las condiciones ambientales en donde se desarrollará el negocio.

(COLQUE, 2017) el objetivo fue establecer si el uso de la domótica en la gestión de producción del criadero avícola fundo Los Olivos permitía incrementar las ganancias del criadero, utilizando el enfoque cuantitativo, investigación aplicada tipo experimental, mediante la técnica de la observación directa, y utilizándose como instrumento la revisión de documentos cuaderno de apuntes, halló que el uso de la domótica tuvo un impacto positivo, concluyendo que en un margen de error del 2.5% se comprobó que el uso de la domótica en el criadero Fundo Los

Olivos S.N. había impactado de manera positiva en la gestión de producción del criadero avícola, confirmando con ello la hipótesis general, además de una reducción de costos de producción y de carga laboral de los trabajadores, generando un ahorro de 35 soles por galpón durante la época de crianza. Como aporte se tiene en cuenta que se ha establecido que el uso de la domótica o tecnología para la automatización, en este caso de una empresa avícola reduce los costos de producción y de carga laboral en los trabajadores, es decir hay un ahorro sustancial de trabajo en horas-hombre.

(PAREDES, y otros, 2015) presentó el objetivo de describir la cadena de comercialización del pollo en la ciudad de Iquitos en el periodo 2015, utilizando un enfoque cuantitativo, método de investigación descriptivo, no experimental, porque no se sometió a experimento alguno a los elementos que formaron parte de la investigación ni se alteró el entorno, la población estuvo conformada por avícolas mayoristas, minoristas, supermercados y puestos de venta en los mercados, la muestra fue seleccionada por conveniencia, incluyéndose que se acepta la hipótesis general en cuanto que la cadena de comercialización de pollos en el periodo 2015 en Iquitos se halla constituida por el productor, avícolas mayoristas, minoristas, supermercados y finalmente el consumidor. El aporte es que si una empresa avícola pretende crecer debe establecer la cadena de comercialización, ya que no basta con producir si no que el producto debe llegar a los compradores y consumidores.

(ARRESTEGUI, 2014) En su postulación "Estrategia para el establecimiento de un rancho avícola en la región de Chachapoyas, división Amazonas", el objetivo era investigar la factibilidad para el establecimiento de un rancho avícola, y construir la línea de creación, difusión y oferta de carne de pollo en la ciudad de Chachapoyas. Utilizó la metodología cuantitativa, configuración sin prueba, utilizando el procedimiento de investigación de información y utilizando el panorama general como un instrumento de surtido de información, encontró que en el Departamento de Amazonas, la creación de pollos no se ha creado de manera efectiva, debido al olvido de las empresas avícolas y el pequeño premio en la creación de criaderos o instalaciones de incubación, a pesar de tener la

ventaja de los diversos tipos de atmósferas existentes en el lugar, defendiendo el reconocimiento de una estrategia probada en el campo para el establecimiento de una granja avícola, todo Una vez En la ciudad de Chachapoyas, la creación de carne de pollo es de suma importancia por el hecho de que existe un llamado de la población por la carne blanca, ya que es un rubro nuevo, sólido y abierto a la economía de los ocupantes del zona, y presume que la utilización de la innovación mejorará el ciclo de creación y será concebible medir y entregar un resultado final de calidad sin problemas en la carne de aves de corral, además que la creación de pollos en la región de Chachapoyas es rentable, y su período de recuperación de riesgo será por tercer año. El aporte fue que se ha descubierto que se debe aprovechar la utilización de la innovación para tener algún tipo de efecto con los contendientes, así mismo esto generará una productividad más destacable ya que el personal que deba trabajar tendrá la opción de hacer más competente su trabajo, dedicarle menos una oportunidad ideal, para que no haya un desbordamiento de trabajadores en el rancho avícola.

Teorías relacionadas para plan de negocio:

“La variable plan de negocios operacionalmente se determina a través de seis dimensiones: análisis de mercado, estudio ambiental, estudio técnico, estudio de ganancias y pérdidas, estudio legal y administrativo, evaluación económica y financiera “(ANDÍA y PAUCARA, 2013).

Estudio de mercado, “Es la parte donde se define el producto o servicio, el tipo de bien y la zona de influencia. También se determinan las diversas estrategias con la que se pretende ingresar al mercado” (ANDÍA y PAUCARA, 2013).

Estudio técnico, “Se presenta toda la ingeniería del proyecto, es decir, describe elementos como el proceso productivo donde incluye los factores que influyen en la calidad del producto o servicio, descripción de las etapas del proceso, máquinas y equipos necesarios” (ANDÍA y PAUCARA, 2013).

Estudio legal, Se detalla la organización de la empresa con sus principales características. Se considera el tipo de sociedad, licencia, registros de marca que son necesarios para su funcionamiento. Asimismo, en el estudio organizacional debe incluir la visión y misión de la empresa, estrategia organizacional. (ANDÍA y PAUCARA, 2013).

Estudio ambiental, de acuerdo a las operaciones de bienes o servicios se debe identificar y describir las externalidades positivas y negativas que va a generar el plan de negocio, asimismo. También plantear estrategias de manejo ambiental para minimizar los efectos más dañinos al ambiente. (ANDIA y PAUCARA, 2013).

Estudio económico y financiero, “En la evaluación económica y financiera incluye amortización de la deuda y el flujo de caja financiero y económico. Se determina si el proyecto es viable mediante indicadores de rentabilidad” (ANDÍA y PAUCARA, 2013).

Para definir la variable de investigación (SEGÚN), (MOYANO, 2015) afirmó que el plan de negocios es un documento donde se detalla las actividades que se van a realizar para generar ingresos de ganancias. Ayuda a planificar que comprende el negocio, teniendo un horizonte para definir los objetivos y poder lograrlos en el tiempo establecido. De igual manera permite corregir y modificar las actividades que son descritas para generar ingresos de ganancias.

En el artículo Plan de negocio: la clave para que tu negocio avance (2015) de la versión digital del diario norteamericano “La Opinión” editado en lengua castellana, se precisa que “abrir una empresa sin plan de negocio es como construir una casa sin planos.” Y se agrega que el plan de negocio sirva también para determinar la aprobación o no de un préstamo a nivel empresarial, y que la experta financiera Martha Castro en la (opinion, 2015) indico los consejos antes de empezar una empresa: Solicitar un préstamo bancario; tener una buena estructura, consistiendo está en la descripción o detalles del negocio precisando los objetivos a corto y largo plazo; la ubicación y los productos que se desean vender o comercializar; tener un plan de mercadotecnia, en el que se precise a los posibles compradores, precios, quienes son la competencia, y los gastos de publicidad; establecer los recursos humanos, detallando la cantidad de personas que se va a contratar, asesorías adicionales, sueldos y modalidades de contratación; y por ultimo contar con un detalle financiero en el que se precise las estimaciones de las cuentas principales de la empresa, así como las ganancias futuras, facturaciones, etc.

Asimismo, en un seminario organizado por el Seminario 7 días el 10 de julio del 2007 en México, coincidieron en cinco puntos estratégicos para iniciar un negocio los cuales son los siguientes: Estructura legal, análisis de mercado, contabilidad, seguros, y plan de negocios.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

Enfoque de Investigación Cuantitativa

En el proyecto de plan de negocio se ha optado por utilizar el enfoque cuantitativo, ya que por sus características este “es el más utilizado a nivel empresarial para la toma de decisiones, y nos servirá para determinar la viabilidad y factibilidad de poder realizarse” (HERNÁNDEZ, y otros, 2014).

Así mismo, podemos decir que ningún problema ha podido ser resuelto sin haber sido investigado.

La investigación si es realizada de manera desordenada, sin seguir pautas o parámetros no dará un resultado confiable. Por lo contrario, si la investigación es realizada utilizando un proceso sistematizado a través del cual se busca solución a problemas se obtendrá conocimiento o alternativas posibles de solución al problema, y a esto se llama investigación científica, porque entre otros aspectos es objetiva y verificable. (HERNÁNDEZ, y otros, 2018).

(CORTES, y otros, 2004) Precisa que “el enfoque de investigación viene a ser la manera, forma o perspectiva a través de la cual el investigador se acerca al objeto de su estudio, y este puede ser distinto de acuerdo a los resultados que espera hallar”. A lo largo de la evolución de la ciencia parecieron una variedad de corrientes de pensamiento filosófico y diversos marcos interpretativos que han dado paso a distintos caminos para la obtención del conocimiento, y estos se redujeron a dos principales enfoques de investigación, éstos son el cualitativo y el cuantitativo.

Tipo de investigación Aplicada

La investigación es aplicada ya que el problema ya está resuelto y el científico lo percibe, de modo que mediante la investigación se planifica responder a preguntas específicas. (La investigación aplicada, método para conocer los factores reales con prueba lógica, 2009) Profesor de la Maestría en Orientación de la Universidad de Costa Rica, nos hace saber que "La investigación aplicado es un método para conocer los factores reales con una prueba lógica"

Por su parte, (ANDER, 1995) nos informa:

La investigación aplicada intenta realizar un comportamiento aceptable, cuidar, cambiar, ajustar o cambiar fundamentalmente alguna parte de la realidad social. La breve aplicación sobre una realidad fortuita le acentúa ante el perfeccionamiento de hipótesis. Es el tipo de exploración que normalmente realiza el anunciante social o el trabajador, en definitiva, incorpora todo lo que se identifica con el campo de las innovaciones sociales cuya intención es generar cambios instigados y / o concertados con el punto de atender asuntos o actuar sobre alguna parte de la realidad social.

Por tanto, en el siguiente proyecto de investigación le corresponde el tipo de investigación aplicada, para ello se recopiló las fuentes de otros investigadores para nuestro tema de estudio.

Nivel de Investigación Descriptivo

En el Plan de Negocio el nivel de investigación por sus características fue Descriptivo por cuanto se describió las etapas que hay que pasar para realizar el plan de negocio, es decir para crear una empresa avícola rentable en el distrito de Ancón.

(CORTES, y otros, 2004) Sostienen:

El estudio descriptivo es el método utilizado por los investigadores para describir las características y los perfiles resultantes del sujeto, población o cualquier otro fenómeno que sea materia de análisis. Es así como detallan situaciones o sucesos acopiando datos sobre una serie de cuestiones sobre las que realizan medición buscando establecer características, propiedades o rasgos resaltantes de lo que sea materia del análisis.

Diseño No experimental

En este caso el diseño es no experimental, toda vez que no se realizará manipulación alguna sobre la variable.

Al respecto del diseño no experimental, para (CARRASCO, 2007) este diseño “es aquel, cuyas variables independientes no son objeto de manipulación intencional por el investigador. Asimismo, no poseen grupo de control y tampoco grupo experimental”.

El lado opuesto es obviamente el diseño experimental en el cual existe un grupo de control y las variables independientes si son objetos de manipulación por parte del investigador.

Por su lado (ALLAN, y otros, 2018) precisan que “el diseño no experimental se basa esencialmente en la observación, en la que el investigador no tiene ninguna intervención o participación con el entorno observable, por lo tanto, no ejerce control alguno sobre la variable”.

3.2 Variables y operacionalización

Definición conceptual de Plan de Negocio

(MOYANO, 2015) El plan de negocios es un documento donde se detalla las actividades que se van a realizar para generar ingresos de ganancias. Ayuda a planificar que comprende el negocio, teniendo un horizonte para definir los objetivos y poder lograrlos en el tiempo establecido. De igual manera permite corregir y modificar las actividades que son descritas para generar ingresos de ganancias.

Definición Operacional de Plan de negocio

“La variable plan de negocios operacionalmente se determina a través de seis dimensiones: análisis de mercado, estudio ambiental, estudio técnico, estudio de ganancias y pérdidas, estudio legal y administrativo, evaluación económica y financiera “(ANDÍA y PAUCARA, 2013).

Estudio de mercado

“Es la parte donde se define el producto o servicio, el tipo de bien y la zona de influencia. También se determinan las diversas estrategias con la que se pretende ingresar al mercado” (ANDÍA y PAUCARA, 2013). A través de esta se buscará la obtención de datos sobre el mercado para analizar aspectos de los potenciales clientes o consumidores para ofrecer aquello que están buscando y que nosotros podríamos darles. Para poder definirlo con más cercanía se necesita de indicadores para su medición.

Ecuación de la oferta

$$P = m q + b \quad m > 0$$

Ecuación de la demanda

$$P = -m q + b \quad m < 0$$

Donde:

P = precio del producto

q = cantidad de unidades a ofrecer

m = costo variable

b = costo fijo

Viabilidad técnica

“Se presenta toda la ingeniería del proyecto, es decir, describe elementos como el proceso productivo donde incluye los factores que influyen en la calidad del producto o servicio, descripción de las etapas del proceso, máquinas y equipos necesarios” (ANDÍA y PAUCARA, 2013).

El estudio técnico nos sirvió para analizar y determinar el tamaño óptimo. Para ello se necesitará un indicador para el análisis.

Tamaño del proyecto

Viabilidad técnica entonces es la posibilidad de que un proyecto o negocio pueda realizarse, teniéndose en cuenta los recursos que se necesitan, aquellos con los que se cuentan y la capacidad para obtener aquellos que aún no se tienen. En caso de contarse con suficientes medios para ejecutar la idea empresarial el plan de negocios es viable.

TO = tamaño óptimo del $TO = D \times (1 + R)^t$ proyecto

D = demanda del proyecto

R = tasa de crecimiento del proyecto

t = periodo del proyecto

Viabilidad económica-financiera

“En la evaluación económica y financiera incluye amortización de la deuda y el flujo de caja financiero y económico. Se determina si el proyecto es viable mediante indicadores de rentabilidad” (ANDÍA y PAUCARA, 2013).

Es la parte final de la planificación de un negocio, en la cual se mide la viabilidad del proyecto a través de indicadores financieros, y es determinada por la diferencia entre el costo y el beneficio del plan de negocio. El resultado dependerá de la inversión inicial estimada. Para lo cual “se necesitará 2 indicadores necesarios y concisos para la evaluación financiera como el Van y el Tir”. VAN, y WACHOWICZ, (2002).

$$\text{Van} = \sum_{t=1}^n \frac{ft}{(1+k)^t} - \text{INV}$$

En el análisis del van no esto ha servido para poder decidir si continúan con el proyecto según el resultado obtenido, si el van nos sale positivo es viable el proyecto, mientras que si sale negativo no.

$$\text{tir} = \sum_{t=1}^n \frac{fn}{(1+k)^n} = 0$$

Para analizar primero debemos saber nuestro van y proceder a la evaluación de

la tasa interna de retorno, fue un indicador más detallista para saber la viabilidad del proyecto.

Estudio legal y administrativo

Se detalla la organización de la empresa con sus principales características. Se considera el tipo de sociedad, licencia, registros de marca que son necesarios para su funcionamiento. Asimismo, en el estudio organizacional debe incluir la visión y misión de la empresa, estrategia organizacional. (ANDÍA y PAUCARA, 2013). En la investigación se analizó la dimensión mediante los requerimientos para consolidar una empresa del sector avícola.

Estudio ambiental

De acuerdo a las operaciones de bienes o servicios se debe identificar y describir las externalidades positivas y negativas que va a generar el plan de negocio, asimismo. También plantear estrategias de manejo ambiental para minimizar los efectos más dañinos al ambiente. (ANDIA y PAUCARA, 2013).

En la investigación se resolvió esta dimensión mediante los requerimientos obtenidos del ministerio del ambiente para la avícola.

Tabla 1. Operacionalización de la variable

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL DE LA VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	PARÁMETROS	ESCALA DE MEDICIÓN
Plan de negocio	Según Moyano (2015) El plan de negocios es un documento donde se detalla las actividades que se van a realizar para generar ingresos de ganancias. Ayuda a planificar que comprende el negocio, teniendo un horizonte para definir los objetivos y poder lograrlos en el tiempo establecido. De igual manera permite corregir y modificar las actividades que son descritas para generar ingresos de ganancias.	Para poder planificar el proyecto se estudiará las siguientes dimensiones: Estudio de mercado Viabilidad técnica Viabilidad económica-financiera Estudio legal y administrativo Estudio ambiental	Estudio de mercado	Oferta Demanda	7,8,9,10,13,14,15 1,2,3,4,5,6,11,12	Nominal Nominal
			Estudio legal y administrativo	Requerimientos para la constitución de la empresa	$\frac{\text{tramites realizados}}{\text{tramites programados}} \times 100$	Razón
			Estudio ambiental	Requerimientos del ministerio del ambiente	$\frac{\text{Requirimientos realizados}}{\text{Requirimientos programados}} \times 100$	Razón
			Viabilidad técnica	Tamaño del proyecto	$TO = D \times (1 + R)^t$	Razón
			Viabilidad económica-financiera	VAN TIR	Van = $\sum_{t=1}^n \frac{ft}{(1+k)^t}$ - INV $tir = \sum_{t=1}^n \frac{fn}{(1+k)^n} = 0$	Razón Razón

Fuente: Elaboración Propia

3.3 Población, muestra y muestreo

(ARIAS, 2012) menciona que “La población es el conjunto de personas que tienen características que requiere el estudio”. Es por ello de suma importancia tener en cuenta las características esenciales las cuales requerimos en esta investigación para poder así llegar a lograr el resultado esperado. En la investigación se buscó la viabilidad de la empresa avícola para lo cual se necesitó hacer un análisis de mercado en donde se evaluará la demanda insatisfecha, por lo cual la población para analizar será las mujeres entre 30 y 44 años en el distrito de Ancón que son 6861 según (INEI, 2018). (Ver anexo 6).

La muestra que se eligió debía ser mínima y debía de cumplir con las características de la población, así mismo debe ser una muestra representativa.

En la investigación la técnica de muestreo fue no probabilística, donde nos dice (HERNÁNDEZ, y otros, 2014) "La decisión de la información no se basa en la probabilidad, sin embargo en las causas identificadas con las cualidades del análisis o quién hace la muestra, no se requieren recetas de probabilidad, en su proceso de toma de decisiones"

Para calcular la muestra se usó una ecuación que nos ayudó a obtener el tamaño de la muestra finita. Cálculo del tamaño de la muestra finita:

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{N \times E^2 + Z^2 \times p \times q}$$

Datos del cálculo de la muestra:

N = 6861

p = 40

q = 60

Z = 2

E = 5%

Tamaño de la muestra = 364

Según los datos para desarrollar la fórmula, era necesario utilizar 364 personas como muestra; es decir que las mujeres encuestadas serán del distrito de ancón que se encuentren en el rango de 30 a 44 años.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica utilizada en el estudio fue la encuesta, ya que los datos se recopilaban en un punto crítico esencial para la investigación y el instrumento a utilizar fue el cuestionario. La encuesta se utilizó compuesto por 15 preguntas explicadas para evaluar la elegancia y la demanda de la empresa. (Ver anexo 2)

Validez

“La validez es el grado donde un instrumento mide con precisión la variable que se busca medir. Esto se refleja en el concepto abstracto a través de los indicadores empíricos”. (HERNÁNDEZ, y otros, 2014).

De acuerdo con la investigación de título plan de negocios para la creación de una empresa avícola en el distrito de ancón, 2020 se realizó la validación del instrumento mediante el juicio 2 asesores expertos de la facultad de Ingeniería Empresarial (ver anexo 3 y 4)

3.5 Procedimientos

En la presente investigación se realizaron las 3 etapas para la consecución del plan de negocio. La primera etapa consistía en determinar la oportunidad de negocio para la creación de una empresa avícola dado que es necesario que en el entorno donde se iba a establecer la avícola existan empresas que generen ese servicio. En la segunda etapa se desarrolló el plan de negocio para la creación de la avícola para lo cual se necesitó estudiar y analizar los siguientes aspectos, el estudio de mercado, la viabilidad técnica, la viabilidad económica-financiera, el aspecto legal-administrativo y por último el aspecto ambiental. En la tercera etapa se brindaron los resultados de la implementación del plan de negocio donde se determinaría si resultaba ser viable la creación de la avícola.

Desarrollo de plan de negocio

Estudio de mercado

En la investigación se realizó un estudio de mercado mediante un cuestionario de 15 preguntas, el cual estaba compuesta por preguntas de análisis de oferta y demanda, para así poder saber cuál es la demanda insatisfecha. Para ello se encuestó a los pobladores del distrito de Ancón.

Se encuestó a los pobladores del distrito de Ancón en total a 364 personas según el tamaño de la muestra, y se obtuvieron los siguientes resultados.

El 93.4 % de los encuestados nos mencionó que el huevo se encuentra al alcance de su economía, que es nutritivo, que se puede utilizar en diversidad de platos. (Tabla 30, Gráfico 6).

El número de personas en una familia es de 5 según los resultados de la encuesta que nos arrojó más del 47.5 % del total. (Tabla 29, Gráfico 5).

El consumo de huevos es de más del 79.67 % del total. (Tabla 32, Gráfico 8).

La gente consume más del 48.4 % huevos en el desayuno, y un 44.5% en el almuerzo como acompañante en la diversidad de platos, y en la cena muy poco se consume arrojando un total de 7.1%. (Tabla 34, Gráfico 10).

Las personas consideran que es más beneficioso comprar por kg que por unidad, dando como resultado un 48.9% de cantidad de compra por kg y un 44.0% en unidad, y un 7.1% compran de otra manera, por ejemplo, por jabas o por paquete (comerciantes). (Tabla 35, Gráfico 11).

La preferencia de compra con respecto al color y tamaño también nos arrojó una diferencia en los resultados, más del 47.3% prefieren el color rosado, y más del 47.8% prefieren el tamaño mediano. (Tabla 38, Gráfico 14).

Con respecto al lugar de compra muy pocas personas compran en supermercados, más bien nos arrojó un total de 92.8% en mercados y tiendas de barrio. (Tabla 36, Gráfico 12).

Con respecto a la situación económica actual de la población por motivo de la pandemia no afectó mucho el consumo, ya que los resultados obtenidos nos arrojan un 93.1% que sí consumen en la actualidad. (Tabla 40, Gráfico 16).

El precio sugerido de compra es de S/ 4.80 que es el precio actual del kg de huevo. (Tabla 41, Gráfico 17).

La constancia de compra de la población de Ancón es de más del 51.9% inter

diario, diario un 40.7%, y semanal 7.4%. (Tabla 43, Gráfico 19).

Según los datos obtenidos en el estudio de mercado llegamos a la conclusión:

El producto final que es el huevo es muy requerido ya sea por su consumo o comercio, la avícola aproximadamente requiere producir unas 250 a 300 unidades de huevos diarias para su venta que es un aproximado de 18 kg que abastece un parte de los clientes de consumo diario y sirve también como almacén para los clientes de compra semanal o quincenal, donde aproximadamente ya la venta sea de cantidades de 4 jivas (1440 unid) que nos da un total de 88 kg.

Marketing mix

Producto

Las ventajas de consumir nuestro producto en los clientes fueron:

- Aves de buena alimentación, con buen cuidado sanitario y con alimento natural.
- El producto brindado está en buenas condiciones y con un peso promedio de 60 gr. a más.
- Nuestro principal producto está para satisfacer sus necesidades de los clientes.

Precio (Costo)

Para poder establecer el precio de nuestro producto se debe considerar algunos aspectos importantes y decisivos a la hora de colocar el precio al producto. Se debe tener en cuenta que el precio que le pongamos al producto tiene que estar alineado con los costos del mercado y a la vez con nuestros costos de inversión.

Se tiene que cumplir con 5 puntos importantes que son:

- Retorno de la inversión
- obtener una determinada porción del mercado
- Competir con los otros distribuidores
- Exclusividad
- Tener ventaja diferencial

Seguidamente, se presenta tres formas de lograr el posicionamiento del precio

Segmento de clientes

Esto se obtiene gracias a la encuesta realizada en el estudio de mercado, donde una de las preguntas del cuestionario fue el precio, para de esa manera poder saber el costo de compra de nuestros consumidores, de esa manera se puede alcanzar una idea más clara de cómo vender nuestro producto.

Productos de la competencia

Se debe también comparar nuestro producto con las de los otros competidores, porque al observar sus precios, formas y volúmenes de ventas, nos ayudará a tener una visión más cercana a fijar el precio.

Prueba de mercado

Al probar la aceptación que les da los clientes al precio que le pongamos al producto, nos va ayudar a ver de una forma más real la “Demanda y Precio”. Se debe tener en cuenta que nuestro producto debe ser dirigido a los consumidores dándole opciones de precio determinando el costo y las ventas

Plaza (Distribución)

Nuestros consumidores nos podrán solicitar el transporte para la distribución del producto hacia sus locales, de esta manera la entrega será ordenada y segura.

Gráfico 1. Marketing Mix (plaza)



Fuente: Elaboración Propia

La apertura de la distribución comenzará en el establecimiento de la avícola “LA

GRANJITA” que se encuentra en los ficus, Villa mar de Ancón ya que ahí se encuentran almacenadas y empaquetadas los paquetes del producto final terminado. Luego se dirigirán con destino a las direcciones de las bodegas y mercados del sector, de esta manera ellas se encargarán de ofrecerlas a los consumidores finales.

Promoción

Para la promoción la avícola a utilizado el siguiente recurso:

Merchandising

Es una herramienta que se basa en actividades para incentivar o cambiar la conducta de compra en la comunidad. Como objetivos principales se requiere llamar la atención de las personas con relación a nuestro producto, facilitando así su preferencia de consumo.

En esta oportunidad se decidió por las diferentes actividades:

- Distribución de volantes con sus respectivas ofertas y promociones.
- Hacer pequeños detalles con el logo de la empresa. (llaveros y calendario)
- Poner afiches y carteles en los principales puntos estratégicos de la zona.
- Hacer un recorrido con micrófono en vehículo por las zonas específicas, promocionando el producto y dando a conocer la marca de la empresa.

Gráfico 2. Canvas



Fuente: Elaboración Propia

Aspecto legal

Proceso de constitución

Para desarrollar el negocio, se deben seguir los requisitos previos legales, que son los siguientes:

a) Se necesitan las administraciones de un asesor legal, levantará el acta de consolidación que se llenará con la información esencial, por ejemplo,

- Nombre de la organización
- Nombre de los inversores
- Línea de negocios
- Cantidad de dinero a contribuir
- Reglas de la compañía

b) Asimismo, se esperaba la asistencia de un funcionario público legal para hacer y legitimar la escritura pública.

c) Se realizó la medida de inscripción del nombre de la organización, la cual se completó en la fundación de la superintendencia pública de informes de libre acceso - SUNARP.

d) Asimismo, continuamos adquiriendo el RUC, obtenido de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT).

e) Finalmente, las solicitudes de las dos licencias y becas de trabajo se obtuvieron de la región en particular, que era la región de Ancón.

Trámites para la obtención de la Licencia de Funcionamiento

- Llenar la solicitud de Licencia Funcionamiento, esta tendrá el mismo valor que una Declaración Jurada
- Se necesitó el RUC de la empresa, el cual se completó en la solicitud.
- También se necesitó del DNI del dueño para llenar la solicitud.
- Por último, se obtuvo la carta poder con su respectiva firma legalizada, donde especifica la vigencia de la licencia.

Defensa Civil - INDECI

- Se necesitó realizar una declaración jurada de observancia donde detallaba las condiciones de seguridad del establecimiento.
- Se obtuvo la Copia de certificado de inspección técnica de seguridad de defensa civil por INDECI.

Plazo para obtener la licencia

De acuerdo con la Ley N ° 28976, Ley Marco de Licencia de Operación, en su artículo 8 que alude a las estrategias para otorgar el permiso de trabajo, éste se permitirá dentro de la estructura de un sistema autoritario solitario, que será de evaluación pasada con tranquilidad regulatoria positiva. De esta manera, el mayor plazo para otorgar el permiso es de 15 días hábiles.

- De 10 m2 hasta 100m2 es de un costo de S/. 517.46
- A partir de 101 m2 hasta 500m2 es un costo de S/. 620.41

Trámites ante la Sunat

Para la obtención del Registro Único de Contribuyente (RUC) que será el número asignado para la identificación de la empresa por la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) se deberá presentar lo siguiente:

- a) Recibo de servicio básico, es decir de luz, agua, o teléfono fijo del local donde la empresa va a funcionar.
- b) Se eligió un sistema de evaluación:
 - Porque pretendemos vender más de S /. 18000
 - Porque pretendemos tener más de diez (10) trabajadores. Ya que es necesario entregar un recibo por tratos a personas u organizaciones con RUC, cuando lo soliciten.
 - Puede iniciar otra empresa independiente.
 - Al pagar el IGV puede utilizar el Crédito Fiscal. Cabe señalar que se trata de una derivación, un lugar común del ciudadano que cubre el cargo por tratos generales.
- c) Solicitud de aprobación para imprimir evidencia de pago.

Autorización del libro de planillas

El libro de planillas de pago de remuneraciones deberá ser llevado al Ministerio de Trabajo para que proceda a su legalización, luego de lo cual se deberá solicitar para su presentación los formularios respectivos de ESSALUD o al Banco de la Nación para la inscripción de los trabajadores.

Funciones principales

Gerente general (dueño)

- Dirigir la empresa hacia los objetivos planteados.
- Controla y analizar los estados financieros de la empresa.
- Controlar y supervisar la acción de todas las áreas de la empresa
- Redactar los documentos que se necesitan presentar.
- Comprar los materiales y equipos necesarios para la empresa.

Gerente de producción (ingeniero agrónomo):

- Mantener un registro metódico de archivos y plan.
- Recibir llamadas y coordinar al individuo en control.
- Supervisar el ciclo de creación
- Diseñar el plan de creación.
- Realizar control de calidad del artículo terminado

Gerente de ventas

- Proponer precios competitivos y rentables.
- Establecer los mecanismos de control necesarios para la continuidad operativa y la rentabilidad adecuada.
- Proponer precios competitivos y rentables.
- Evaluar la competencia.
- Establecer los medios publicitarios que se usarán para la venta.
- Realizar el cobro de las ventas.
- Realizar el presupuesto anual.
- Comprar los materiales y equipos de acuerdo a las necesidades de la empresa.

Gerente de marketing

- Asesoramiento de oportunidad de negocio.
- Estudio de mercado.
- Análisis de ventas.
- Análisis financiero.
- Pronostico de rentabilidad.

Aspecto ambiental

Medidas Bioseguridad de la Avícola

El cerco perimétrico: Sirve para evitar el ingreso a la avícola de personas ajenas y animales a que puedan ser portadores de agentes patógenos.

La limpieza de los galpones se debe realizar una vez a la semana, con ello se logrará la limpieza del cerco perimétrico de los galpones y de las demás instalaciones de la avícola, para mantener un ambiente de salubridad óptimo.

Encerramiento de los galpones: Con los galpones totalmente cerrados se logrará evitar que puedan ingresar aves silvestres, los que a su vez podrían ser portadores de enfermedades contagiosas para las aves.

Almacenamiento de alimentos: La bodega para almacenamiento cuenta con espacio para que el alimento pueda ser guardado o almacenado, con la debida condición ambiental y de aseo para que no se contamine o entre en estado de descomposición debido a la humedad.

Plan de manejo ambiental

Se elabora en base en los identificados por los impactos generados por los procesos realizado de la avícola y teniendo en cuenta los resultados obtenidos de la matriz de calificación para las acciones ambientales de la prevención componentes de los impactos, contienen programas para el manejo adecuado de los residuos sólidos, vertimiento del agua residual a ello también las moscas, ratones y control de los olores.

Tabla 2. Matriz Identificación de aspectos

MATRIZ IDENTIFICACIÓN DE ASPECTOS E IMPACTOS AMBIENTALES						
AREA	ACTIVIDAD	ELEMENTOS AFECTADO	ASPECTO		IMPACTO	
			TIPO	DESCRIPCIÓN		
P R O D U C C I Ó N	1.Recepción de gallinas	Suelo	Generación de residuos	Uso de cajas para las gallinas	Alteración de la propiedad del suelo	
	2.Vacunas	Suelo	Generación de residuos solidos	Disposicion de jeringas, agujas, ampollas guantes,tapabocas	Aumento de residuos peligrosos	
	3. semana 16	Aire	Generacion olores	Generacion de olores por las excreciones de las gallinas	Alteración del aire	
		Suelo	Generacion de residuos solidos	Residuos de origen orgánico (aserrin)	Aumento de residuos solidos	
		Humano	Emisión de material de materiales	Pueden ocasionar problemas a las gallinas	Afecta a la Salud	
	4. Produccion-huevo de mesa (semana 17-84)	Aire	Generación de olores	Generación de los olores de los excrementos de las galinas	Genera malos olores en el aire	
		Suelo	Generación de residuos solidos	Residuos de origen orgánico (plumas de las gallinas)	Aumento Residuos Solidos	
		Humano	Emision de particulas	Puden ocasionar problemas de salud por las particulas	Afectacion de la salud	
	CLASIFICACIÓN DE LOS HUEVOS	Clasificación, pesajes de los huevos	Suelo	Disposicion de huevos rotos y cascara	Los residuos de origen Organico	Daño de la calidad del Suelo
			Suelo	Disposición de huevos rotos y cascara	Aumento de moscas y ratones	Aumento de enfermedades
Operación de limpieza del galpon	Operación de limpieza del galpon	Agua	Desechar el agua de lavado con sedimento	Agua utilizada parfa el lavado de los galpones	Contaminacion de la fuente del agua	
		Suelo			Afecta la calidad del suelo	
		Aire	Producir de los materiales de las particulas	Precencia de particulas por la limpieza del	Alteracion del aire	
Actividad Economica	Actividad Economica	Humano	Demanda de mano de obra	Generación de empleos	Generación de empleos para los	

Fuente: Elaboración Propia

Aspecto técnico

Ubicación

La empresa se encuentra ubicada en el distrito de Ancón en MZ 4 Lote 18 Los Ficus-Villa mar de Ancón



Visión

Ser una empresa reconocida en el rubro de alimentos, cumpliendo todos los estándares de calidad para así poder obtener la preferencia de los clientes y consumidores, avalada por un equipo de trabajo con la experiencia necesaria.

Misión

Satisfacer las necesidades de la población brindando un producto de calidad y con un precio accesible con la economía de la comunidad, también hacer uso de los recursos tecnológicos para la comunicación ya sea con los proveedores como con los clientes, de esa manera generar alianzas entre nosotros.

Objetivo de la empresa

El objetivo fundamental es hacer un vínculo de confianza entre nuestros clientes y la organización, siendo sencillos en nuestra medida de creación y comercialización, generando en consecuencia la confianza de nuestros clientes,

lo que asegura que, al adquirir nuestro producto, tengan toda la confirmación de que adquirirá huevos de calidad, esto demostrará nuestra ventaja en el trato con su bienestar, el de su familia y el de la sociedad en general.

Constitución de la empresa

La organización se establece bajo la sociedad de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.), con carácter legítimo de derecho, GERENTE GENERAL, GERENTE DE PRODUCCIÓN, OPERADORES, Dpto. DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS, Dpto. DE LOS RECURSOS HUMANOS, está compuesto por voluntad unipersonal; no hay posibilidad de unir más cómplices, debido a que la organización se convertiría naturalmente en una organización empresarial. Por ende, la obligación de la organización se restringe al valor, lo que implica que el riesgo de la Pequeña Empresa se restringe a sus recursos, es decir, al valor que establece la organización. En este sentido, el propietario de la organización no reacciona con sus propios recursos ante ningún compromiso de la organización. Al final del día, la privación de la organización no pone en riesgo sus propias riquezas.



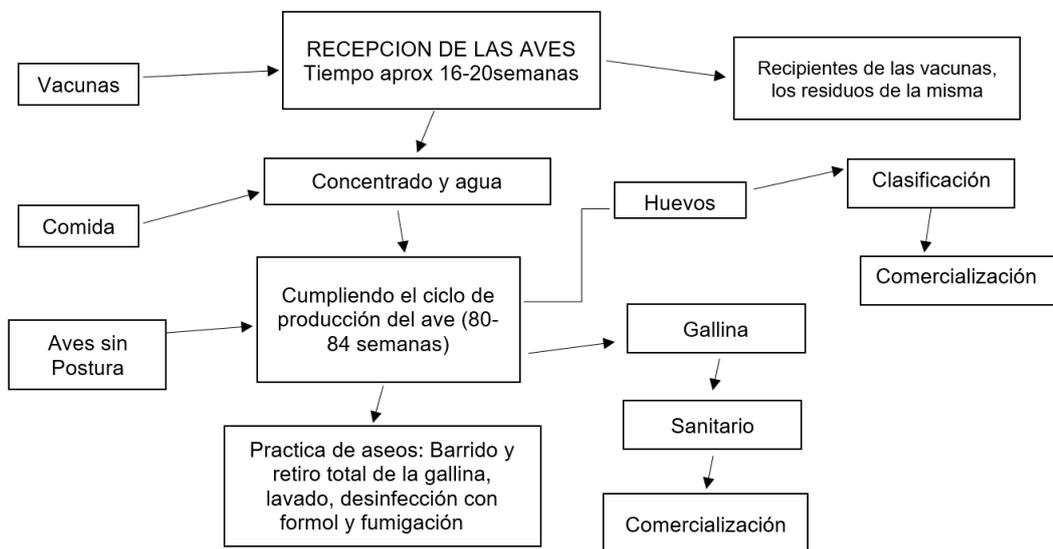
En las siguientes imágenes se puede observar una diferencia de aspecto entre una gallina en buen estado y una en mal estado, la gallina en buen estado presenta una coloración en la cresta más rojiza y de más tamaño, mientras la gallina en mal estado se puede observar una cresta más blanca y de poco

tamaño, otra diferencia es el grosor del cuerpo.



En estas imágenes se puede ver una gallina de mala postura y otra de buena postura, su diferencia es más que todo en la forma de la cloaca, la gallina de mala postura su cloaca es de forma circular, mientras que la de buena postura es de forma ovalada.

Gráfico 3. Fases de recesión



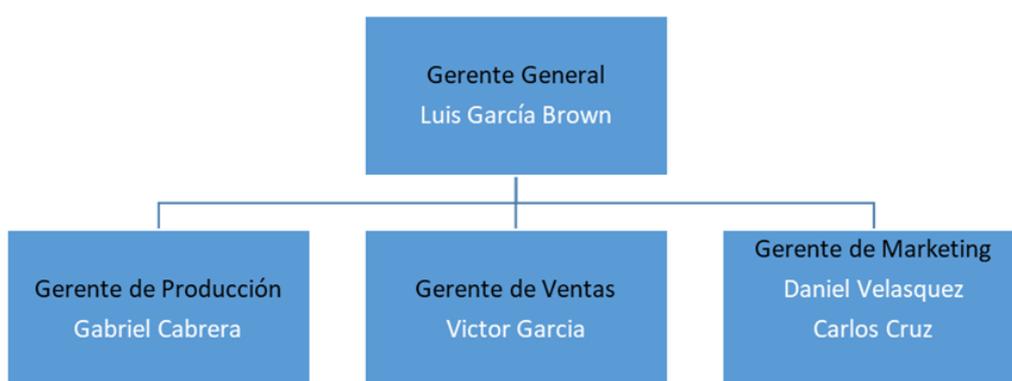
Fuente: Elaboración Propia

Nombre de la empresa

La empresa se va llamar “la granjita”



Gráfico 4. Organigrama



Fuente: Elaboración Propia

Aspectos económicos

Inversión fija: Está compuesta básicamente por las obras, maquinarias, herramientas y equipos y finalmente el capital.

Tangible: Se necesita el terreno, contará con espacios para un crecimiento de los próximos años.

Tabla 3. Costo del terreno

Costo del terreno				
Unidad de medida	cantidad	costo x m2	costo total	total
m2	45	S/333,33	S/15.000,03	S/15.000,03

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 4. Costo de la construcción del terreno

Costo de construcción				
Descripción	Unidad de medida	cantidad	costo x m2	costo total
Oficina	m2	5	S/200,00	S/1.000,00
Área de Producción	m2	10	S/250,00	S/2.500,00
Galpón	m2	20	S/100,00	S/2.000,00
baños y vestidores	m2	3	S/200,00	S/600,00
Área de Seguridad	m2	7	S/200,00	S/1.400,00
Total		45		S/7.500,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 5. Total, de la Inversión de Construcción y Terreno

Inversión de Construcción y Terreno	
Terreno	S/15.000,03
Construcción	S/7.500,00
Total	S/22.500,03

Fuente: Elaboración Propia

Maquinaria y Equipo: Son necesarias para el proceso de sanidad de las aves para el producto de calidad, así mismo tener un transporte de la empresa para llevar el producto final y utensilios de oficina.

Tabla 6. Costo maquinarias y herramientas para el proceso avícola

MAQUINARIAS Y HERRAMIENTAS PARA EL PROCESO AVÍCOLA			
Descripción	cantidad	precio unitario	costo total
Cableado de luz	100	S/1,00	S/100,00
Focos de luz artificial	10	S/8,00	S/80,00
jeringa Automática	1	S/500,00	S/500,00
Cortadora de pico	1	S/450,00	S/450,00
Bebedores	8	S/7,00	S/56,00
Ponederos	20	S/7,00	S/140,00
Comederos	8	S/7,00	S/56,00
cama de Aserrín	100	S/0,50	S/50,00
Vacunas Complementarias	4000	S/0,03	S/120,00
vacunas Reglamentarias	2	S/450,00	S/900,00
Total			S/2.452,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 7. Costo del vehículo para el transporte del producto

Vehículo			
Descripción	cantidad	precio unitario	costo total
Camioneta	1	S/6.000,00	S/6.000,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 8. Costo de las implementaciones para el área administrativa

Equipos de Oficina			
Descripción	cantidad	precio unitario	costo total
Computadora	1	S/800,00	S/800,00
Impresora	1	S/200,00	S/200,00
Escritorio	1	S/150,00	S/150,00
Sillas	4	S/40,00	S/160,00
Archivadores	1	S/100,00	S/100,00
Mesa de reuniones	1	S/200,00	S/200,00
Total	9		S/1.610,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 9. Total, de inversión de maquinarias y equipos

Inversión de maquinarias y equipos	
maquinaria y herramientas	S/2.452,00
Vehículo	S/6.000,00
Equipos de Oficina	S/1.610,00
Total	S/10.062,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 10. Total, tangibles

Inversión total de tangibles	
Inversión de Construcción y Terreno	S/22.500,03
Inversión de Maquinarias y Equipos	S/10.062,00
Total	S/32.562,03

Fuente: Elaboración Propia

Intangible: Se mostrará en el monto total de inversión intangible

Inversión total de trámites legales

Inversión en Trámites Legales	
Descripción	Costo
Constitución legal de la Empresa	S/2.000,00
Licencia de Funcionamiento	S/500,00
Licencia de Edificación	S/300,00
Registro de la Marca	S/200,00
Legalización de libros contables en SUNAT	S/500,00
Total	S/3.500,00

Fuente: Elaboración Propia

Capital de Trabajo: La cantidad de aves y comida estimada en soles y kilos que necesitamos para el capital de trabajo para la operación de la avícola está reflejada el primer mes para que más adelante el dinero rote mensual y anual.

Aves para Apertura de la Avícola			
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
Gallinas	650	S/3,00	S/1.950,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 11. Tabla alimento para iniciar la avícola

Alimentos para las Aves			
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
Sacos de Concentrados	5	S/80,00	S/400,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla demanda: La demanda del primer periodo 162960 huevos, con un incremento de 16% anual

Demanda de Huevos (Crecimiento 16% Anual)				
	Diario	Semanal	Mensual	Anual
2020	645	4515	18060	216720
2021	710	4967	19866	251395
2022	780	5463	21853	291618
2023	858	6009	24038	338277
2024	944	6610	26442	392402

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 12. Inversión de Capital de Trabajo

Capital de Trabajo	
Aves para Apertura	S/1.950,00
Alimentos para las Aves	S/400,00
Total	S/2.350,00

Fuente: Elaboración Propia

Total, de Inversión: El total de la Avícola es S/. 38,412.03 y está distribuido de la siguiente manera:

Total de la Inversión		
Descripción	Costo Total	Porcentaje
Tangibles	S/32.562,03	84,77%
Intangibles	S/3.500,00	9,11%
Capital de Trabajo	S/2.350,00	6,12%
total	S/38.412,03	100,0%

Fuente: Elaboración Propia

Financiamiento: Para la finanza del proyecto se utiliza una combinación de aporte propio y préstamo, el aporte propio cubrirá 52% y lo que queda (S/. 18,412.03). Es considerado como el costo promedio del mercado para la tasa efectiva del préstamo (13%), en el siguiente cuadro apreciamos la amortización del mismo.

Tabla 13. Capital propio y financiamiento

Financiamiento		
Descripción	total	porcentaje
Total de la Inversión	S/38.412,03	100%
Préstamo	S/18.412,03	48%
Capital Propio	S/20.000,00	52%

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 14. Amortización

Préstamo	S/ 18.412,03
Periodo (año)	5
Interés TEA	13%
Cuota S/.	S/5.234,81

Fuente: Elaboración Propia

Años	Cuota Anual	Intereses	Amortización	Saldo
0	-		-	S/ 18.412,03
1	S/5.234,81	S/ 2.393,56	S/2.841,24	S/ 15.570,79
2	S/5.234,81	S/ 2.024,20	S/3.210,61	S/ 12.360,18
3	S/5.234,81	S/ 1.606,82	S/3.627,98	S/ 8.732,20
4	S/5.234,81	S/ 1.135,19	S/4.099,62	S/ 4.632,57
5	S/5.234,81	S/ 602,23	S/4.632,57	S/ -0,00
total	S/26.174,04	S/7.762,01	S/18.412,03	-

Fuente: Elaboración Propia

Depreciaciones tangibles: Las obras, maquinas y equipos se tomará en cuenta 10 años de depreciación para los 5 años de periodo de estimación enfocado al valor de los activos fijos.

Tabla 15. Depreciación

Descripción	Unidades	costo Unitario	Costo Total	Años	Depreciación Anual (\$/.)					Depreciación Acumulada (\$/.)	Libro Contable (\$/.)
					1	2	3	4	5		
Terreno	1	S/15.000,03	S/15.000,03	0							S/15.000,03
Galpón	1	S/2.000,00	S/2.000,00	10	S/200,00	S/200,00	S/200,00	S/200,00	S/200,00	S/1.000,00	S/1.000,00
Oficina	1	S/1.000,00	S/1.000,00	10	S/100,00	S/100,00	S/100,00	S/100,00	S/100,00	S/500,00	S/500,00
Área de Producción	1	S/2.500,00	S/2.500,00	10	S/250,00	S/250,00	S/250,00	S/250,00	S/250,00	S/1.250,00	S/1.250,00
Baños y Vestidores	1	S/600,00	S/600,00	10	S/60,00	S/60,00	S/60,00	S/60,00	S/60,00	S/300,00	S/300,00
Área de Seguridad	1	S/1.400,00	S/1.400,00	10	S/140,00	S/140,00	S/140,00	S/140,00	S/140,00	S/700,00	S/700,00
Maquinarias y Equipos			S/10.062,00	10	S/1.006,20	S/1.006,20	S/1.006,20	S/1.006,20	S/1.006,20	S/5.031,00	S/5.031,00
Total			S/32.562,03		S/1.756,20	S/1.756,20	S/1.756,20	S/1.756,20	S/1.756,20	S/8.781,00	S/23.781,03

Elaboración Propia

Tabla 16. Depreciación año

Descripción	Depreciación Anual (S/.)				
	1	2	3	4	5
Obras	S/750,00	S/750,00	S/750,00	S/750,00	S/750,00
Maquinarias y Equipos	S/1.006,20	S/1.006,20	S/1.006,20	S/1.006,20	S/1.006,20

Fuente: Elaboración Propia

Costo fijo y variable

Costo Fijo: Están representado por los salarios y la implementación para el área administrativa.

Tabla 17. Costo fijo

Gastos Administrativos			
Descripción	Cantidad	Mensual	Anual
Teléfono e Internet	-	S/120,00	S/1.440,00
Total	1	S/120,00	S/1.440,00
Gastos de Ventas			
Descripción	Cantidad	Mensual	Anual
Gerente de Ventas	1	S/900,00	S/10.800,00
Total		S/900,00	S/10.800,00
Gastos Indirectos de Fabricación			
Descripción	Cantidad	Mensual	Anual
Ingeniero Agrónomo	1	S/900,00	S/10.800,00
total	1	S/900,00	S/10.800,00

Fuente: Elaboración Propia

Costos variables: Son compuestos por los materiales directos como la luz y agua que son para la Avícola, a ello también los materiales indirectos a ello también el transporte del Producto y lo último es la materia prima.

Tabla 18. Materiales directos

Materiales Directos			
Descripción	Cantidad	Mensual	Anual
agua	-	S/100,00	S/1.200,00
luz	-	S/120,00	S/1.440,00
total	-	S/220,00	S/2.640,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 19. Materiales Indirectos

Materiales Indirectos				
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Mensual	Anual
Botas Plásticas	1	S/40,00	S/40,00	S/480,00
Desinfectante Agrícola	2	S/40,00	S/80,00	S/960,00
Mamelucos	4	S/35,00	S/140,00	S/1.680,00
Tapabocas	50	S/1,00	S/50,00	S/600,00
Guantes	50	S/1,00	S/50,00	S/600,00
Total			S/360,00	S/4.320,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 20. Transporte

Transporte					
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Semanal	Mensual	Anual
Transporte de Gallina	-	-	-	S/80,00	S/960,00
Transporte de Alimentos	-	-	-	S/100,00	S/1.200,00
Transporte de Producto	7	S/10,00	S/70,00	S/280,00	S/3.360,00
Total	7	S/10,00	S/70,00	S/460,00	S/5.520,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 21. Materia prima

Materia Prima				
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Mensual	Anual
Alimentos para las Aves	5	S/80,00	S/400,00	S/4.800,00
Gallinas	650	S/3,00	S/1.950,00	S/23.400,00
Total			S/2.350,00	S/28.200,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 22. Proyección costo 5 años

Costos Totales Anuales (Crecimiento del 2% Anual)					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
costos Fijos					
Gastos Administrativos	S/1.440,00	S/1.468,80	S/1.498,18	S/1.528,14	S/1.558,70
Gastos de Ventas	S/10.800,00	S/11.016,00	S/11.236,32	S/11.461,05	S/11.690,27
Gastos Indirectos Fabricación	S/10.800,00	S/11.016,00	S/11.236,32	S/11.461,05	S/11.690,27
Total Costo Fijo	S/23.040,00	S/23.500,80	S/23.970,82	S/24.450,23	S/24.939,24

Costos Variables					
Materiales Directos	S/2.640,00	S/2.692,80	S/2.746,66	S/2.801,59	S/2.857,62
Materiales Indirectos	S/4.320,00	S/4.406,40	S/4.494,53	S/4.584,42	S/4.676,11
Transportes	S/5.520,00	S/5.630,40	S/5.743,01	S/5.857,87	S/5.975,03
Materia Prima	S/28.200,00	S/28.764,00	S/29.339,28	S/29.926,07	S/30.524,59
Total Costo Variable	S/40.680,00	S/41.493,60	S/42.323,47	S/43.169,94	S/44.033,34
Total Costo	S/63.720,00	S/64.994,40	S/66.294,29	S/67.620,17	S/68.972,58

Fuente: Elaboración Propia

Producción Huevos (KG): En los siguientes cuadros se mostrará producción de huevos anual por Kilos y a ello el precio del huevo

Producción Anual de Huevos (Unidad)					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades Totales	216720	251395	291618	338277	392402
Unidades (kg)	16	16	16	16	16
Producción (kg)	13545	15712,2	18226,15	21142,34	24525,1
Precio	S/4,80	S/4,80	S/5,00	S/5,00	S/5,00
Total	S/65.016,00	S/75.418,56	S/91.130,76	S/105.711,68	S/122.625,55

Fuente: Elaboración Propia

Punto de Equilibrio: Conocer el número de unidades que necesitamos decir que logras vender es lo mismo que gasta es decir no ganas ni pierdes

Punto de Equilibrio			
Descripción	Anuales	Mensuales	Unitario
Costos Fijos	S/23.040,00	S/1.920,00	S/1,70
Costos Variables	S/40.680,00	S/3.390,00	S/3,00
Ventas (KG)	13545		
Precio de Venta (KG)	S/4,80		
Ingreso Anual	S/65.016,00		
Costo de Venta Total	S/63.720,00		
Costo de Venta Unitario	S/4,70		
Beneficio Económico	S/1.296,00		
Punto de Equilibrio (KG.)	240800		
Punto de Equilibrio (S/.)	S/1.324.400,00		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 23. Ganancia y Pérdidas

Descripción	Estado de Ganancias y Perdidas				
	Años				
	1	2	3	4	5
Ingresos Totales	S/65.016,00	S/75.418,56	S/91.130,76	S/105.711,68	S/122.625,55
Producción (KG)	13545	15712,2	18226,152	21142,33632	24525,11013
Precio (Aumento del 3er Año 0.20)	S/4,80	S/4,80	S/5,00	S/5,00	S/5,00
Egresos Totales	S/53.236,20	S/54.265,80	S/55.315,99	S/56.387,19	S/57.479,81
Gastos Indirectos + Costos Variables	S/51.480,00	S/52.509,60	S/53.559,79	S/54.630,99	S/55.723,61
Depreciación de Tangibles	S/1.756,20	S/1.756,20	S/1.756,20	S/1.756,20	S/1.756,20
Utilidad Bruta	S/11.779,80	S/21.152,76	S/ 35.814,77	S/49.324,49	S/65.145,74
Gastos Administrativos	S/1.440,00	S/1.468,80	S/1.498,18	S/1.528,14	S/1.558,70
Gastos de Ventas	S/10.800,00	S/11.016,00	S/11.236,32	S/11.461,05	S/11.690,27
Utilidad Operativa	-S/460,20	S/8.667,96	S/23.080,27	S/36.335,31	S/51.896,77
Impuesto a la Renta (30%)	-S/138,06	S/2.600,39	S/6.924,08	S/10.900,59	S/15.569,03
Utilidad Neta	-S/322,14	S/6.067,57	S/16.156,19	S/25.434,72	S/36.327,74

Elaboración Propia

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 24. Tabla Flujo Caja. Necesidades alarga la vida del negocio a ello se muestra la caja económica y financiera.

Años	Flujo de Caja					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos (s/.)		S/65.016,00	S/75.418,56	S/91.130,76	S/105.711,68	S/122.625,55
Ventas		65016,00	75418,56	91130,76	105711,68	122625,55
Producción (kg.)		13545	15712,2	18226,152	21142,33632	24525,11013
Precio		S/5,50	S/5,50	S/5,80	S/5,80	S/5,80
Valor Residual de Activos Fijos						S/23.781
Egresos	S/38.412,03	S/65.826,20	S/67.100,60	S/68.400,49	S/69.726,37	S/71.078,78
Inversión						
Intangibles	S/3.500,00					
Amortización de Intangibles		S/350,00	S/350,00	S/350,00	S/350,00	S/350,00
Tangibles	S/32.562,03					
Construcción e Instalación	S/22.500,03					
Maquinaria y Equipos	S/10.062,00					
Depreciación de Tangibles		S/1.756,20	S/1.756,20	S/1.756,20	S/1.756,20	S/1.756,20
Construcción e Instalación		S/750,00	S/750,00	S/750,00	S/750,00	S/750,00
Maquinaria y Equipos		S/1.006,20	S/1.006,20	S/1.006,20	S/1.006,20	S/1.006,20
Gastos Operativos		S/63.720,00	S/64.994,40	S/66.294,29	S/67.620,17	S/68.972,58
Capital de Trabajo	S/2.350,00					
Flujo Neto antes del Impuesto	S/38.412,03	-S/810,20	S/8.317,96	S/22.730,27	S/35.985,31	S/51.546,77
Impuestos (30%)		-S/243,06	S/2.495,39	S/6.819,08	S/10.795,59	S/15.464,03
Flujo Económico	S/38.412,03	-S/567,14	S/5.822,57	S/15.911,19	S/25.189,72	S/36.082,74
Préstamo	S/18.412,03					
Amortización		S/2.841,24	S/3.210,61	S/3.627,98	S/4.099,62	S/4.632,57
Intereses		S/ 2.393,56	S/2.024,20	S/1.606,82	S/4.099,62	S/602,23
Escudo Fiscal		S/718,07	S/607,26	S/482,05	S/1.229,89	S/180,67
Flujo de Caja Financiero	S/20.000,00	-S/6.520,02	-S/19,50	S/10.194,34	S/15.760,58	S/30.667,26

Fuente: Elaboración Propia

Indicador Rentabilidad: Plan de Negocio se consideró 5 años, para ello el costo de oportunidad es de un 8%.

Valor Actual Neto (VAN): Nos permite medir la rentabilidad del proyecto, valores monetarios teniendo una diferencia en el valor presente con los flujos futuros de la inversión y el monto invertido.

Tabla 25. Tabla VAN + Financiero

Descripción	TOTAL
VAN	S/11.706,85
VAN FINANCIERO	S/7.591,21

Fuente: Elaboración Propia

Tasa Retorno (TIR): Nos indica la rentabilidad promedio anual genera el capital invertido en el proyecto.

Tabla 26. Tabla Interna de Retorno (TIR)

Descripción	TOTAL
TIR	21%
TIR FINANCIERO	20%

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 27. Tabla VAN / El rendimiento es de 0,30 por cada sol Invertido.

Valor Neto/ Inversión	
VAN/ INVERSIÓN	S/0,30

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 28. Periodo de Recuperación: Se muestra en el tiempo que se recupera la inversión, costo de capital invertido, en el negocio el resultado fue en el 5 año.

Periodo de Recuperación				
Año	Inversión	Flujo de Caja	Valor Actual	Saldo
0	-S/38.412			
1		-S/567	-S/502	-S/38.914

2		S/5.823	S/4.560	-S/34.354
3		S/15.911	S/11.027	-S/23.327
4		S/25.190	S/15.449	-S/7.877
5		S/36.083	S/19.584	S/11.707

Fuente: Elaboración Propia

3.6 Método de análisis de datos

En el estudio se realizó un análisis descriptivo para lo cual el método que se usó fue estadística descriptiva donde se procedió a recopilar, analizar e interpretar los datos obtenidos a través del cuestionario que nos servirá para estudiar la demanda insatisfecha del negocio.

3.7 Aspectos éticos

El plan de negocio fue redactado mediante las normas y principios de la universidad, mediante la cual se verá plasmada mediante los siguientes puntos:

- La información recaudada por el instrumento no será alterada ni modificada
- El informe de investigación seguirá paso a paso todos los lineamientos del formato establecido por la universidad.

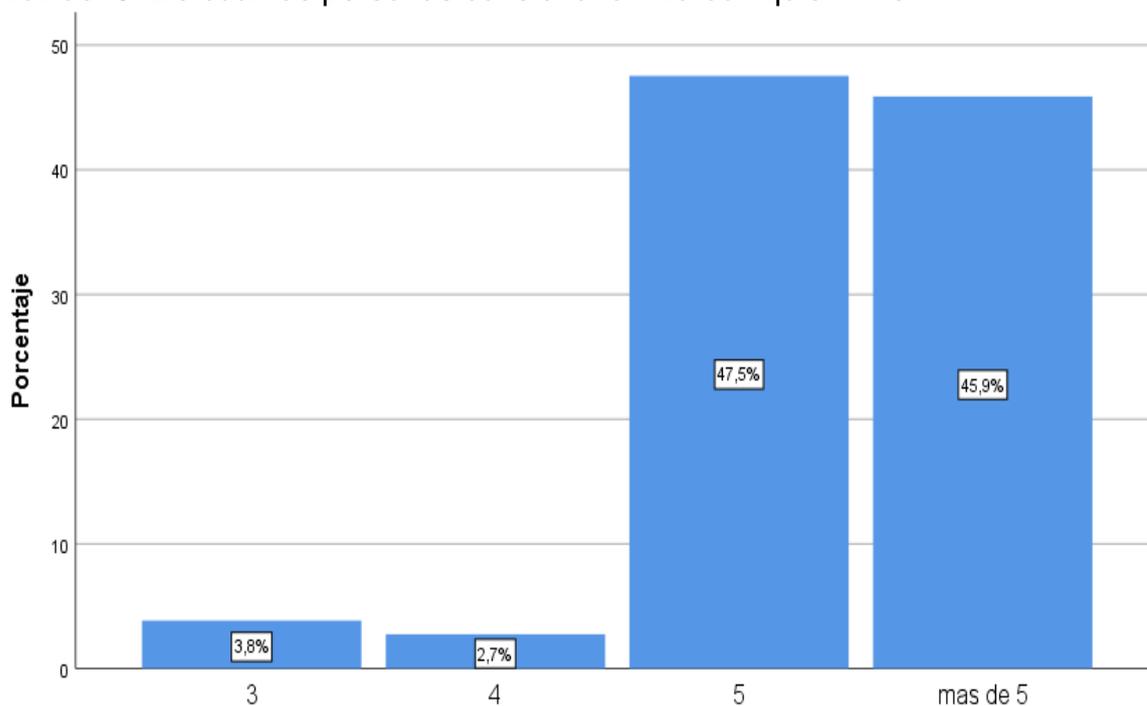
IV. RESULTADOS

Tabla 29. ¿De cuántas personas consta la familia con quien vive?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	3	14	3,8	3,8	3,8
	4	10	2,7	2,7	6,6
	5	173	47,5	47,5	54,1
	más de 5	167	45,9	45,9	100,0
	Total	364	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 5. De cuántas personas consta la familia con quien vive



Fuente: Elaboración Propia

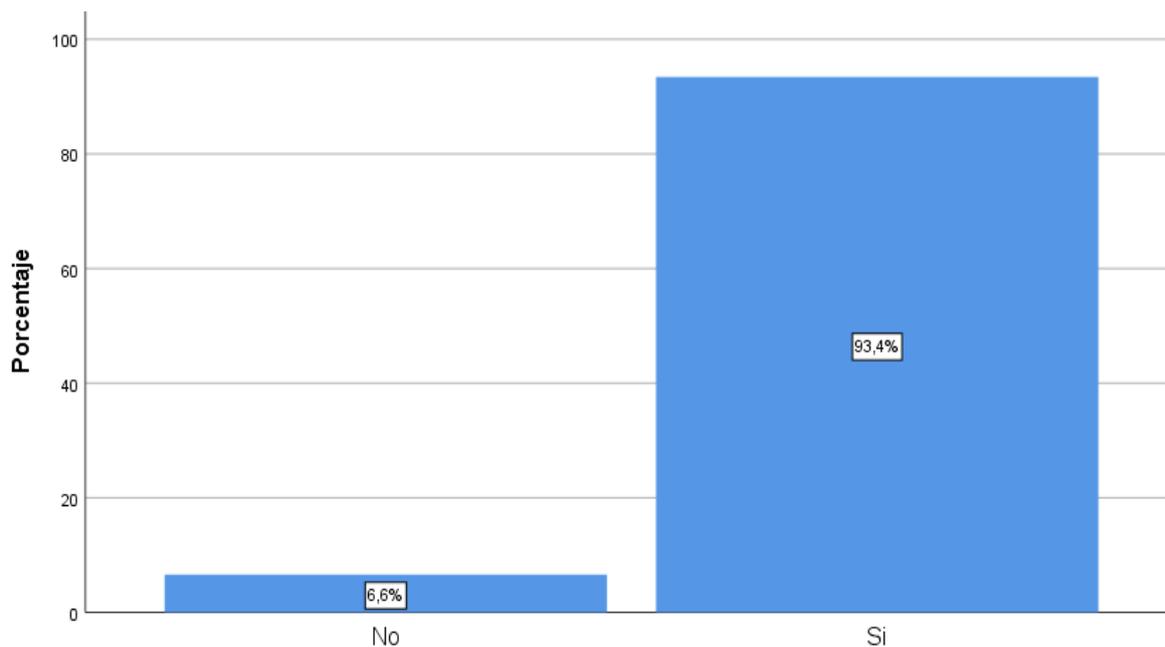
El número de personas en una familia es de 5 según los resultados de la encuesta que nos arroja más del 47.5 % del total.

Tabla 30. ¿El huevo es un alimento que está al alcance de su economía?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	24	6,6	6,6	6,6
	Si	340	93,4	93,4	100,0
	Total	364	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 6. El huevo es un alimento que está al alcance de su economía



Fuente: Elaboración Propia

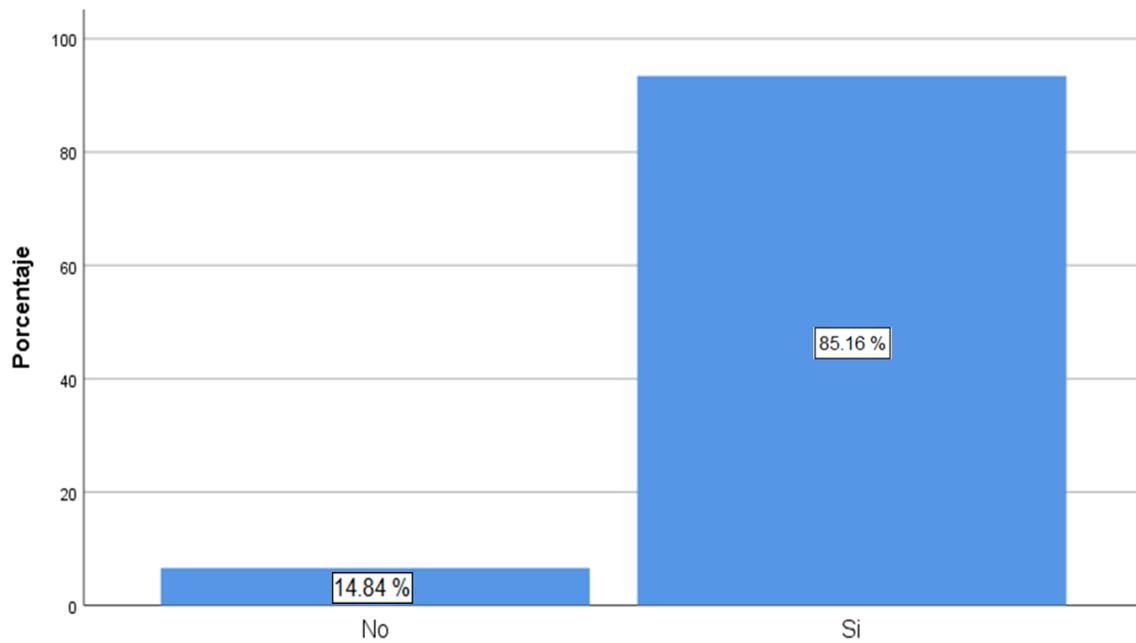
El 93.4 % de los encuestados nos mencionó que el huevo se encuentra al alcance de su economía.

Tabla 31. ¿Considera usted que el huevo es un alimento nutritivo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	54	14.84	14.84	14.84
	Si	310	85.16	85.16	100,0
	Total	364	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 7. Considera usted que el huevo es un alimento nutritivo



Fuente: Elaboración Propia

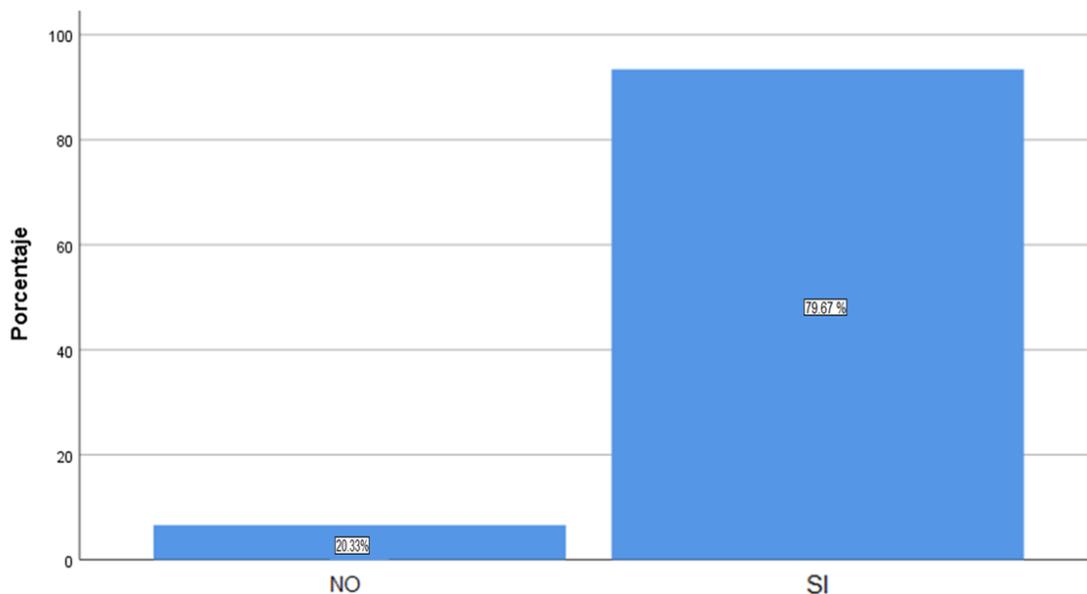
El 85.16 % de los encuestados nos mencionó que el huevo es un alimento nutritivo

Tabla 32. ¿Hay algún miembro de su familia que no consume huevos y porque razón?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	74	20.33	20.33	20.33
	No	290	79.67	79.67	100,0
	Total	364	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 8. Hay algún miembro de su familia que no consume huevos y porque razón



Fuente: Elaboración Propia

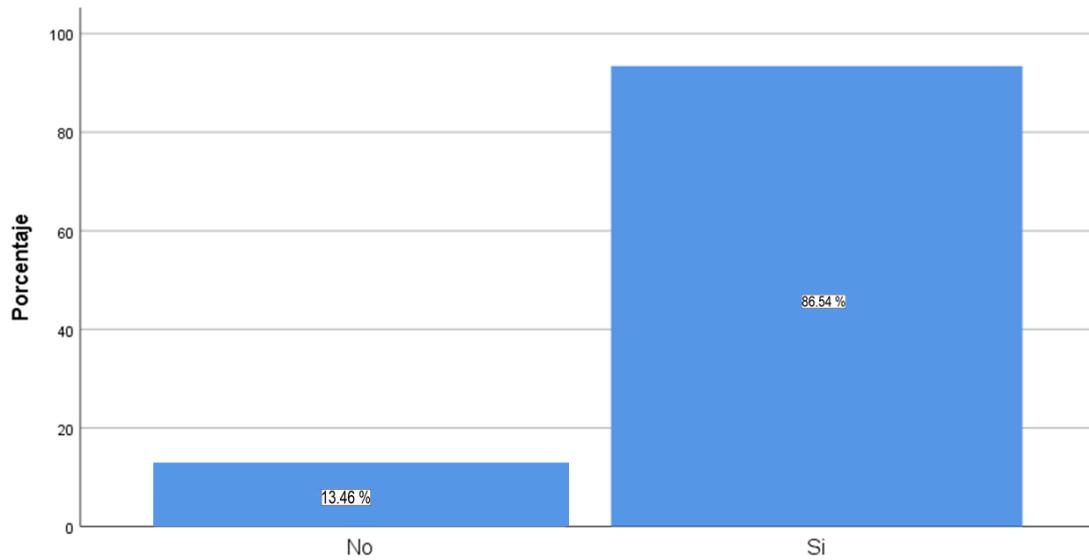
El 79.67 % de los encuestados nos menciona que si consumen huevo y el 20.33% son personas que no consumen huevos

Tabla 33. ¿Considera que el huevo puede utilizarse en diversidad de platos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	49	13,46	13,46	13,46
	Si	315	86,54	86,54	100,0
	Total	364	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 9. Considera que el huevo puede utilizarse en diversidad de platos



Fuente: Elaboración Propia

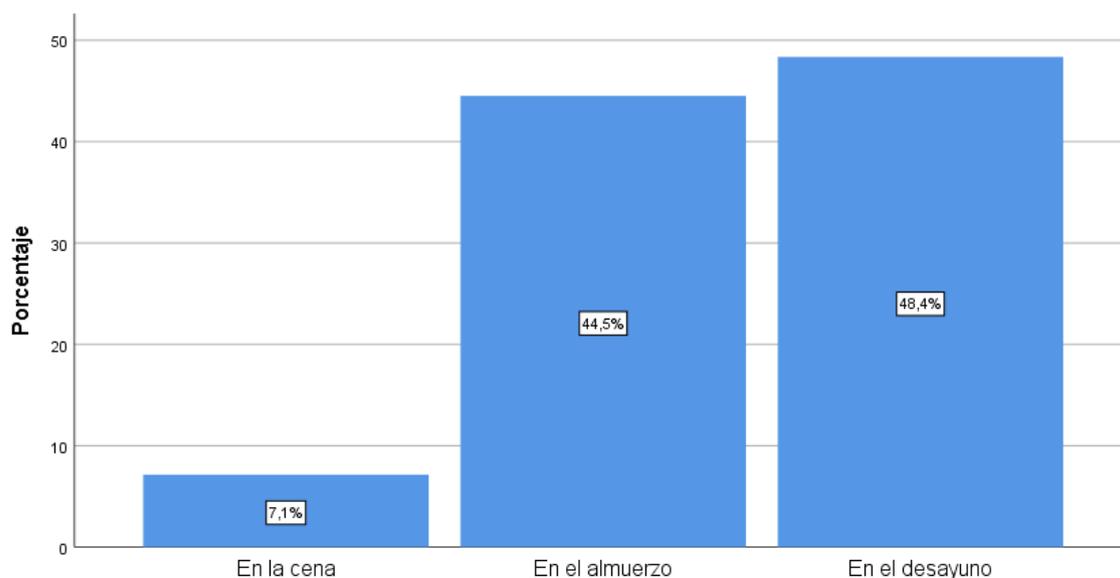
El 86.54% de los encuestados nos menciona que se puede utilizar en diversos platos

Tabla 34. ¿Cuándo consume huevo es en?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En la cena	26	7,1	7,1	7,1
	En el almuerzo	162	44,5	44,5	51,6
	En el desayuno	176	48,4	48,4	100,0
	Total	364	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 10. Cuándo consume huevo es en



Fuente: Elaboración Propia

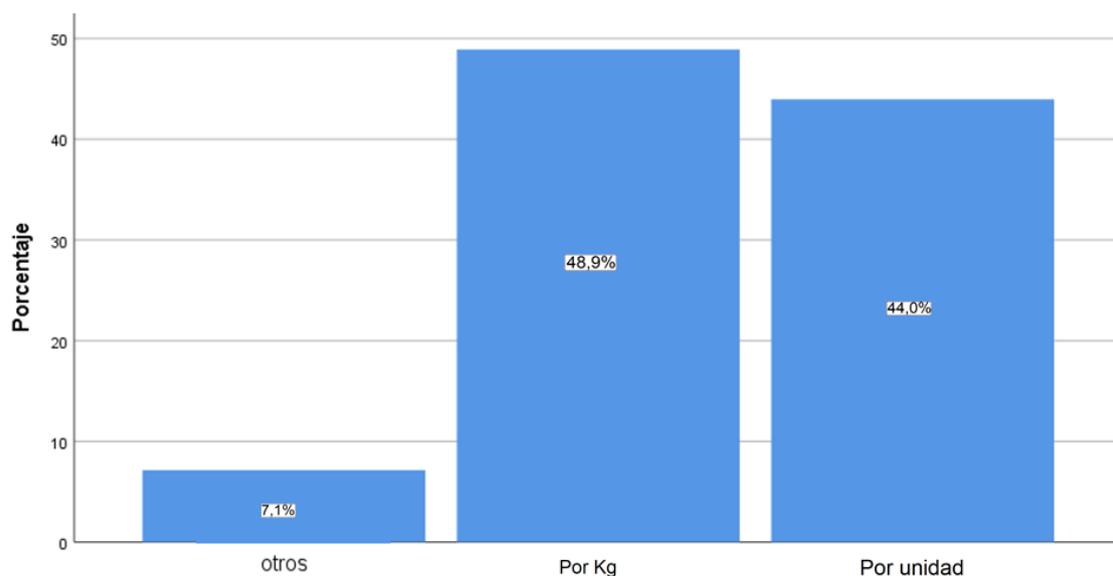
La gente consume más del 48.4 % huevos en el desayuno, y un 44.5% en el almuerzo como acompañante en la diversidad de platos, y en la cena muy poco se consume arrojando un total de 7.1%.

Tabla 35. ¿Qué cantidad de huevos compra?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	otros	26	7,1	7,1	7,1
	Por Kg	178	48,9	48,9	56,0
	Por unidad	160	44,0	44,0	100,0
	Total	364	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 11. Qué cantidad de huevos compra



Fuente: Elaboración Propia

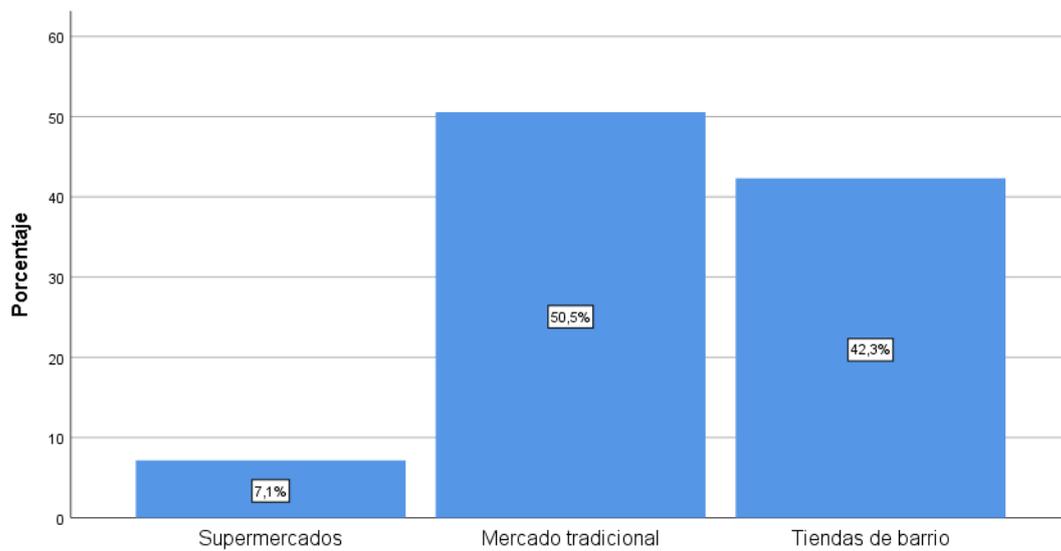
Las personas consideran que es más beneficioso comprar por kg que por unidad, dando como resultado un 48.9 % de cantidad de compra por kg y un 44.0% en unidad, y un 7.1% compran de otra manera, por ejemplo, por jabas o por paquete (comerciantes).

Tabla 36. ¿Dónde prefiere comprar los huevos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Supermercados	26	7,1	7,1	7,1
	Mercado tradicional	184	50,5	50,5	57,7
	Tiendas de barrio	154	42,3	42,3	100,0
	Total	364	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 12. Dónde prefiere comprar los huevos



Fuente: Elaboración Propia

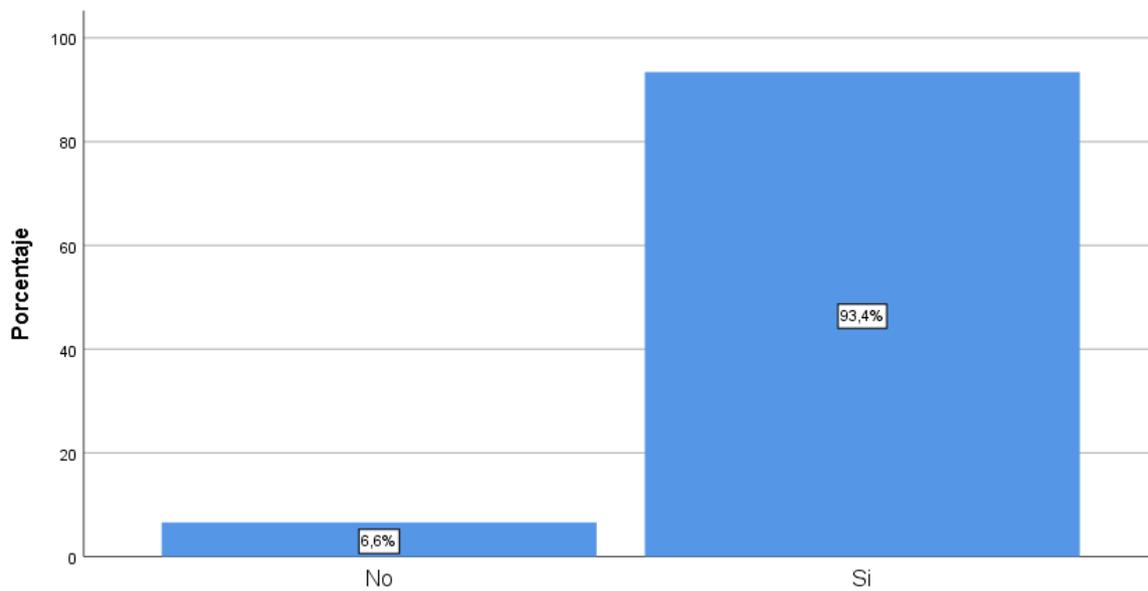
Con respecto al lugar de compra muy pocas personas compran en supermercados, más bien nos arrojó un total de 92.8% en mercados y tiendas de barrio.

Tabla 37. ¿Consideras que te convendría tener una avícola cerca a tu domicilio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	36	9.89	9.89	9.89
	Si	328	90.11	90.11	100,0
	Total	364	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 13. ¿Consideras que te convendría tener una avícola cerca a tu domicilio?



Fuente: Elaboración Propia

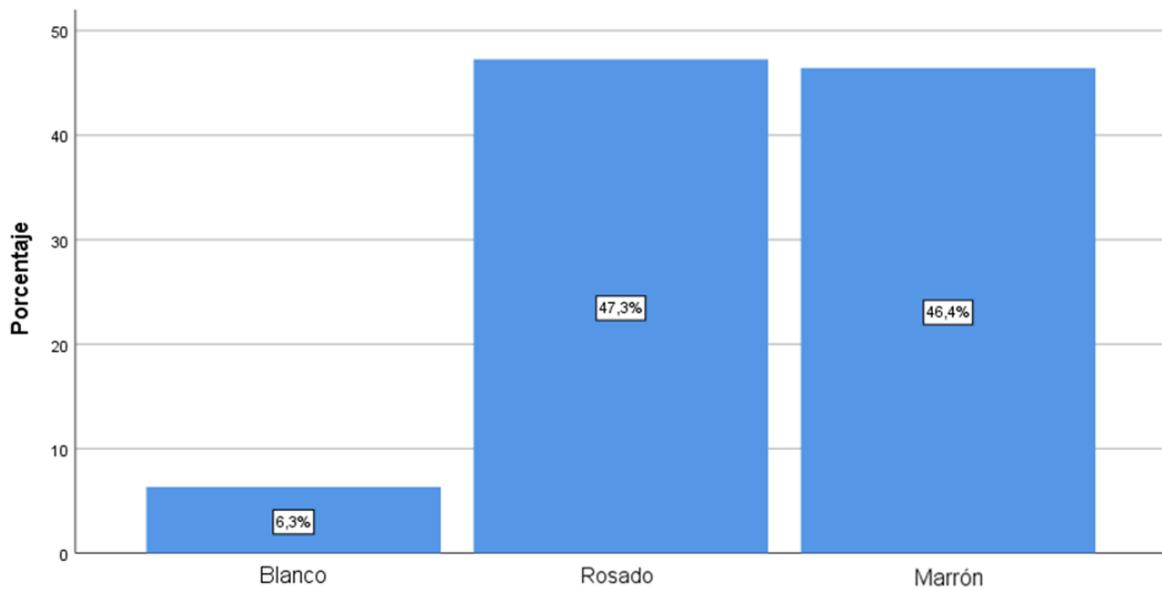
El 93.4 % de los encuestados nos mencionó que nos beneficia una avícola cerca al domicilio

Tabla 38. ¿Qué color de huevo prefiere comprar?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Blanco	23	6,3	6,3	6,3
	Rosado	172	47,3	47,3	53,6
	Marrón	169	46,4	46,4	100,0
	Total	364	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 14. Qué color de huevo prefiere comprar



Fuente: Elaboración Propia

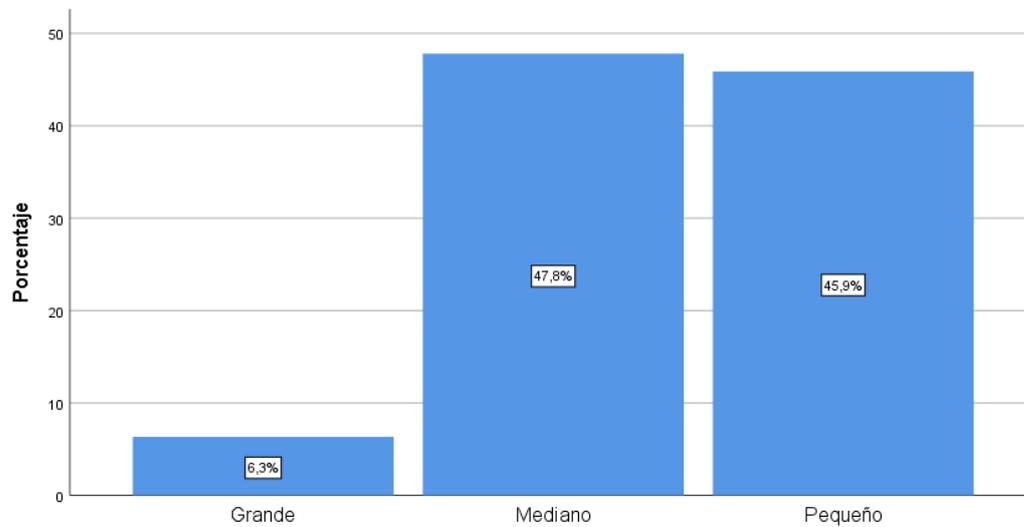
La preferencia de compra con respecto al color nos arrojó en los resultados que el 47.3% de los encuestados prefieren el color rosado.

Tabla 39. ¿Qué tamaño de huevo compra usted?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Grande	23	6,3	6,3	6,3
	Mediano	174	47,8	47,8	54,1
	Pequeño	167	45,9	45,9	100,0
	Total	364	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 15. Qué tamaño de huevo compra usted



Fuente: Elaboración Propia

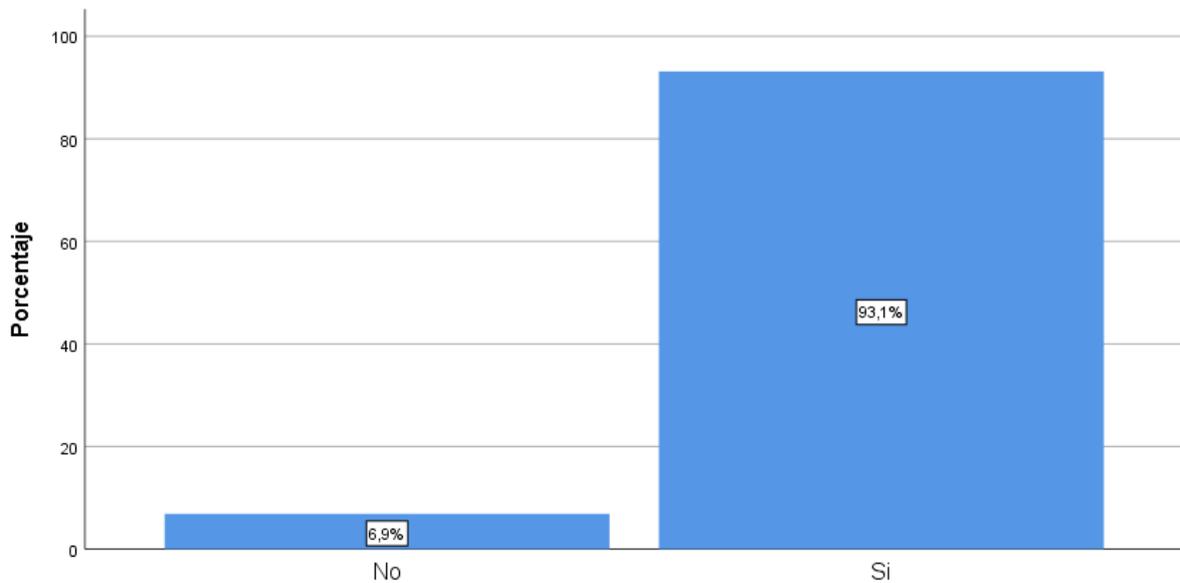
Las personas consideran que el tamaño del huevo conveniente es mediano, dando como resultado un 47.8 % un 45.9% tamaño pequeño, y un 6.3% compran tamaño grande

Tabla 40. ¿Vista la situación económica actual, cree usted que su consumo de huevo se incrementara en su familia?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	25	6,9	6,9	6,9
	Si	339	93,1	93,1	100,0
	Total	364	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 16. Vista la situación económica actual, cree usted que su consumo de huevo se incrementara en su familia



Fuente: Elaboración Propia

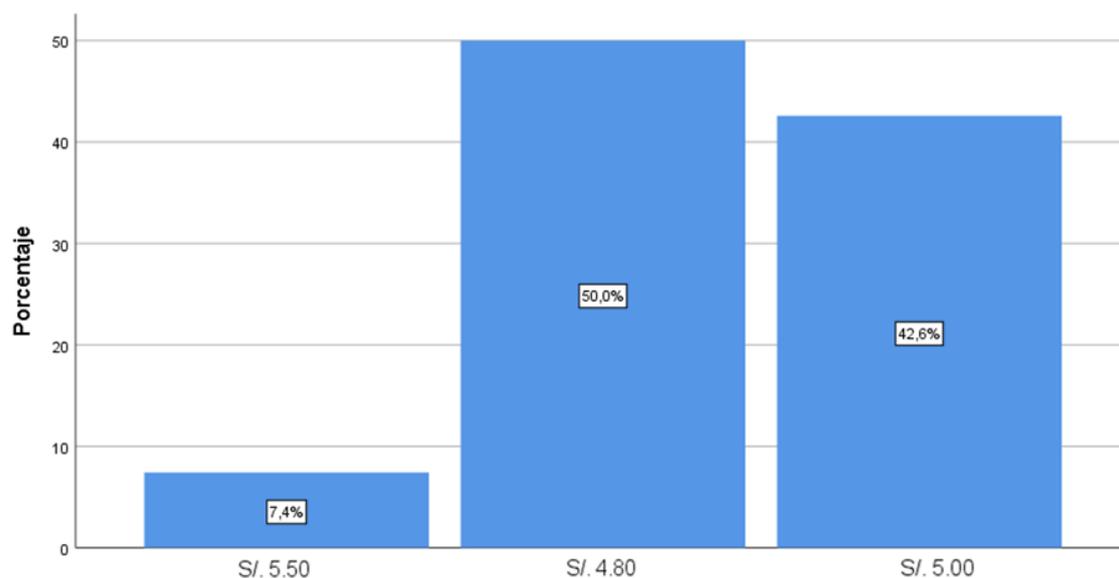
Con respecto a la situación económica actual de la población por motivo de la pandemia no afectó mucho el consumo, ya que los resultados obtenidos nos arrojan un 93.1% que sí consumen en la actualidad.

Tabla 41. ¿Cuál es el precio mínimo que usted compra el huevo por Kg?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	S/. 5.50	27	7,4	7,4	7,4
	S/. 4.80	182	50,0	50,0	57,4
	S/. 5.00	155	42,6	42,6	100,0
	Total	364	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 17. Cuál es el precio mínimo que usted compra el huevo por Kg



Fuente: Elaboración Propia

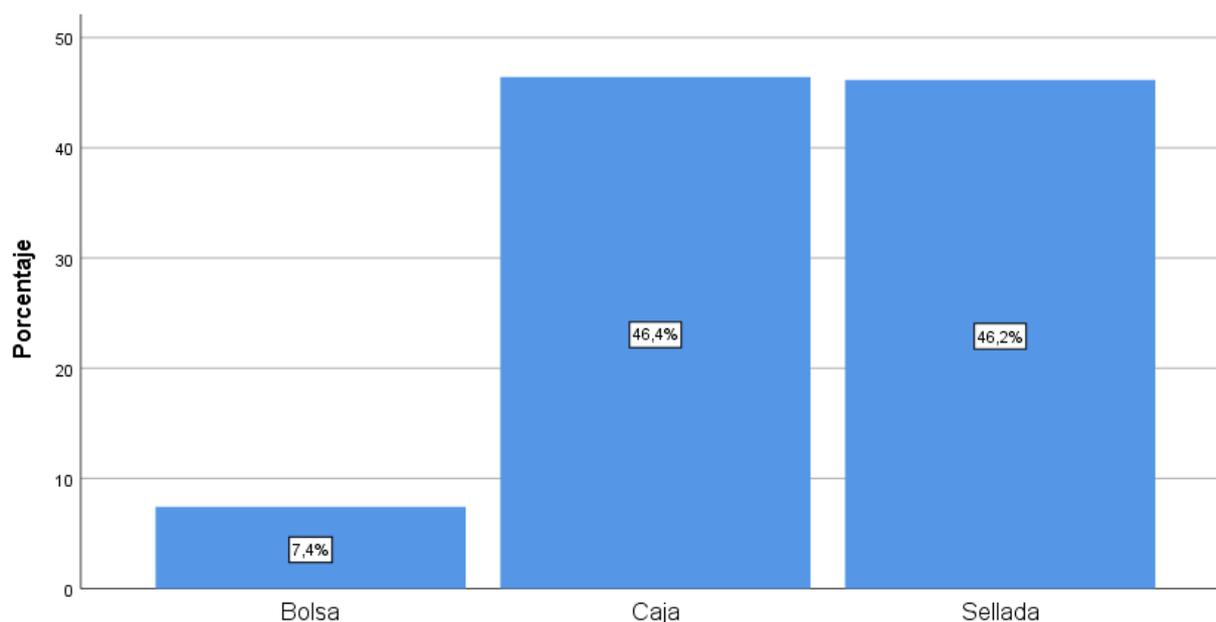
El precio sugerido de compra es de S/ 4.80 que es el precio actual del kg de huevo.

Tabla 42. ¿Cómo te gustaría que te vendan el huevo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bolsa	27	7,4	7,4	7,4
	Caja	169	46,4	46,4	53,8
	Sellada	168	46,2	46,2	100,0
	Total	364	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 18. Cómo te gustaría que te vendan el huevo



Fuente: Elaboración Propia

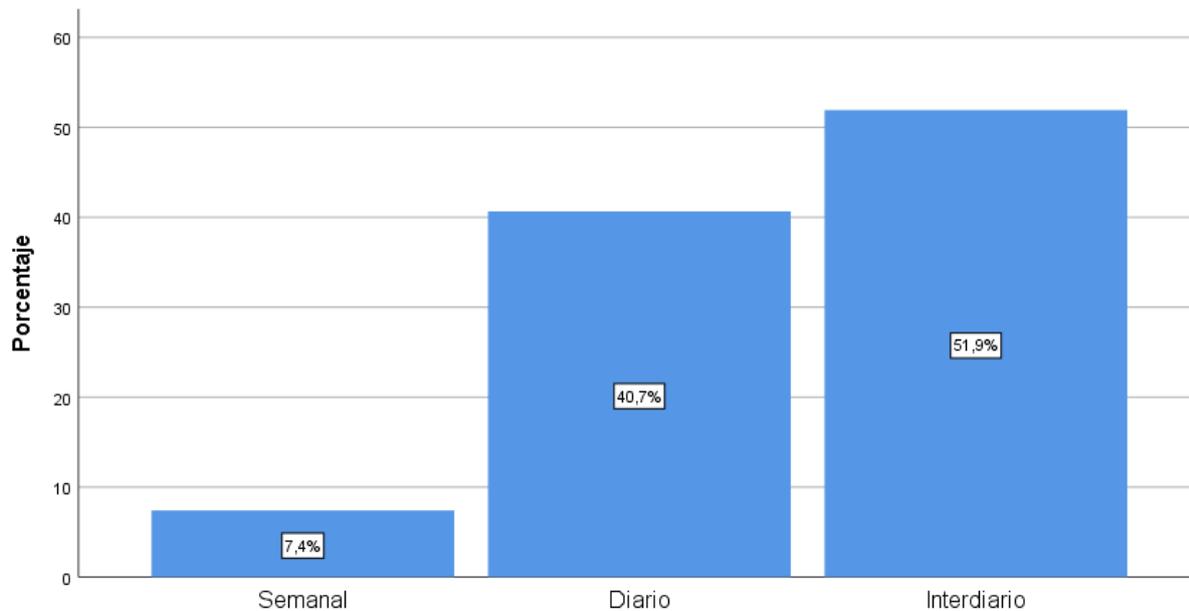
A la persona le gustaría caja, dando como resultado un 46.4 % un 46.2% selladas, y un 7.4% en bolsas.

Tabla 43. ¿Cada cuánto tiempo compras huevos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Semanal	27	7,4	7,4	7,4
	Diario	148	40,7	40,7	48,1
	Interdiario	189	51,9	51,9	100,0
	Total	364	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 19. Cada cuánto tiempo compras huevos



Fuente: Elaboración Propia

La constancia de compra de la población de Ancón es de más del 51.9% interdiario, diario un 40.7%, y semanal 7.4%.

V. DISCUSIÓN

El proyecto “plan de negocios para la creación de una empresa Avícola en el distrito de Ancón, 2020” se demostró que es viable y rentable a través de los indicadores de rentabilidad que son el VAN y el TIR, teniendo como resultado un VAN de S/. 11,706.85 y un TIR de 21%. También se determinó un VAN FINANCIERO de S/. 7,591.21, y un TIR FINANCIERO de 20%. De acuerdo también con la evaluación del financiamiento, se tuvo claro el total de la inversión que es de S/. 38,412.03, donde como aporte propio se dispuso de S/. 20,000.00, y el restante se obtuvo con un préstamo S/. 18,412.03, el cual se obtuvo con una tasa efectiva anual (TEA) de 13%, teniendo como cuota S/. 5,234.81. El periodo de recuperación de la inversión se produjo en el quinto año. Respecto al objetivo general, los resultados que se obtuvieron sustentan que el plan de negocios es viable y rentable. Estos resultados son parecidos a lo realizado por (ARRESTEGUI, 2014) En su tesis “Plan de negocio para la instalación de una granja avícola en la provincia de Chachapoyas, departamento de Amazonas” donde obtuvo estos resultados. Su VAN fue de S/. 1,014,335.71 y VANF S/. 989,285.29, el TIR fue de 64.88% y el TIRF fue 94.52%, su evaluación financiera fue con un total de inversión S/. 361,717.00, teniendo como capital propio S/. 126,600.95, el resto lo obtuvo mediante un préstamo de S/. 235,116.05, su TEA fue de 15%, y su cuota anual fue de S/. 70,138.77. El periodo de recuperación fue de en el tercer año. Respecto al primer objetivo específico, El análisis de mercado se logró conocer el comportamiento de la demanda y la oferta, para ello se realizó una encuesta que nos arroja como datos importantes, el consumo del producto dando como resultado que el 100% lo consumen, específicamente el 59% consumen en el desayuno, 27% en el almuerzo y 14% en la cena, y su preferencia dando como resultados que el 77% prefieren el color rosado, 16% marrón y 7% el blanco, también nos sirvió para determinar las necesidades del mercado con respecto a la empresa, para ello se usaron herramientas de comunicación y marketing, como el Merchandising. De igual forma (ÁLVAREZ, y otros, 2003) al realizar una investigación sobre “Montaje e implementación de una granja avícola para la producción y comercialización de huevos en San Onofre (Sucre)”, utilizó como instrumento la encuesta, en donde se halló que el 96% de la población encuestada desayuna con huevos, un 19% lo consumen en el almuerzo y un 34% lo consumen en la cena, y llegó a la conclusión que luego de terminar

los estudios y análisis previos es necesario realizar la inversión. Respecto al segundo objetivo específico, el estudio legal se especificó todo lo relacionado con los trámites que se hicieron para la constitución de la empresa, licencia de funcionamiento, licencia de edificación, registro de la marca, y por último la legalización de libros contables, sus pasos a seguir y la entidad donde se acudió. Se registró la empresa con el nombre “LA GRANJITA”, y se solicitó un número RUC. De igual forma (ARRESTEGUI, 2014) En su tesis “Plan de negocio para la instalación de una granja avícola en la provincia de Chachapoyas, departamento de Amazonas” realizó su descripción organizacional empezando por la visión, misión y valores, seguido por el proceso de constitución de la empresa, licencia de funcionamiento, licencia de edificación, registro de la marca en la entidad correspondiente y por último la solicitud del ruc y los libros contables en la SUNAT. Respecto al tercer objetivo específico, el estudio de impacto ambiental se realizó la matriz de identificación de aspectos e impactos ambientales, dando a conocer todas las acciones ambientales de prevención, teniendo como resultado 14 impactos ambientales. Teniendo conocimiento de lo que puede generar nuestro proyecto al medio ambiente y considerando las normas o leyes establecidas por el gobierno se generó actividades para reducir la contaminación al medio ambiente como la recolección de materiales reciclables, la separación de residuos tóxicos según su tipo entre otras actividades. Así mismo (FLORES, y otros, 2016) al realizar la tesis “Estudio pre factibilidad para el establecimiento de una granja avícola de ponedoras semi tecnificada en el municipio San Sebastián de Yalí, departamento de Jinotega, en el periodo 2016-2019 – Nicaragua.” Realizo una evaluación de impactos ambientales, teniendo como resultado 4 impactos ambientales, donde tuvo conocimiento de las actividades que causan estos impactos y optó por formas de mitigación para reducir los malos olores por desechos sólidos, la proliferación de enfermedades por humedecimiento, muerte de aves durante el ciclo productivo, entre otras actividades. Respecto al cuarto objetivo específico, el estudio técnico se especificó todo lo relacionado a los procesos de la empresa, herramientas, equipos y maquinaria para cada área del negocio. En esta parte también se detalló las actividades del plan sanitario y de bioseguridad en la empresa. También se da conocimiento a las diferencias de tipos de gallinas al pasar el tiempo de postura. De esta manera se ve reflejado el

alcance del tamaño del proyecto. Del mismo modo (VALDEZ, 2017) en su tesis “Estudio socioeconómico para la creación de una empresa avícola de pollos en la región Lambayeque”. Realizó un estudio técnico especificando en el tamaño y alcance del proyecto, ubicación, localización, climas de la localidad, cantidad de equipos y herramientas a utilizar, procesos del plan sanitario y ciclo productivo. De esta manera obtuvo resultados para la toma de decisiones en el proyecto. Respecto al último objetivo específico, el estudio económico y financiero se demostró a través de los indicadores de rentabilidad que son el VAN y el TIR. Si el proyecto es viable en un plazo de 5 años. Teniendo como resultado un VAN de S/. 11706.85 y un TIR de 21%. También se determinó un VAN FINANCIERO de S/. 7591.21, y un TIR FINANCIERO de 20%. Con estos resultados se puede ver que el proyecto es rentable y se puede realizar la inversión. De la misma manera (ARRESTEGUI, 2014) En su tesis “Plan de negocio para la instalación de una granja avícola en la provincia de Chachapoyas, departamento de Amazonas” obtuvo como resultado en su estudio económico y financiero un VAN de S/.1'014,335.71 y VANF S/. 989,285.29, el TIR fue de 64.88% y el TIRF fue 94.52%. por lo cual el proyecto es viable y rentable para los inversionistas.

VI. CONCLUSIONES

1. En el plan de negocios se demostró a través de los indicadores de rentabilidad que son el VAN y el TIR que es rentable, de acuerdo también con la evaluación del financiamiento, se tuvo claro el total de la inversión que es de S/.38412.03, donde como aporte propio se dispuso de S/. 20000, y el restante se obtuvo con un préstamo S/. 18412.03, el cual se accedió al fondo de asistencia al empleado CAFAE, el cual nos brindó una tasa efectiva anual (TEA) de 13%, teniendo como cuota anual de S/. 5234.81. El periodo de recuperación de la inversión se produjo en el año 5.
2. En el análisis de mercado se logró conocer el comportamiento de la demanda y la oferta, para ello se realizó una encuesta a 364 mujeres del distrito de Ancón, que nos arrojó como datos importantes, la aceptación del producto dando como resultado que el 100% de encuestadas consume huevos, su consumo dando como resultado que el 59% consumen en el desayuno, 27% en el almuerzo y 14% en la cena, y su preferencia dando como resultados que el 77% prefieren el color rosado, 16% marrón y 7% el blanco, también nos sirvió para determinar las necesidades del mercado con respecto a la empresa, para ello se usaron herramientas de comunicación y marketing, como el Merchandising.
3. En el estudio técnico se especificó todo lo relacionado a los procesos de la empresa, herramientas, equipos y maquinaria para cada área del negocio. En esta parte también se detalló las actividades del plan sanitario y de bioseguridad en la empresa. También se da conocimiento a las diferencias de tipos de gallinas al pasar el tiempo de postura. De esta manera se ve reflejado el alcance del tamaño del proyecto.
4. En el estudio legal se especificó todo lo relacionado con los trámites que se hizo para la constitución de la empresa, licencia de funcionamiento, licencia de edificación, registro de la marca, y por último la legalización de libros contables, sus pasos a seguir y la entidad donde se acudió. Se registró la empresa con el nombre "LA GRANJITA", y se solicitó un número RUC.
5. En el estudio de impacto ambiental se realizó la matriz de identificación de aspectos e impactos ambientales, dando a conocer todas las acciones ambientales de prevención, teniendo como resultado 14 impactos ambientales. Teniendo conocimiento de lo que puede generar nuestro proyecto al medio ambiente y considerando las normas o leyes establecidas por el gobierno se

generó actividades para reducir la contaminación al medio ambiente como la recolección de materiales reciclables, la separación de residuos tóxicos según su tipo entre otras actividades.

6. En la evaluación económica y financiera se demostró a través de los indicadores de rentabilidad que son el VAN y el TIR. Si el proyecto es viable en un plazo de 5 años. Teniendo como resultado un VAN de S/. 11706.85 y un TIR de 21%. También se determinó un VAN FINANCIERO de S/. 7591.21, y un TIR FINANCIERO de 20%. Con estos resultados se puede ver que el proyecto es rentable y se puede realizar la inversión.

VII. RECOMENDACIONES

Se recomienda la implementación del plan de negocio de crear Avícola en el distrito de Ancón dado que existe una buena rentabilidad a los datos obtenidos en los indicadores de rentabilidad VAN y TIR.

1. Se recomienda para el estudio de mercado la herramienta de la encuesta para poder conocer de la mejor manera la demanda y oferta, así mismo utilizar el modelo canvas para saber cómo crear un modelo de negocio simplificado. También se recomienda usar la técnica del Merchandising para que la marca sea reconocida por el sector Ancón.
2. Se recomienda para el estudio técnico tener en cuenta la ubicación y el tamaño del proyecto, además diseñar un ambiente donde se puede ofrecer los huevos.
3. Es recomendable que, para el estudio legal y organizacional, tengas claro que tan grande será tu negocio y dependiendo de ello elegir qué tipo de régimen se usará, basándose en cuántos trabajadores laboran, cuanto de ingresos generadas en el año entre otros factores. También es recomendable establecer una estructura de jerarquía para que los colaboradores sepan a quién dirigirse ante alguna duda o problema.
4. Para el estudio de impacto ambiental es recomendable tener consideración las normas, reglamentos y leyes establecidas por el gobierno peruano, así como el gobierno distrital la cual ayudará en tener un mejor control de los residuos con los que trabajaremos, así mismo poner en práctica actividades para reducir el índice de contaminación del proyecto con la recolección, separación o reutilización de materiales o insumos.
5. Se recomienda ejecutar el proyecto ya que financieramente resulta atractiva para beneficio de los inversionistas. También se debe seguir un chequeo constante de las ventas en el sector para conocer las subidas de precios y el volumen de ventas.

REFERENCIAS

- **ALLAN, David y CORTEZ, Liliana.** 2018. Procesos y fundamentos de la investigación científica. Machala, Ecuador: Editorial Utmach, 2018. 9789942240934.
- **ALVAREZ, Iris, DE LA ESPRIELLA, Katty y GARCIA, Leidy.** 2003. MONTAJE E IMPLEMENTACIÓN DE UNA GRANJA AVÍCOLA PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HUEVOS EN SAN ONOFRE (SUCRE). Colombia: s.n., 2003.
- **ALDÁS, Andrea.** 2014. el sistema de costos y su incidencia en la fijación de venta en avicola "san francisco" de la ciudad de ambato, durante el primer semestre de 2012. Ambato: s.n., 2014.
- **ANDER, Ezequiel.** 1995. Técnicas de investigación social. Buenos Aires: Lumen, 1995. 9789507245138.
- **ANDIA, Walter y PAUCARA, Elizabeth.** 2013. Los planes de negocios y los proyectos de inversión: diferencias y similitudes. Lima: El saber Perú, 2013. 18109993.
- **APA.** 2020. Asociación peruana de avicultura. [En línea] marzo de 2020. [Citado el: 06 de Julio de 2020.] <https://apa.org.pe/>.
- **ARIAS, Fidias.** 2012. El proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica. Caracas: Editorial Episteme, C.A, 2012. 9800785299.
- **ARRESTEGUI, Pablo.** 2014. PLAN DE NEGOCIO PARA LA INSTALACIÓN DE UNA GRANJA AVÍCOLA EN LA PROVINCIA DE CHACHAPOYAS, DEPARTAMENTO DE AMAZONAS. Chiclayo: s.n., 2014.
- **CARRASCO, Sergio.** 2007. Metodología de la Investigación Científica. Lima: Editorial San Marcos, 2007. 9789972383441.
- **CHUMBEZ, Marleny.** 2016. "DETERMINACIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN DE POLLOS DE ENGORDE Y LA RENTABILIDAD ECONÓMICA EN EL POBLADO DE KEPASHIATO - ECHARATE 2016". Cusco: s.n., 2016.
- **COLQUE, José.** 2017. USO DE LA DOMÓTICA Y SU IMPACTO EN LA GESTIÓN DE PRODUCCIÓN DEL CRIADERO AVÍCOLA FUNDO LOS OLIVOS S.N., 2016. TACNA: s.n., 2017.
- **CORTES, Manuel e IGLESIAS, Miriam.** 2004. Generalidades sobre Metodología de la Investigación. México: Universidad Autónoma del Carmen,

2004. 968 6624 872.

- **FLORES, Lucia y PALACIOS, Ada. 2016.** Estudio de Prefactibilidad para el establecimiento de una granja de ponedoras semi tecnificada en el municipio San Sebastián de Yalí, departamento de Jinotega en el periodo. Managua: s.n., 2016.
- **GUZMAN, Juan. 2017.** ESTUDIO DE MERCADO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN AVÍCOLA DE HUEVOS. Guatemala: s.n., 2017.
- **HERNANDEZ, Roberto y MENDOZA, Christian. 2018.** Metodología de investigación: cuantitativa, cualitativa y mixta. México: Mc Graw interamericana, 2018. 9781456260965.
- **HERNANDEZ, Roberto, FERNANDEZ, Carlos y BAPTISTA, Pilar. 2014.** Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill Education, 2014. 9781456223960.
- **INEI. 2018.** [En línea] diciembre de 2018. [Citado el: 02 de Julio de 2020.] https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1620/.
- La investigación aplicada una forma de conocer las realidades con evidencia científica. **VARGAS, Zoila. 2009.** 1, Costa Rica: Revista Educación [en línea], 2009, Vol. 33. 03797082.
- **MOYANO, Luis. 2015.** Plan de negocios. Lima: Editorial Macro EIRL, 2015. 9786123042929.
- **OPINIÓN, La. 2015.** Plan de negocios: La clave para que tu empresa avance. Los Ángeles: Editorial Guidelines, 2015.
- **ORTIZ, Piero. 2019.** ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PLANTA DE INCUBACIÓN DE POLLOS EN EL NORTE CHICO DE LIMA (HUACHO). Lima: s.n., 2019.
- **PAREDES, Leopoldo y PEREIRA, Javier. 2015.** "ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN DEL POLLO EN LA CIUDAD DE IQUITOS, PERIODO 2015". IQUITOS: s.n., 2015.
- Procesos de negocio de la cadena de suministro avícola. **GONZÁLEZ, Ángel, y otros. 2018.** Maracaibo: s.n., 2018. 13159984.
- **QUISPE, William y TACULI, Martín. 2017.** DISEÑO DE MEJORA EN EL PROCESO DE EN LA EMPRESA AVÍCOLA SOTO S.A.C. PARA REDUCIR

COSTOS DE PRODUCCIÓN. Cajamarca: s.n., 2017.

- **SANTAMARIA, Cristina. 2019.** COSTOS DE PRODUCCIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD EN LA AVÍCOLA ADRIANITA EN LA CIUDAD DE BAÑOS DE AGUA SANTA PERIODO 2017. Ecuador: s.n., 2019.
- **SIEA. 2020.** Sistemas Integrado de Estadística Agraria. [En línea] enero de 2020. [Citado el: 06 de Julio de 2020.] <http://siea.minagri.gob.pe/siea/?q=publicaciones/boletin-estadistico-mensual-de-la-produccion-y-comercializacion-avicola>.
- **VALDEZ, Gilberto. 2017.** ESTUDIO SOCIOECONÓMICO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA AVÍCOLA DE POLLOS EN LA REGIÓN LAMBAYEQUE. Pimentel: s.n., 2017.
- **VAN, James y WACHOWICZ, John. 2002.** Fundamentos de administración financiera. México: Pearson Educación de México, 2002. 9702602386.
- **VELLENAWETH, Catalina. 2006.** "ANÁLISIS Y ESTRATEGIAS PARA UNA EMPRESA AVÍCOLA FAMILIAR". México: s.n., 2006.

ANEXOS



FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA
EMPRESARIAL

INFORME DE INVESTIGACIÓN
Plan de negocios para la creación de una empresa Avícola en el
distrito de Ancón, 2020

AUTOR(ES):
Cruz Casallo, Carlos Ariel Santiago (ORCID: 0000-0002-9906-8851)
Velásquez Aguirre, Daniel Albert (ORCID: 0000-0003-3534-5159)



Resumen de coincidencias

24 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

1	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	5 %	>
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	1 %	>
3	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	1 %	>
4	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1 %	>
5	docplayer.es Fuente de Internet	1 %	>
6	repositorio.unisucre.ed...	1 %	>

Anexo 2 DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR

Yo, Guido Trujillo Valdiviezo, docente de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura y Escuela Profesional de Ingeniería Empresarial de la Universidad César Vallejo, Lima Norte, revisor del trabajo de la tesis titulada “Plan de negocios para la creación de una empresa Avícola en el distrito de Ancón, 2020”, de los estudiantes Cruz Casallo ,Carlos Ariel Santiago y Velásquez Aguirre, Daniel Albert , constató que la investigación tiene un índice de similitud de verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin nos arrojó 23%, el cual ha sido realizado sin filtros ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Lima, 09 de julio del 2020.

ASESOR
DNI:

Anexo 3

ENCUESTA

Buenos días, señor(a), mediante esta encuesta que se realizará es con la finalidad de obtener una información adecuada sobre la instalación de una avícola en el distrito de Ancón

1. De cuantas personas consta la familia con quien vive
 - a. 3
 - b. 4
 - c. 5
 - d. 5+

2. El huevo es un alimento que está al alcance de su economía
 - a. Si
 - b. No

3. Considera usted que el huevo es un alimento nutritivo
 - a. Si
 - b. No

4. Hay algún miembro de su familia que no consume huevos y porque razón
 - a. Si
 - b. No

5. ¿Considera que el huevo puede utilizarse en diversidad de platos?
 - a. Si
 - b. No

- 6 ¿Cuándo consume huevo es en?
 - a. En el desayuno
 - b. En el almuerzo
 - c. En la cena

- 7 ¿Qué cantidad de huevos compra?
 - a. Unidad
 - b. Por kg
 - c. Otros

- 8 ¿Dónde prefiere comprar los huevos?
 - a. Supermercados
 - b. Mercado tradicional
 - c. Tiendas de barrio

- 9 Considerarías que te convendría tener una avícola cerca a tu domicilio
 - a- Si
 - b- No

- 10 ¿Qué color de huevo prefiere comprar?
- rosado
 - marrón
 - blanco
- 11 ¿Qué tamaño de huevo compra usted?
- Pequeño
 - Mediano
 - Grande
- 12 ¿Vista la situación económica actual cree usted que su consumo de huevo se incrementará en su familia?
- Si
 - No
- 13 ¿Cuál es el precio mínimo que usted compra el huevo por kg?
- S/. 4.80
 - S/. 5.00
 - S/. 5.50
14. ¿Cómo te gustaría que te vendas el huevo?
- Bolsa
 - Caja
 - Sellada
- 15- ¿Cada cuánto tiempo compras huevos?
- Diario
 - Inter diario
 - Semanal

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL PLAN DE NEGOCIOS.

N°	VARIABLE / DIMENSION	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³	
		Si	No	Si	No	Si	No
	VARIABLE INDEPENDIENTE						
	Dimensión 1: estudio de mercado						
	Items Oferta 7,8,9,10,13,14,15						
	Items Demanda 1,2,3,4,5,6,11,12	X		X		X	
	Dimensión 2: viabilidad técnica						
	FORMULA $TO = D * (1 + R)^t$	X		X		X	
	Dimensión 3: viabilidad económica-financiera						
	FORMULA $Van = \sum_{t=1}^n \frac{f_t}{(1+k)^t} - INV$ $tir = \sum_{t=1}^n \frac{f_t}{(1+k)^t} = 0$	X		X		X	
	Dimensión 4: estudio legal y administrativo						
	FORMULA $\frac{Requirimientos\ realizados}{Requirimientos\ programados} \times 100$	X		X		X	
	Dimensión 5: estudio ambiental						
	FORMULA $\frac{Requirimientos\ realizados}{Requirimientos\ programados} \times 100$	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Es pertinente

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []Apellidos y nombres del juez validador: Mg: Lino Rodríguez Alegre
Especialidad del validador: Ing. Pesquero Tecnólogo Mag. Administración

DNI: 06535058

06 de junio del 2020

¹Pertinencia: El indicador corresponde al concepto teórico formulado.²Relevancia: El indicador es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del indicador, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los indicadores planteados son suficientes para medir la dimensión

Ing Lino Rodríguez A
CIP 25095

VALIDACION DE EXPERTOS

Anexo 5

CRONOGRAMA

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL PROYECTO												
N°	Actividades	Fecha Inicio	Fecha Fin	abr-20	may-20	jun-20	jul-20	ago-20	sep-20	oct-20	nov-20	dic-20
1	Elaboración del proyecto	07/04/2020	25/07/2020									
2	Formulación del titulo de información	07/04/2020	11/04/2020									
3	Formulación del problema, justificación y objetivos	20/04/2020	24/04/2020									
4	Elaboración de antecedentes y marco teórico	27/04/2020	01/05/2020									
5	Elaboración del diseño metodológico	04/05/2020	29/05/2020									
6	Revisión y validación del instrumento	05/06/2020	13/06/2020									
7	Elaboración de aspectos administrativos	18/06/2020	20/06/2020									
8	Presentación del proyecto al jurado (observación y revisión)	22/06/2020	28/06/2020									
9	Levantamiento de observaciones al jurado	29/06/2020	04/07/2020									
10	Revisión de las observaciones del jurado	06/07/2020	11/07/2020									
11	Sustentación del proyecto de investigación	13/07/2020	25/07/2020									
12	Desarrollo del proyecto de investigación	27/07/2020	19/12/2020									
13	Estudio de mercado (recopilar información)	27/07/2020	10/08/2020									
14	Análisis de los resultados obtenidos	20/09/2020	15/10/2020									
15	Preparación de la discusión de los resultados	02/11/2020	07/11/2020									
16	Conclusiones y recomendaciones	09/11/2020	15/11/2020									
17	Presentación del proyecto al jurado (observación y revisión)	16/11/2020	22/11/2020									
18	Levantamiento de observaciones al jurado	23/11/2020	28/11/2020									
19	Revisión de las observaciones del jurado	30/11/2020	05/12/2020									
20	Sustentación del proyecto de investigación final	07/12/2020	19/12/2020									

Anexo 6

Muestra

Distrito, área urbana y rural, condición de actividad económica y sexo	Total	Grupos de edad			
		14 a 29 años	30 a 44 años	45 a 64 años	65 y más años
Ocupada	133 929	33 587	46 035	45 605	8 702
Hombres	74 574	18 233	25 178	25 423	5 740
Mujeres	59 355	15 354	20 857	20 182	2 962
Desocupada	6 692	2 986	1 750	1 669	287
Hombres	3 014	1 437	715	682	180
Mujeres	3 678	1 549	1 035	987	107
NO PEA	81 836	30 935	9 996	15 402	25 503
Hombres	28 621	13 949	1 765	3 389	9 518
Mujeres	53 215	16 986	8 231	12 013	15 985
DISTRITO ANCÓN	47 590	17 131	15 610	11 567	3 282
Hombres	25 787	8 994	8 749	6 338	1 706
Mujeres	21 803	8 137	6 861	5 229	1 576
PEA	30 812	9 319	11 819	8 555	1 119
Hombres	19 679	5 689	7 738	5 473	779
Mujeres	11 133	3 630	4 081	3 082	340
Ocupada	28 666	8 565	11 026	7 999	1 076
Hombres	18 351	5 305	7 218	5 083	745
Mujeres	10 315	3 260	3 808	2 916	331

Anexo 7

CONFIABILIDAD

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,916	15

Interpretación: El alfa de cronbach es un valor que se encuentra entre 0 y 1 y para que la base de datos tenga consistencia su valor debe ser por lo menos de 0.8, como en nuestro caso es de 0.916 entonces afirmamos que la base de datos es consistente o fiable

Anexo 9

BALANCE

Fecha de desembolso:	15/9/2020	
Fecha 1er vencimiento:	15/10/2020	
Tasa efectiva anual (TEA) a 360 días:	13 %	
Tasa costo efectivo anual:	13.94 %	
Plazo:	60 cuotas	
Descuento automático por planilla:	0	
Por uso del Casillero:	0	
Periodicidad:	Mensual	
A). Seguro de Desgravamen: Titular	0.056 %	



No.	Fecha Vcto.	Saldo	Amortización Principal	Intereses	Seguro Desgrav.	Serv.Pago Cuota x Planilla	Gasto Uso Casillero	Total Cuota
1	15/10/2020	18,412.03	221.47	188.48	10.31	0.00	0.00	420.27
2	15/11/2020	18,190.56	217.63	192.45	10.19	0.00	0.00	420.27
3	15/12/2020	17,972.93	226.21	183.99	10.06	0.00	0.00	420.27
4	15/1/2021	17,746.72	222.57	187.76	9.94	0.00	0.00	420.27
5	15/2/2021	17,524.15	225.05	185.40	9.81	0.00	0.00	420.27
6	15/3/2021	17,299.10	245.35	165.23	9.69	0.00	0.00	420.27
7	15/4/2021	17,053.75	230.29	180.43	9.55	0.00	0.00	420.27
8	15/5/2021	16,823.46	238.63	172.22	9.42	0.00	0.00	420.27
9	15/6/2021	16,584.83	235.51	175.47	9.29	0.00	0.00	420.27
10	15/7/2021	16,349.32	243.74	167.37	9.16	0.00	0.00	420.27
11	15/8/2021	16,105.57	240.85	170.39	9.02	0.00	0.00	420.27
12	15/9/2021	15,864.72	243.53	167.85	8.88	0.00	0.00	420.27
49	15/10/2024	4,691.11	369.62	48.02	2.63	0.00	0.00	420.27
50	15/11/2024	4,321.49	372.12	45.72	2.42	0.00	0.00	420.27
51	15/12/2024	3,949.37	377.62	40.43	2.21	0.00	0.00	420.27
52	15/1/2025	3,571.74	380.48	37.79	2.00	0.00	0.00	420.27
53	15/2/2025	3,191.27	384.72	33.76	1.79	0.00	0.00	420.27
54	15/3/2025	2,806.55	391.89	26.81	1.57	0.00	0.00	420.27
55	15/4/2025	2,414.66	393.37	25.55	1.35	0.00	0.00	420.27
56	15/5/2025	2,021.30	398.44	20.69	1.13	0.00	0.00	420.27
57	15/6/2025	1,622.86	402.19	17.17	0.91	0.00	0.00	420.27
58	15/7/2025	1,220.67	407.09	12.50	0.68	0.00	0.00	420.27
59	15/8/2025	813.58	411.20	8.61	0.46	0.00	0.00	420.27
60	15/9/2025	402.38	402.38	4.26	0.23	0.00	0.00	406.86
Totales			18,412.03	6,442.88	347.63	0.00	0.00	25,202.53

