



FACULTAD DE POSTGRADO

TESIS DE POSTGRADO

**INICIATIVA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
CARNE AVÍCOLA EN EL MUNICIPIO DE TALANGA**

SUSTENTADO POR:

CHRISTOFFER ADALBERTO FRANCO AVILA

JORGE LUIS ARIAS VARELA

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE

MÁSTER EN FINANZAS

TEGUCIGALPA, F. M., HONDURAS, C.A.

ENERO 2015

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE POSTGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

LUIS ORLANDO ZELAYA MEDRANO

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTINEZ

VICERRECTOR ACADÉMICO

MARLON ANTONIO BREVÉ REYES

DECANA DE LA FACULTAD DE POSTGRADO

DESIREE TEJADA

**INICIATIVA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
CARNE AVICOLA EN EL MUNICIPIO DE TALANGA
TRABAJO PRESENTADO EN CUMPLIMIENTO DE LOS
REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE
MÁSTER EN FINANZAS**

**ASESOR METODOLÓGICO
CARLOS ZELAYA OVIEDO**

**ASESOR TEMÁTICO
JORGE LUIS SÁNCHEZ FONSECA**

MIEMBROS DE LA TERNA (O COMISIÓN EVALUADORA):

**CINTHIA CANO
DIANA AGUILAR
DOUGLAS ZELAYA**



FACULTAD DE POSTGRADO

INICIATIVA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CARNE AVÍCOLA EN EL MUNICIPIO DE TALANGA

AUTORES: Christoffer Adalberto Franco Avila Y Jorge Luis Arias Varela

Resumen

Con el propósito de conocer la viabilidad y factibilidad para abrir una planta productora y comercializadora de carne avícola en el municipio de Talanga, departamento de Francisco Morazán, se hace un estudio de pre factibilidad, esta idea surge a iniciativa de residentes en el municipio y crear una planta productora y comercializadora que satisfaga las necesidades y requerimientos de los compradores al por mayor en la zona, ofreciendo un producto de calidad, buen sabor, que cumple con todas los requisitos sanitarios y ambientales un precio justo. se realizaron tres tipos de estudio el estudio de mercado en el cual se definió la planeación estratégica a utilizar, el estudio técnico donde se detalla el proceso de producción que se debe llevar a cabo cumpliendo todos los estándares de calidad que exigen los ente reguladores, El estudio financiero logro determinar que el proyecto requiere de una inversión de **L. 5,980,816.84** posiblemente financiable por Banadesa, que los costos totales de la agencia están calculados en **L. 4, 784, 653.47**, esta evaluación de rentabilidad, no se reduce a una proyección de estado de resultados, balances y flujos con el fin de presentar un trabajo lo suficientemente completo, y los inversores pueden tomar una decisión acertada sobre este proyecto con duración de 10 años, que recupera la inversión inicial en el cuarto año de operaciones, dando un VAN de **L. 2, 321, 332.47**, y una TIR de **16%** mayor a la tasa planeada de 5,20%, finalizando esta parte con la presentación de tres escenarios posibles; optimistas, pesimistas y esperado.

Palabras claves: Pre-factibilidad, planta, producción avícola, comercialización, planificación estratégica, financiamiento, inversión, viabilidad, proyecto, VAN, TIR.



INITIATIVE OF PRODUCTION AND MARKETING OF POULTRY MEAT IN THE MUNICIPALITY OF TALANGA

BY: Christoffer Adalberto Franco Avila and Jorge Luis Arias Varela

Abstract

In order to determine the viability and feasibility to open a plant producing and marketing of poultry in the town of Talanga, department of Francisco Morazán, pre-feasibility study is done. This idea comes at the initiative of residents in the town and create a plant producing and marketing that meets the needs and requirements of wholesale buyers in the area, offering a quality product, good flavor, which meets all health and environmental requirements a fair price. Three types of market research study in which strategic planning was defined using the technical study where the production process to be carried out in compliance with all standards of quality demanded by regulators being performed detailed, The financial study able to determine that the project requires an investment of L. 5,980,816.84 possibly be financed by Banadesa, that total agency costs are calculated L. 4, 784, 653.47, this assessment of profitability, to a projected income statement, balance and flow is not reduced in order to present a complete enough work, and investors can make an informed decision on this project with duration of ten years, recovering the initial investment in the fourth year of operation, giving a NPV of L. 2, 321, 332.47, and an IRR of 16% higher than the planned rate of 5.20%, ending this part with the presentation of three scenarios possible; optimistic, pessimistic and expected.

Keywords: Pre-feasibility, plant, poultry production, marketing, strategic planning, financing, investment, feasibility, project, NPV, TIR.

DEDICATORIA

A Dios Todopoderoso por estar en nuestras vidas, guiándonos y dándonos la sabiduría, salud y entendimiento y protección divina, para sobrellevar este reto académico que hoy le agradecemos infinitamente.

A nuestros padres por su amor, comprensión, entrega, consejos y apoyo en todo momento, y que han sido parte fundamental para culminar este logro.

A nuestros Asesores, el Señor Doctor Carlos Zelaya Oviedo y el Máster Jorge Luis Sánchez Fonseca, Catedráticos que a lo largo de este proceso nos transmitieron sus conocimientos, experiencia y sobre todo la disponibilidad de ayuda y tiempo, mostrándonos el camino correcto a seguir para poder culminar el proyecto de graduación de manera exitosa. Así como también por ser dentro y fuera del aula de clases, amigos incondicionales.

Christoffer Adalberto Franco Avila

Jorge Luis Arias Varela

AGRADECIMIENTO

Nuestras palabras de agradecimiento para el Divino creador por darnos el privilegio de venir al mundo y permitirnos disfrutar de lo bella y hermosa que es de la vida.

Agradecemos a la Universidad Tecnología Centroamericana (UNITEC), por habernos permitido realizar el presente Proyecto sobre un tema que nos permitió poner en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de la Maestría, así como también por poner a nuestra disposición todos los recursos académicos para poder realizar el proyecto en tiempo y forma.

A nuestros amigos y compañeros que evacuaron nuestras consultas y nos enseñaron el valor y la importancia del trabajo en equipo.

A todos, Gracias.

Christoffer Adalberto Franco Avila

Jorge Luis Arias

ÍNDICE DE CONTENIDO.

| | |
|---|-----------|
| CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN..... | 2 |
| 1.1 INTRODUCCIÓN. | 2 |
| 1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA | 3 |
| 1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA. | 4 |
| 1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA. | 4 |
| 1.3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA. | 4 |
| 1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN..... | 5 |
| 1.4 OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN..... | 5 |
| 1.4.1 OBJETIVO GENERAL..... | 5 |
| 1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS. | 5 |
| 1.5 JUSTIFICACIÓN..... | 6 |
| CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO. | 7 |
| 2.1 ANÁLISIS SITUACIONAL. | 7 |
| 2.1.1 ANÁLISIS DEL MACRO-ENTORNO. | 7 |
| 2.1.2 ANÁLISIS DEL MICRO-ENTORNO..... | 8 |
| 2.2 ANÁLISIS INTERNO. | 9 |
| 2.2.1 ANÁLISIS DEMOGRÁFICO. | 9 |
| 2.2.2 ANÁLISIS CULTURAL. | 9 |
| 2.2.3 ENTORNO SOCIAL Y ECONÓMICO..... | 10 |
| 2.3 CONCEPTOS Y DEFINICIONES..... | 10 |
| DETALLES DEL PRODUCTO..... | 29 |
| BENEFICIOS DEL POLLO..... | 29 |
| 2.4 DEFINICIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS..... | 31 |
| 2.5 PROPIEDAD INTELECTUAL. | 32 |
| 2.6 FACTORES CRÍTICOS DE LA INDUSTRIA. | 34 |
| 2.6.1 FUERZAS DE MICHAEL PORTER. | 34 |
| 2.6.2 ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER..... | 38 |
| 2.7 ANÁLISIS FODA | 38 |
| CAPÍTULO III. METODOLOGÍA..... | 41 |

| | |
|---|-----------|
| 3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA..... | 41 |
| 3.1.1 MATRIZ METODOLÓGICA..... | 41 |
| 3.2 VARIABLES DE ESTUDIO..... | 42 |
| 3.2.1 LA VARIABLE DEPENDIENTE..... | 42 |
| 3.2.2 VARIABLES INDEPENDIENTES..... | 43 |
| 3.3 ENFOQUE Y METODOS..... | 47 |
| 3.4 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN..... | 47 |
| 3.4.1 TIPO DE DISEÑO TRANSVERSAL..... | 48 |
| 3.4.2 ALCANCE CORRELACIONAL..... | 48 |
| 3.4.3 POBLACIÓN..... | 48 |
| 3.4.4 MUESTRA..... | 49 |
| 3.4.5 UNIDAD DE ANÁLISIS..... | 50 |
| 3.4.6 UNIDAD DE RESPUESTA..... | 50 |
| 3.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS..... | 50 |
| 3.5.1 TÉCNICAS..... | 50 |
| 3.5.2 INSTRUMENTOS..... | 51 |
| 3.6 FUENTES DE INFORMACIÓN..... | 52 |
| 3.6.1 FUENTES PRIMARIAS..... | 52 |
| 3.6.2 FUENTES SECUNDARIAS..... | 52 |
| 3.7 LIMITANTES DE ESTUDIO..... | 52 |
| CAPÍTULO IV.RESULTADOS Y ANÁLISIS..... | 54 |
| 4.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO..... | 54 |
| 4.1.1 LA EMPRESA..... | 54 |
| 4.1.2 EL PRODUCTO..... | 54 |
| 4.1.3 EL ESLOGAN..... | 54 |
| 4.2 ESTUDIO DE MERCADO..... | 55 |
| 4.2.1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA E INDUSTRIA..... | 55 |
| 4.2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO DEL CONSUMIDOR..... | 56 |
| 4.3 ESTIMACIÓN DE TENDENCIAS DE MERCADO..... | 57 |
| 4.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA..... | 58 |
| 4.5 ESTRATEGIA DE MERCADO Y VENTAS..... | 60 |

| | |
|--|-----------|
| 4.6 RESULTADO Y ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO A POSIBLE CLIENTES DE LA PLANTA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CARNE AVÍCOLA TIERRA DE FANGO S. DE R.L. | 62 |
| 4.7 ESTUDIO DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES. | 70 |
| 4.8 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO. | 77 |
| 4.9 PROCESO DE PRODUCCIÓN. | 78 |
| 4.10 ETAPAS DEL PROCESO DE CRIANZA Y ENGORDE. | 79 |
| 4.10.1 PRIMERA SEMANA. | 79 |
| 4.10.2 SEGUNDA SEMANA..... | 80 |
| 4.10.3 TERCERA SEMANA. | 80 |
| 4.10.4 CUARTA SEMANA..... | 80 |
| 4.10.5 SÉPTIMA SEMANA..... | 81 |
| 4.11 PLANIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN. | 83 |
| 4.12 PLANIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN. | 84 |
| 4.13 ESTUDIO FINANCIERO. | 85 |
| 4.13.1 FLUJO DE CAJA PROYECTADO. | 86 |
| 4.13.2 BALANCE GENERAL Y ESTADO DE RESULTADO (PROYECTADO). | 86 |
| 4.13.3 ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO..... | 87 |
| 4.13.4 REQUERIMIENTOS DE CAPITAL Y ESTRATEGIA FINANCIERA. | 87 |
| 4.13.5 ESTRATEGIA FINANCIERA. | 87 |
| 4.13.6 ANALISIS DE SENSIBILIDAD. | 88 |
| CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES. | 89 |
| 5.1 CONCLUSIONES. | 89 |
| 5.2 RECOMENDACIONES. | 90 |
| CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD. | 91 |
| 6.1 ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CARNE AVÍCOLA EN EL MUNICIPIO DE TALANGA. | 91 |
| 6.2 INTRODUCCIÓN. | 91 |
| 6.3 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN | 91 |
| 6.3.1 PLAN DE MERCADEO Y VENTAS. | 91 |
| 6.3.2 ANÁLISIS EXTERNO | 91 |
| 6.3.3 ANÁLISIS INTERNO | 91 |

| | |
|---|------------|
| 6.3.4 ESTUDIO DE MERCADO. | 91 |
| 6.3.5 ESTUDIO TÉCNICO. | 91 |
| 6.3.6 CONSTITUCIÓN Y ORGANIZACIÓN..... | 91 |
| 6.3.7 ESTUDIO FINANCIERO..... | 91 |
| 6.4 PRESUPUESTO. | 91 |
| 6.5 CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN..... | 91 |
| 6.1. ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CARNE AVÍCOLA EN EL MUNICIPIO DE TALANGA..... | 92 |
| 6.2 INTRODUCCIÓN. | 92 |
| 6.3 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN. | 93 |
| 6.3.1 PLAN DE MERCADEO Y VENTAS..... | 93 |
| 6.3.2. ANÁLISIS EXTERNO (MACRO)..... | 93 |
| 6.3.2 FACTORES INTERNOS (MICRO). | 95 |
| 6.3.3 ESTUDIO DE MERCADO..... | 96 |
| 6.3.5 ESTUDIO TÉCNICO. | 98 |
| 6.3.6 CONSTITUCIÓN Y ORGANIZACIÓN..... | 99 |
| 6.3.7 ESTUDIO FINANCIERO. | 101 |
| 6.4 PRESUPUESTO. | 102 |
| 6.5 CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN..... | 103 |
| REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA..... | 107 |

ANEXOS.

| | |
|--|------------|
| ENCUESTA. | 111 |
| ANEXO 1. Presupuesto de Ingresos Mensuales..... | 113 |
| ANEXO 2. Presupuesto de Ingresos Anuales..... | 114 |
| ANEXO 3. Presupuesto de Egresos Mensuales. | 115 |
| ANEXO 4. Presupuesto de Egresos Anuales..... | 116 |
| ANEXO 5. Presupuesto de Egresos Mensuales. | 117 |
| ANEXO 6. Capital de trabajo a financiar..... | 117 |
| ANEXO 7. Estado de resultados. | 117 |
| ANEXO 8. Flujo de efectivo. | 118 |
| ANEXO 9. Balance general. | 118 |
| ANEXO 10. Calculo de depreciaciones. | 119 |
| ANEXO 11. Calculo del punto de equilibrio. | 119 |
| ANEXO 12. Punto de equilibrio. | 120 |
| ANEXO 13. Amortización del financiamiento..... | 120 |
| ANEXO 14. Variables para el cálculo de Costo de capital y costo de la deuda.121 | |
| ANEXO 15. Calculo del costo de capital promedio ponderado..... | 122 |
| ANEXO 17. Cálculo del Retorno sobre la Inversión (ROI). | 123 |
| ANEXO 18. Índice de Rentabilidad y Plazo de recuperación de la inversión.... | 123 |
| ANEXO 19. Análisis de sensibilidad..... | 124 |
| ANEXO 20. Presupuesto de ingresos escenario optimista. | 124 |
| ANEXO 21. Estado de resultados escenario optimista..... | 125 |
| ANEXO 22. Presupuesto de ingresos escenario pesimista..... | 126 |
| ANEXO 23. Estado de resultados escenario pesimista | 127 |

Índice de Ecuaciones.

| | |
|--|----|
| Ecuación 1. Fórmula para calcular muestra..... | 49 |
| Ecuación 2. Punto de Equilibrio..... | 87 |

Índice de Tablas.

| | |
|--|-----|
| Tabla 4. Análisis FODA del sector avícola..... | 39 |
| Tabla 1. Matriz metodológica..... | 41 |
| Tabla 2. Operacionalización De Las Variables Independientes..... | 45 |
| Tabla 3. Operacionalización De La Variable Dependiente..... | 46 |
| Tabla 5. Precios de la competencia..... | 56 |
| Tabla 6. Oferta Futura de la industria avícola..... | 58 |
| Tabla 7. Oferta futura de la empresa a los clientes..... | 58 |
| Tabla 8. Demanda actual de mercado..... | 58 |
| Tabla 9. Demanda futura del mercado..... | 59 |
| Tabla 10. Demanda Insatisfecha del Mercado..... | 60 |
| Tabla 11. Materiales y suministros de oficina..... | 72 |
| Tabla 12. Materiales y suministros de oficina..... | 73 |
| Tabla 13. Muebles y enseres de oficina..... | 73 |
| Tabla 14. Muebles y enseres de la vivienda..... | 73 |
| Tabla 15. Maquinaria y Equipo de producción..... | 74 |
| Tabla 16. Herramientas de producción..... | 75 |
| Tabla 17. Obras Civiles..... | 75 |
| Tabla 18. Terreno..... | 75 |
| Tabla 19. Tamaño de producción de la Planta..... | 77 |
| Tabla 20. Requerimientos de materiales de construcción para los Galpones..... | 81 |
| Tabla 21. Metros cuadrados requeridos por Obra..... | 82 |
| Tabla 22. Disminución en el precio de adquisición de los concentrados..... | 94 |
| Tabla 23. Mezcla de Marketing..... | 95 |
| Tabla 24. Presupuesto De Mercadeo 2015..... | 97 |
| Tabla 25. Presupuesto De Mercadeo Anual..... | 97 |
| Tabla 26. Resumen de Inversión fija..... | 98 |
| Tabla 27. Gastos de Constitución..... | 99 |
| Tabla 28. Costos Variables de Producción..... | 99 |
| Tabla 29. Costos Fijos..... | 100 |
| Tabla 30. Punto de Equilibrio..... | 100 |
| Tabla 31. Evaluación Financiera Esperada..... | 101 |
| Tabla 32. Presupuesto del proyecto..... | 102 |
| Tabla 33. Cronograma de ejecución de estudio de Pre Factibilidad y puesta en marcha..... | 103 |

| | |
|--|------------|
| Tabla 34 Verificación de la concordancia del Documento con el Plan de Acción. | 105 |
|--|------------|

Índice de Figuras.

| | |
|--|-----------|
| Figura 1, Honduras: IMAE de Agricultura, Ganadería, Silvicultura y Pesca..... | 6 |
| Figura 2, Proceso de Producción..... | 16 |
| Figura 3, Ventas estimadas de carne de pollo en Centro América. | 19 |
| Figura 4, Consumo Per Cápita en Centroamérica. | 20 |
| Figura 6, Definición operacional de las variables..... | 44 |
| Figura 9, Canal de Distribución..... | 61 |
| Figura 11, Locales que compran y vende carne de pollo. | 63 |
| Figura 14, Precio de compra por libra. | 66 |
| Figura 15, proveedor de carne. | 66 |
| Figura 16, Tiempo con el proveedor | 67 |
| Figura 17, Realiza compras al crédito..... | 68 |
| Figura 18, Cambiaría de proveedor..... | 69 |
| Figura 19, Porque Factores cambiaria de proveedor. | 70 |
| Figura 20, Infraestructura de la Planta..... | 72 |
| Figura 21, Ubicación geográfica Planta “Tierra de Fango”. | 78 |
| Figura 22, Proceso de engorde y procesamiento de carne de pollo. | 78 |
| Figura 23, Organigrama Planta “Tierra de Fango S de R.L.”. | 85 |
| Figura 24. Diagrama de aplicabilidad. | 92 |

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.

En el presente capítulo se muestra de manera detallada, el planteamiento del estudio, comenzado con una introducción, seguido de antecedentes del problema, que es donde se fortalece el porque del problema, de estos antecedentes se deriva la definición del problema, enunciado del problema, formulación del problema, preguntas de la investigación, objetivos del proyecto y justificación, respectivamente.

1.1 INTRODUCCIÓN.

Abrir un negocio o empresa es la realización de un sueño para muchos hondureños, pero la falta de oportunidades hace padecer a miles de emprendedores y sus ideas solo quedan en deseos e ilusiones.

En Honduras la actividad avícola se ha practicado de manera artesanal desde hace mucho tiempo atrás, la crianza de pollos y gallinas es el sustento de muchas familias que consumen lo que producen siendo una fuente de alimento y en muy pocos casos de ingresos.

En los últimos años se ha venido desarrollando la industria avícola en varios sectores del país, teniendo un rápido crecimiento tanto tecnológico como económico, y contribuyendo a la economía del país de una manera muy significativa, en lo social es una industria que genera muchos empleos directos e indirectos en zonas rurales mejorando su calidad de vida.

La ciudad de Talanga ha experimentado un desarrollo social y económico que lo coloca como el segundo municipio con mayor crecimiento económico y social en el departamento, pero la industria avícola no está tan desarrollada en la zona ya que no hay proyecto de inversión y emprendimiento en esta área y los proveedores que abastecen de carne de pollo a los comercios son empresas foráneas con distintos puntos de distribución en el país, y otros productores a mediana y pequeña escala que no son consistentes en la producción por escasez de capital y conocimiento

Es así como se ha decidido por medio de un estudio de pre factibilidad determinar la conveniencia de apertura una planta productora y comercializadora de carne avícola en el municipio y atender la demanda local y sus diferentes necesidades.

Para una mejor comprensión del lector, el informe esta ordenado por capítulos los que se detallan a continuación.

Capítulo I que está compuesto por el planteamiento de la investigación, los antecedentes del problema, la definición y formulación del problema, los objetivos del proyecto y la justificación del estudio.

Capítulo II desarrollo del marco teórico basado en la historia de la industria avícola, así como en diferentes teorías, conceptos y procedimientos que enmarcados como una guía para conocer más del rubro.

Capítulo III este describe la metodología aplicada que se llevara a cabo en el estudio y determinar el comportamiento de las variables de estudio, detallar la unidad de análisis y recolección de los datos e información, así como definir la población la unidad de muestra así como las técnicas que se utilizaran en el trabajo.

Capítulo IV se presentan los resultados y análisis que se encontraron mediante la aplicación de encuestas y entrevistas.

Capítulo V se describen las conclusiones y recomendaciones respecto al estudio y sus resultados.

Capítulo VI muestra un plan de aplicabilidad en el que se describe específicamente el estudio de mercado, técnico y financiero para la realización del proyecto.

1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

En el municipio de Talanga, el sector pecuario se caracteriza por su producción artesanal empleando conocimientos empíricos en los cuales las técnicas utilizadas no se ayudan de máquinas y herramientas especializadas, el producto se destina principalmente al consumo familiar y al mercado local en pequeña escala, en específico

al detallista que son aquellas familias que cuando tienen oportunidad pueden comprar carne fresca.

Años atrás la familia tuvo la iniciativa de invertir específicamente en la cría y engorde de pollos de manera artesanal, con el fin de comercializar la carne en diferentes establecimientos, pero la mala gestión administrativa y los pocos conocimientos científicos y técnicos fueron causantes del inminente cierre de operaciones del negocio.

Debido a que este rubro se ha desarrollado en otras zonas del país, brindando beneficios económicos a sus dueños, generando empleo y obras sociales en esas comunidades, surgió por parte de la familia, la idea de emprender nuevamente en este rubro.

Principalmente en la producción de pollos de engorde y la comercialización de este mismo en el mercado local y zonas aledañas a mediana escala, incorporando fases y procesos más rentables como son la transformación y comercialización de los productos.

Posteriormente crecer en el rubro pecuario, mejorando procesos de producción en vía de preservar el medio ambiente que nos rodea, y poder brindar un producto de calidad a nuestro consumidor final.

1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.

1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA.

Existe la oportunidad de negocios de producción y comercialización de carne avícola en el municipio de Talanga en el departamento de Francisco Morazán, que pueda tener un proceso de producción basado en los más altos estándares de calidad establecida por la industria, y pueda ofrecer a los demandantes un producto de excelente calidad, innovación a un precio competitivo al fin de satisfacer al cliente y los consumidores.

1.3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

En la actualidad y específicamente en el municipio de Talanga y alrededores no hay iniciativa de producción y comercialización de carne avícola, lo cual representa una oportunidad de negocio que la familia desea evaluar para invertir

¿Cómo oportunidad de negocio es rentable la producción y comercialización de carne avícola en el municipio de Talanga?

1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.

Con el objetivo de continuar con el desarrollo de esta evaluación y determinar la rentabilidad de poder ejecutar y operar este proyecto, las preguntas a evaluar en las diferentes áreas son las siguientes:

1. ¿Cuál es el capital de inversión requerido por la familia para la implementación de una planta de producción y comercialización de carne avícola en el municipio de Talanga?
2. ¿Cómo influyen los costos de producción en la rentabilidad del proyecto?
3. ¿Cuáles son las regulaciones ambientales y municipales para instalar la planta?
4. ¿Qué se debe proponer para la implementar la producción y comercialización de carne avícola?

1.4 OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.

1.4.1 OBJETIVO GENERAL.

Facilitar las condiciones favorables para la producción y comercialización de carne avícola, mediante un estudio de pre-factibilidad, para la implementación de una planta productora y comercializadora del producto en el mercado regional.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

1. Identificar los factores que potencian o limitan la puesta en marcha de una planta productora y comercializadora de carne avícola.
2. Analizar los factores que potencian y limitan la puesta en marcha de la planta y como ha sido la experiencia de otros productores de la zona en el mismo rubro.
3. Definir regulaciones ambientales y municipales para instalar dicha planta.
4. proponer un estudio de pre-factibilidad para la instalación de la planta de producción y comercialización de carne avícola.

1.5 JUSTIFICACIÓN.

Basados en la idea de reintegrarse en la producción y comercialización de carne de pollo en el municipio de Talanga Francisco Morazán, y ante el pronóstico positivo en los índices de consumo y exportación de la misma (Cámara de Comercio e Industria de Honduras), lo cual genera una expectativa para invertir por parte de la familia. La mejora en el crecimiento lo podemos observar en la Figura 1.

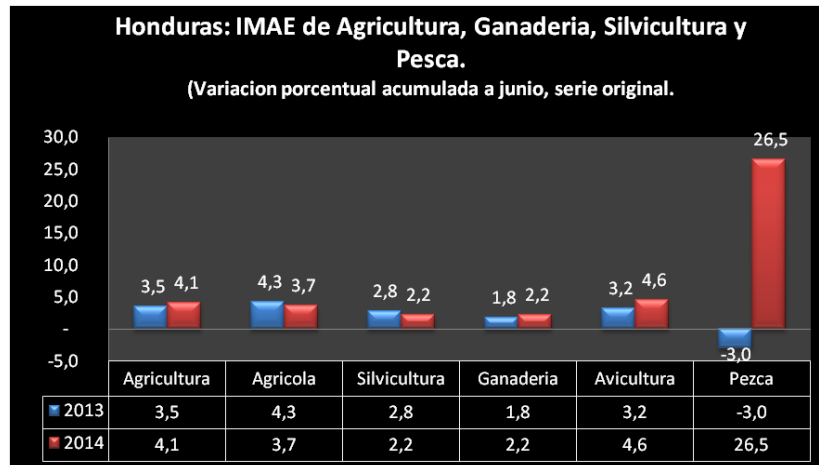


Figura 1, Honduras: IMAE de Agricultura, Ganadería, Silvicultura y Pesca.

Fuente. BCH (2014).

Según la gráfica anterior y que compara los periodos 2013-2014, con un crecimiento notorio actual, en comparación con el año anterior. Esto significa una mejora en todos sus sentidos de la carne de pollo, comercialización, producción y exportación. Adicionalmente la familia ya cuenta con la experiencia técnica, pero que anteriormente el negocio no resulto con efectos positivos porque las funciones eran descargadas en una sola persona. Actualmente con la formación de varios integrantes familiares y con la visión de crear una empresa propia que provea recursos para la manutención y progreso económico a cada uno, para las actuales y nuevas generaciones.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.

2.1 ANÁLISIS SITUACIONAL.

2.1.1 ANÁLISIS DEL MACRO-ENTORNO.

La carne de pollo está tomando consideración a nivel mundial debido al alto consumo, basado en los nutrientes que contiene este alimento que se ha vuelto popular en las mesas de cada familia. El analista de la industria, Terry Evans, ofrece una visión general de la situación actual y las tendencias futuras en la producción de carne de pollo en las Américas. La producción está aumentando con fuerza en algunos países, especialmente Colombia y Perú, mientras que los Estados Unidos y Brasil en conjunto representan casi el 30 por ciento del volumen total de la región. (www.elsitioavicola.com, 2014).

Guzman, S. S. (2014). las tendencias hacia la producción y consumo de la carne de pollo continuarán aumentando, originándose una mayor exportación a países como USA y Brasil. Al igual detallan que las tendencias de los países que producen a pequeña escala, son a convertirse en importadores, debido a la limitación a la competencia con los bajos precios a las que se ofertará la carne proveniente del extranjero.

Como una visión a largo plazo y en base a una proyección de la OCDE-FAO (2013). Calcula la producción de carne de ave en 2022 en casi 129 millones de toneladas, de las cuales considera alrededor de 15 millones de toneladas en pavos, patos y gansos, señalando en alrededor de unas 114 millones de toneladas para la carne de pollo, lo cual registraría una tasa de crecimiento cercana al 2 por ciento anual desde 2013.

En base a la información antes mencionada, los grandes beneficios y nutrientes que aporta este alimento, que presenta una tendencia hacia la alza en producción y consumo de la carne de pollo. Al igual no menos importante la competencia entre las compañías productoras a gran escala, y ante la desventaja competitiva con los pequeños productores de los países en vías de desarrollo, debido a la implementación de tratados de libre comercio.

2.1.2 ANÁLISIS DEL MICRO-ENTORNO.

(Diario La Tribuna, 2014). La avicultura registró dinamismo por el alza en la producción de huevos y la cría de aves de corral destinadas a la matanza. Dicho comportamiento estuvo vinculado a la tecnificación de las granjas avícolas, mejoramiento en las condiciones sanitarias y métodos de engorde. Este rubro ha registrado un crecimiento en los últimos años con la instalación de 1,126 granjas, que generan 17,800 empleos directos y 170,000 indirectos.

De acuerdo con Farid Kattum, presidente de la Federación de Avicultores de Honduras (FEDAVIH), en la primera jornada avícola nacional celebrada en San Pedro Sula, uno de los primeros pasos es consolidar el mercado nacional, hacerlo un mercado seguro y mantener el status sanitarios, para consolidar la industria avícola, para asegurar el suministro interno de nuestro país, según Jacobo regalado, Ministro de agricultura y ganadería (SAG), el sector avanza en la implementación de un plan avícola nacional, para mantener la competitividad, abriendo oportunidades de mercado muy interesantes, en un mundo globalizado lleno de exigencias, la industria hondureña avícola ha logrado mantener libre de enfermedades que restringe el comercio dando paso impostergable a la exportación de la carne a distintos destinos, José Salinas, Director General de Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria (SENASA), la principal fortaleza del sector avícola en el país, es el sector sanitario por los controles, leyes y regulaciones sanitarias que permiten estar a la vanguardia de la producción avícola en la región.(Kattum Farid, Regalado Jacobo, y Salinas José 2013).

Honduras es el segundo mayor productor en Centroamérica, en relación al porcentaje de toneladas, debido a la fuerte inversión tecnológica que ha alcanzado en los últimos años de US\$529 millones, el 95% del consumo total es provisto por empresas nacionales y el 5% por importaciones, más del 60% de la producción de carne de pollo se comercializa congelada, solamente 3 empresas integran el proceso de producción y transformación, en los hogares se consumen más del 85% de la carne de pollo, de las

ventas a los hogares, las tiendas de conveniencia, pulperías, Hipermercados y supermercados concentran más del 80% de las ventas. (Ochoa, 2011)..

(Cerna Benitez, 2014). La producción de carne de pollo experimenta un crecimiento de 8 a 10 millones de libras por año, por lo que se espera un global de más de 400 millones de libras para el año 2014, de las que unas 86 millones de libras son exportadas.

la exportación de pollo generará divisas de 24 a 30 millones de dólares y cinco mil empleos lo que reactivará los sectores agroalimentarios del país”, se han realizado las visitas correspondientes a Estados Unidos para certificar la planta de la empresa Avícola de Centroamérica (CADECA) y en la tercera visita fue certificada de la cual se exportara carne de pollo al mercado exigente de EUA, lo cual representa para los pequeños y medianos productores la oportunidad de crecer y cubrir parte del mercado insatisfecho, lo que fortalecerá la economía pecuaria y también la economía de los hondureños. (Diario la tribuna, 2014).

2.2 ANÁLISIS INTERNO.

2.2.1 ANÁLISIS DEMOGRÁFICO.

Talanga es un ciudad situada en el departamento de Francisco Morazán, a unos 55 kilómetros (por carretera) desde Tegucigalpa (capital de Honduras), cabecera del municipio homónimo, su nombre proviene de la lengua mexicana que significa “Tierra de Fango”, cuenta con una población aproximada de 38,000 habitantes, sus calles son de tierra en su mayoría, solo las avenidas principales están pavimentadas, en un 70% esta completado el sistema de alcantarillado.(Talanga, 2008).

2.2.2 ANÁLISIS CULTURAL.

En el municipio de Talanga F.M. hay muchos lugares para visitar como ser la Cueva del Diablo, el Cerrito de la Cruz, cuenta con fuentes hidrográficas, bosques y paisajes como los corralitos, balnearios, la feria se celebra el 12 de noviembre y es famosa por su gastronomía, juegos tradicionales y demás actividades que se realizan.(Talanga, 2010).

2.2.3 ENTORNO SOCIAL Y ECONÓMICO.

Son personas trabajadoras, que se dedican en su mayoría a trabajar sus tierras de manera artesanal, además de dedicarse a la carpintería y tallado de madera, que ofrece gran variedad a los habitantes de la zona y también a las personas de afuera que buscan estos diseños, otras actividades económicas como ser el dulce y la cal, son rubros que con el tiempo generan empleos directos y son fuentes de ingreso para el municipio. En conclusión el municipio de Talanga, crece día a día económicamente y cada vez son más los negocios y empresas que buscan llegar al mercado, además de contar con verdes paisajes y fuentes hidrográficas que potencian la actividad agrícola e invitan a la producción a los inversionistas. (Diario el Herald, 2013).

2.3 CONCEPTOS Y DEFINICIONES.

El objetivo de esta sección es de conceptualizar en base hechos o estudios anteriores obtener un panorama amplio del grado y nivel que tiene como objetivo esta investigación. Por consiguiente al momento de recopilar la información de Mercado, Técnica, Financiero y Legal para analizar y dar respuesta tanto a la preguntas de investigación como el cumplimiento de Objetivos General y específicos.

AVICULTURA. La palabra “avicultura”, designa genéricamente a toda actividad relacionada con la cría y el cuidado de las aves, como así también el desarrollo de su explotación comercial. Pero “avicultura” es un término que en su significado más íntimo se halla vinculado con el desarrollo de una actividad “cultural”, la cual transforma a la persona que la ejerce en “avicultor.”(Dirección Provincial de Educación Técnico Profesional, 2013).

AVICULTOR TRADICIONAL. En esta actividad avícola de pollos se mencionan dos tipos de conceptos que son: “Avicultor tradicional” e “Industria Avícola”, este último también denominado “Avicultor Industrial”.

Engloba a los criadores de aves de raza (exposiciones rurales). Si bien persiguen lucro con sus actividades, éstas no presentan un plan de negocios de complejidad como lo manifiestan las empresas dedicadas a la “Avicultura Industrial”.

AVICULTOR INDUSTRIAL. La “Avicultura Industrial” se encuentra dividida en dos orientaciones: La producción de carne de pollos (pollos parrilleros) y la producción de huevos para consumo, ambas, con características organizacionales distintas. La primera se caracteriza por estar organizada casi en su totalidad bajo el sistema de Integración vertical.(Dirección Provincial de Educación Técnico Profesional, 2013).

CARACTERÍSTICAS DE LA CARNE DE POLLO. Además del aporte considerable a la economía del país donde se produce la carne de pollo, también aporta proteínas esenciales que nutren el cuerpo y ayuda a la conservación, debido a la baja cantidad de grasa que contiene la carne.

La carne de pechuga contiene menos de 3 g de grasa/100 g. El valor promedio para la carne oscura (sin piel) es de 5 a 7 g/100 g. Alrededor de la mitad de la grasa de la carne de pollo consiste en grasas mono-insaturadas deseables y solo un tercio son grasas saturadas, menos saludables. Hay una proporción mucho más alta de grasas saturadas en la mayoría de los cortes de carne roja, que también varían considerablemente en la grasa total. La carne de pollo se considera, por tanto, una carne sana. La carne de pollo tiene un gran aporte de proteínas y mayor contenido de ácido fólico y vitaminas B3 Y B6.(González, Jiménez, 2013).

TIPOS DE PRODUCCIÓN. En la producción avícola podemos diferenciar distintos tipos de producciones:

- Producción de carne (pollo parrillero, pollo campero)
- Producción de huevos (gallinas ponedoras)
- Doble propósito (carne y huevo).

(Dirección Provincial de Educación Técnico Profesional 2013).

TIPOS DE AVICULTORES. Así como se definen los tipos de producción, al igual existen dos tipos en esta sección. Su definición como Tradicional, que engloba a los criadores de aves de raza (Exposiciones Rurales), los cuales no presentan plan de negocios de complejidad, pero que si persiguen el lucro.

El segundo es el Industrial, que se orienta en producción de carne de pollos(Pollos parrilleros) y la producción de huevos para consumo, ambas con características organizacionales distintas.(Dirección Provincial de Educación Técnico Profesional 2013)

ENTES REGULADORES.

FAO. La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, FAO (Food and Agriculture Organization por sus siglas en Inglés), es el principal organismo de las Naciones Unidas encargado de dirigir las actividades internacionales de lucha contra el hambre.

El trabajo de la FAO consiste en ayudar a los países en desarrollo a modernizar y ampliar su agricultura, silvicultura y pesca, mejorar sus niveles de alimentación y nutrición y aliviar así la pobreza y el hambre.(«Acerca de | FAO | Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura» 2014)

SENASA. Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria.

FEDAVIH. Federación de Avicultores de Honduras. Tiene como objetivo general representar, promover, mejorar y defender los intereses de los socios en particular y del sector avícola en general, para lo cual se ha organizado en cuatro comisiones de trabajo, como ser:

- Vigilancia Sanitaria.
- Desarrollo de Mercado Extranjero.
- Educación.
- Desarrollo de Mercado Hondureño.

Así mismo FEDAVIH trabaja de la mano del sector privado en las negociaciones comerciales a nivel regional e internacional, a fin de defender los intereses de la federación y de sus asociados. También busca impulsar el consumo de productos avícolas y la apertura de nuevos mercados, motivando a sus miembros para realizar los

trámites de la certificación del sistema de producción y proceso avícola.(FEDAVIH 2013)

IMPACTO AMBIENTAL. Es la alteración de la calidad del medio ambiente producida por una actividad humana. Hay que tener en cuenta que no todas las variaciones medibles de un factor ambiental pueden ser consideradas como impactos ambientales, ante el riesgo de convertir la definición de impacto en un concepto totalmente inoperante para la evaluación del impacto ambiental, ya que habría que incluir las propias variaciones naturales producidas por la estaciones del año o por algunas perturbaciones cíclica (Alfonso Garmendia Salvador, 2005).

SANIDAD ANIMAL. Control de plagas: Conjunto de actividades de comprobación e inspección por las que se verifica el cumplimiento de las disposiciones establecidas en un reglamento. (Sanchez, 2011, pág. 624)

MEDIDAS HIGIÉNICAS (ANIMAL). Son prácticas hechas con el objetivo de mantener a los animales en condiciones de higiene y sin riesgos para su salud, como también para resguardar la salud pública. (Renderos, 2013)

SANIDAD ANIMAL. Se podría definir a la Salud Animal como aquel estado de la población animal que alcanza la máxima optimización de sus funciones productivas. (Astudillo, 1976)

CONDICIÓN SANITARIA. Situación en que se encuentra un establecimiento, producto o servicio que ha sido determinada por la verificación sanitaria. (Ponce)

FÁRMACOS Y VACUNAS. Drogas veterinarias aprobadas oficialmente, empleadas en producción avícola con la finalidad del tratamiento o prevención de enfermedades. (SENASA, 2003)

SANITIZACIÓN. Reducción de la carga microbiana, contenido en un objeto o sustancia, a niveles seguros para la población. (SENASA, 2003)

GRANJA. Centro de explotación de aves cuya finalidad sea de reproductoras, postura, crianza, engorde y ornato. (SERNA, 2009)

PLANTA DE INCUBACIÓN. Establecimiento autorizado para la incubación de huevos embrionarios o fértiles (SERNA, 2009)

MONITOREO. Secuencia planificada de observaciones o mediciones relacionadas con el cumplimiento de una buena práctica en particular. (Centro Nacional de Producción más Limpia de Honduras, 2008)

CONDICIÓN AMBIENTAL. Las condiciones ambientales en una instalación cerrada como lo son la mayoría de los edificios que albergan aves representan la suma de todas las variables del estado físico y de la composición del aire. (Ramos, 2014)

ILUMINACIÓN. Es un elemento del sistema de control ambiental que incluye además los sistemas de calefacción, refrigeración y ventilación. Se refiere a la intensidad emitida por una fuente de luz en una determinada dirección. (Gutierrez, 2006)

DENSIDAD. La densidad es la medida de cuánta masa hay contenida en una unidad de volumen (densidad = masa/volumen). Puesto de manera sencilla, si la masa es la medida de cuánto material tiene un objeto, entonces la densidad es la medida de cuán compactado está ese material. (Bergman, 2002)

SUMINISTROS DE AGUA Y ALIMENTOS. El suministro de alimentos se refiere al sistema de alimentación de las aves a través de comederos automáticos a lo largo de todo el almacén. (Portilla, 2010)

TRANSPORTE. Medio de traslado de un objeto de un lugar a otro, en el caso de las aves de corral el tipo de transporte varía en cada caso entre países y regiones ya sea en cajas sueltas o en camiones modulares. (Nicol, 2010)

ADITIVOS. Corresponden a esta denominación todas aquellas materias primas incorporadas en la formulación de alimentos destinados al consumo animal con la finalidad de suplir una determinada necesidad, mejorar la presentación de los mismos o su conservación. Empleadas en micro cantidades requieren un cuidadoso manejo. (SENASA, 2003)

FUMIGACIÓN. Procedimiento en el que se utiliza un agente químico, en estado parcial o totalmente gaseoso para matar, eliminar o esterilizar plagas o microorganismos. (SENASA, 2003)

PRODUCCIÓN PRIMARIA. Fase de la cadena alimentaria hasta alcanzar el sacrificio. (SERNA, 2009)

DESINFECCIÓN. Destrucción de todas las formas vegetativas de microorganismos, excluyendo los formadores de esporas. (SENASA, 2003)

MORTALIDAD. La mortalidad es la que indica el número de fallecimientos de una población en un momento determinado. (OMS)

INOCUIDAD. Es la condición de los alimentos que garantiza que no causaran daño al consumidor cuando se preparen y /o consuman de acuerdo con el uso al que se destinan. (Gonzales, 2006)

PREVENCIÓN Y CONTROL DE OLORES. Consiste en utilizar técnicas y productos que eviten que el mal olor sea excesivo en la granja avícola. (Galindo, 2005)

ZOOTECNIA. Técnica de la cría, mejora y explotación de los animales domésticos que son útiles al hombre y cuya finalidad es la obtención del máximo rendimiento. (Vargas, 2002)

INSTALACIONES. Conjunto de aparatos, espacios, conductos u otros elementos destinados a complementar las condiciones de habitabilidad de un edificio o prestar un servicio. (Garcia, 2013)

ESTUDIO TÉCNICO. El estudio técnico puede subdividirse a su vez en cuatro partes, que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, localización, ingeniería del proyecto y análisis organizativo y legal, Cada Etapa es de suma importancia para lograr el objetivo de eficiencia en la producción (Baca Urbina, 2013, p. 6).

GALPÓN. Es una estructura o galera que se utiliza ya sea para almacenamiento de gallinas ponedoras o pollos de engorde. («Proyecto Construcción De Galpón Para Gallinas Ponedoras» 2014)

ETAPAS DE PROCESO.

La complejidad de la producción del pollo significa que las personas que lo manejan deben comprender con claridad los factores que afectan a todo el proceso de producción además de los que influyen directamente el manejo de las aves en la granja. Tal vez sea necesario realizar cambios en la incubadora, la granja de engorde, el transporte de las aves al matadero o la planta de procesamiento. («smA-Acres-Guia-de-Manejo-del-Pollo-Engorde-2009.pdf» 2014)

En el siguiente cuadro se muestra el proceso desde la incubación de huevo para información únicamente, y que se menciona pero que no aplica en este estudio dado que el fin es únicamente la cría y engorde para comercialización de carne de pollo.

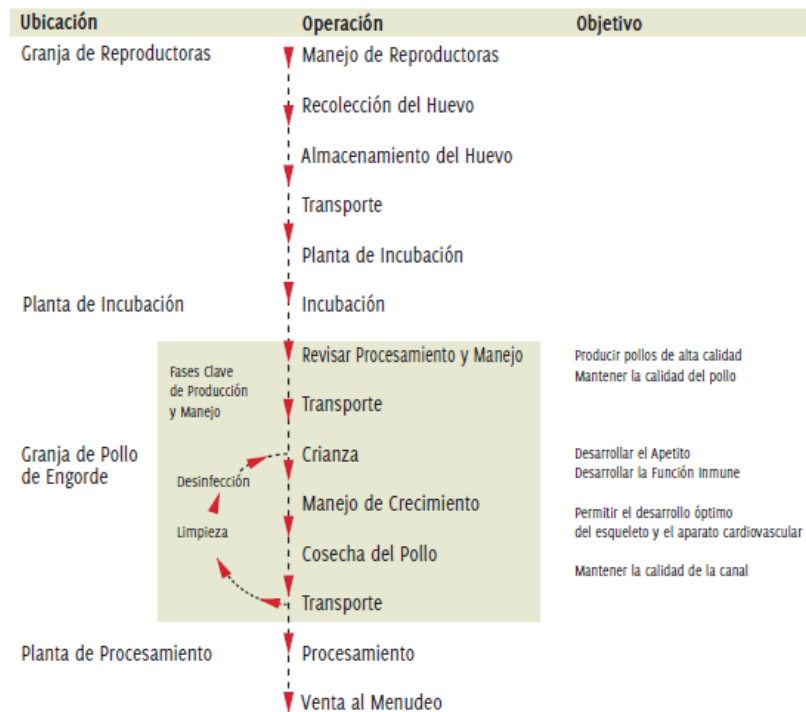


Figura 2, Proceso de Producción.

Fuente:(Arbor Acres 2009).

MERCADO. Área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados (Baca Urbina, 2013).

EL INGRESO. Es representado por la cantidad de dinero que obtiene de la venta de bienes y servicios en un período determinado de la empresa (Martínez, 2001) Ingresos = precio de venta por unidades.

BIOSEGURIDAD. Conjunto de medidas destinadas a eliminar, disminuir y evitar la entrada y salida de agentes patógenos de una explotación.(Millan, 2011).

MEDIDAS DE BIOSEGURIDAD. Los elementos necesarios para mantener la BIOSEGURIDAD dentro de la granja de pollos son los siguientes e indispensables:

- Vallado perimetral de la explotación.
- Utilización de Arcos, rodaluvios, etc.
- Utilización de parte de los operarios de la ropa de trabajo exclusiva.
- Control y registro de entrada personal.
- Utilización de vestuario sanitario
- Pediluvios de entrada de nave(Millan, 2011).

ANTECEDENTE ECONÓMICO.

CCIT 2009. La industria avícola en Honduras representa un aporte muy importante para la economía del país, con una producción de 78 millones de pollos anuales y presentó un incremento del 10% en el año 2009. Según datos de la FAO la producción mundial de pollo es de 74.29 millones de toneladas.

A nivel mundial se producen 74.29 millones de toneladas de carne de pollo, las cuales están distribuidas en 204 países, según estadísticas de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO por sus siglas en inglés).

En Honduras, las actividades avícolas representan un aporte muy importante para la economía del país, con una producción de 78 millones de pollos y se estima que cada hondureño consume 20 Kg. de esta carne blanca, según la SAG (Secretaría de Agricultura y Ganadería).

Según datos de la ANAVIH (Asociación Nacional de Avicultores de Honduras), la industria avícola presentara un incremento del 10% en el año 2012, la actividad avícola genera 15 mil empleos directos y 150 mil empleos indirectos a nivel nacional, por lo tanto la actividad avícola representa un actividad económica y social muy importante y muy dinámica para la economía hondureña.

Para el logro de esta acción se requiere de voluntad y estilo de dirección que obligue a registrar los costos, con una base metodológica y de control adecuado mediante mecanismos ágiles con elevado grado de confiabilidad. Todo negocio, básicamente consiste en satisfacer necesidades y deseos del cliente, vendiéndole un producto o servicio a un precio razonable.

TENDENCIAS FUTURAS.

Según CENTRAL AMERICA DATA (2014). En base a los escenarios optimista se espera que las ventas estimadas en millones de dólares americanos para el año 2020 es de \$6278. Para el año anterior y tomando como punto de partida el año 2008, las ventas crecieron a un ritmo de 7.9% anual.

VENTAS ESTIMADAS DE CARNE DE POLLO EN CENTROAMERICA

En US\$ Millones, 2008-2020

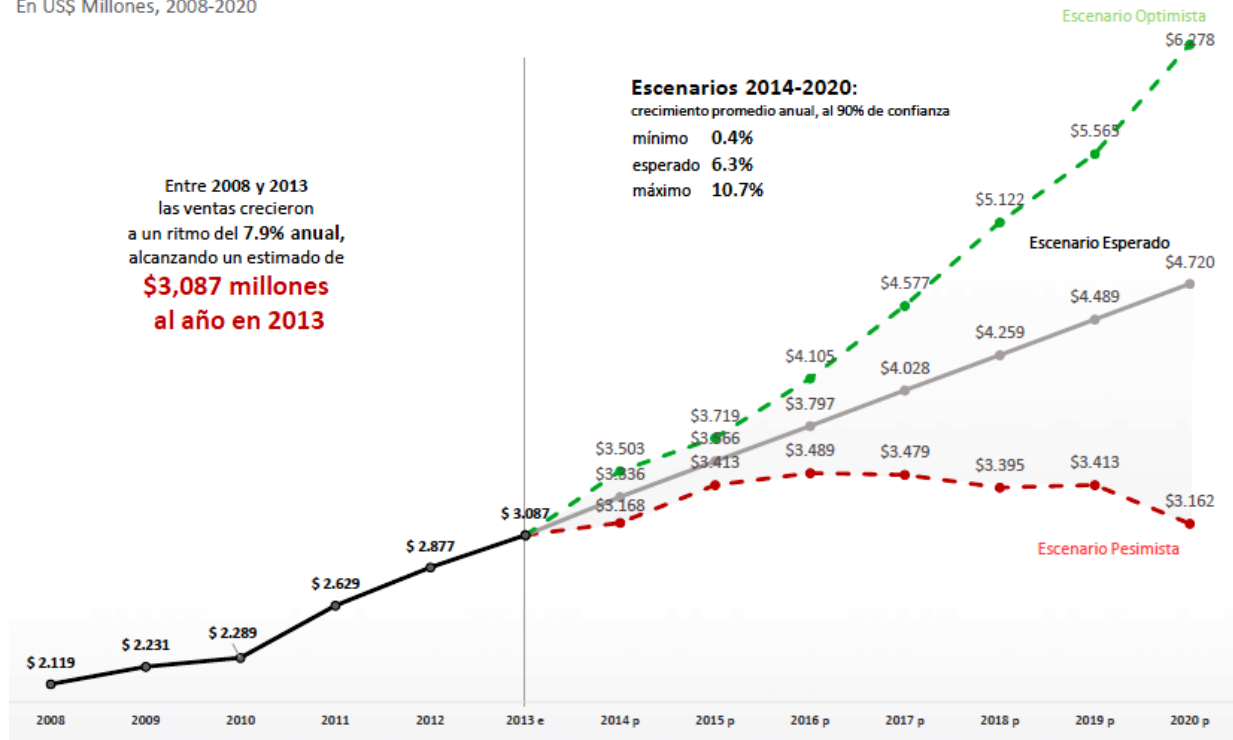


Figura 3, Ventas estimadas de carne de pollo en Centro América.

Fuentes: Central América Data (2014)

La relación en el costo y que es un desembolso necesario para la fabricación de un producto o servicios que aún no se ha realizado a través de la venta, es un Recurso económico que me entregara un beneficio en el futuro y está relacionado directamente con el proceso productivo (Alatraste, 2004).

La evolución del precio por libra de la carne de pollo tomando como estándar la moneda dólar americano, haciendo referencia a la comparación entre los países centro americanos, en donde Costa Rica y Guatemala poseen los precio más altos en comparación con el resto de la región. Para Honduras el precio por libra es de \$1.30 de dólar americano. (Central América Data, 2014)

COMPARACIÓN DE CONSUMO CON PAISES CENTROAMERICANOS.

Actualmente Panamá se destaca como el principal consumidor de carne de pollo en la zona con un total de 85 libras anuales por persona. Consumo elevado en comparación con Honduras que tiene 50 libras anuales por persona, 70% más, En honduras el crecimiento en el consumo es notorio, lo cual significa un aumento considerable en la demanda lo que puede generar una insatisfacción del mismo.

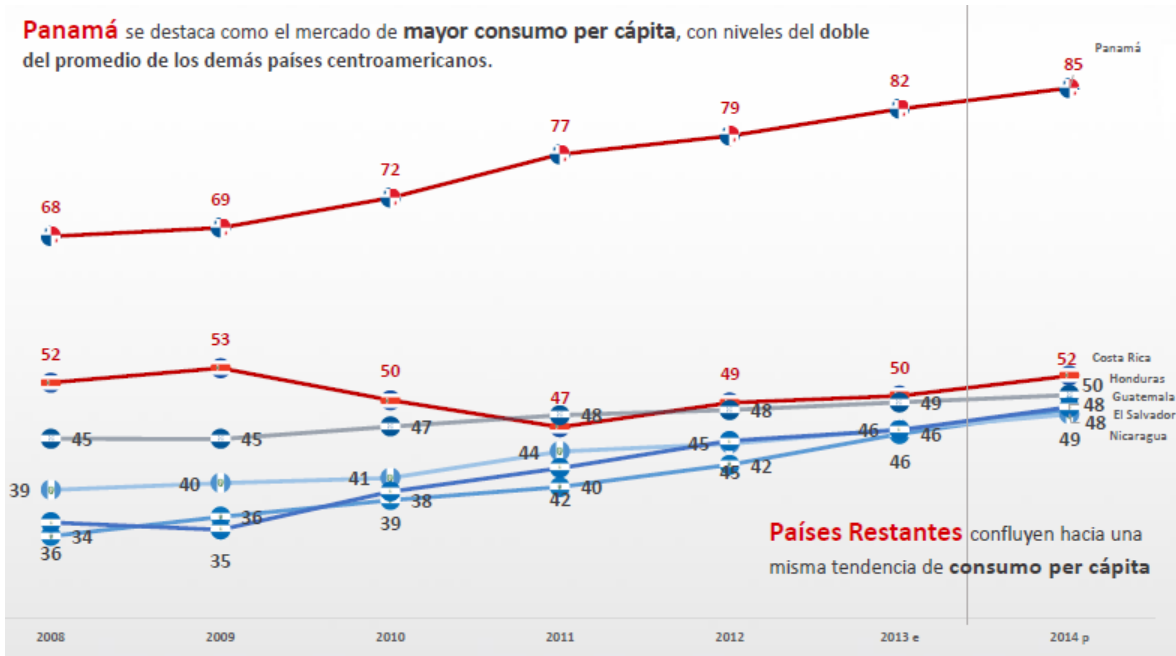


Figura 4, Consumo Per Cápita en Centroamérica.

Fuente:(Central América Data, 2014).

DESCRIPCIÓN DE LA UBICUIDAD, El municipio de Talanga es categoría B, fundado en 1829 por Don Pedro de Alvarado; adquiere la categoría de Municipio el 30 de noviembre de 1829, cuando se realiza la primera elección de Autoridades Municipales; su nombre es de origen Mexicano y significa “Lugar de fango o pantanal”. Se cree que su nombre se debe a que la textura del suelo es de tipo arcilloso. (Plan Asistencia Técnica Municipal 2013).

Se encuentra en uno de los valles más prósperos de Honduras, y podría aprovechar el potencial agrícola a través de la diversificación de cultivos, con empresas agroindustriales transformando la materia prima, el anillo turístico y la carretera central a fin de aumentar el nivel de empleos y el ingreso de sus habitantes. (Oscar Zelaya Abril-2013).

Es la segunda ciudad del Departamento de Francisco Morazán, después de Tegucigalpa y Comayagüela, que constituyen el Municipio del Distrito Central. Tiene una cobertura ampliada de servicios indispensables para el desarrollo humano sostenible, como el acceso al agua potable, alcantarillado y energía eléctrica para satisfacer la demanda de sus habitantes y el desarrollo social incluyente, tanto en salud, educación, vivienda y centros comunales. (COFinsa, 2013).

GRANJAS DE POLLOS DE ENGORDE

El proceso productivo de las granjas de pollos de engorde inicia al recibir los pollitos, que pasan por un proceso de iniciación, vacunación y engorde (figura 8). Los pollos se reciben de un día de edad y se engordan hasta los 35 ó 42 días al alcanzar el peso de mercado; es importante mencionar que los días de crianza dependerán del peso requerido por los diferentes clientes o la demanda del mercado. Durante los primeros 10 días se utilizan criadoras para proporcionar calor adicional a los pollitos, esto ayuda a los pollitos a mantener su temperatura corporal. Durante toda la etapa de engorde (desde el primer día hasta la edad de sacrificio) el pollito recibe alimento a voluntad, es decir que come tanto como desee. El perfil nutricional del alimento varía dependiendo de la edad y época del año. Adicionalmente, para estimular el consumo de alimento, se implementan programas de luz artificial. El agua para el consumo de los animales debe ser fresca y libre de microorganismos o de contaminantes químicos. Durante los primeros 21 días se administran las vacunas recomendadas por el médico veterinario para prevenir las enfermedades comunes en programas para granjas, región o país. Por otro lado, durante toda la etapa de engorde, limpieza y desinfección, se implementan estrictos controles de bioseguridad para evitar la introducción de microorganismos causantes de enfermedades, de animales domésticos y silvestres. (ANAVIH, 2009).

RECOLECCIÓN DE AVES EN GALPONES.

Esta actividad se realiza cuando el pollo ha cumplido su ciclo de crecimiento (6–8 semanas) y ha llegado al peso promedio adecuado para su comercialización

(2,05kg/pollo). Antes de la recolección, el pollo debe cumplir un ayuno de 8 a 12 horas, que consiste en la suspensión de la alimentación, esto evita la acumulación de alimento en intestinos y el desperdicio de alimento no asimilado. La administración de agua de bebida se mantiene, ya que esta impide la deshidratación y pérdida de peso que afectan el rendimiento por canal.

El proceso comienza cuando se captura el ave, se juntan las alas hacia el cuerpo de ésta, con esto se evita que aletee y se produzcan lesiones o traumatismos. Posteriormente se introducen las aves en jaulas, en número previsto según la capacidad de cada una, se las cierra y sube a la plataforma del camión apilándolas en columnas, con un espacio adecuado para el movimiento interno de las aves, así como la aireación necesaria, especialmente de las jaulas apiladas en la parte central de la plataforma de transporte, con esto se evita el hacinamiento de las aves y la posible muerte por asfixia

RECEPCIÓN DE ANIMALES Y ESPERA.

La recepción consiste en la llegada de los pollos desde las granjas de producción hasta la planta de faenamiento. Los animales se descargan en el momento que van a ser sacrificados, toda planta de proceso tiene un muelle de descarga, donde se apilan las cajas antes de entrar a la línea de sacrificio. El área de descarga debe poseer colores tenues, no debe haber presencia de ruidos fuertes, esto con el afán de que el ave antes del sacrificio experimente un tiempo de espera de aproximadamente 15 a 20 minutos, en el cual su ritmo cardíaco se relaja, con esto posteriormente se logra un mejor desangre en la línea de proceso. Este tiempo de espera se lleva a cabo por el estrés que sufren las aves en su captura y transporte.

COLGADO, MATANZA Y DESANGRADO.

Después del período de espera, los pollos son llevados en las jaulas a la línea de matanza, ya sea automática, o de sacrificio los pollos se introducen en los conos de sacrificio hasta que la cabeza y pescuezo salga por el orificio interior del cono, unos 10 cm y se permita la manipulación para el corte y desangre, las jaulas desocupadas se lavan y desinfectan inmediatamente

El proceso de matanza en una línea automática comienza con el aturdimiento del ave, mediante la aplicación de un shock eléctrico (8 – 12 mA/ 20 - 30 V/ 8-10 s/pollo) cuando se sumerge la cabeza del ave en una solución de agua con cloruro de sodio, el shock bloquea el sistema nervioso que provoca la disminución del ritmo cardíaco, insensibilizando al animal, posteriormente luego de 10 segundos del aturdimiento, como máximo, se procede a realizar un corte en la vena yugular y en la arteria carótida ubicada en la zona media del pescuezo, con esto se produce el desangre del ave hasta cuando expira, proceso que dura de 1,5 a 3,0 minutos.

En una línea manual, después de haber colocado las aves en los conos de matanza, se espera hasta que la sangre se acumule en la cabeza de las aves, con esto se genera un período leve de tranquilidad e inmovilidad, posteriormente se estira el pescuezo y se lo dobla para realizar el corte en la vena yugular, que provoca el de sangre y la muerte del ave en un período de 1,5 a 3,0 minutos.

ESCALDADO.

Luego del desangrado, se procede al escaldado del pollo, esto se realiza con el objetivo de dilatar los folículos de la piel y permitir en el siguiente proceso la extracción fácil de plumas; la temperatura del agua a la cual se sumerge al animal debe estar entre los 50 y 52 °C manteniéndose así uniformemente, el rango de permanencia del animal en la cuba de escaldado está entre los 2,0 a 2,5 min, si se aumenta la temperatura o el tiempo de permanencia en el agua, las canales se decoloran, se produce un par de amiento de la epidermis irreversible en la etapa superior de oreado. Si disminuye la temperatura o el tiempo de permanencia, la eficiencia del pelado será muy baja.

La línea automática, como se puede apreciar en la Figura 5, posee tanques escaldadores con divisiones, cada sección del tanque en el cual se sumerge un ave, posee boquillas que inyectan vapor de agua o recirculan el agua alrededor del cuerpo del ave, una vez que ha transcurrido el tiempo de escaldado, y se han sumergido hasta 5 aves por sección, se realiza un recambio automático de agua.

En líneas de proceso manual existe una escaldadura independiente, en la cual se depositan los pollos que se retiran de los conos después del sacrificio, utiliza las

mismas temperaturas y tiempos que una línea automática, posee un falso fondo donde se colocan las aves, éste se abre y deja que las aves caigan al agua y se mojen por el tiempo determinado, mediante un sistema neumático, se vuelve a cerrar el falso fondo retirando del agua a las aves, para luego enviarlas a la peladora.

PELADO.

Posteriormente a la operación de escaldado, los pollos en línea automática pasan por la sección de pelado como se observa en la Figura 7, que es una cámara conformada por discos que llevan acoplados dedos de goma, estos discos están calibrados para cubrir toda la superficie de la carcasa, cuando el ave pasa por esta sección, los discos giran y los dedos comienzan por contacto a retirar todas las plumas de la canal, si los discos se encuentran demasiado cerca del cuerpo del animal, aparte de la remoción de plumas, se producen desprendimientos de piel y carne, los mismos que afectan la calidad del producto final y generan incluso, su rechazo definitivo; si por el contrario la calibración y velocidad de los discos de pelado están por debajo de la calibración adecuada, el pelado será ineficiente, por consiguiente, se tendrá que hacer recircular todas las carcasas que no se pudo extraer las plumas, esto a su vez genera mayores gastos energéticos y de mano de obra. El tiempo aproximado de pelado es de 25 – 30 s/pollo.

El pelado en una línea manual o semiautomática se realiza por medio de un tambor de pelado el mismo que posee un eje central que facilita el movimiento giratorio, en las paredes y la base del tambor se encuentran acoplados dedos de goma o caucho; cuando los pollos son dispuestos en el tanque pelador, este comienza a girar en dirección contraria a la inercia del movimiento del pollo, en este momento los dedos de caucho desprenden las plumas de los folículos, el tiempo de pelado promedio de la centrifuga de este tipo, se encuentra alrededor de 30 s/pollo, el mercado oferta diversas capacidades de tanques o tambores. Cuando la velocidad angular rebasa la media establecida para la cantidad de pollo a pelar, puede presentarse rotura de alas y patas o desprendimiento de piel y carne, si por el contrario la velocidad angular es inferior a la media, el pelado no será el adecuado.

FLAMEADO Y RAJADO.

El flameado se realiza a través de un soplete de baja intensidad, que utiliza gas licuado de petróleo (GLP) como combustible, el objetivo, es quemar y desaparecer las plumas que no pudo eliminar el sistema de desplumado, especialmente las que se ubican en zonas de difícil acceso y son de tamaño pequeño (cuello, corvejones, punta de alas, entre otras) que representan una disminución de la calidad en la presentación del producto final, las plumas medianas o grandes que no pudo sacar la peladora, son extraídas manualmente. El rajado consiste en realizar un corte horizontal de 5 cm en la cloaca, que deja lista la entrada a la cavidad gastrointestinal, en este proceso se desprende o separa la cloaca y la bolsa de Fabricio, ya que por motivos de sanidad estos no comestibles.

EVISGERADO.

Tanto en el proceso automático como manual, como se explica en (Sams, 2001), el eviscerado consiste en la extracción de las vísceras o menudencias de la cavidad gastrointestinal del ave, consta de tres pasos:

1. Abrir la cavidad intestinal a partir del rajado en la cloaca,
2. Extraer las vísceras de la cavidad gastrointestinal,
3. Lavar la cavidad vacía, las vísceras (intestinos, corazón, molleja, entre otras) y demás menudencias (cabeza, pescuezo y patas) minuciosamente con agua clorada (máximo 50 ppm de hipoclorito de sodio en agua). Posteriormente se segmentan y clasifican las menudencias en desechos comestibles y no comestibles.

Desechos comestibles

- Cabeza
- Pescuezo
- Patas

- Molleja
- Corazón
- Hígado.

Desechos no comestibles

- Buche
- Proventrículo
- Intestinos
- Vesícula biliar (Hiel)
- Pulmones
- Páncreas

Los desechos comestibles una vez lavados, se enfundan y sellan para luego ser re enfriados por 15 minutos en hielo, esto con el fin de volver a la cavidad gastrointestinal de la canal faenada, cuando ésta ha terminado el proceso de hidratación antes del enfundado final de la canal.

En una línea automática se realizan los mismos procedimientos, con la diferencia que la extracción de vísceras, la realiza un garfio o tensor que luego del rajado se inserta hasta el fondo de la cavidad intestinal y arrastra las menudencias hacia el exterior, con esto se deja listo para que los operarios realicen la separación total de la carcasa, estos a su vez realizaran los siguientes pasos descritos anteriormente.

LAVADO O PRE ENFRIAMIENTO.

Una vez que el pollo ha sido faenado en una línea manual, pasa al prechiller o tanque de inmersión, que es un recipiente cilíndrico de acero inoxidable, el cual posee un eje central, que transmite el movimiento hacia aspas onduladas unidas al eje; la función

principal del prechiller es realizar el lavado completo de la carcasa, que elimina restos de sangre, plumas y desechos del eviscerado, así como microorganismos de la cavidad eviscerada y de la superficie de la piel (principalmente bacterias patógenas: Salmonella, E. Coli y Campylobacter), e hidratar a la canal en un porcentaje del 4,5 %, el agua debe mantenerse a una temperatura de 22 – 28 °C, con un pH de 6 - 7 y con una concentración de cloro de no más de 50 ppm, el proceso de reenfriamiento dura de 15 - 20 min.

En las líneas de proceso automáticas o en cadena se utiliza ya sea el tanque de inmersión, o duchas que son aspersores instalados en la línea a la salida de la evisceración, que se activan cuando el pollo pasa por los mismos y generan un chorro a presión, que lavan tanto la cavidad eviscerada como toda la superficie de la piel, el objetivo de las duchas no es tanto hidratar al pollo sino más bien lavar la carcasa para asegurar su inocuidad, es así que el proceso de duchado es efectivo si utiliza como mínimo 1,5 l de agua/pollo, el agua debe mantener las condiciones indicadas anteriormente en el sistema de prechiller, excepto en el tiempo de acción, que en este caso es igual al tiempo en el cual se esparce la cantidad de litros determinada para los pollos.

ENFRIAMIENTO.

En esta etapa el pollo ya hidratado en una línea manual o automática, pasa al chiller (que tiene las mismas características del prechiller) por medio de la apertura de una compuerta de conexión. El objetivo del enfriamiento radica en inhibir el crecimiento bacteriano mediante la disminución de la temperatura, también retarda la oxidación lipídica de la grasas o lipo peroxidación a través de la adición de antioxidantes en el agua de enfriado, e hidrata las carcasas para luego enfriamiento debe tener entre 25 y 30 ppm de cloro.

El agua del proceso de enfriamiento, debe mantenerse siempre cerca de los 0 °C, mediante la adición constante de hielo, esto se confirma cuando la temperatura media en el centro de la pechuga, de una muestra de canal tomada aleatoriamente a los 45 minutos de iniciado el proceso es igual a 2 °C. El tiempo ideal de permanencia del pollo en el chiller es de 60 minutos, luego de este tiempo es retirado hacia la mesa de

marinado, en la misma que se inyecta a la pechuga una salmuera (mezcla de: sal, dextrosa, fosfatos, ascorbato sódico, entre otros componentes), que evitara la deshidratación de la canal faenada y a su vez le proporcionara jugosidad a la carne como característica de palatabilidad.

El método de enfriamiento en líneas automáticas como lo indica Barker et al. (2004), se denomina enfriamiento por aire u oreado y está basado en la aplicación de aire frío en la superficie interna y externa de las carcasas.

CLASIFICACIÓN.

Desprendimiento de piel y músculo, entre otros). Esta operación se realiza en mesas de acero inoxidable que tienen acoplados compartimentos dirigidos hacia gavetas, en donde se depositan los pollos de acuerdo al tipo de categorización para luego ser enfundados, empaquetados o enviados a líneas de proceso superiores (despresado, fileteado, entre otras).

La clasificación en una línea automática puede ser realizada por personas o bien por sistemas de selección computarizados, el pollo al salir de la línea del chiller pasa automáticamente a una línea de preselección que es una cámara que posee una balanza y un sistema de visión controlado por computadora; que registra el peso de la canal el momento en que ésta atraviesa la cámara, así como distingue y separa las aves que presenten golpes, cortes o roturas así como hematomas en la piel y extremidades; al salir de la cámara el sistema envía una señal a un clasificador de cadena, el mismo que discrimina los pesos enviados y los desvía a líneas secundarias de producción según la calidad del producto

EMPACADO.

El enfundado se refiere a la inserción de la canal clasificada (con el paquete de menudencias si es pollo completo, o sin menudencias si es canal vacía) en fundas de PEBD (Polietileno de baja densidad) a través de conos de enfundado manual o por enfundadoras automáticas adheridas a la línea de proceso, las fundas son

perforadas para evitar la acumulación de líquidos (exudados) que pueden generar contaminación microbiana, y selladas por medio de cinta adhesiva.

El empaqueo se realiza en jabas plásticas de 35 kg cada una con orificios en toda la superficie de sus lados, estas jabas antes de contener el producto son lavadas con agua clorada a 40 ppm de hipoclorito de sodio y desinfectadas con soluciones químicas de grado alimenticio, posteriormente son forradas con fundas de PEBD para evitar el contacto directo del pollo con la jaba o con el suelo, esto se lleva a cabo especialmente cuando el pollo, es comercializado sin funda o empaque individual, asegurando la inocuidad del producto final.

ALMACENAMIENTO.

Se realiza en cuartos fríos a temperaturas de refrigeración si el pollo va a ser almacenado por un tiempo corto (días), o en freezers industriales a temperaturas de congelación si las canales van a ser almacenadas por un período prolongado de tiempo (semanas, meses). La temperatura de refrigeración oscila de 2–4 °C y la de congelación depende del tiempo que se desee almacenar el producto.

DETALLES DEL PRODUCTO.

El proyecto pretende inicialmente demostrar la viabilidad de engordar pollos de la línea genética ROSS, de un día de nacido a un peso promedio de 44 gramos, con una duración de crianza de los mismos de 6 semanas. El peso estándar de cada pollo según engordado con alimento concentrado, tendrá un peso en pie de 3.9 a 4.2 libras a lo cual corresponde un peso efectivo en carne para el mercado de 3.4 a 3.6 libras

BENEFICIOS DEL POLLO.

- **Es nutritivo.**
 - ✓ Porque es un alimento que ayuda a controlar el peso.
 - ✓ No engorda.
- **Es de fácil digestión.**
 - ✓ Asegura la ingesta adecuada de vitaminas y proteínas para la salud y bienestar físico.
 - ✓ Genera gran seguridad de estar alimentado correctamente a la familia.

- **Es práctico.**

- ✓ No requiere de grandes conocimientos culinarios para prepararlo.
- ✓ Porque permite al ama de casa compaginar sus actividades (deberes) además de cocinar.
- ✓ Apoya al ama de casa para ofrecer siempre alimentos correctos.

- **Es versátil.**

- ✓ Es adaptable para la preparación de múltiples guisados.
- ✓ Proporciona sabores y sensaciones para gustos diferentes.
- ✓ Es apropiado para cualquier rol, momento del día o intención.

- **Es económico.**

- ✓ Es un alimento con excelente relación costo y beneficio.
- ✓ Satisface sin desperdicio.
- ✓ Ayuda a la economía familiar sin denotar carencias y/o niveles sociales.

- **Es seguro.**

- ✓ Asegura la nutrición de miembros de la familia “difíciles y melindrosos”
- ✓ Asegura el seguimiento de dietas bajas en grasa sin problema.
- ✓ Permite complacer y asegurar aceptación.

- **Es curativo.**

- ✓ Funciona como un vehículo de nutrientes.
- ✓ Es ligero y favorece los procesos estomacales.
- ✓ Es recomendado por médicos y nutriólogos.
- ✓ Es un alimento con atributos re animantes.

- **Es social.**

- ✓ Tiene una aceptación generalizada por la población.
- ✓ Se adapta a cualquier situación de consumo cotidiano y/o de estatus.
- ✓ “Adorna” una mesa o un platillo.

- **Es proyectivo.**

- ✓ Favorece el rol de la madre preocupada por la nutrición de sus hijos.
- ✓ Apoya el rol de la madre cercana, cálida y presente.
- ✓ Asegura el rol de mujer moderna, de primer mundo. (Puentes, Eleonora;)

2.4 DEFINICIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS.

La empresa presenta el siguiente esquema de negocios en el cual se estudian distintos puntos de vista en el mercado por parte de la empresa, para establecer la línea estratégica a seguir en el área de producción y comercialización, con el fin de maximizar los recursos y potenciar las capacidades de la empresa, además de ser la tarjeta de presentación para lograr un financiamiento de una institución financiera.



Figura 5, Modelo de negocios.

La empresa Tierra de Fango S. de R.L. ha definido un plan de negocios orientado a mejorar la productividad por medio de la optimización del tiempo y recursos que garantice una mejora continua en los procesos de producción y adelantos tecnológicos en el área, que maximice las utilidades de la empresa, ofreciendo un producto de calidad a un bajo precio, que genere valor agregado, garantizando la lealtad a la marca por parte de sus clientes (Marketing, Estratégico).

Estrategia de producción: está enfocada a la administración de la materia prima y suministros en pro de un mejor aprovechamiento de los recursos que utiliza la empresa para realizar su principal actividad que es la producción. (Gomez, 2002)

Cadena de suministro: Permite dinamizar la producción y mejora la capacidad productiva de la empresa, lo que se traduce en mejoras de la capacidad de gestión, y

genera valor agregado ya que permite agilizar el proceso aun en tiempos de crisis. (Gomez, 2002)

Alianza estratégica con proveedores: plan de requisiciones para que ellos se encargue de ejecutarlo de acuerdo con las condiciones de calidad, costo, plazo y servicio post venta, tanto la empresa como el proveedor generan beneficios a partir de la premisa Ganar- Ganar. (Gomez, 2002).

Estrategia de distribución: por medio de la ubicación estratégica de la planta que se ubica en las cercanías del municipio, se aplicara una distribución intensiva, para captar nuevos cliente y puntos de ventas. (Gomez, 2002)

Enfoque: la estrategia de enfoque permite generar valor agregado para el cliente por medio de la diferenciación. (Kotler, Philip)

El precio: al disminuir el costo de producción por la alianza estratégica con proveedores de suministros y materia prima, permite a la empresa vender la libra de pollo a un precio más bajo que el de la competencia, (Kotler, Philip)

El cliente: la mayoría de los compradores tienen necesidades similares como ser el alto precio, la calidad del producto y la consistencia del proveedor, la empresa Tierra de Fango S. de R.L. quiere satisfacer esas necesidades insatisfecha ofreciendo un producto de calidad para los consumidores a un precio justo para los distribuidores, que garantice la preferencia y la lealtad del mismo. (Kotler, Philip).

2.5 PROPIEDAD INTELECTUAL.

Tierra de Fango S. de R.L. se pretende constituir como una Empresa de Sociedad de Responsabilidad Limitada, esta constitución se hará por medio de una escritura pública, misma que tiene un costo de inscripción en la Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa de L. 590 y que será inscrita en el registro mercantil con un costo de L. 236

por cada 5,000 de capital, considerando los honorarios del representante legal, se calcula un costo de L. 5,000.

Para iniciar el proyecto de inversión se solicitarán los siguientes permisos, licencia ambiental especial, otorgado por la secretaria de recursos naturales y ambientales (SERNA), permiso de construcción que lo otorga la alcaldía municipal del Talanga F.M. contrato de aprovechamiento de aguas SERNA, planes de manejo operativo, de carácter forestal otorgado por la ICF, solicitud tributaria exoneración de impuesto DEI, Certificado de inversión Secretaria de industria y comercio, Registro de la empresa como distribuidores y vendedores ley fitosanitaria (SAG), certificado de salud y buenas prácticas de manufactura para la libre venta otorgado por (SAG), permiso zoosanitario y certificado Fito zoosanitario otorgado por la (SAG). Que tendrán un costo total de L. 8,800.

Permiso de la operación otorgado por parte de la alcaldía municipal de Talanga F.M. con un valor de L.1, 000.

Solicitud de autorización de predio o inscripción al programa avícola nacional a través de apoderado legal con una carta poder debidamente autenticada, con copia de la escritura de la sociedad, con un costo de L.5, 000 el trámite.

Solicitud de operación otorgada por SENASA, costo L.690

Se realizara el Registro Tributario Numérico (RTN), en la Dirección Ejecutiva de Ingresos, el cual tendrá un costo de L. 2,500.

Para el proceso de registro de la marca de “San Diego” se realizará en la Secretaria de Industria y Comercio, que tiene un costo de L. 15,000, tomando en consideración los honorarios del abogado que realizara los tramites, y para esto será necesario presentar la solicitud en recepción, ingresar la información base de datos/libro, efectuar examen de anterioridades/ búsqueda antecedentes, efectuar examen de fondo, posteriormente a la realización del examen se pueden producir dos escenarios: a- Favorable se emite

aviso de publicación en el diario oficial la gaceta, Desfavorable se otorga plazo de 60 días para contestar las objeciones.

Después de haber salido la publicación en el Diario la Gaceta, se publicara la marca o signo distintivo, por 3 veces consecutivas con intervalos de 10 días hábiles cada publicación y se otorgara un plazo de 30 días hábiles, para que cualquier persona interesada presente oposición dentro del periodo indicado, desde la fecha de la última publicación, en caso contrario se emite orden de pago, según la tasa fiscal establecida de acuerdo a la marca o signo distintivo que se trate.

Hecho todo lo anteriores extenderá certificado de registro que constituye al titular, el título que lo acredita como tal. El promedio de trámite de la marca o signo distintivo es de 3 meses y medio desde su presentación hasta la entrega del título.

2.6 FACTORES CRÍTICOS DE LA INDUSTRIA.

2.6.1 FUERZAS DE MICHAEL PORTER.

2.6.1.1 (F1) PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES O CLIENTES. RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES.

La industria avícola en Honduras está formada por 1,126 granjas reconocidas, tres de ellas dominan la industria avícola, CADECA, CARGIL HONDURAS, EL CORTIJO, procesan mediante sus propias granjas el 85% de la producción nacional, sin embargo con contratos a terceros (empresas integradoras) procesan más del 98% de la producción total.

Se puede decir que hay oligopolio porque estas grandes empresas son las que denominan precios y ejercen poder en el mercado, dejándole solo una pequeña ración del mercado a las demás granjas avícolas que principalmente se dirigen al mercado informal.

Representa una amenaza alta para la planta productora y comercializadora de carne avícola.

2.6.1.2 (F2) IDENTIFICACIÓN DE LOS COMPETIDORES.

CADECA, CARGIL DE HONDURAS y EL CORTIJO, compiten entre ellas de igual a igual, pero solo CADECA, completa el proceso y líneas de producción y además tiene contacto con el consumidor final por medio de sus restaurantes.

Los demás competidores son desiguales antes estas grandes empresas pero representan una amenaza media alta para la planta productora y comercializadora “Tierra de Fango S de R.L.”.

GRADO DE DIFERENCIACIÓN.

Las grandes empresas compiten por medio de la publicidad comercial entre ellas, su marca es reconocida a nivel nacional su principal diferenciación está en los precios y los productos, los otros competidores solo son conocidos a nivel de la comunidad y no se preocupan en invertir en publicidad comercial y no son tan reconocidos como los grandes, no pueden competir con los precios fijados y con la productividad y diversificación de los productos de las grandes empresas por lo tanto representa una amenaza intermedia para la empresa.

ALCANCE DE LA COMPETENCIA.

CADECA es la única empresa avícola que cuenta con las instalaciones y normas de calidad ISO para exportar a EUA, y cumple con todas las leyes y regulaciones sanitarias que garantizan un producto de calidad, las demás granjas no cuentan ni con las instalaciones y no cumplen con los requerimientos sanitarios para exportar, esto representa para la empresa una amenaza baja.

2.6.1.3 (F3) LA AMENAZA DE ENTRADA A NUEVOS COMPETIDORES.

La amenaza de entrada a nuevos competidores es relativamente alta, ya que la mayoría de granjas se dedican a la producción a mediana escala, y buscan nuevos mercados para expandirse.

PUBLICIDAD Y MARKETING.

El que las otras empresas no dediquen tantos esfuerzos a la publicidad, representa una amenaza media baja para la empresa, ya que uno de las estrategias es penetrar el mercado por medio de imagen de marca.

FIDELIZACIÓN DE CLIENTES/MARCA.

Las grandes empresas de la industria son las únicas que cuentan con publicidad comercial, ya que invierten mucho dinero en imagen y publicidad y centran sus esfuerzos de marketing para fidelizar a las masas, esto representa una amenaza alta para la empresa.

DISTRIBUCIÓN AL POR MENOR.

Las granjas avícolas de mediana y pequeña escala dedican sus esfuerzos a vender sus productos al por mayor, igual que las grandes empresas por lo tanto el enfoque que sigue el sector avícola es vender un volumen de ventas considerable que cubra los costos y genere ganancia, esto representa una amenaza baja para la empresa, ya que la naturaleza de estas empresas es vender por volúmenes y son los centros distribuidores como supermercados, pulperías y tiendas de conveniencia los encargados del mercado a detalle.

EI MIEDO A REPRESALIAS.

Muy difícil entrar a un mercado donde los competidores están bien establecidos, esto puede generar una guerra de precios, o nuevas estrategias por parte de las grandes empresas para desestabilizar a los nuevos competidores, esto representa una amenaza alta para la empresa.

2.6.1.4 (F4) LA AMENAZA A PRODUCTOS SUSTITUTOS.

Hay muchos tipos de carne blanca que pueden sustituir la carne de pollo, en caso de escases o alza en los precios, la carne de conejo y la de pescado representa una verdadera amenaza al sector y se considera bastante alta, ya que los consumidores buscarían opciones más cómodas para satisfacer sus gustos y necesidades.

AGRESIVIDAD DE LOS PRODUCTOS SUSTITUTOS EN PROMOCIÓN.

La carne de pollo es una de las más saludables ya que es carne blanca, baja en grasas y contiene proteína y vitaminas, que garantiza una nutrición sana para las personas, si por cuestiones de precios o escases, la persona debe considerar que el cambiar de carne requiere cambiar sus hábitos alimenticios y pone en riesgo su salud, representa una amenaza intermedia para la industria y para la empresa.

COSTO DE CAMBIO.

Si los costos de adquirir un producto sustituto son bajos, pueden cambiar fácilmente a los productos en sustitución, representa una amenaza alta para la empresa y la industria.

PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES.

Los proveedores para una empresa avícola son bastantes importantes, ya que brindan los insumos y la materia prima requerida para llevar la producción, al existir tres empresas que cuentan con los procesos de producción e integración, estos son los que regulan los precios de la cría, son los únicos distribuidores en el país, y según las normas y regulaciones las granjas avícolas deben cumplir con la normativa prescrita por las instituciones para poder producir, por ende la empresa debe cumplir con todas las normas de calidad y cumplir con todos los estándares demandados por los ente reguladores para poder producir.

El poder de negociación es alto y con la medida que se cumplen los requisitos tanto financieros como ambientales y jurídicos la empresa puede establecer alianzas estratégicas con proveedores de materia prima e insumos.

2.6.1.5 (F5) EL PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES.

Al tratarse de un producto masivo, se debe de satisfacer la demanda en general, los principales compradores de pollo entero fresco son los centros distribuidores como las supermercados, restaurantes, pulperías, carnicerías que se encargan de llevar el producto al consumidor final, el poder de negociación es bastante alto ya que la carne de pollo es distribuida a distintos precios y por distintos competidores y una pequeña

variación en el precio puede representar una pérdida o ganancia para la empresa, representa una amenaza alta para el sector en general y para empresa en específico.

SECTOR INFORMAL.

Este segmento está fragmentado, y el poder de negociación es bajo ya que buscan carne de pollo no importa su procedencia, a un menor precio que al normalmente se distribuye por lo tanto la amenaza es alta ya que hay muchos competidores tradicionales o de pequeña escala, que buscan mover su producción a estos sectores en específico, ya que la saturación del mercado por parte de los grandes productores en algunos sectores deja a las demás granjas sin opciones de puntos de venta, y los productores a mediana escala buscan salidas como estas para resolver la crisis.

2.6.2 ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER.



Figura 6, Análisis de las 5 fuerzas de Porter.

2.7 ANÁLISIS FODA

La siguiente matriz tiene como finalidad analizar los factores críticos positivos y negativos que potencian o limitan la puesta en marcha de una planta productora y comercializadora de carne avícola en el municipio de Talanga, en base a la situación actual de la industria avícola del país.

Tabla 1. Análisis FODA del sector avícola.

| | | |
|--|--|--|
| <p>MATRIZ FODA</p> | <p>Oportunidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Nuevas tecnologías -Ubicación geográfica -Demanda insatisfecha -Nuevos segmentos de mercado. -Crecimiento de la demanda en la zona. -No hay iniciativa de producción. -Crecimiento del sector avícola. | <p>Debilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Proceso continuo el cual no debe detenerse -Capacidad económica -Falta de experiencia en producir y comercializar carne de pollo. |
| <p>Fortalezas:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Tecnificado de proceso productivo -Normas sanitarias -Bioseguridad -Inocuidad | <p>Estrategias para maximizar las fortalezas y oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> -penetración de mercado. -Alianzas estratégicas con proveedores de materia prima. -Impulsar por medio de la imagen comercial el cuidado del medio ambiente | <p>Estrategia para minimizar debilidades.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Desarrollar con otros productores de la zona, cooperativas de ahorro y préstamos que garantice el financiamiento a los productores y capacitaciones para mejorar los procesos. |
| <p>Amenazas:</p> <ul style="list-style-type: none"> -leyes y regulaciones -Impacto ambiental -enfermedades virales -contaminación de agua, aire y suelo. -competencia. | <p>Estrategias para minimizar amenazas.</p> <ul style="list-style-type: none"> -desarrollo de otros mercados -estrategias de precio, promoción y ventas. -Relación estrecha con las instituciones reguladoras. | <p>Estrategias para Minimizar tanto amenazas como debilidades.</p> <ul style="list-style-type: none"> -mejoramiento de los controles ambientales. -implementar vigilancia |

| | | |
|--|--|--|
| | -Evaluación y supervisión ambiental periódica. | sanitaria por medio de una laboratorio externa que garantice la calidad del producto |
|--|--|--|

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.

La metodología de investigación describe cada uno de los componentes y como se le dará respuestas a las preguntas de investigación, con el fin de brindar respuestas congruentes por medio de la recolección y análisis de la información de las distintas fuentes de estudio se diseñan técnicas e instrumentos como ser la encuesta o cuestionario y entrevistas que se aplicaran el campo con el fin de darle respuesta a los objetivos planteados.

3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA.

3.1.1 MATRIZ METODOLÓGICA.

Tabla 2. Matriz metodológica.

| Título | Problema | Preguntas de investigación | Objetivo | | Variable | | |
|--|--|---|---|--|---|--|--|
| | | | General | Específico | Independiente | Dependiente | |
| Producción y comercialización de pollos de engorde "TIERRA DE FANGO" | ¿Es factible la instalación de una planta productora de carne avícola, en el municipio de Talanga? | 1. ¿Cuál es el capital de inversión requerido por la familia para la implementación de una planta de producción y comercialización de carne avícola en el municipio de Talanga? | Facilitar las condiciones favorables para la producción y comercialización de carne avícola, mediante un estudio de pre-factibilidad, para la implementación de una planta productora y comercializadora del producto en el mercado regional. | 1. Identificar los factores que potencian o limitan la puesta en marcha de una planta productora y comercializadora de carne avícola. | <ul style="list-style-type: none"> • Leyes y regulaciones. • Tecnología • Instalaciones • Oferta • Producción • Rentabilidad • Recursos • Mano de obra • Capital | <ul style="list-style-type: none"> • Planta productora y comercializadora de carne avícola. | |
| | | 2. ¿Cómo influyen los costos de producción en la rentabilidad del proyecto? | | 2. Analizar los factores que potencian y limitan la puesta en marcha de la planta y como ha sido la experiencia de otros productores de la zona en el mismo rubro. | | | <ul style="list-style-type: none"> • Costos de producción. • Competencia |
| | | 3. ¿Cuáles son las regulaciones ambientales y municipales para instalar la planta? | | 3. definir cuáles son las regulaciones ambientales y municipales para instalar dicha planta. | | | |
| | | 4. ¿Qué se debe proponer para implementar la producción y comercialización de carne avícola? | | 4. proponer un estudio de pre-factibilidad para la instalación de la planta de producción y comercialización de carne avícola. | | | |

3.2 VARIABLES DE ESTUDIO.

3.2.1 LA VARIABLE DEPENDIENTE.

Fue la implementación de la planta productora y comercializadora de carne avícola, que se afectó de manera positiva o negativa por los factores económicos, sociales y jurídicos.

3.2.2 VARIABLES INDEPENDIENTES.

Son todos aquellos factores económicos, factores de producción y factores sociales y jurídicos que potencian o limitan la implementación o puesta en marcha de la planta, las variables de estudio se detallan en la figura siguiente.



Figura 7, Variables de Investigación.

3.2.3 DEFINICIÓN OPERACIONAL DE LAS VARIABLES.

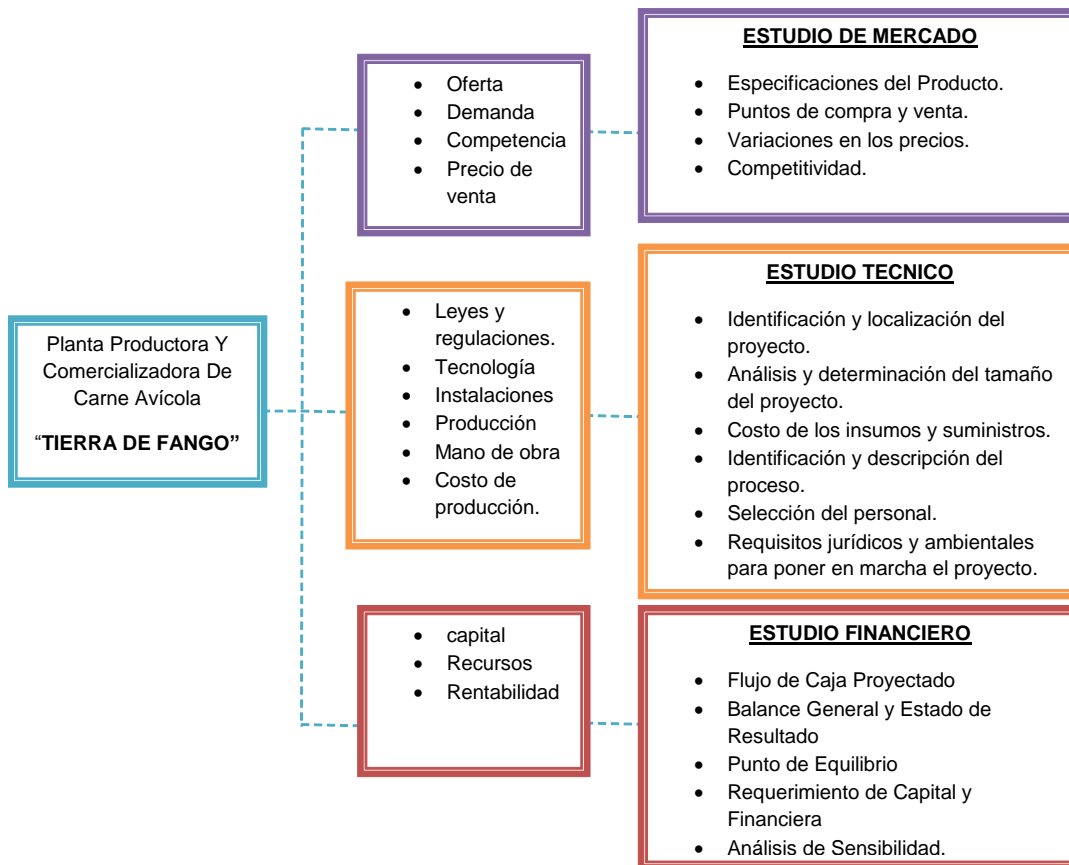


Figura 8, Definición operacional de las variables.

3.2.4 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLES.

Tabla 3.Operacionalización De Las Variables Independientes.

| Variables independientes | Definición | | Dimensiones | Indicador | Items | Unidades categoricas |
|---|---|--|--------------------------------|--|---|----------------------|
| | Conceptual | Operacional | | | | |
| Oferta | Valor total de los bienes y servicios que las empresas estarían dispuestas a producir en un espacio de tiempo dado.(Nordhaus & Samuelson, 2010) | La oferta es directamente proporcional al precio; cuanto más alto sea el precio del producto, más unidades se ofrecerán a la venta. | Especificaciones del producto. | <ul style="list-style-type: none"> • Movimiento del producto en el mercado • Frecuencia de compra y venta • Volumen de compra del producto y volumen de venta del producto. | ¿Compra y vende carne de pollo?. | SI |
| | | | | | | NO |
| | | | | | ¿Con qué frecuencia compra la carne de pollo para comercializarla?. | • Mensual =1 |
| | | | | | | • Quincenal=2 |
| | | | | | | • Semanal =3 |
| | | | | | | • Otras=4 |
| | | | | | ¿Cuántas libras de pollo compra, por cada pedido que realiza?. | 10=1 |
| 20=2 | | | | | | |
| 30=3 | | | | | | |
| 50=4 | | | | | | |
| 100=5 | | | | | | |
| 200=6 | | | | | | |
| ¿Cuántas libras de pollo vende a la semana? | Más de 200=7 | | | | | |
| | Pregunta abierta | | | | | |
| Demanda | Se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor. | Es el volumen máximo que podría alcanzar un producto o servicio en unas condiciones y tiempo determinado, y se expresa en unidades físicas o monetarias. | Puntos de compra y venta. | Relacion cliente/proveedor. | ¿Cuánto tiempo lleva trabajando con su actual proveedor?. | Días =1 |
| | | | | | | Mes=2 |
| | | | | | | Año=3 |
| | | | | | | Más de un año=4 |
| | | | | | ¿Realiza compras al crédito, con su actual proveedor? | SI=1 |
| | NO=2 | | | | | |
| Precio de venta | Es el valor monetario que se le asigna a algo. | El precio de un producto influye en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto y/o servicio que recibe. | Variaciones en los precios. | Precios. | ¿Cuál es el precio de compra por libra?. | Pregunta abierta |
| Competencia | Empresas que luchan en un determinado sector del mercado al vender o demandar un mismo bien o servicio. | Integración, movilización y adecuación de capacidades, conocimientos, actitudes y actividades, utilizados en distintas situaciones. | Competitividad. | Identificación de los competidores potenciales. | ¿Quién es actualmente su proveedor?. | Pregunta abierta |

Tabla 4. Operacionalización De La Variable Dependiente.

| Variable Dependiente | Definición | | Dimensiones | Indicador | Ítems | Unidades categóricas | Escala |
|---|--|--|------------------------|---------------------------------|--|---------------------------|--------|
| | Conceptual | Operacional | | | | | |
| Planta productora y comercializadora de carne avícola | Es un proyecto de inversión, para la puesta en marcha de una planta productora y comercializadora de carne avícola | Proceso de producción que se lleva a cabo bajo estrictas normas y regulaciones tanto ambientales como gubernamentales, que tiene como fin producir y comercializar carne de pollo. | Oportunidad de negocio | Demanda Insatisfecha del sector | ¿Estaría dispuesto a cambiar de proveedor? | SI | 1 |
| | | | | | | No | 2 |
| | | | | | ¿Porque factores cambiaria de proveedor? | Precio | 1 |
| | | | | | | Calidad | 2 |
| | | | | | | Consistencia | 3 |
| | | | | | | Facilidades de pago | 4 |
| | | | | | | Experiencia en el mercado | 5 |
| | | | | | | Normas Sanitarias | 6 |

3.3 ENFOQUE Y METODOS.

La presente investigación desarrolla un enfoque mixto predominando más la línea de investigación cuantitativa, con método deductivo, ya que se planteó un problema de estudio delimitado y concreto, se utilizó la recolección de datos con base en medición numérica y análisis estadístico, ya que lo que se intenta medir es la factibilidad y la viabilidad de una planta de producción de carne avícola, sin embargo al ser un estudio de pre factibilidad, está sujeto a realidades subjetivas como ser los distintos puntos de vista de productores y sus experiencias en el rubro, así como describir la realidad sobre el éxito o fracaso de producir y comercializar carne avícola, hace que tenga una orientación cualitativa.

El enfoque que se utilizó fue el mixto (cuantitativo probabilístico y cualitativo no probabilístico) se elaboró una encuesta para obtener datos para la línea cuantitativa, se realizó entrevistas a productores de la zona para conocer experiencias a fines del rubro, al fin de recolectar información para la cualitativa.

3.4 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.

Se ha definido un diseño no experimental, con el que se busca determinar qué aspectos y características de las variables independientes influyen de manera directa o indirectamente en la factibilidad del proyecto, estableciendo una relación causa y efecto, entre las variables de estudio.

La recolección y análisis de la información se realiza con el objetivo de estudiar los fenómenos en su estado natural, en este caso las variables independientes son la base de la investigación ya que de ellas se desprenden factores positivos y negativos, la diferencia entre ellos será vital para tomar una decisión, entre si invertir o no, en la planta de producción.



Figura 9, Diseño de la Investigación.

3.4.1 TIPO DE DISEÑO TRANSVERSAL.

Por ser un estudio de pre-factibilidad de una planta de producción y comercialización de carne avícola, la información se recopiló en un solo momento, su propósito es la descripción de las variables independientes y analizar su incidencia e interrelación justo antes de tomar la decisión de invertir o no en el proyecto.

3.4.2 ALCANCE CORRELACIONAL.

El alcance es correlacional la puesta en marcha de la planta de producción y comercialización de carne avícola, dependerá del análisis de una variable respecto a otra u otras variables relacionadas.

3.4.3 POBLACIÓN.

En este estudio se identificaron para ser parte del universo o población, los comercios que se dedican a la venta de carne de pollo como ser: supermercados, mercaditos, pulperías, polleras y restaurantes que se ubican en el municipio de Talanga, y que según datos de la municipalidad son 162. (Talanga, 2008).

3.4.4 MUESTRA.

La muestra fue un pequeño nicho de distribuidores formales e informales, especial para este grupo; en el cual se busca evaluar distintos factores como oferta, demanda, nivel de consumo o compra, al igual determinar su situación actual en el mercado local de consumo de carne de pollo. La muestra es de tipo probabilístico, dado que cada negocio de tiene la misma oportunidad de ser seleccionados, lo cual evita un sesgo sistemático de muestreo, lo cual da como resultado una muestra representativa de toda la población. La población total fue de 162 negocios compuestos por polleras, supermercados, minimercaditos y pulperías, de los cuales resulto una muestra de 114 locales encuestados.

Una fórmula muy extendida que orienta sobre el cálculo del tamaño de la muestra para datos globales es la siguiente:

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

Ecuación 1. Fórmula para calcular muestra.

N=Población.

K= Es una constante que depende del nivel de confianza que se asigne.

P=Es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio.

q= Es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es 1-p

n= Es el tamaño de la muestra (número de encuestas que vamos a hacer).

e= error muestral deseado

N: 162

k: 1.96

e: 5 %

p: 0.50

q: 0.50

Calcular muestra

n: 114 es el tamaño de la muestra

Varios ejemplos

Figura 10, Tamaño de la muestra.

3.4.5 UNIDAD DE ANÁLISIS.

La unidad de análisis de la investigación se centra en el segmento de mercado local, que está constituido por todos los comercios ya sean mercaditos, polleras y pulperías que demanden o no carne de pollo en el municipio de Talanga.

3.4.6 UNIDAD DE RESPUESTA.

Mediante la aplicación de 115 encuestas se obtuvo el porcentaje de demanda insatisfecha que estaría dispuesto a cambiar de proveedor, brinda la pauta en cuanto a los resultados obtenidos en el experimento, si la apertura de la planta productora y comercializadora de carne avícola es realmente la oportunidad de negocio que se espera.

3.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.

3.5.1 TÉCNICAS.

a) Observación.

Mediante la observación se pudo visualizar el comportamiento de los demandantes de carne de pollo, de los distintos proveedores que vender carne de pollo en el mercado y del mercado meta y las exigencias de los mismos, y también la estrategia y procedimientos que utiliza la competencia.

b) Entrevistas.

Con el fin de obtener distintas experiencia en el rubro se llevaran a cabo 2 entrevistas a productores de la zona, con el objetivo de tener una descripción en general del proceso de producción y etapas que se dan en el mismo ciclo de vida del producto, tener un panorama más claro de cuáles son los requisitos ambientales, legales y tecnológicos, para establecer una planta de producción.

3.5.2 INSTRUMENTOS.

a) Encuesta o cuestionario.

Con la aplicación de la encuesta o cuestionario se busca evaluar la oferta, demanda, precio de venta de la carne de pollo en el mercado, con el objetivo medir las distintas variables, al igual evaluar e identificar quienes son los competidores y que nivel comercializan sus productos.

b) fichas de observación.

PROCEDIMIENTOS.

Para la aplicación de las técnicas se debe considerar una serie de pasos para ejecutar de forma organizada y cumplir con los factores de tiempo y espacio, el proceso de análisis de información se basó en herramientas que facilitarían el entendimiento de la situación actual de la industria avícola en el municipio de Talanga, y la comparación de niveles y estándares, en lo que debería estar, así como la identificación de brechas y oportunidades de mejora, para el establecimiento de estrategias que permitan mejor nivel de calidad y alcanzar la rentabilidad deseada a continuación una descripción de las herramientas empleadas.

- Análisis operativo.
- Escenario.
- Análisis financiero de escenario.

3.6 FUENTES DE INFORMACIÓN

3.6.1 FUENTES PRIMARIAS.

Son la proporción de datos de primera mano, se trata de documentos, libros, tesis y disertaciones, testimonios o experiencia de expertos en el tema, videos, documentales y páginas de internet.

Las fuentes de investigación primaria son:

- ✓ Entrevistas a expertos
- ✓ Estudio de campo
- ✓ Conversación con empleados o directivos de otras empresas

3.6.2 FUENTES SECUNDARIAS.

Las fuentes de información secundaria son listas, compilaciones y resúmenes de referencia de fuentes primarias en el área de conocimiento en particular, los cuales comentan artículos, tesis, disertaciones y otros documentos especializados.

- ✓ Leyes y regulaciones nacionales
- ✓ Tesis.

3.7 LIMITANTES DE ESTUDIO.

- ✓ Una limitante que afecta la implementación del estudio es la escasez de información estadística que indique la oferta y la demanda anual en el municipio de Talanga y otras comunidades aledañas, se precisa de esta información de calidad, que a su vez nos indique realmente fundamentado en un documento, cuanto ha crecido el rubro y cuál es la cantidad ofrecida y demandada en cada departamento de Honduras, el verdadero número de granjas avícolas en el país, para tener datos más confiables y en base a eso sacar un resultado que se asemeje a la realidad de la industria.
- ✓ La ineficiencia de las instituciones reguladoras que no tienen ningún documento o guía de estudio de la industria, y que supuestamente son entes que están actualizados con información de primera mano y cuando los estudiantes visitan estas dependencias no hay información que pueda servir para realizar el estudio.
- ✓ Las 10 semanas que tiene como duración el proyecto de graduación es muy poco tiempo y se considera la principal limitante ya que hay mucha información

en la cual no se puede llevar a cabo el análisis correspondiente que se requiere para efecto de tesis por el poco tiempo que dura la clase y la dificultad que representa.

- ✓ El curso de Alfinpos debería de llevarse desde un inicio de la maestría, ya que quita demasiado tiempo llevarlo a la par del proyecto de graduación, es limitante ya que requiere manejar programas los cuales resultan a veces complejos y por el tiempo no se logra aprender a usar estas herramientas que son necesarias para el desarrollo de la tesis.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS.

En los capítulos anteriores, se describió el problema de investigación, se establecieron los objetivos, planteándose la hipótesis y variables de estudio, recopilando información de distintas fuentes con el fin de sustentar y apoyar teóricamente la investigación, se analizaron las fuentes de información primaria como secundaria por medio de la aplicación de encuestas al mercado meta, de igual manera se realizaron la entrevistas a personas conocedoras de la industria avícola, con el fin de apoyar los resultados.

4.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.

4.1.1 LA EMPRESA.

La empresa Tierra de Fango S. de R.L. fundada en noviembre del 2014, dedicada a la producción de pollo de engorde y comercialización del mismo, la iniciativa de invertir en una planta productora y comercializadora de carne avícola, nace de la familia Arias, originaria del municipio de Talanga F.M. que busca emprender este negocio familiar para mejorar su situación económica y tener una mejor calidad de vida.

4.1.2 EL PRODUCTO.

El nombre del producto será pollos “**SAN DIEGO**”, en honor al santo patrón del municipio de Talanga F.M. que cumple con un proceso de producción adecuado basado en las nuevas tecnologías y está debidamente respaldado por todas las regulaciones gubernamentales y sanitarias para ofrecer un producto de calidad nutricional a un precio más bajo que el de la competencia.

4.1.3 EL ESLOGAN.

Pollos “**SAN DIEGO**” tiene como eslogan, “**El Pollo de tu Tierra**” una frase que busca enmarcar una relación estrecha entre la empresa y el consumidor, ya que lo que se pretende es que la comunidad se identifique con el producto y empiece a consumir lo hecho en su casa, para fomentar el beneficio mutuo entre la empresa y el municipio, creando nuevos empleos y obras sociales para los pobladores de la zona.

4.2 ESTUDIO DE MERCADO.

4.2.1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA E INDUSTRIA.

Mercado competidor.

El estudio de mercado tiene como finalidad conocer el funcionamiento de las empresas competidoras que están en el mismo rubro directa o indirectamente, definiendo así una estrategia comercial competitiva con ellas, el análisis de la competencia permite estar prevenidos ante los nuevos movimientos y acciones por los competidores, sino también aprovechar sus falencias o debilidades, bloquear o hacer frente a sus virtudes y tomar como referencia sus estrategias o productos que estén dando buenos resultados.

Competidor Directo.

La competencia en el municipio de Talanga F.M. Es bastante amplia ya que existen 12 competidores directos identificados que distribuyen carne de pollo en los diferentes comercios, sin embargo entre los competidores más fuertes dos empresas pollo rey y pollo norteño son marcas plenamente identificadas tanto en la mente del consumidor como también en la del distribuidor, se reparten la gran parte del mercado abasteciendo a la mayoría de locales y dejando una pequeña participación a los demás competidores.

Con un porcentaje de participación pequeño pero que son empresas a mediana escala similares a Tierra de Fango S. de R.L. se encuentran inversiones pluma blanca y el productor Wilmer Fuentes que venden a distintos comercios de la zona, pero no son consistentes con su producción.

Precio de la competencia.

Según la información recopilada por medio de la encuesta aplicada a los diferentes locales se logró determinar el precio ofrecido por libra por cada empresa competidora.

Tabla 5, Precios de la competencia.

| Proveedor Unificado | ¿Cuál es el precio de compra por libra? | | | | | | | |
|----------------------------|--|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Pollo Norteño | L.21.50 | L.22.75 | L.23.00 | L.23.30 | L.24.00 | L.25.00 | L.26.00 | L.27.00 |
| 1 o más Proveedores | L.21.50 | L.22.00 | L.22.50 | L.23.00 | L.24.00 | L.25.00 | L.26.00 | L.29.00 |
| Pollo Rey | L.22.00 | L.22.50 | L.23.00 | L.23.30 | L.23.50 | L.24.00 | L.25.00 | L.26.00 |
| Don Trino | L.25.00 | L.26.00 | | | | | | |
| Jorge Fuentes | L.23.00 | L.24.00 | | | | | | |
| Dispensa Familiar | L.24.50 | | | | | | | |
| Auto productor | L.24.00 | | | | | | | |
| Pollo Cacique | L.23.00 | | | | | | | |

Competidores indirectos.

Son todas aquellas empresas en la industria pecuaria que producen carne de otros animales, como ser carne de res, cerdo, pescado. Que en caso de escasez o alza en los precios puedan sustituir fácilmente el consumo de la carne de pollo en el mercado.

4.2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO DEL CONSUMIDOR.

Mercado Meta.

Son todos aquellos comercios o locales que venden carne de pollo que estarían dispuestos a cambiar de proveedor, por distintos factores como ser precio, calidad, consistencia, facilidades de pago y otras ventajas o beneficios que se le ofrezcan al cliente durante la negociación.

Factores Subjetivos.

Pollos san Diego está dirigido a todos los comercios que venden carne de pollo a detalle al consumidor final, constituidos por Mercaditos, pulperías y polleras, que prefieren un producto fresco, de buena calidad a un precio menor que le de la competencia.

Factores Objetivos.

El estudio se realiza en el municipio de Talanga en el departamento de Francisco Morazán, ya que en los últimos años ha tenido un crecimiento económico, social y poblacional que le permite ser el segundo municipio más poblado y con mayor desarrollo en la región, a la medida que crece estas variables crece el mercado permitiendo la apertura de nuevos locales de distintos rubros, que demandan bienes y servicios permitiendo el auge económico, siendo fuente de abastecimiento para comunidades cercanas.

La demanda de carne de pollo se ha incrementado en los últimos años, esto representa una oportunidad de negocios ya que no hay productores con iniciativa de emprender en la zona, y según la tendencia de mercado el consumo de esta carne se incrementara en los próximos años.

4.3 ESTIMACIÓN DE TENDENCIAS DE MERCADO.

Análisis De La Oferta.

La industria avícola en el municipio de Talanga F.M. año con año se ha ido incrementando, se registran 12 empresas competidoras que ofrecen distintos productos a los diferentes comercios, según la investigación de campo realizada en el municipio donde se pretende el funcionamiento de la planta, la cantidad ofrecida por los competidores en el año 2014 es de 640,572.

Oferta Futura.

Los datos históricos basados en la tendencia de ventas estimada de carne de pollo en Centroamérica, es de 6,3%, por lo que se estima para los años siguientes la oferta en el rubro será la siguiente.

Tabla 6, Oferta Futura de la industria avícola.

| Año | Oferta Futura de Mercado |
|------------|---------------------------------|
| 2015 | 680,928 |
| 2016 | 723,827 |
| 2017 | 769,428 |
| 2018 | 817,902 |
| 2019 | 869,429 |
| 2020 | 924,203 |
| 2021 | 982.428 |
| 2022 | 1,044,321 |
| 2023 | 1,110,113 |
| 2024 | 1,180,051 |

Tabla 7, Oferta futura de la empresa a los clientes.

| Oferta futura de la empresa. |
|-------------------------------------|
| 155,784 |

La oferta futura por parte de la empresa será de 155,784 libras por año ya que es la capacidad instalada que la empresa puede producir anualmente en la planta, durante la vida del proyecto.

4.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

El proyecto de la planta productora y comercializadora de carne avícola en el municipio de Talanga F.M. requiere conocer la demanda actual, que este caso se requiere conocer la cantidad de libras de carne de pollo que solicitan los comercios por cada pedido que realizan, según la investigación de campo realizada la demanda de enero a octubre fue la siguiente

Tabla 8, Demanda actual de mercado.

| Años | Mercado |
|---------------------------|----------------|
| De enero a octubre | 533,810 |

De acuerdo a los datos arrojados por la encuesta se estima que de enero a octubre se demandaron por los comercios 533,810 libras pollo en los diferentes comercios como ser polleras, pulperías y mercaditos y que fueron los locales encuestados cuando se realizo el estudio de campo.

Tabla 9, Demanda futura del mercado.

| Año | Demanda Futura de Mercado |
|-------------|----------------------------------|
| 2015 | 1,144,484 |
| 2016 | 1,168,518 |
| 2017 | 1,193,057 |
| 2018 | 1,218,111 |
| 2019 | 1,243,691 |
| 2020 | 1,269,809 |
| 2021 | 1,296.475 |
| 2022 | 1,323,701 |
| 2023 | 1,351,499 |
| 2024 | 1,479,880 |

Demanda Insatisfecha Del Mercado.

Realizando una comparación entre la oferta y la demanda proyectada, se procede a determinar la demanda insatisfecha del mercado, con el objeto de concluir que se tiene un mercado suficiente, en el cual es factible la planta productora y comercializadora de carne avícola en el municipio de Talanga, departamento de Francisco Morazán.

Tabla 10, Demanda Insatisfecha del Mercado.

| Año | Oferta | Demanda | Demanda Insatisfecha |
|-------------|---------------|----------------|-----------------------------|
| 2014 | 640,572 | 1,120,944 | 480,372 |
| 2105 | 680,928 | 1,144,484 | 463,556 |
| 2016 | 723,827 | 1,168,518 | 444,691 |
| 2017 | 769,428 | 1,193,057 | 423,629 |
| 2018 | 817,902 | 1,218,111 | 400,210 |
| 2019 | 869,429 | 1,243,691 | 374,262 |
| 2020 | 924,203 | 1,269,809 | 345,603 |
| 2021 | 982.428 | 1,296.475 | 314,047 |
| 2022 | 1,044,321 | 1,323,701 | 279,380 |
| 2023 | 1,110,113 | 1,351,499 | 241,386 |
| 2024 | 1,180,051 | 1,479,880 | 299,829 |

4.5 ESTRATEGIA DE MERCADO Y VENTAS.

Estrategia comercial.

El proceso de producción de una planta productora y comercializadora de carne avícola, suele ser algo complejo por todo los materiales, insumos y procedimientos que implica la actividad, sin embargo es de la comercialización del producto que la empresa obtiene la rentabilidad del negocio, una actividad de la otra están ligadas entre sí por eso la estrategia de ventas debe adecuarse a la capacidad instalada de la empresa para ser consistente y responsable con los requerimientos del cliente de acuerdo a sus necesidades

Producto.

Pollos San Diego, El Pollo de tu tierra es un producto fresco, de buena calidad y buen sabor, que cumple con todas las normas sanitarias y leyes que las instituciones

reguladoras exigen, siendo un producto nutritivo, bajo en calorías, listo para servir en cualquier momento del día.

Precio.

- **Precio basado en el valor:** Pollos San Diego es un producto fresco de buen sabor, calidad y consistencia que puede ser adquirido a un menor precio que el de la competencia, ofreciendo al cliente una serie de beneficios para afianzar la relación, ya que genera tanto valor para la empresa como valor para el cliente.
- **Precios psicológicos:** cuando el precio de adquisición de un producto es menor que el de la competencia se habla de un precio psicológico ya que si es significativo para el comprador, el cliente deberá considerar cambiar o no de proveedor.
- **Precios promocionales:** El cliente obtendrá descuentos de compra por realizar pedidos de manera periódica, dependiendo de la cantidad de pollo que compre en libras y con qué frecuencia realiza su compra.

Plaza. Por medio de la estrategia de ventas se busca una distribución intensiva de nuestro producto, buscando colocar de manera consistente y responsable entre los diferentes puntos de ventas del municipio.

Canal de Distribución.



Figura 11, Canal de Distribución.

Promoción de ventas. Mediante la demostración personalizada de un representante de la empresa, se llevara a cabo el proceso de venta en el cual el vendedor será el encargado de mostrar al cliente los atributos del producto y realizar la negociación correspondiente.

Piezas promocionales.

Buscando captar nuevos clientes y aumentar la participación dentro del mercado, se harán carteles promocionales, tarjetas de presentación que con permiso de los clientes distribuidores se instalarán en los establecimientos para dar a conocer la marca de la empresa.

4.6 RESULTADO Y ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO A POSIBLE CLIENTES DE LA PLANTA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CARNE AVÍCOLA TIERRA DE FANGO S. DE R.L.

Para el estudio de esta población se aplicaron encuesta a una muestra de la población del municipio de Talanga, Departamento de Francisco Morazán, la encuesta constaba de varios ítems que brindaron la información requerida, a continuación se describen para efectos de estudio de mercado, técnico y financiero.

1. ¿Cuál es el tipo de negocio que maneja?

Al realizar el análisis se encontró que en el municipio de Talanga F.M. los negocios que se dedican a la compra y venta de carne de pollo para comercializarla al por mayor y detalle, en sus diferentes presentaciones, estos negocios son polleras, pulperías y mercaditos con, cada uno de estos porcentajes forman parte del mercado meta posible para la empresa, por lo tanto se concluye que es importante conocer la necesidades que estos demandan, para planificar la estrategia de mercado y capacidad de producción.

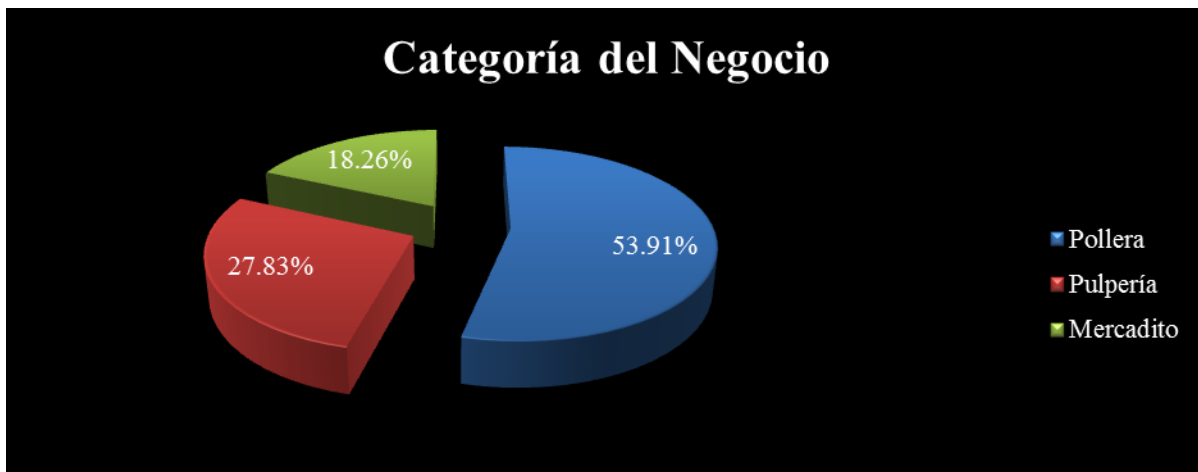


Figura 12, Categoría del Negocio.

2. ¿Compra y vende carne de pollo?

Al realizar el análisis se encontró que de los negocios encuestados en el municipio de Talanga F.M, definidos en diferentes categorías como ser Polleras, Mercaditos y pulperías, siendo la mayoría de estos negocios tienen las características de ser negocios pequeños que tienen muy pocos productos a la venta, lo que significa que existe una relación 84,35%/ 15,65%, teniendo mayor porcentaje los locales que compran y venden carne de pollo y que se puede incrementar a medida que la economía en la región se desarrolle y de paso a nuevo clientes potenciales, por lo tanto se concluye que el mercado meta en el municipio de Talanga, es un mercado atractivo para comercializar carne de pollo debido al alto consumo en la zona.

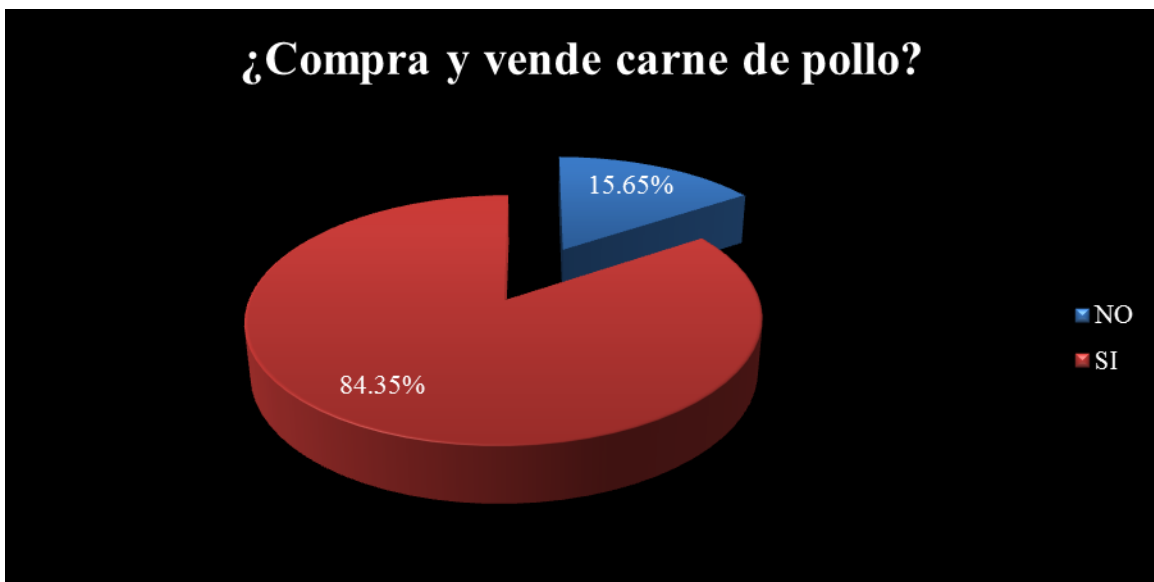


Figura 13, Locales que compran y vende carne de pollo.

3. ¿Con qué frecuencia compra carne de pollo?

Al realizar el análisis correspondiente a la pregunta dos de la encuesta, se encontró que los locales se abastecen de carne de pollo con distinta frecuencia, esto significa que hay bastante movimiento en el mercado y realizan sus pedidos conforme a su necesidad inmediata para lo cual, el volumen de libras por compra suele cambiar

momentáneamente, la mayoría de los comercios realiza su pedido por la semana con un porcentaje de 67,01%, mientras que otros comercios lo realizan dos o más veces por semana, a medida que el consumo de la carne de pollo aumente, la frecuencia de compra será mayor; por consiguiente se puede determinar qué tan consistente se debe ser en el mercado local, para satisfacer la demanda del mercado meta.

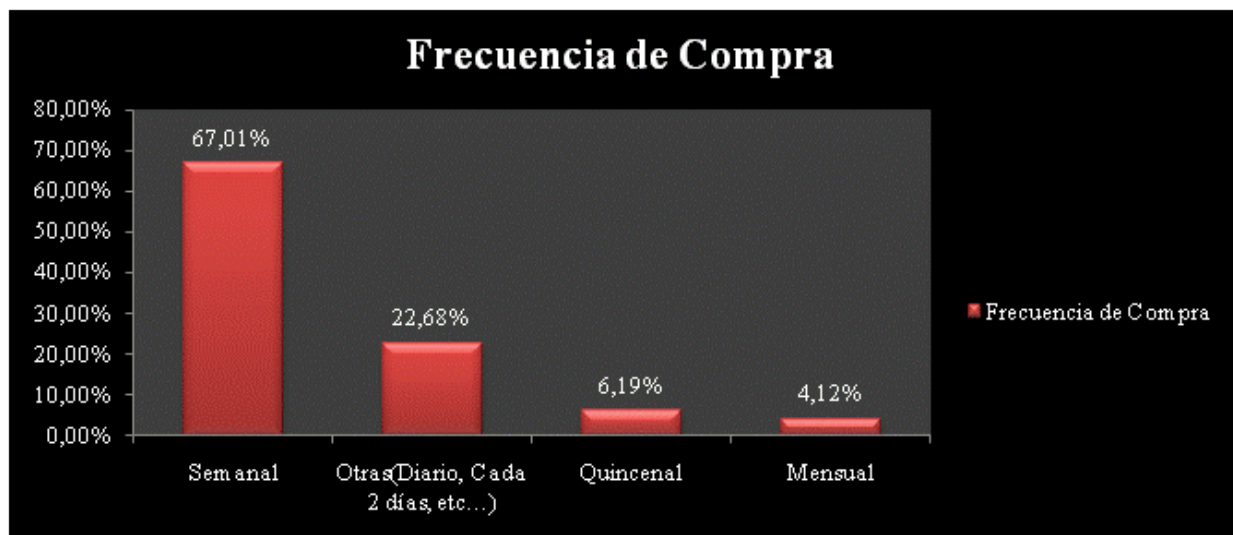


Figura 14, Frecuencia de compra carne de pollo.

4. ¿Cuántas libras de carne de pollo compra por cada pedido que realiza?

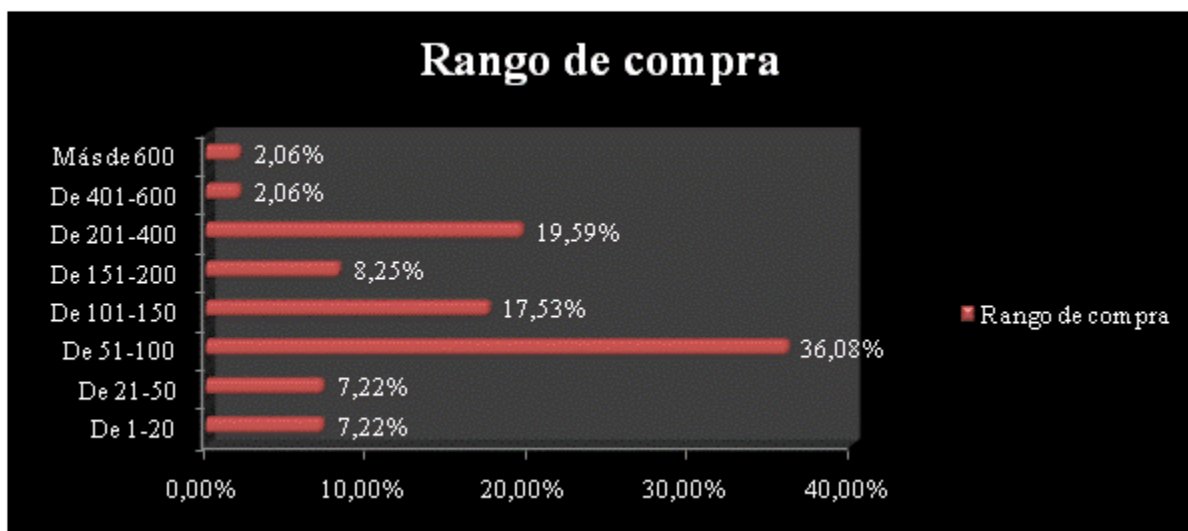


Figura 15, Compra de carne de pollo en lbs.

La gráfica muestra como resultado de la encuesta muestra el comportamiento de compra en cuanto a la cantidad de libras de carne de pollo que demandan los comercios, restaurantes, entre otros mencionados anteriormente con un notable porcentaje de 36.08% que compran de 51 a 100 lbs. en la zona; la tendencia de consumo es hacia la alza debido al crecimiento poblacional y económico que está presentando el municipio; partiendo de que la carne de pollo y los datos mostrados en este segmento, representa una oportunidad de incremento en la demanda de parte de cliente o consumidor final, así como el intermediario.

¿Cuál es el precio de compra por libra?

Al encuestar distintos negocios del municipio de Talanga F.M. se encontró que el precio por cada libra de carne de pollo, va a depender de la empresa proveedora a quien le compran el producto y el volumen de carne que adquieren los comercios por cada pedido realizado y de la negociación entre cliente/proveedor, la tendencia del precio ofrecido en la industria siempre es hacia arriba debido a la tasa de inflación y el aumento de los costos variables de producción, el precio promedio representara la atracción del intermediario hacia la demanda del producto en la empresa y deberá ser menor que el de la competencia, para obtener una ventaja competitiva dentro del mercado.

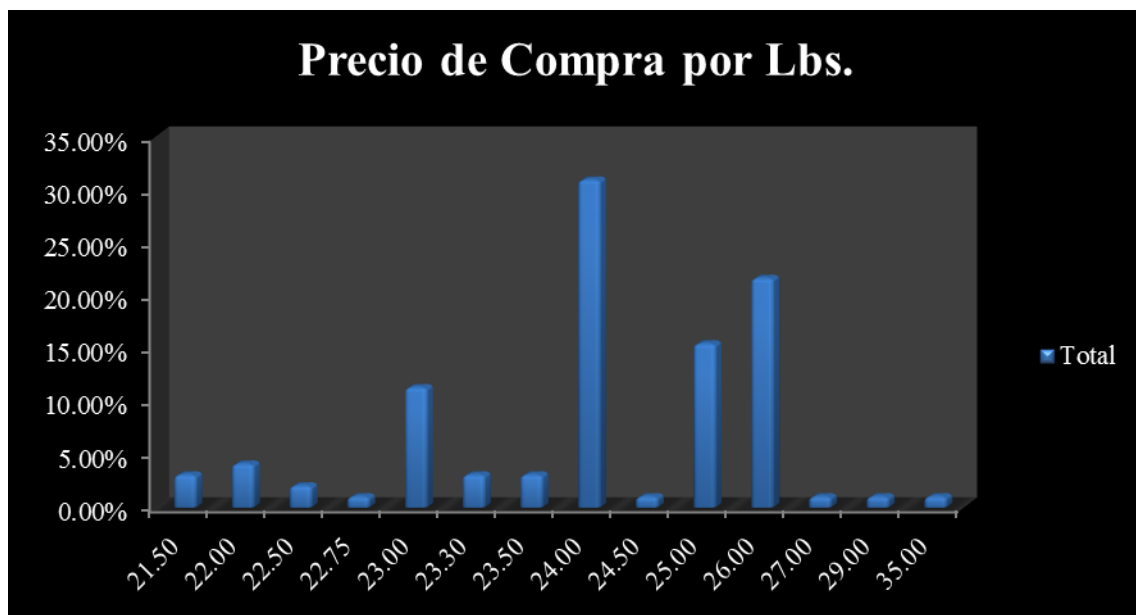


Figura 16, Precio de compra por libra.

5. ¿Quién es su actual proveedor?

Se encontró que el mercado de carne de pollo en el municipio de Talanga es abastecido por varios proveedores que en su mayoría son foráneos, siendo las empresas más fuertes pollo rey, y pollo norteño, ya que estas empresas son bastantes populares, cabe señalar que hay comercios que tienen 1 o más proveedores en la zona, ya que el nivel de venta que tienen algunos comercios y la afluencia de clientes que demandan carne de pollo es bastante alta, deben ser abastecido periódicamente y los proveedores actuales no satisfacen esa demanda.

Se espera que el mercado de paso a nuevos competidores por ser una industria en vías de crecimiento en el país, en conclusión se deben analizar las fortalezas y debilidades que la competencia directa tiene dentro de la industria y realizar una planificación estratégica adecuada que permita a la empresa captar un mayor número de clientes y aumentar su participación en el mercado.

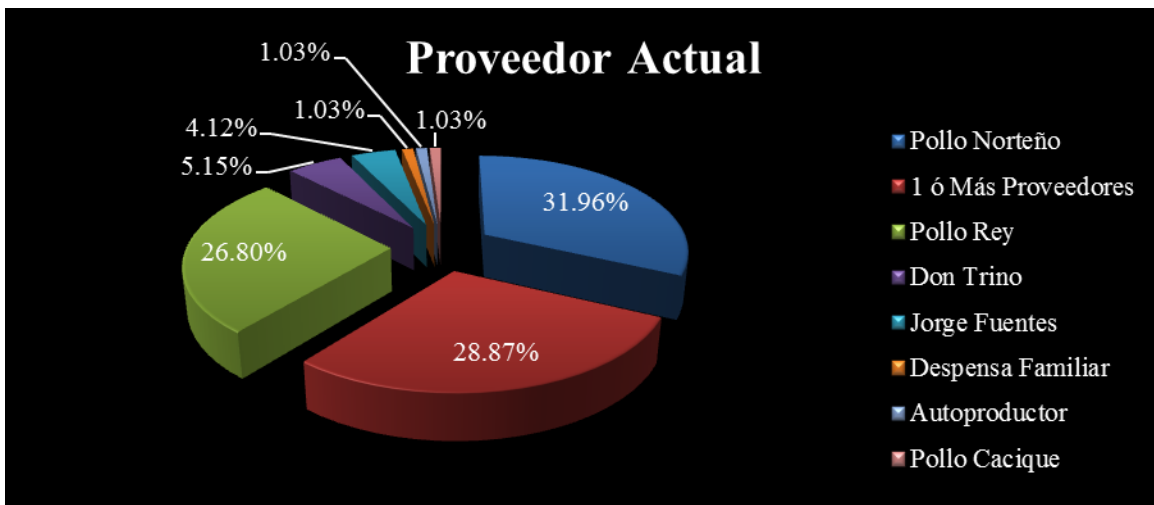


Figura 17, proveedor de carne.

6. ¿Cuál es el tiempo que tiene de relación comercial con su actual proveedor?



Figura 18, Tiempo con el proveedor.

Por medio de esta pregunta se logró identificar cierta inconformidad ya que los clientes puntualizaban varias necesidades que su proveedor actual no era capaz de satisfacer como ser el precio, consistencia, facilidades de pago, es significativo identificar como trabaja la competencia la parte de mercadeo y ventas en la zona y que debilidades tiene, a medida que la empresa pueda aprovechar estas debilidades de la competencia, logrará captar más clientes en la zona, aumentando su participación en el mercado, en conclusión entre mejor sea la relación con entre cliente y el proveedor, mayor será el número de clientes leales para la empresa.

7. ¿Realiza compras al crédito con su actual proveedor?

Al realizar el análisis respectivo se logró determinar que la mayoría de comercios encuestados en el municipio de Talanga, realiza compras al crédito, con un plazo de crédito entre un pedido a otro, con un tiempo máximo 5 días plazo, en su mayoría estos negocios son negocios con mayor afluencia de personas, se estima que en los próximos años más empresas adopten políticas de crédito para vender el producto, en

conclusión es una estrategia que sirve para captar un mayor porcentaje de ventas del producto en el mercado, sin embargo el riesgo es muy alto si no se conoce el record crediticio y capacidad de pago de estos negocios.

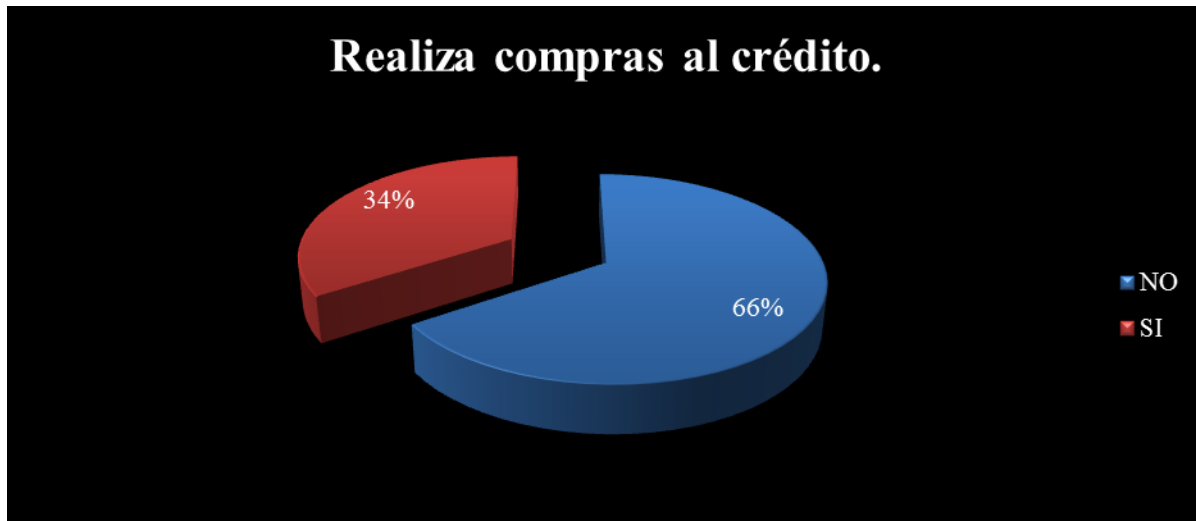


Figura 19, Realiza compras al crédito.

8. ¿Estaría dispuesto a cambiar de proveedor?

Se encontró que la mayoría de los locales encuestados en el municipio de Talanga F.M, estarían dispuestos a cambiar de proveedor, al plantear esta pregunta a las personas encargadas de los negocios se logró identificar una serie de factores como ser el precio, la calidad del producto, el precio, el servicio brindado por el vendedor y la facilidad de pago entre otras necesidades fueron plenamente identificadas como debilidades de la competencia, esto da paso a la entrada de nuevos competidores para los actuales proveedores de la zona, en conclusión representa una oportunidad de negocio viable y factible para realizar la inversión de una planta productora y comercializadora de carne avícola.

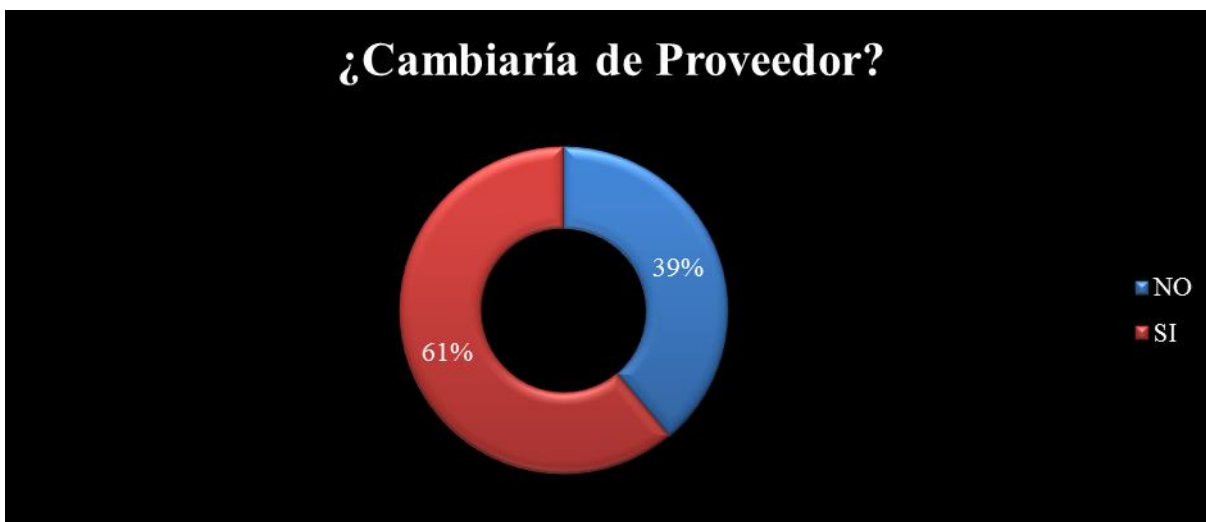


Figura 20, Cambiaría de proveedor.

¿Por qué factores estaría dispuesto a cambiar de proveedor?

Los principales factores por los que los comerciantes estaría dispuestos a cambiar de proveedor son los de mayor trascendencia en el siguiente orden 1.- precio, 2.- calidad, 3.- facilidades de pago, 4.- normas sanitarias, 5.- consistencia, y 6.- experiencia en el mercado. A medida que la competencia descuide puntos clave entre la relación cliente/proveedor, mayor será la demanda insatisfecha en el municipio, en conclusión estos factores son primordiales para satisfacer las necesidades de los clientes en el municipio, ya que son debilidades plenamente identificadas de la competencia,

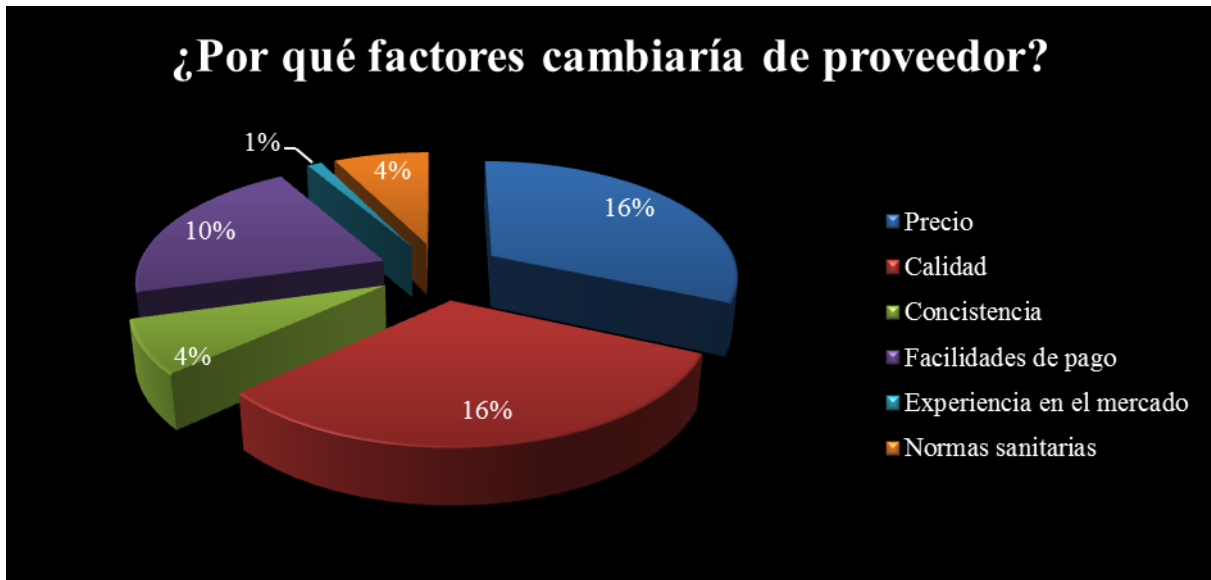


Figura 21, Porque Factores cambiaria de proveedor.

4.7 ESTUDIO DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES.

Este estudio basado en la apertura de la planta productora y comercializadora de carne de pollo “Tierra de Fango” en el municipio de Talanga, departamento de Francisco Morazán, el cual se compone de instalaciones físicas que van desde oficinas, galpones, sistema de agua, equipo de herramientas, tecnología entre otras, como personal calificado en producción como administración, con la visión de ofrecer un producto de calidad cumpliendo con las normas y requerimientos sanitarios que exigen los diferentes entes que velan por la bioseguridad del sector avícola.

La planta “Tierra de Fango” ofrecerá a todo el sector del municipio principalmente y en base al estudio, procesamiento y análisis de los datos el abastecimiento en base a la porción de mercado meta a llegar y normas sanitaria, para lo cual las instalaciones deberán apearse como mínimo a las características siguientes:

INFRAESTRUCTURA. El área e infraestructura física de las instalaciones de la planta tienen como prioridad proporcionar normas de bioseguridad, que permita operar al personal desarrollar todas las actividades de producción y comercialización de la carne de pollo.

ÁREA ADMINISTRATIVA. El área administrativa se localizará en la entrada a la planta, la cual contará con el equipo de oficina para el manejo, control y seguimiento de toda la operación administrativa, mercadológica, ventas, financiera y contable.

ÁREA DE BODEGAS. Esta área se construirá para almacenar todos los insumos de producción, como el alimento de las aves, vitaminas, desinfectantes, y todo lo relacionado a la salud, producción, normas de seguridad y elementos de reemplazo en caso de deterioro de aparatos de uso.

VIVIENDA/HABITACIÓN DE HOSPEDAJE. Esta se ubicará contiguo a las oficinas administrativas para proveer un área de descanso a las/la persona/s que se encargarán de velar por la seguridad en horas de la noche.

GALPONES. Los galpones a construir tendrán un área de construcción 25 metros cuadrados (5x5m), que albergará un total de 1000 aves por galpón. Con el área actual se obtiene una densidad poblacional de 40 pollos por metro cuadrado (4 pollitos/pie²). La estructura estará compuesta por un piso de cemento, techo con material de alucín por alta resistencia a las exposiciones del sol, cambios de clima y lluvia.

Cada galpón deberá contar como mínimo con las siguientes características:

1. Sistemas de Ventilación.
2. Iluminación.
3. Sistema de bebederos.
4. Sistema de comederos.
5. Termostato para medición de la temperatura.
6. Criadoras.
7. Tubería para abastecimiento de agua de la planta.
8. Muro perimetral con cerco de malla ciclón y pared de concreto.

POZO DE AGUA POTABLE Y CISTERNA DE ALMACENAJE, la planta contará con un pozo de agua potable proveerá y que se estará almacenando en una cisterna que distribuirá a todo el predio de acuerdo a sus necesidades de uso. El líquido extraído se

purificará para mantener las normas de calidad que requiere la producción y engorde de las aves como se expresa en la siguiente figura.



Figura 22, Infraestructura de la Planta.

INSTALACIONES DE PRODUCCIÓN, equipo requerido y costos. En este apartado se detalla todo el mobiliario requerido, papelería necesaria para llevar el control administrativo y de producción.

Tabla 11. Materiales y suministros de oficina.

| Descripción de Equipo de cómputo y de oficina. | Unidad | Cantidad |
|--|---------------|-----------|
| Computadora portátil DELL | Unidad | 1 |
| Impresora HP | Unidad | 1 |
| Aparatos Telefónicos | Unidad | 2 |
| Scanner | Unidad | 1 |
| Cámaras de Seguridad | Unidad | 8 |
| Equipo Internet y Tv | Unidad | 1 |
| Total Artículos | Unidad | 14 |

Tabla 12. Materiales y suministros de oficina.

| Materiales y suministros de oficina Descripción | Unidad | Cantidad |
|--|---------------|-----------------|
| Papel | Resmas | 4 |
| Carpetas | Unidades | 20 |
| Grapadoras | Unidades | 6 |
| Libretas de apuntes | Unidades | 12 |
| Bolígrafos | Unidades | 24 |
| Total Artículos | Unidad | 66 |

Tabla 13. Muebles y enseres de oficina.

| Muebles y enseres de oficina Concepto | Unidad | Cantidad |
|--|---------------|-----------------|
| Archivador | Unidad | 1 |
| Escritorios Metálicos | Unidad | 2 |
| Sillas Ejecutivas | Unidad | 2 |
| Sillas de espera | Unidad | 4 |
| Juegos de mesas y sillas plásticas | Unidad | 12 |
| Basureros | Unidad | 2 |
| Extintores de incendios | Unidad | 2 |
| Total Artículos | Unidad | 25 |

Tabla 14. Muebles y enseres de la vivienda.

| Muebles y enseres de la vivienda | Unidad | Cantidad |
|---|---------------|-----------------|
| Camas de 1 Unipersonal | Unidad | 1 |

| | | |
|-----------------------------|---------------|-----------|
| Cobijas de 1 pieza | Unidad | 1 |
| Sábanas 1 pieza | Unidad | 1 |
| Almohadas | Unidad | 1 |
| Televisor | Unidad | 1 |
| Mesas de noche | Unidad | 1 |
| Silla para la mesa de noche | Unidad | 1 |
| Lámparas | Unidad | 1 |
| Basureros | Unidad | 1 |
| Cortinas de baño | Unidad | 1 |
| Total Artículos | Unidad | 10 |

Tabla 15. Maquinaria y Equipo de producción.

| Descripción | Unid. Medida | Cantidad |
|---------------------------|---------------------|-----------------|
| Balanza | Balanza | 3 |
| Bascula | Bascula | 1 |
| Bebederos | Bebederos | 40 |
| Bomba para agua | Bomba | 1 |
| Botiquín Veterinario | Botiquín | 1 |
| Calentador | Calentador | 6 |
| Canastas | Canastas | 3 |
| Comederos | Comederos | 100 |
| Cono de degollé | Cono | 12 |
| Criadoras de pollo | Criadoras | 6 |
| Frezeer | Cuarto | 2 |
| Desplumadura | Desplumadura | 1 |
| Cisterna | Litros | 1 |
| Escaldador | Escaldador | 1 |
| Mesa principal inoxidable | Mesa | 1 |

| | | |
|----------------------------------|--------|------------|
| Mesas de acero inoxidable | Mesa | 2 |
| Tanque de gas de presión | Tanque | 1 |
| TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO | | 182 |

Tabla 16. Herramientas de producción.

| Descripción | Unid. Medida | Cantidad |
|--|--------------|-----------|
| Carreta de mano | Carreta | 1 |
| Azadón | Azadón | 2 |
| Escoba | Escoba | 3 |
| Rastrillo | Rastrillo | 2 |
| Manguera | Manguera | 3 |
| Cuchillos de acero inoxidable | Cuchillo | 3 |
| Palas | Pala | 3 |
| Total Materiales y Herramientas | | 17 |

Tabla 17. Obras Civiles.

| OBRA CIVIL | Unid. Medida | Cantidad |
|--|---------------|-------------|
| Construcción de habitación, bodega y vigilancia. | Casa | 1 |
| Construcción de cercas de alambre de púas | Mts lineales | 1245 |
| Construcción de Galpón de 5 mts. X 5 mts. | Galpón | 6 |
| Construcción base para tanque cisterna | Pila | 1 |
| Instalaciones eléctricas | Varias | 1 |
| Nivelación de áreas | Mts cuadrados | 430 |
| Mano de Obra | Mts cuadrados | 1 |
| TOTAL OBRA CIVIL | | 1685 |

Tabla 18. Terreno.

| Terreno Descripción | Medida | Cantidad |
|---------------------|--------|----------|
| Terreno | M2 | 1245 |

CONTROL DE CALIDAD, Será realizado en visitas periódicas por personal experto en la crianza de pollo, proporcionado por el grupo ALCON que es el proveedor de la empresa, como parte de los convenios de la alianza estratégica.

DESCRIPCIÓN DE LA PLANTA E INSTALACIONES.

La distribución física de la planta “Tierra de Fango” en el municipio de Talanga F.M. estará acorde a las necesidades de producción que la planta estima producir para llegar a su mercado meta, y tener la consistencia de abastecer a sus clientes con carne de pollo de calidad, cumpliendo con los requerimientos de sanidad exigidos, mediante un proceso funcional y de desempeño por parte de los colaboradores de manera eficiente.

La planta productora de carne de pollo contará con 6 galpones que albergarán 1000 aves cada uno, con diferentes etapas de crecimiento para contar con abastecimiento continuo a la población del municipio, una bodega de almacenamiento, oficina administrativa, habitación y pozo de para abastecimiento de agua potable a la planta.

La planta contará con un sistema de seguridad mediante la instalación de 8 cámaras que estarán distribuidas en puntos estratégicos, de modo que facilite la supervisión al guardia de seguridad; la habitación contará con sistema de cable digital mediante una antena parabólica para que el descansar tenga todas las comodidades necesarias.

La capacidad instalada del proyecto será la siguiente: Producción de 1000 pollos semanales por galpón con peso promedio de 3.5 durante los 5 años para el cual está planificado el proyecto, con producción mensual de 4000 aves mensuales desde que concluya el primer ciclo de engorde.

Tabla 19. Tamaño de producción de la Planta.

| Capacidad de Producción. | # De Aves por ciclo. | Frecuencia de tiempo de Producción. | # De Aves mensuales máximas de engorde. | # De Aves anuales máximas de engorde. |
|--------------------------|----------------------|-------------------------------------|---|---------------------------------------|
| Galpón | 1,000 | 39-42 días | 4,000 | 48,000 |

4.8 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

Partiendo del estudio de mercado realizado, procesamiento y análisis de los datos recopilados y como resultado insatisfacción actual de cada uno de los distribuidores de carne de pollo, como mercaditos y polleras, se define la ubicación de la planta en el departamento de Francisco Morazán, y en el municipio de Talanga.

MICRO LOCALIZACIÓN. La planta tendrá lugar en la colonia El manantial que se encuentra a 2.83 Km del centro de la ciudad, coordenadas Latitud 14.413670 Longitud - 87.064165 y debido a su posición estratégica, distancia de la ciudad, acceso a servicios de energía eléctrica y agua mediante pozos.

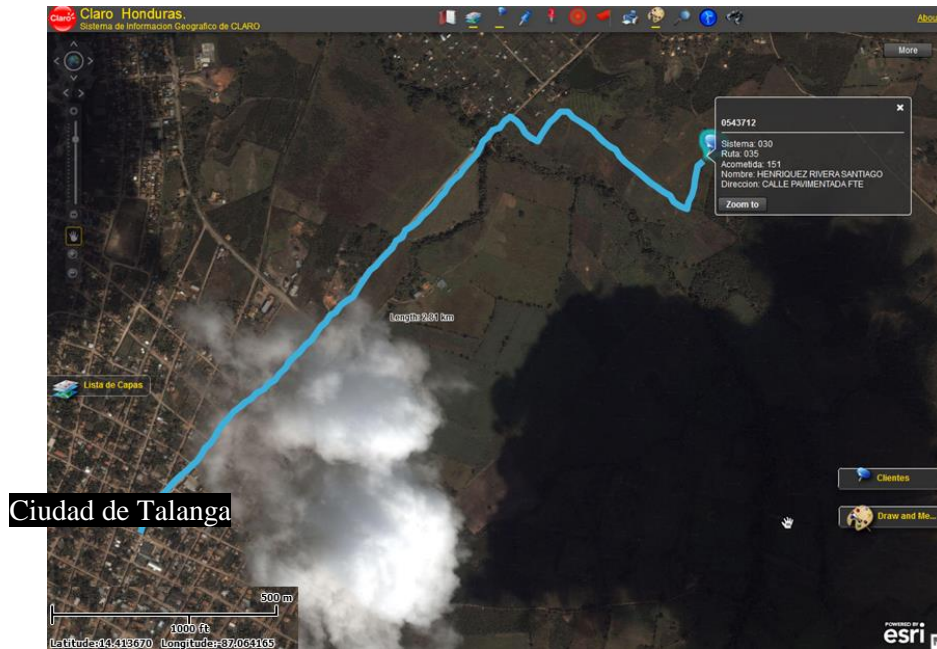


Figura 23, Ubicación geográfica Planta “Tierra de Fango”.

4.9 PROCESO DE PRODUCCIÓN.

El proceso de producción inicia desde el manejo de reproductoras hasta la incubación del huevo en las granjas, sin embargo, en nuestro proyecto y proceso, esta serie de etapas se excluyen debido a que la planta adquirirá el pollito con un día de nacido.



Figura 24, Proceso de engorde y procesamiento de carne de pollo.

4.10 ETAPAS DEL PROCESO DE CRIANZA Y ENGORDE.

Esta etapa del proceso está comprendida por 6 semanas desde su llegada hasta el sacrificio de las aves cuando ya se encuentran en el peso Óptimo, para cual a continuación se detallan las actividades en cada semana.

4.10.1 PRIMERA SEMANA.

1. Revisar la temperatura constantemente, ésta debe estar entre 30 y 32 °C. de lo contrario realizar manejo de cortinas. Realizar manejo de camas, sobretodo debajo y al lado de los bebederos, esta operación se realiza muy temprano en la mañana. el manejo de camas consiste en remover la cama.
2. El primer día suministrar en el agua de bebida electrolitos.
3. El segundo y tercer día se suministra en el agua de bebida un antibiótico (Enrofloxacin) para prevenir enfermedades respiratorias. En estos días no se desinfectan los bebederos con yodo pues éste inactiva la droga; Colocar poco alimento sobre las bandejas, repetir este procedimiento al desayuno, almuerzo y comida; Revisar pollitos inactivos y sacrificarlos.
4. Del cuarto día en adelante se les suministra agua sin drogas.
5. Del tercer a séptimo día se pueden vacunar contra New Castle, Bronquitis Infecciosa y Gumboro. Esto depende de la zona en que se encuentren y del análisis de laboratorio "Elisa" (si se cuenta con él).
6. Anotar en el registro las mortalidades y deshacerse de ellas lo más pronto posible, se entierran, se incineran, se regalan para alimentación de cerdos, etc.
7. Al quinto día se pueden ampliar los pollos, Si se ven muy estrechos, se amplían inmediatamente.
8. En las noches encender la criadora y acostar al pollito (Que todos se encuentren debajo de la criadora). Especialmente en climas cálidos es indispensable la iluminación nocturna para darle la oportunidad al pollo de tomar el alimento en horas de temperaturas confortables, pero al menos una hora de oscuridad por día, que permite a las aves acostumbrarse a la oscuridad sorpresiva en caso de apagón, previniendo casos de mortalidad por amontonamiento.

4.10.2 SEGUNDA SEMANA.

1. La temperatura debe estar entre 26 y 28 °C. La primera labor del día es apagar las criadoras y bajar las cortinas totalmente. Si la temperatura está muy por debajo de 26°C esperar a que la temperatura se regule.
2. Ampliar los pollos, y distribuir uniformemente comederos y bebederos.
3. Nivelar los bebederos automáticos a la altura de la espalda de los pollos.
4. Salen los bebederos manuales y entran los bebederos automáticos.
5. Realizar pesajes 2 veces por semana y anotar en el registro.
6. Anotar en el registro las mortalidades y controlarla lo más pronto posible, se entierran, se incineran, se regalan para alimentación de cerdos, etc.
7. Realizar manejo de limpieza dentro, fuera del galpón y de la bodega.
8. Culminar con las vacunaciones si hay que aplicar refuerzo, esto depende de la región a donde se esté trabajando, regiones avícolas son más propensas al ataque de enfermedades.

4.10.3 TERCERA SEMANA.

1. La temperatura debe estar entre 24 y 26°C. (Que sería lo ideal)
2. Al día 21 se deben quitar definitivamente las cortinas (climas cálidos y medios), pero gradualmente, tres días antes del día 21, se van bajando un poco día tras día.
3. El cambio de alimento se realiza en esta semana, se pasa de iniciación a finalización más o menos en el día 23, 24, 25. cuando el pollo ya consumió el 40% de iniciación. Se amplían nuevamente los pollos, sale definitivamente la guarda criadora y distribuir uniformemente comederos y bebederos. Se arman los comederos tubulares, y se gradúan a la altura de la espalda del pollo.
4. Se llenan los comederos tubulares de alimento.
5. Realizar pesajes 2 veces por semana y anotar en el registro.

4.10.4 CUARTA SEMANA.

A partir de esta semana hasta el momento del sacrificio del pollo hay menos actividades de manejo, pues el pollo ya está disperso por todo el galpón, no hay

criadoras, ya están los bebederos automáticos y comederos de tolva, no se realiza el manejo de cortinas.

4.10.5 SÉPTIMA SEMANA.

Después de entregar las aves al mercado se procederá a limpieza de desinfección del local removiendo todo el equipo del galón y fumigando el local con una solución de formalina al 40% o desinfectante. Después de la fumigación se espera 12 horas antes de sacar el equipo para después limpiarlo físicamente. La cama se debe cepillar de arriba hacia abajo y lavar el piso con una solución de sosa.

Después se vuelve a fumigar el local y se vuelve a instalar el equipo para recibir un nuevo lote.

Entre la terminación de la limpieza y la introducción de un nuevo lote de animales de pollo deberá transcurrir un periodo de dos semanas.

TECNOLOGÍA, La planta mediante la implementación de procesos técnicos industrializados y manejo en el control de enfermedades tiene el objetivo de emprender la planta con un grado de diferenciación respecto a los pequeños productores del municipio y zonas aledañas, y que maximice el rendimiento en la utilización de la mano de obra para funciones de mayor complejidad.

Tabla 20.Requerimientos de materiales de construcción para los Galpones.

| OBRA CIVIL | UNID. MEDIDA | CANTIDAD | PRECIO UNIT. | TOTAL LPS. |
|--|------------------|----------|--------------|-------------------|
| Terraplén del piso 200mts | Mts cuadrados | 200 | L. 200.00 | L. 40,000.00 |
| Pared de bloque de cemento 6x8x16 pulgadas (base) | Bloques | 150 | L. 8.00 | L. 1,200.00 |
| Pared de bloque de cemento 6x8x16 pulgadas (nivel de piso) | Bloques | 15 | L. 300.00 | L. 4,500.00 |
| Viga de concreto a nivel de tierra de 0.20x0.20 mts | Mts lineales | 60 | L. 138.00 | L. 8,280.00 |
| Castillos 0.20x0.20x3.5 metros de concreto | Castillos | 6 | L. 230.00 | L. 1,380.00 |
| Alambre de gallinero de 6 pies | Rollos,50 yardas | 2 | L. 1,200.00 | L. 2,400.00 |
| Alambre de amarre | Libra | 3 | L. 7.00 | L. 21.00 |
| Canaletas 4x20 para tijeras y vigas | Canaleta | 80 | L. 167.00 | L. 13,360.00 |
| Laminas de alucin de 20 pies | Pies | 38 | L. 490.00 | L. 18,620.00 |
| Cobertores del caballete de 39 pulgadas | Cobertor | 20 | L. 78.00 | L. 1,560.00 |
| Tornillos para lamina de 1 pulgada | Tornillo | 456 | L. 1.00 | L. 456.00 |
| Piso de concreto de 1 pulgada 200 mts cuadrado | Mts cuadrados | 200 | L. 200.00 | L. 40,000.00 |
| Mano de obra total | Mts cuadrados | 200 | L. 120.00 | L. 24,000.00 |
| Imprevistos 10% | | 1 | L. 15,577.70 | L. 15,577.70 |
| Total construcción | | | | 171,354.70 |

ASESORÍA TÉCNICA, este segmento está dirigido al cumplimiento de las normas de bioseguridad por parte de SENASA y la cual será encargada de proveer la capacitación necesaria, al igual que ANAVIH, por expertos que manejan cada una de las variables de producción, procesamiento e índices de consumo en la zona.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA, el lugar donde se planea llevar a cabo la obra tiene una área de una manzana, 10,000 metros cuadrados, de los cuales se utilizarán 413.5 metros cuadrado, 4% de la disponibilidad del terreno quedando en caso de expansión de la planta a futuro por el incremento de los requerimientos de producción.

Tabla 21. Metros cuadrados requeridos por Obra.

| Tipo de Infraestructura | M2 |
|-------------------------|------|
| Galpón | 150 |
| Oficina | 65.5 |
| Habitación | 28 |
| Pozo de Agua | 5 |
| Cisterna | 6,00 |
| Bodega | 9 |

| | |
|-----------------|--------------|
| Estacionamiento | 60 |
| Espacios verdes | 96 |
| Total | 413.5 |

4.11 PLANIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN.

| PROYECCIÓN ANUAL DE INGRESOS | | | | | |
|-------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| (EXPRESADO EN LEMPIRAS) | | | | | |
| Detalle | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| Total Lbs Producidas | 155,784 | 155,784 | 155,784 | 155,784 | 155,784 |
| Precio por Lbs. | L.24.00 | L.25.38 | L.26.83 | L.28.37 | L.30.00 |
| Ingreso Por Carne de Pollo | L.3738,822.0 8 | L.3953,430.4 7 | L.4180,357.3 8 | L.4420,309.8 9 | L.4674,035.6 8 |
| Total Producción Menudos | 22,255 | 22,255 | 22,255 | 22,255 | 22,255 |
| Precio por Menudo | L.12.00 | L.12.69 | L.13.42 | L.14.19 | L.15.00 |
| Ingresos porMenudo (Vísceras) | L.267,058.72 | L.282,387.89 | L.298,596.96 | L.315,736.42 | L.333,859.69 |
| Total Ingresos por Ventas | L.4005,880.8 | L.4235,818.3 | L.4478,954.3 | L.4736,046.3 | L.5007,895.3 |

| PROYECCIÓN ANUAL DE INGRESOS | | | | | |
|-------------------------------|------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| (EXPRESADO EN LEMPIRAS) | | | | | |
| Detalle | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
| Total Lbs Producidas | 155,784 | 155,784 | 155,784 | 155,784 | 155,784 |
| Precio por Lbs. | L.31.73 | L.33.55 | L.35.47 | L.37.51 | L.39.66 |
| Ingreso Por Carne de Pollo | L.4942,325. 3 | L.5226,014.8 | L.5525,988.0 | L.5843,179.7 | L.6178,578.2 |
| Total Producción | 22,255 | 22,255 | 22,255 | 22,255 | 22,255 |

| | | | | | |
|--------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Menudos | | | | | |
| Precio por Menudo | L.15.86 | L.16.77 | L.17.74 | L.18.75 | L.19.83 |
| Ingresos por Menudo (Visceras) | L.353,023.2 | L.373,286.8 | L.394,713.4 | L.417,370.0 | L.441,327.0 |
| Total Ingresos por Ventas | L.5295,348.6 | L.5599,301.6 | L.5920,701.5 | L.6260,549.7 | L.6619,905.3 |

4.12 PLANIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.

La planta producto de carne de pollo “Tierra de Fango” se constituirá bajo un organigrama jerárquico, enlazados y orientados a la búsqueda del fin común y para lo cual tendrá dos tipos de colaboradores: Administrativos y Operativos.

El grupo Administrativo estará conformado por un administrador general y un (1) vigilante.

El personal operativo estará conformado por 1 operario técnico que velará por el cumplimiento de los procesos para optimizar el rendimiento en el engorde de las aves.

Mediante un organigrama la representación de cada área y personal que incluye de la siguiente manera.

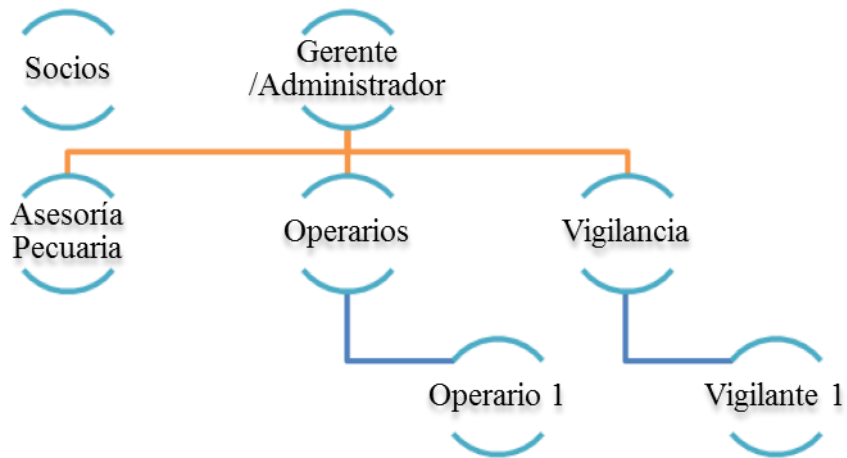


Figura 25, Organigrama Planta “Tierra de Fango S de R.L.”.

4.13 ESTUDIO FINANCIERO.

Este apartado al igual de importante que todos los anteriores, representó el giro y rumbo de la investigación dado que a partir de los resultados esperados en base a los diferentes indicadores financieros se sustentó la viabilidad y rentabilidad en el tiempo del proyecto.

Partiendo de las necesidades tanto de mercado, como requerimientos técnicos para determinar la capacidad instalada y necesidades de inversión requerida para poner en marcha la producción y cumplir con el % de demanda insatisfecha a cubrir.

Todos los requerimientos de insumos de producción en precios del mercado cotizados en diferentes proveedores para encontrar el precio de adquisición justo en base a la necesidad de cada etapa del proceso desde el día 1, hasta la entrega del producto final.

La inversión inicial del proyecto necesario para la puesta en marcha requirió de la consideración de varios costos, activos y gastos necesarios para obtener el resultado esperado, partiendo del análisis haciendo uso de un flujo de caja, estado de resultado,

a fin de evaluar el valor presente neto de la inversión y el retorno de cada lempira invertido en base a la Tasa Interna de Retorno.

4.13.1 FLUJO DE CAJA PROYECTADO.

Este segmento de la investigación financiera representa los ingresos y egresos, partiendo de las necesidades de efectivo a fin de anticiparse a un futuro déficit de efectivo y por consiguiente tomar la decisión de necesidades de financiamiento en caso de necesitarlo o bien, un excedente del mismo y poder tomar una decisión de reinversión como objetivo de aumentar la capacidad instalada y participación de mercado. Para Mayor consulta ver Anexo 8.

4.13.2 BALANCE GENERAL Y ESTADO DE RESULTADO (PROYECTADO).

El balance general es un estado financiero el cual brinda la pauta de diferentes razones para evaluar una empresa, al igual que el estado de resultado y mediante estos juzgar el giro o rumbo del negocio, para tomar normas de acción y corregir en caso de ser necesario; y en los que se detallan los datos de suma importancia en la evaluación de un proyecto significativos para la gerencia y demás usuarios que les pueden generar valor adecuado y elaborar ya sea una comparación con empresas del sector u la misma en cuanto a datos históricos.

En cuanto al balance nos muestra a detalle la posición actual en la que nos encontramos en un determinado momento, detallando cada una de las cuentas que lo conforman en sus segmentos (Activo, Pasivo y Capital Contable) como lo expresa la ecuación de igualdad siguiente:

Activo = Pasivo + Capital Contable.

En el estado de resultado encontramos a detalle el resultado de la operación del negocio, como indicador para evaluación de los costos, gastos e ingresos de la empresa con la finalidad de evaluar el resultado de la utilidad o pérdida del período. Para más detalle ver anexo 7 y 9.

4.13.3 ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.

Elemento de suma importancia en las finanzas y giro de cada negocio para determinar el momento en el que la empresa inicia a generar utilidades y maximizar sus costos respecto a los ingresos, al igual determinar el número de unidades, en otras palabras es el punto donde las ingresos son iguales a los costos.

La fórmula para determinar punto de equilibrio en unidades y monto de facturación es la siguiente:

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{PV-CV}}$$

Ecuación 2, Punto de Equilibrio.

Para más detalle ver Anexo 12.

4.13.4 REQUERIMIENTOS DE CAPITAL Y ESTRATEGIA FINANCIERA.

Los requerimientos de capital necesarios considerados para apertura y funcionamiento de la planta procesadora y comercializadora “Tierra de Fango”, en el municipio de Talanga F.M. el cual se determinó mediante método contable el cálculo de capital de trabajo para que la planta produzca ya sea de forma anual o mensual, dependiendo del punto de vista o análisis.

$$\text{Capital de trabajo} = (\text{Costos totales} - \text{depreciaciones} - \text{amortizaciones}) / 12$$

Luego de aplicar la fórmula anterior el resultado o necesidad de capital de trabajo mensual es L. 238,174.48 para cubrir los costos y gastos operativos.

4.13.5 ESTRATEGIA FINANCIERA.

La Estrategia financiera es la base de cualquier operación corporativa o plan de negocio, al final cualquier proyecto empresarial debe pasar el filtro de un sólido ejercicio de estrategia financiera en el que las cifras permitan validar la idoneidad del proyecto y las diferentes alternativas financieras disponibles.

La familia que planea realizar la inversión en este sector de mercado decidieron que en base a los requerimientos de inversión para la puesta en marcha de la planta, sea

financiada en 80% mediante una institución financiera con un préstamo a 10 años plazo, con una tasa de interés de 8% (Fondos a disposición de parte del estado de Honduras) por un monto de Lps. 4784,653.47. Para más detalle ver Anexo 13.

4.13.6 ANALISIS DE SENSIBILIDAD.

Los resultados que se obtienen al momento de estructurar los estados financieros no miden exactamente la rentabilidad del proyecto, sino sólo la de uno de los tantos escenarios futuros posibles. Los cambios que seguramente se producirán en el comportamiento de las variables del entorno, harán que sea prácticamente improbable esperar que la rentabilidad calculada sea la que efectivamente tenga el proyecto implementado. (Marcial & Padilla., 2006).

CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

5.1 CONCLUSIONES.

En base a los resultados obtenidos por medio de la investigación de mercado, las entrevistas, análisis financiero y la base de datos que fueron surgiendo, midiendo y analizando; se plantean las conclusiones y recomendaciones respectivas a los objetivos y preguntas de investigación.

1. El estudio de pre factibilidad determino que las diferentes variables de estudio ya sean cuantitativas o cualitativas que potencian la iniciativa de producción son las siguientes; el abastecimiento de materia prima e insumos de producción, la localización del proyecto, la demanda insatisfecha del mercado local y la mano de obra que requiere el proyecto, así como los factores que limitan la decisión entre las cuales están los trámites legales y el tiempo que llevan, el posicionamiento y la participación en el mercado que tiene las empresas competidoras y el capital que se necesita para realizar la inversión,
2. por medio de un análisis de mercado, técnico y financiero se logró determinar que las variables que potencian o limitan el proyecto, se relacionan inversamente proporcionales entre sí, con el fin de favorecer la iniciativa de producción por medio de la planificación estratégica que se llevó a cabo en el estudio de pre factibilidad.
3. Para poder operar la planta de producción y comercialización de carne avícola se debe cumplir con todas las normativas establecidas que le exigen al productor avícola como requisito, ya sean de carácter ambiental, sanitario, de operación y construcción, estos permisos son otorgados por entes gubernamentales e instituciones supervisoras que deben regir el reglamento, para poder operar bajo los estándares y normas de calidad internacionales y buenas prácticas de producción.
4. De los resultados anteriores se puede concluir que el Proyecto Avícola “Tierra de Fango S, de R.L” es viable porque cumple con todos los requisitos que requieren

las instituciones para poder operar y desde el punto de vista de rentabilidad es factible dado que para un periodo de 10 años de duración del mismo con una tasa de descuento del proyecto de 5.20% se obtiene un valor actual Neto positivo de L. **2.321.332,47** y una Tasa Interna de Retorno de 16%, por lo tanto si el inversionista decide invertir en el proyecto sería muy buena decisión.

5.2 RECOMENDACIONES.

1. Tierra de Fango S. de R.L será una empresa de reciente formación por lo que se recomienda que la actividad contable sea efectuada por un contador externo a la misma (Outsourcing).
2. En el futuro, en el caso que el mercado le presente oportunidades muy atractivas de invertir en otras áreas geográficas, para ampliar su capacidad instalada o diversificarse, se recomienda que la empresa analice la posibilidad de poder fabricar su propio concentrado para el engorde de pollo, para lograr depender menos del proveedor, el cual pertenece a un grupo transnacional que tiene un alto porcentaje de participación en el mercado de la venta de pollo en Honduras.
3. Implementar estrategias de venta y publicidad, para llegar al mercado meta de manera rápida y precisa; de esa forma se podrá captar a la mayor cantidad de demanda insatisfecha.

CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD.

Esta sección del documento es considerado los hallazgos del estudio de pre factibilidad, se detalla un plan de acción para la ejecución del proyecto, describiendo la misión la visión de la empresa así como los pasos a seguir para el inicio de operaciones de la empresa.

6.1 ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CARNE AVÍCOLA EN EL MUNICIPIO DE TALANGA.

6.2 INTRODUCCIÓN.

6.3 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN

6.3.1 PLAN DE MERCADEO Y VENTAS.

6.3.2 ANALISIS EXTERNO

6.3.3 ANALISIS INTERNO

6.3.4 ESTUDIO DE MERCADO.

6.3.5 ESTUDIO TÉCNICO.

6.3.6 CONSTITUCIÓN Y ORGANIZACIÓN.

6.3.7 ESTUDIO FINANCIERO.

6.4 PRESUPUESTO.

6.5 CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN.

6.1. ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CARNE AVÍCOLA EN EL MUNICIPIO DE TALANGA.

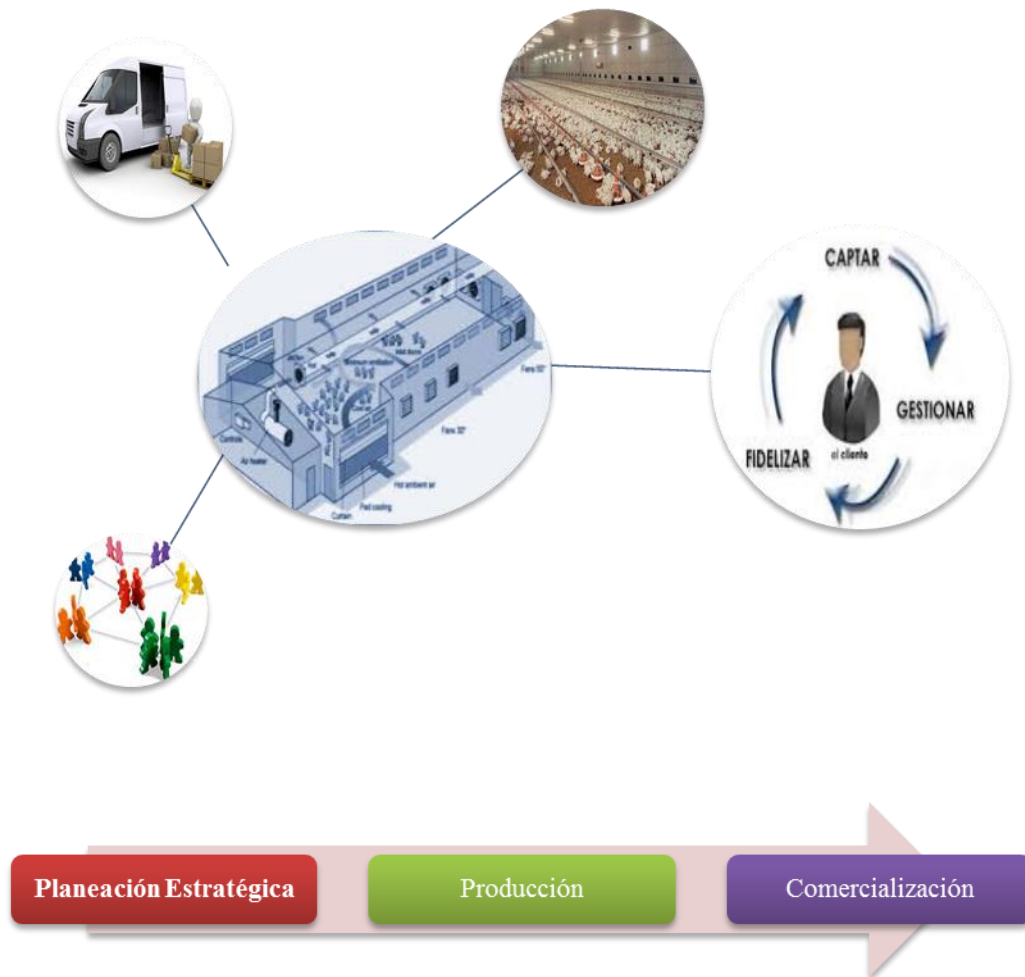


Figura 26, Diagrama de aplicabilidad.

6.2 INTRODUCCIÓN.

En este capítulo se describe la propuesta del proyecto considerando todas las disposiciones de carácter legal, la población, la localización etc., A raíz del estudio de campo que se hizo se logró obtener información meritoria y útil para determinar la viabilidad y factibilidad del proyecto en mención, haciendo énfasis en un estudio de mercado, técnico y financiero para evaluar la inversión de la planta productora y comercializadora de carne avícola Tierra de Fango S. de R.L. en el municipio de Talanga F.M.

6.3 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN.

A continuación se detalla el siguiente estudio de pre factibilidad, con el que se pretende evaluar la inversión de una planta productora y comercializadora de carne avícola Tierra de Fango S. de R.L. por medio de tres escenarios principales como ser el estudio de mercado en cual se determinara la oferta y demanda de mercado local y la demanda insatisfecha, precios de la competencia, estudio técnico donde se determina la localización del proyecto, el proceso de producción y la planificación organizacional, el estudio financiero que está compuesto por el flujo de caja proyectado, balance general, análisis de punto de equilibrio, requerimientos de capital y análisis de sensibilidad.

6.3.1 PLAN DE MERCADEO Y VENTAS.

El plan de mercadeo se realiza anualmente donde se detallan todas las variables específicas de marketing, centrando sus esfuerzos en imagen de la empresa, marca del producto, el servicio al cliente, la distribución del producto y las promociones a utilizar, la planificación de este plan de mercadeo y ventas será planificado todos los años con el fin de alcanzar objetivos y metas realistas basadas en la situación actual de la empresa.

El plan de mercadeo comprende una serie de pasos en las cuales se analizaran el entorno interno y externo de la empresa, en el cual están los clientes, proveedores, competencia y la cultura organizacional para luego definir la estrategia que fortalezca los lazos con los proveedores, centrando su esfuerzo de ventas en el cliente enfocada a identificar sus necesidades, promoviendo siempre el compromiso de los colaboradores hacer bien su trabajo y brindar un servicio de calidad y mejorando los canales de distribución para ofrecer un producto de calidad que nos genere ventaja competitiva sobre los competidores actuales en el mercado.

6.3.2. ANÁLISIS EXTERNO (MACRO).

Competencia:

La competencia son aquellas empresas que buscan u ofrecen productos semejantes

- Pollo Norteño
- Pollo Rey

- Inversiones Pluma Blanca
- Pollo El Cortijo
- Pollo Cacique

Proveedores

Son aquellos que proveen los insumos y materia prima para ejecutar la producción

- Grupo ALCON

Con la alianza estratégica con proveedores se logró obtener un descuento en materia prima como ser el concentrado inicio que se utiliza en la semana de 1 a la 4, y la etapa final del semana 5 a la semana 8.

Tabla 22. Disminución en el precio de adquisición de los concentrados.

| | Concentrado | |
|--------------------------------------|--------------------|-------------------|
| Precio | Semana 1-4 | Semana 5-8 |
| Precio normal | L.695 | L. 700 |
| Precio de Alianza Estratégica | L.655 | L.658 |

CLIENTES

Al que se dirige la empresa en cualquiera de sus acepciones (Polleras, Mercaditos, Pulperías)

RESTRICCIONES LEGALES Y GUBERNAMENTALES

Son instituciones que establecen límites (ALCALDIA MUNICIPAL, SENASA, SERNA, SAG y DEI)

- Permisos De Operación
- Impuestos
- Permisos Ambientales Y Explotación De Tierras

6.3.2 FACTORES INTERNOS (MICRO).

Tabla 23. Mezcla de Marketing.

| Plan | Actividad | Resultados |
|---------------------------------|--|---|
| Investigación de Mercado | Recolección y análisis de datos por medio de una encuesta de satisfacción aplicada a los clientes. | Conocer el nivel de satisfacción que tiene el cliente en base al producto que ofrece la empresa y el servicio brindado por el vendedor. |
| Precio | Fijar precio | Pollos San Diego se comercializara a un precio de venta de 24 lempiras para el primer año, con este precio se espera tener una introducción exitosa al mercado. |
| Publicidad | Anuncios Televisivos y spot publicitarios en los principales medios de comunicación del municipio de Talanga F.M | Dar a conocer los beneficios nutricionales de consumir Pollos San Diego el pollo de tu tierra, ya que la carne de pollo es baja en calorías y grasas, es económico y ayuda al bienestar nutricional de quien los consume. |
| | Redes Sociales | Los usuarios pueden hacer cualquier consulta, comentarios y sugerencias a sí mismo, obtener información mas detallada acerca del producto. |
| Plaza | Ofrecer el producto en los diferentes puntos de venta como ser: Mercaditos, polleras y pulperías | Por ser una empresa que distribuye carne de pollo al por mayor, la empresa desplegara su fuerza de ventas por todos los establecimientos que comercializan carne de pollo en el municipio de Talanga F.M. |

| | | |
|-------------------------|--|---|
| <p>Promoción</p> | <p>Sticker promocionales, Tarjetas de presentación y Tabloides</p> | <p>El Pollo de tu tierras más cerca de ti, Pollos San diego el pollo que llega fresquito a tu mesa son algunas de las consigna que la empresa utilizara para llevar un mensaje que penetre y se quede en la mente de los consumidores, además de información como correo, número de teléfono donde puedan contactar la empresa.</p> |
|-------------------------|--|---|

6.3.3 ESTUDIO DE MERCADO.

Este estudio fue una especie radiografía para conocer el mercado en general, y sirvió como una brújula para conocer cómo se puede trabajar la mezcla del marketing, a fin de generar un plan de mercadeo que logre posicionar a Pollos San Diego “El Pollo de tu Tierra” como el pollo favorito del mercado meta.

25 encuestas se realizaran anualmente para medir la satisfacción del cliente en base al producto y servicio ofrecido por la empresa.

En cuanto a la introducción del producto en el mercado, se trabajara de la siguiente forma: **Precio** por Libra que será de 24 lempiras para el primer año, que se fijo en dos cosas costo de producción y precio accesible en relación a la competencia.

La **Publicidad** será de dos maneras, un anuncio televisivo, el cual se transmitirá durante los 10 años del proyecto, y cuyo principal objetivo será dar a conocer los beneficios nutricionales de Pollos San Diego por medio del spot publicitario que se transmitirá por radio y televisión local todo el año, se apelara a los sentidos del gusto y la vista, así como también se tocara la parte emocional de las persona, mostrando que “**El Pollo de tu Tierra**” está elaborado bajo los más altos estándares de calidad y que cumple con todos los requerimientos sanitarios para su consumo inmediato, además de que se puede adquirir a un precio más accesible que el de la competencia.

La otra forma de publicitar el producto, será por las redes sociales, en donde se brinde información más detallada de “Pollos San Diego”, así como de su origen, en esta redes sociales las personas podrán realizar consultas, sugerencia y comentarios y recetas sobre cómo puedes llevar a tu mesa “Pollos San Diego”

El producto se distribuirá de manera directa a todos los clientes de la ciudad de Talanga, ya que la ubicación estratégica permite disminuir los costos de combustible, además de cubrir gran parte del mercado en poco tiempo debido a la cercanía de la empresa con el municipio.

Tabla 24. Presupuesto De Mercadeo 2015.

| Descripción | Cantidad Anual | Costo Transmisión mensual | Total |
|--|----------------|---------------------------|--------------|
| Spot de Radio | 12 | L. 800,00 | L. 9.600,00 |
| Anuncio de Televisión | 12 | L. 1.050,00 | L. 12.600,00 |
| Stickers | 200 | L. 1,50 | L. 300,00 |
| Carteles publicitarios de 12x12 | 152 | L. 25,00 | L. 3.800,00 |
| Encuesta de Satisfacción | 100 | L. 1,00 | L. 100,00 |
| Costo Total Anual | | | L. 26.400,00 |

Tabla 25. Presupuesto De Mercadeo Anual.

| Año | Presupuesto de Mercadeo |
|-------------|-------------------------|
| 2015 | L. 26.400,00 |
| 2016 | L. 27.915,36 |
| 2017 | L. 29.517,70 |
| 2018 | L. 31.212,02 |

| | |
|-------------|--------------|
| 2019 | L. 33.003,59 |
| 2020 | L. 34.897,99 |
| 2021 | L. 36.901,14 |
| 2022 | L. 39.019,26 |
| 2023 | L. 41.258,97 |
| 2024 | L. 43.627,23 |

Debido a la inflación en los precios, el presupuesto de mercadeo y ventas aumentara el 5,74% anual durante la vida del proyecto.

6.3.5 ESTUDIO TÉCNICO.

El estudio técnico, sirvió para tener un panorama de todo lo requerido para echar andar una empresa, como ser; instalaciones, recurso humano requerido, costos de las regulaciones gubernamentales, potencial demanda y capacidad instalada de la planta. El referido estudio mostro que existe un mercado atractivo para Pollos San Diego y que Tierra de Fango S. de R.L tiene la capacidad para satisfacer una porción de esta demanda, por lo que se evaluaron los costos en relación a la cantidades que se esperan vender.

Tabla 26. Resumen de Inversión fija.

| Detalle | Valor Total |
|-----------------------------|--------------------|
| Infraestructura | L. 408.019,70 |
| Maquinaria | L. 156.982,00 |
| Equipo de Transporte | L. 70.000,00 |
| Equipo de Oficina | L. 39.074,00 |
| Mobiliario | L. 14.764,65 |
| Muebles y Enseres | L. 8.053,00 |
| Total | L. 696.893,35 |

6.3.6 CONSTITUCIÓN Y ORGANIZACIÓN.

- ✓ Inscripción en la Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa (CCIT).
- ✓ licencia ambiental especial (SERNA).
- ✓ Permiso de construcción que lo otorga la alcaldía municipal del Talanga F.M.
- ✓ Solicitud tributaria de impuesto Dirección Ejecutiva de Ingresos (DEI).
- ✓ Certificado de inversión Secretaria de Industria y Comercio (SIC).
- ✓ Registro de la empresa como distribuidores y vendedores ley fitosanitaria (SAG).
- ✓ certificado de salud y buenas prácticas de manufactura para la libre venta otorgado por (SAG).
- ✓ Solicitud de operación otorgada por (SENASA).
- ✓ Registro Tributario Numérico Otorgado Por la (DEI).
- ✓ Registro de Marca (SIC)

Tabla 27. Gastos de Constitución.

| Detalle | Valor Total |
|---------------------------------------|-----------------|
| Constitución de empresa | L. 10.000,00 |
| Marcas y patentes | L. 8.000,00 |
| Registro en la DEI | L. 2.500,00 |
| Registro en Cámara de Comercio | L. 1.800,00 |
| Total | L. 22.300,00 |

Tabla 28. Costos Variables de Producción.

| | |
|-----------------------------|------------------------|
| Costos Variables | |
| Insumo de Producción | L. 1.674.824,82 |
| Materia Prima | L. 448.000,00 |
| Insumo de ventas | L. 52.800,00 |
| Total 2015 | L. 2.175.624,82 |

Tabla 29. Costos Fijos.

| | |
|-------------------------------------|----------------------|
| Costos Fijos | |
| Administración y Operaciones | L. 49.882,64 |
| IT | L. 60.888,00 |
| Sueldos y Salarios | L. 469.298,74 |
| Mantenimiento | L. 76.000,00 |
| Depreciación | L. 78.149,11 |
| Mercadeo | L. 26.400,00 |
| Total 2015 | L. 760.618,49 |

Tabla 30. Punto de Equilibrio.

| Variables | Variables |
|---|------------------------|
| Total costos y gastos fijos anuales | L. 760.618,48 |
| Total costos y gastos variables por Lbs. producida | L. 13,97 |
| Precio de venta | L. 24,00 |
| Margen de contribución | L. 10,03 |
| Unidades mínimas para alcanzar PE | 75.801 |
| Facturación mínima para alcanzar PE | L. 1.819.230,70 |

Anexo 11 Pag. 114.

6.3.7 ESTUDIO FINANCIERO.

En este estudio se plasmaron todos los costos, gastos y ganancias que tendrá Tierra de Fango S. de R.L. con la producción y comercialización de “Pollo San Diego” que muestra que para comenzar a operar debe contar con un capital de inversión de Lps, 5, 980,816.84 y se espera que el retorno de la inversión sea en el cuarto año de haber comenzado operaciones con rentabilidad apalancada con deuda de 57%. Es importante mencionar que el proyecto es rentable a realizar los escenarios pesimista, optimista y esperado.

Tabla 31. Evaluación Financiera Esperada.

| Variables | Indicador |
|--|------------------------|
| Inversión | L. 5.980.816,84 |
| VPN | L. 2.321.332,47 |
| TIR | 16% |
| ROI | 36% |
| Rentabilidad apalancada con deuda | 57% |
| Margen sobre ventas | 20% |
| Índice de rentabilidad | 52% |
| Payback | 4 años |

Anexo 18, Pag. 118.

El proyecto es aceptable porque se obtiene un rendimiento del 16% comparada a la tasa mínima aceptable de recursos propios, se obtiene un valor presente neto positivo por L. 2, 321,332.47 lo que demuestra que la empresa tendrá flujos netos positivos y sustanciales, estos resultados de los flujos se deben a que la empresa producirá con bajos costos de producción, ya que gracias a las alianzas estratégicas se logró reducir el costos en los insumos de producción.

6.4 PRESUPUESTO.

El presupuesto de este proyecto se basa en un desglose del trabajo a realizar y de los materiales y recursos necesarios, así como los costos asignados a los diversos componentes del proyecto, Tomando como referencia los presupuestos de todos los gastos y costos se presenta el siguiente cuadro de inversión total para poner en marcha el proyecto.

Tabla 32. Presupuesto del proyecto.

| Descripción | |
|-------------------------------------|-----------------|
| Insumos de Producción | L. 2.317.622,78 |
| Infraestructura | L. 408.019,70 |
| Maquinaria | L. 156.982,00 |
| Equipo de Transporte | L. 70.000,00 |
| Equipo de Oficina | L. 39.074,00 |
| Gastos de Constitución | L. 22.300,00 |
| Mobiliario | L. 14.764,65 |
| Muebles y Enseres | L. 8.053,00 |
| Papelería Y oficina | L. 4.247,80 |
| Herramientas | L. 2.818,00 |
| Material de Aseo | L. 692,00 |
| Insumo de Producción | L. 1.674.824,00 |
| Materia Prima | L. 448.000,00 |
| Insumo de ventas | L. 52.800,00 |
| Administración y Operaciones | L. 49.882,64 |
| IT | L. 60.888,00 |
| sueldos y Salarios | L. 469.298,74 |
| Mantenimiento | L. 76.000,00 |
| Depreciación | L. 78.149,11 |
| Mercadeo | L. 26.400,00 |
| Total | L. 5.980.816,42 |

6.5 CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN.

Tabla 33. Cronograma de ejecución de estudio de Pre Factibilidad y puesta en marcha.

| Actividad/mes | Ju I- 14 | Ago- 14 | Sep- 14 | Oct- 14 | Nov- 14 | Dic- 14 | Ene- 15 | Feb- 15 | Mar- 15 | Abr- 15 | Jun- 15 | Jul- 15 | Ago- 15 | Sep- 15 | Oct- 15 | Nov- 15 | Dic- 15 |
|--|----------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Delimitación de terreno | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Trámites legales | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Preparación de terreno | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Etapas de construcción | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Etapa1. Levantar paredes | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Etapa2. Techar las instalaciones | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Etapa3. Acondicionar las instalaciones | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Compra de equipo y maquinaria | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Compra de materia primas | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Compra de Insumos | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Proceso Producción | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sacrificio de pollos | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Comercialización | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Plan de mercadeo | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Tabla 34 Verificación de la concordancia del Documento con el Plan de Acción.

| Título | Problema | Objetivo | | Conclusiones | Recomendaciones | Aplicabilidad |
|--|--|---|--|---|--|---|
| | | General | Específico | | | |
| INICIATIVA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CARNE AVÍCOLA EN EL MUNICIPIO DE TALANGA | ¿Es factible como oportunidad de negocio la producción y comercialización de carne avícola en el municipio de Talanga? | Facilitar las condiciones favorables para la producción y comercialización de carne avícola, mediante un estudio de pre-factibilidad, para la implementación de una planta productora y comercializadora del producto en el mercado regional. | 1. Identificar los factores que potencian o limitan la puesta en marcha de una planta productora y comercializadora de carne avícola. | 1. Las diferentes variables de estudio ya sean cuantitativas o cualitativas que potencian la iniciativa de producción son las siguientes el abastecimiento de materia prima e insumos de producción, la localización del proyecto, la demanda insatisfecha, la mano, así como los factores que limitan entre las cuales están los trámites legales, el posicionamiento las empresas competidoras y el capital necesario para realizar la inversión, | 1. Tierra de Fango S. de R.L será una empresa de reciente formación por lo que se recomienda que la actividad contable sea efectuada por un contador externo a la misma (Outsourcing). | Con la alianza estratégica con proveedores se logro obtener un descuento en materia prima como ser el concentrado inicio que se utiliza en la semana de 1 a la 4, y la etapa final del semana 5 a la semana 8. |
| | | | 2. Analizar los factores que potencian y limitan la puesta en marcha de la planta y como ha sido la experiencia de otros productores de la zona en el mismo rubro. | 2. se logro determinar que las variables que potencian o limitan el proyecto, se relacionan inversamente proporcionales entre sí, con el fin de favorecer la iniciativa de producción por medio de la planificación estratégica que se llevo a cabo en el estudio de pre factibilidad. | 2. En el futuro, en el caso que el mercado le presente oportunidades muy atractivas de invertir en otras áreas geográficas, para ampliar su capacidad instalada o diversificarse, se recomienda que la empresa analice la posibilidad de poder fabricar su propio concentrado para el engorde de pollo, para lograr depender menos del proveedor, el cual pertenece a un grupo transnacional que tiene un alto porcentaje de participación en el mercado de la venta de pollo en Honduras. | Investigación de mercado: las encuestas se realizaran anualmente para medir la satisfacción del cliente en base al producto y servicio ofrecido por la empresa. Precio por Libra que será de 24 lempiras para el primer año, que se fijo en dos cosas costo de producción y precio accesible en relación a la competencia. por medio de la Publicidad dar a conocer los beneficios nutricionales de consumir Pollos San Diego el pollo de tu tierra, Promoción: por medio de Sticker promocionales, Tarjetas de presentación y Tabloides |

| Título | Problema | Objetivo | | Conclusiones | Recomendaciones | Aplicabilidad |
|--|--|---|--|---|---|---|
| | | General | Específico | | | |
| INICIATIVA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CARNE AVÍCOLA EN EL MUNICIPIO DE TALANGA | ¿Es factible como oportunidad de negocio la producción y comercialización de carne avícola en el municipio de Talanga? | Facilitar las condiciones favorables para la producción y comercialización de carne avícola, mediante un estudio de pre-factibilidad, para la implementación de una planta productora y comercializadora del producto en el mercado regional. | 3. definir cuáles son las regulaciones ambientales y municipales para instalar dicha planta. | 3. Para poder operar la planta de producción y comercialización de carne avícola se debe cumplir con todas las normativas establecidas que le exigen al productor avícola como requisito. | 3. Implementar estrategias de venta y publicidad, para llegar al mercado meta de manera rápida y precisa; de esa forma se podrá captar a la mayor cantidad de demanda insatisfecha. | Permisos De Operación, Impuestos y permisos ambientales y de explotación de tierras son permisos que planta de cumplir para poder operar. |
| | | | 4. proponer un estudio de pre-factibilidad para la instalación de la planta de producción y comercialización de carne avícola. | 4. De los resultados anteriores se puede concluir que el Proyecto Avícola “Tierra de Fango S, de R.L” es viable porque cumple con todos los requisitos que requieren las instituciones para poder operar y desde el punto de vista de rentabilidad es factible dado | | |

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

«Acerca de | FAO | Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura». 2014. Accedido octubre 31. <http://www.fao.org/about/es/>.

ANTONIO ALEGRE MILLAN. 2011. «BIOSEGURIDAD EN GRANJAS AVICOLAS». <http://www.itgganadero.com/docs/itg/docs/2011/BAaves/BIOSEGURIDADred.pdf>.

Dirección Provincial de Educación Técnico Profesional. 2013. «Manual de Avicultura». Sitio Argentino de Producción Animal. http://www.produccion-animal.com.ar/produccion_aves/produccion_avicola/106-MANUAL_DE_AVICULTURA.pdf.

ESTHER GONZALEZ JIMENEZ. 2013. «ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL DEL CONSUMO DE POLLO CERTIFICADO FRENTE AL BLANCO EN NAVARRA.» <http://academica-e.unavarra.es/bitstream/handle/2454/6906/577984.pdf?sequence=1>.

«Estudio de Carne de Pollo en Centroamérica - CentralAmericaData :: Central America Data». 2014. Accedido octubre 31. http://www.centralamericadata.com/es/static/estudio_de_carne_de_pollo_en_centroamerica.

FEDAVIH. 2013. «¿Qué hacemos?». junio 12. http://fedavih.com/index.php?option=com_content&view=article&id=207&Itemid=432.

«PROYECTO CONSTRUCCIÓN DE GALPÓN PARA GALLINAS PONEDORAS». 2014. *Scribd*. Accedido octubre 31. <https://es.scribd.com/doc/90936803/PROYECTO-CONSTRUCCION-DE-GALPON-PARA-GALLINAS-PONEDORAS>.

«smA-Acres-Guia-de-Manejo-del-Pollo-Engorde-2009.pdf». 2014. Accedido octubre 31. http://es.aviagen.com/assets/Tech_Center/BB_Foreign_Language_Docs/Spanish_Tech_Docs/smA-Acres-Guia-de-Manejo-del-Pollo-Engorde-2009.pdf.

Alfonzo Garmendia Salvador (2005). Evaluación del Impacto Ambiental. Obtenido CRAI-UNITEC.

Banco Central de Honduras, (Agosto 2014) Sección de bienes, departamento de estadísticas obtenido de <http://www.bch.hn/>

Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa (2009). Sector avícola en Honduras obtenido de <http://www.ccit.hn/>

Cobb 500TM, 2007. Guía Cobb 500 (en línea). (Abril 30-2012). obtenido de <http://www.accuweather.com/es/hn/talanga/188002/daily-weather-forecast/188002?day=2>

Cobb - Vantress, (2008). Guía de Manejo del Pollo de Engorde (en línea). 25-Septiembre-2013.

Charles T. Horngren, George Foster Prentice-Hall, Contabilidad de costos. 1987 - 980 pages.

Gabriel Baca Urbina (2013). Evaluación de Proyectos. Obtenido CRAI-UNITEC.

Gitman J. (2007). Fundamentos de gerencia financiera. 9ed. McGraw-Hill. 564p.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación. México D.F.: McGraw-Hill.

Horngren C; Foster G. 1991. Contabilidad de costos un enfoque gerencial. 6ed. México. Prentice-Hall. 1102p.

Lerma, H. D. (2004). Metodología de la investigación. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Martínez C. 2001. La producción y las empresas. (En línea). Consultado el 5 de Agosto de 2009 Disponible: <http://www.eumed.net/cursecon/5/index.htm>.

(Polimeni, Fabozzi y Adelberg, 2006). Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad del Zulia, (2007).

Heizer, J., y Render, B. (2009). *Principios De Administración De Operaciones*, (7ma.Ed.). Editorial Pearson Educación.

Diario el Herald. 2013. «Talanga, un municipio de gente laboriosa», diciembre 6. <http://www.elheraldo.hn/vida/600755-220/talanga-un-municipio-de-gente-laboriosa>.

Diario La Prensa. 2014. «Producción de carne de pollo en Honduras crece de 3 a 4%». Accedido octubre 30. <http://www.laprensa.hn/economia/laeconomia/588388-98/produccion-de-carne-de-pollo-en-honduras-crece-de-3-a-4>.

Diario La Tribuna. 2014. «Sector avícola consolida exportaciones a la región - Diario La Tribuna de Honduras.» Accedido octubre 30. <http://www.latribuna.hn/2014/01/02/sector-avicola-consolida-exportaciones-a-la-region/>.

diario la tribuna. 2014. «Llegada de pollo a EUA dejará millones en divisas para Honduras». Accedido octubre 30. <http://www.elsitioavicola.com/poultrynews/29123/llegada-de-pollo-a-eua-dejara-millones-en-divisas-para-honduras>.

Kattum Farid, Regalado Jacobo, y Salinas Jose. 2013. Avanza el sector avicola en Honduras. Campus TV. <https://www.youtube.com/watch?v=Z66RTqaluh0>.

Ochoa Jose. 2011. «sector avicola como funciona el mercado en honduras». Presentacion, Republica de Honduras, agosto. <http://www.google.com.gt/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CCIQFjAB&url=http%3A%2F%2Fcrcal.org%2Fpresentaciones%2F03-08-2011.ppt&ei=HrpRVJoPhqE2ur2D8Ag&usq=AFQjCNGs8ceGfSeRmIM7A4QPE71mmrDEOA&sig2=79Nio6NLOE686KXkKN2wNg>.

Talanga City. 2010. *Talangacity.blogspot.com*. abril 13. <http://talangacity.blogspot.com/>.

Astudillo, V. (1976). *Serie de Manuales Didácticos*.

Bergman, J. (2002). La densidad. *Ventanas al Universo*.

Centro Nacional de Producción más Limpia de Honduras. (2008).

Galindo, S. (2005). Bioseguridad en grajas avícolas. *REDVET*, 12.

- Garcia, C. (2013). *Importancia de las instalaciones sanitarias*.
- Gonzales, E. (2006). *Inocuidad de los alimentos* .
- Gutierrez. (2006). La iluminacion en las granjas. *Agronomos de Valencia*, 1.
- Nicol, C. J. (2010). Bienestar de las aves de corral en los países en desarrollo. *FAO*, 1.
- OMS . (s.f.). *organizacion mundial de la salud*. Obtenido de <http://www.who.int/topics/mortality/es/>
- Ponce, E. Z. (s.f.). *Costitucion Politica. Reglamento Sanitario*. Mexico.
- Portilla, F. (2010). *Planteamiento del plan de manejo ambiental*. Bolivia : Universidad Bolivariana.
- Ramos, A. C. (2014). *Condiciones Ambientales*. Recuperado el 12 de noviembre de 2014, de Universidad Politecnica de Madrid.
- Renderos, A. A. (2013). *Cuestionario de medidas higienicas*. San Salvador: Departamento de ciencias agronomicas.
- Sanchez, E. N. (2011). Compendio de legislacion ambiental. *Legislacion ambiental vigente en Honduras*. Honduras.
- SENASA. (2003). *Manual de buenas practicas de produccion avicola*. Santiago de Chile.
- SERNA. (2009). *guia de buenas practicas ambientales para la produccion avicola*.
- Vargas, J. (2002). Definiciones generales. *Archivos de zootecnia*.
- Coloma, G. (1997). *Diferenciación de Productos y Poder de Mercado*.
- Gomez, D. G. (2002). *Estrategia de produccion y operaciones* .
- Kotler, Philip. (s.f.). *Marketing para Latinoamerica*.
- Marketing, Estratego. (s.f.). *Modelo de negocios*.
- Puentes, Eleonora;. (s.f.). Beneficios de la carnde de pollo. *Revista buena salud*.

ANAVIH. (2009). *Guía de buenas practicas ambientales* .

Cruz, J. (2012). *ETAPAS DEL PROCESO DE FAENA MIENTO DE POLLOS BOILER*.

ANEXOS.

ENCUESTA.

Somos alumnos de la Universidad Tecnológica de Honduras y solicitamos su ayuda con la siguiente información para llevar a cabo un estudio de mercado que nos permita conocer la viabilidad del establecimiento de un negocio dedicado a la producción y comercialización de carne de pollo.

NOMBRE _____ DEL _____ LOCAL _____ O
COMERCIO_____

TIEMPO QUE TIENE QUE DE ESTAR COMO
COMERCIANTE_____

CATEGORIA. PULPERIA___ POLLERA___ MERCADITO___

1. ¿COMPRA Y VENDE CARNE DE POLLO?

___SI

___NO, SI SU RESPUESTA ES NO FIN DE LA ENCUESTA.

2. ¿CON QUE FRECUENCIA COMPRA, LA CARNE DE POLLO PARA
COMERCIALIZARLA?

___ MENSUAL

___ QUINCENAL

___ SEMANAL

___ OTRA, ESPECIFIQUE_____

3. ¿CUÁL ES EL PRECIO DE COMPRA DE LA LIBRA?

4. ¿QUIÉN ES ACTUALMENTE SU PROVEEDOR?

5. ¿CUÁNTAS LIBRAS DE POLLO VENDE A LA SEMANA?

_____, EN CASO DE SER POLLERA ESPECIFIQUE CUANTOS POLLOS VENDE_____

6. ¿CUÁNTAS LIBRAS DE POLLO COMPRA, POR CADA PEDIDO QUE REALIZA?

| LIBRAS | | LIBRAS | |
|--------|--|--------|--|
| 10 | | 110 | |
| 20 | | 120 | |
| 30 | | 130 | |
| 40 | | 140 | |
| 50 | | 150 | |
| 60 | | 160 | |
| 70 | | 170 | |
| 80 | | 180 | |
| 90 | | 190 | |
| 100 | | 200 | |

| | |
|---|--|
| Mas de 200, especifique la cantidad en LBS. | |
|---|--|

7. ¿REALIZA COMPRAS AL CRÉDITO CON SU ACTUAL PROVEEDOR?

SI _____

NO _____

SI SU RESPUESTA ES SI RESPONDA LA SIGUIENTE PREGUNTA:

PLAZO (DIAS, SEMANAS, MESES) _____ MONTO (LPS) _____

8. ¿ESTARÍA DISPUESTO A CAMBIAR DE PROVEEDOR?

___ SI

___ NO, SI ES NO, FIN DE LA ENCUESTA.

9. ¿POR QUÉ FACTORES CAMBIARIA DE PROVEEDOR?

___ PRECIO

- ___ CALIDAD
- ___ CONSISTENCIA
- ___ FACILIDADES DE PAGO
- ___ EXPERIENCIA EN EL MERCADO
- ___ NORMAS SANITARIAS

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!!

ANEXO 1. Presupuesto de Ingresos Mensuales.

| PROYECCION MENSUAL DE INGRESOS (EXPRESADO EN LEMPIRAS) | | | | | | |
|---|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Detalle | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio |
| Ciclos Mensuales | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Aves Criadas | 927 | 927 | 927 | 927 | 927 | 927 |
| Total Aves Criadas | 3,709 | 3,709 | 3,709 | 3,709 | 3,709 | 3,709 |
| Peso Lbs. Por Ave | 3.5 | 3.5 | 3.5 | 3.5 | 3.5 | 3.5 |
| Total Lbs Pollo | 12,982 | 12,982 | 12,982 | 12,982 | 12,982 | 12,982 |
| Precio por Lbs. | L. 24.00 | L. 24.00 | L. 24.00 | L. 24.00 | L. 24.00 | L. 24.00 |
| Ingresos por Carne de Pollo | L. 311,568.51 | L. 311,568.51 | L. 311,568.51 | L. 311,568.51 | L. 311,568.51 | L. 311,568.51 |
| Vicerias (Menudos) | 464 | 464 | 464 | 464 | 464 | 464 |
| Precio por Menudo | L. 12.00 | L. 12.00 | L. 12.00 | L. 12.00 | L. 12.00 | L. 12.00 |
| Ingresos por Venta Menudos | L. 22,254.89 | L. 22,254.89 | L. 22,254.89 | L. 22,254.89 | L. 22,254.89 | L. 22,254.89 |
| Total Ingresos por Ventas | L. 333,823.40 | L. 333,823.40 | L. 333,823.40 | L. 333,823.40 | L. 333,823.40 | L. 333,823.40 |

| (EXPRESADO EN LEMPIRAS) | | | | | | |
|------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Detalle | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre |
| Ciclos Mensuales | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Aves Criadas | 927 | 927 | 927 | 927 | 927 | 927 |
| Total Aves Criadas | 3,709 | 3,709 | 3,709 | 3,709 | 3,709 | 3,709 |
| Peso Lbs. Por Ave | 3.5 | 3.5 | 3.5 | 3.5 | 3.5 | 3.5 |
| Total Lbs Pollo | 12,982 | 12,982 | 12,982 | 12,982 | 12,982 | 12,982 |
| Precio por Lbs. | L. 24.00 | L. 24.00 | L. 24.00 | L. 24.00 | L. 24.00 | L. 24.00 |
| Ingresos por Carne de Pollo | L. 311,568.51 | L. 311,568.51 | L. 311,568.51 | L. 311,568.51 | L. 311,568.51 | L. 311,568.51 |
| Vicerias (Menudos) | 464 | 464 | 464 | 464 | 464 | 464 |
| Precio por Menudo | L. 12.00 | L. 12.00 | L. 12.00 | L. 12.00 | L. 12.00 | L. 12.00 |
| Ingresos por Venta Menudos | L. 22,254.89 | L. 22,254.89 | L. 22,254.89 | L. 22,254.89 | L. 22,254.89 | L. 22,254.89 |
| Total Ingresos por Ventas | L. 333,823.40 | L. 333,823.40 | L. 333,823.40 | L. 333,823.40 | L. 333,823.40 | L. 333,823.40 |

ANEXO 2. Presupuesto de Ingresos Anuales.

| PROYECCIÓN ANUAL DE INGRESOS (EXPRESADO EN LEMPIRAS) | | | | | |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Detalle | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| Total Lbs Producidas | 155,784 | 155,784 | 155,784 | 155,784 | 155,784 |
| Precio por Lbs. | L. 24.00 | L. 25.38 | L. 26.83 | L. 28.37 | L. 30.00 |
| Ingreso Por Carne de Pollo | L. 3738,822.08 | L. 3953,430.47 | L. 4180,357.38 | L. 4420,309.89 | L. 4674,035.68 |
| Total Producción Menudos | 22,255 | 22,255 | 22,255 | 22,255 | 22,255 |
| Precio por Menudo | L. 12.00 | L. 12.69 | L. 13.42 | L. 14.19 | L. 15.00 |
| Ingresos porMenudo (Víceras) | L. 267,058.72 | L. 282,387.89 | L. 298,596.96 | L. 315,736.42 | L. 333,859.69 |
| Total Ingresos por Ventas | L. 4005,880.80 | L. 4235,818.36 | L. 4478,954.33 | L. 4736,046.31 | L. 5007,895.37 |

| PROYECCIÓN ANUAL DE INGRESOS (EXPRESADO EN LEMPIRAS) | | | | | |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Detalle | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
| Total Lbs Producidas | 155,784 | 155,784 | 155,784 | 155,784 | 155,784 |
| Precio por Lbs. | L. 31.73 | L. 33.55 | L. 35.47 | L. 37.51 | L. 39.66 |
| Ingreso Por Carne de Pollo | L. 4942,325.32 | L. 5226,014.80 | L. 5525,988.05 | L. 5843,179.76 | L. 6178,578.28 |
| Total Producción Menudos | 22,255 | 22,255 | 22,255 | 22,255 | 22,255 |
| Precio por Menudo | L. 15.86 | L. 16.77 | L. 17.74 | L. 18.75 | L. 19.83 |
| Ingresos porMenudo (Víceras) | L. 353,023.24 | L. 373,286.77 | L. 394,713.43 | L. 417,369.98 | L. 441,327.02 |
| Total Ingresos por Ventas | L. 5295,348.56 | L. 5599,301.57 | L. 5920,701.48 | L. 6260,549.74 | L. 6619,905.30 |

ANEXO 3. Presupuesto de Egresos Mensuales.

| Descripción | Tipo de costo | Tipo de Gasto | Área | Tipo de Gasto | Mes 1 | Mes 2 | Mes 3 | Mes 4 | Mes 5 | Mes 6 |
|-----------------------------------|------------------|---------------|----------------|------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Electricidad | Costos Fijos | Indirecto | Administración | Administración y operaciones | L. 1,200.00 | L. 1,200.00 | L. 1,200.00 | L. 1,200.00 | L. 1,200.00 | L. 1,200.00 |
| Papelería y útiles | Costos Fijos | Indirecto | Administración | Administración y operaciones | L. 353.98 | L. 353.98 | L. 353.98 | L. 353.98 | L. 353.98 | L. 353.98 |
| Honorarios Profesionales | Costos Fijos | Indirecto | Administración | Administración y operaciones | L. - | L. - | L. 5,000.00 | L. - | L. - | L. 5,000.00 |
| Mantenimiento de computadoras | Costos Fijos | Indirecto | Administración | IT | L. - | L. - | L. 1,200.00 | L. - | L. - | L. 1,200.00 |
| Teléfono-Internet-Tv | Costos Fijos | Indirecto | Administración | IT | L. 5,074.00 | L. 5,074.00 | L. 5,074.00 | L. 5,074.00 | L. 5,074.00 | L. 5,074.00 |
| Mantenimiento otros Activos | Costos Fijos | Indirecto | Administración | Mantenimiento | L. - | L. - | L. 1,000.00 | L. - | L. - | L. 1,000.00 |
| Salarios Administrativos | Costos Fijos | Indirecto | Administración | Sueldos y Salarios | L. 30,083.25 | L. 30,083.25 | L. 30,083.25 | L. 30,083.25 | L. 30,083.25 | L. 30,083.25 |
| 13avo Mes de Salario | Costos Fijos | Indirecto | Administración | Sueldos y Salarios | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 |
| 14avo Mes de Salario | Costos Fijos | Indirecto | Administración | Sueldos y Salarios | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 |
| Insumos | Costos Variables | Directo | Producción | Administración y operaciones | L. 181,302.04 | L. 181,302.04 | L. 181,302.04 | L. 181,302.04 | L. 181,302.04 | L. 181,302.04 |
| Herramientas | Costos Fijos | Directo | Producción | Administración y operaciones | L. 234.83 | L. 1,000.00 | L. 1,000.00 | L. 1,000.00 | L. 1,000.00 | L. 1,000.00 |
| Mantenimiento maquinaria y equipo | Costos Fijos | Directo | Producción | Mantenimiento | L. 5,000.00 | L. 5,000.00 | L. 5,000.00 | L. 5,000.00 | L. 5,000.00 | L. 5,000.00 |
| Mantenimiento otros Activos | Costos Fijos | Directo | Producción | Mantenimiento | L. - | L. - | L. 3,000.00 | L. - | L. - | L. 3,000.00 |
| Depreciación de maquinaria | Costos Fijos | Directo | Todas | Depreciación | L. 6,512.43 | L. 6,512.43 | L. 6,512.43 | L. 6,512.43 | L. 6,512.43 | L. 6,512.43 |
| Publicidad | Costos Fijos | Indirecto | Ventas | Mercadeo | L. 2,200.00 | L. 2,200.00 | L. 2,200.00 | L. 2,200.00 | L. 2,200.00 | L. 2,200.00 |
| Total | | | | | L. 240,985.51 | L. 241,750.67 | L. 251,950.67 | L. 241,750.67 | L. 241,750.67 | L. 251,950.67 |

| Descripción | Tipo de costo | Tipo de Gasto | Área | Tipo de Gasto | Mes 7 | Mes 8 | Mes 9 | Mes 10 | Mes 11 | Mes 12 |
|-----------------------------------|------------------|---------------|----------------|------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Electricidad | Costos Fijos | Indirecto | Administración | Administración y operaciones | L. 1,200.00 | L. 1,200.00 | L. 1,200.00 | L. 1,200.00 | L. 1,200.00 | L. 1,200.00 |
| Papelería y útiles | Costos Fijos | Indirecto | Administración | Administración y operaciones | L. 353.98 | L. 353.98 | L. 353.98 | L. 353.98 | L. 353.98 | L. 353.98 |
| Honorarios Profesionales | Costos Fijos | Indirecto | Administración | Administración y operaciones | L. - | L. - | L. 5,000.00 | L. - | L. - | L. 5,000.00 |
| Mantenimiento de computadoras | Costos Fijos | Indirecto | Administración | IT | L. - | L. - | L. 1,200.00 | L. - | L. - | L. 1,200.00 |
| Teléfono-Internet-Tv | Costos Fijos | Indirecto | Administración | IT | L. 5,074.00 | L. 5,074.00 | L. 5,074.00 | L. 5,074.00 | L. 5,074.00 | L. 5,074.00 |
| Mantenimiento otros Activos | Costos Fijos | Indirecto | Administración | Mantenimiento | L. - | L. - | L. 1,000.00 | L. - | L. - | L. 1,000.00 |
| Salarios Administrativos | Costos Fijos | Indirecto | Administración | Sueldos y Salarios | L. 30,083.25 | L. 30,083.25 | L. 30,083.25 | L. 30,083.25 | L. 30,083.25 | L. 30,083.25 |
| 13avo Mes de Salario | Costos Fijos | Indirecto | Administración | Sueldos y Salarios | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 |
| 14avo Mes de Salario | Costos Fijos | Indirecto | Administración | Sueldos y Salarios | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 |
| Insumos | Costos Variables | Directo | Producción | Administración y operaciones | L. 181,302.04 | L. 181,302.04 | L. 181,302.04 | L. 181,302.04 | L. 181,302.04 | L. 181,302.04 |
| Herramientas | Costos Fijos | Directo | Producción | Administración y operaciones | L. 1,000.00 | L. 1,000.00 | L. 1,000.00 | L. 1,000.00 | L. 1,000.00 | L. 1,000.00 |
| Mantenimiento maquinaria y equipo | Costos Fijos | Directo | Producción | Mantenimiento | L. 5,000.00 | L. 5,000.00 | L. 5,000.00 | L. 5,000.00 | L. 5,000.00 | L. 5,000.00 |
| Mantenimiento otros Activos | Costos Fijos | Directo | Producción | Mantenimiento | L. - | L. - | L. 3,000.00 | L. - | L. - | L. 3,000.00 |
| Depreciación de maquinaria | Costos Fijos | Directo | Todas | Depreciación | L. 6,512.43 | L. 6,512.43 | L. 6,512.43 | L. 6,512.43 | L. 6,512.43 | L. 6,512.43 |
| Publicidad | Costos Fijos | Indirecto | Ventas | Mercadeo | L. 2,200.00 | L. 2,200.00 | L. 2,200.00 | L. 2,200.00 | L. 2,200.00 | L. 2,200.00 |
| Total | | | | | L. 241,750.67 | L. 241,750.67 | L. 251,950.67 | L. 241,750.67 | L. 241,750.67 | L. 251,950.67 |

ANEXO 4. Presupuesto de Egresos Anuales.

| Descripción | Tipo de costo | Tipo de Gasto | Área | Tipo de Gasto | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-----------------------------------|------------------|---------------|----------------|------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Electricidad | Costos Fijos | Indirecto | Administración | Administración y operaciones | L. 14,400.00 | L. 15,226.56 | L. 16,100.56 | L. 17,024.74 | L. 18,001.96 |
| Papelería y útiles | Costos Fijos | Indirecto | Administración | Administración y operaciones | L. 4,247.80 | L. 4,491.62 | L. 4,749.44 | L. 5,022.06 | L. 5,310.33 |
| Honorarios Profesionales | Costos Fijos | Indirecto | Administración | Administración y operaciones | L. 20,000.00 | L. 21,148.00 | L. 22,361.90 | L. 23,645.47 | L. 25,002.72 |
| Mantenimiento de computadoras | Costos Fijos | Indirecto | Administración | IT | L. - | L. - | L. 4,800.00 | L. 5,075.52 | L. 5,366.85 |
| Teléfono-Internet-Tv | Costos Fijos | Indirecto | Administración | IT | L. 60,888.00 | L. 64,382.97 | L. 68,078.55 | L. 71,986.26 | L. 76,118.27 |
| Mantenimiento otros Activos | Costos Fijos | Indirecto | Administración | Mantenimiento | L. 4,000.00 | L. 4,229.60 | L. 4,472.38 | L. 4,729.09 | L. 5,000.54 |
| Salarios Administrativos | Costos Fijos | Indirecto | Administración | Sueldos y Salarios | L. 360,999.03 | L. 381,720.37 | L. 403,631.12 | L. 426,799.55 | L. 451,297.84 |
| 13avo Mes de Salario | Costos Fijos | Indirecto | Administración | Sueldos y Salarios | L. 54,149.85 | L. 54,149.85 | L. 54,149.85 | L. 54,149.85 | L. 57,258.06 |
| 14avo Mes de Salario | Costos Fijos | Indirecto | Administración | Sueldos y Salarios | L. 54,149.85 | L. 54,149.85 | L. 54,149.85 | L. 54,149.85 | L. 57,258.06 |
| Insumos | Costos Variables | Directo | Producción | Administración y operaciones | L. 2175,624.42 | L. 2301,631.11 | L. 2434,983.17 | L. 2576,113.47 | L. 2721,484.72 |
| Herramientas | Costos Fijos | Directo | Producción | Administración y operaciones | L. 11,234.83 | L. 11,879.71 | L. 12,561.61 | L. 13,282.64 | L. 14,045.07 |
| Mantenimiento maquinaria y equipo | Costos Fijos | Directo | Producción | Mantenimiento | L. 60,000.00 | L. 63,444.00 | L. 67,085.69 | L. 70,936.40 | L. 75,008.15 |
| Mantenimiento otros Activos | Costos Fijos | Directo | Producción | Mantenimiento | L. 12,000.00 | L. 12,688.80 | L. 13,417.14 | L. 14,187.28 | L. 15,001.63 |
| Depreciación de maquinaria | Costos Fijos | Directo | Todas | Depreciación | L. 78,149.11 | L. 77,457.11 | L. 77,457.11 | L. 68,435.29 | L. 68,435.29 |
| Publicidad | Costos Fijos | Indirecto | Ventas | Mercadeo | L. 26,400.00 | L. 27,915.36 | L. 29,517.70 | L. 31,212.02 | L. 33,003.59 |
| Total | | | | | L. 2936,242.90 | L. 3094,514.93 | L. 3267,516.08 | L. 3436,749.51 | L. 3627,593.08 |

| Descripción | Tipo de costo | Tipo de Gasto | Área | Tipo de Gasto | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
|-----------------------------------|------------------|---------------|----------------|------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Electricidad | Costos Fijos | Indirecto | Administración | Administración y operaciones | L. 19,035.27 | L. 20,127.89 | L. 21,283.23 | L. 22,504.89 | L. 23,796.67 |
| Papelería y útiles | Costos Fijos | Indirecto | Administración | Administración y operaciones | L. 5,615.14 | L. 5,937.45 | L. 6,278.26 | L. 6,638.63 | L. 7,019.69 |
| Honorarios Profesionales | Costos Fijos | Indirecto | Administración | Administración y operaciones | L. 26,437.87 | L. 27,955.41 | L. 29,560.05 | L. 31,256.79 | L. 33,050.94 |
| Mantenimiento de computadoras | Costos Fijos | Indirecto | Administración | IT | L. 5,674.91 | L. 6,000.65 | L. 6,345.09 | L. 6,709.30 | L. 7,094.41 |
| Teléfono-Internet-Tv | Costos Fijos | Indirecto | Administración | IT | L. 80,487.46 | L. 85,107.44 | L. 89,992.61 | L. 95,158.19 | L. 100,620.27 |
| Mantenimiento otros Activos | Costos Fijos | Indirecto | Administración | Mantenimiento | L. 5,287.57 | L. 5,591.08 | L. 5,912.01 | L. 6,251.36 | L. 6,610.19 |
| Salarios Administrativos | Costos Fijos | Indirecto | Administración | Sueldos y Salarios | L. 477,202.34 | L. 504,593.76 | L. 533,557.44 | L. 564,183.63 | L. 596,567.77 |
| 13avo Mes de Salario | Costos Fijos | Indirecto | Administración | Sueldos y Salarios | L. 60,544.67 | L. 64,019.93 | L. 67,694.68 | L. 71,580.35 | L. 75,689.06 |
| 14avo Mes de Salario | Costos Fijos | Indirecto | Administración | Sueldos y Salarios | L. 60,544.67 | L. 64,019.93 | L. 67,694.68 | L. 71,580.35 | L. 75,689.06 |
| Insumos | Costos Variables | Directo | Producción | Administración y operaciones | L. 2874,560.90 | L. 3036,423.60 | L. 3207,577.15 | L. 3388,554.87 | L. 3579,920.65 |
| Herramientas | Costos Fijos | Directo | Producción | Administración y operaciones | L. 14,851.26 | L. 15,703.72 | L. 16,605.11 | L. 17,558.24 | L. 18,566.09 |
| Mantenimiento maquinaria y equipo | Costos Fijos | Directo | Producción | Mantenimiento | L. 79,313.62 | L. 83,866.22 | L. 88,680.14 | L. 93,770.38 | L. 99,152.81 |
| Mantenimiento otros Activos | Costos Fijos | Directo | Producción | Mantenimiento | L. 15,862.72 | L. 16,773.24 | L. 17,736.03 | L. 18,754.08 | L. 19,830.56 |
| Depreciación de maquinaria | Costos Fijos | Directo | Todas | Depreciación | L. 10,200.49 | L. 10,200.49 | L. 10,200.49 | L. 10,200.49 | L. 10,200.49 |
| Publicidad | Costos Fijos | Indirecto | Ventas | Mercadeo | L. 34,897.99 | L. 36,901.14 | L. 39,019.26 | L. 41,258.97 | L. 43,627.23 |
| Total | | | | | L. 3770,516.90 | L. 3983,221.96 | L. 4208,136.24 | L. 4445,960.54 | L. 4697,435.89 |

ANEXO 5. Presupuesto de Egresos Mensuales.

| Puesto | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Total |
|---------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|
| Administrador | L. 10,500.00 | L. 10,500.00 | L. 10,500.00 | L. 10,500.00 | L. 10,500.00 | L. 10,500.00 | L. 63,000.00 |
| Operario 1 | L. 8,200.00 | L. 8,200.00 | L. 8,200.00 | L. 8,200.00 | L. 8,200.00 | L. 8,200.00 | L. 49,200.00 |
| Vigilante 1 | L. 7,459.35 | L. 7,459.35 | L. 7,459.35 | L. 7,459.35 | L. 7,459.35 | L. 7,459.35 | L. 44,756.10 |
| Total Sueldo Ordinario | L. 26,159.35 | L. 26,159.35 | L. 26,159.35 | L. 26,159.35 | L. 26,159.35 | L. 26,159.35 | L. 156,956.10 |
| Sueldo Extraordinario | L. 3,923.90 | L. 3,923.90 | L. 3,923.90 | L. 3,923.90 | L. 3,923.90 | L. 3,923.90 | L. 23,543.42 |
| Total Ordinario+Extra. | L. 30,083.25 | L. 30,083.25 | L. 30,083.25 | L. 30,083.25 | L. 30,083.25 | L. 30,083.25 | L. 180,499.52 |
| 13avo Mes de Salario | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 | L. 27,074.93 |
| 14avo Mes de Salario | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 | L. 27,074.93 |
| Total Sueldos y Salarios | L. 69,191.48 | L. 69,191.48 | L. 69,191.48 | L. 69,191.48 | L. 69,191.48 | L. 69,191.48 | L. 415,148.88 |

| Puesto | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total 2015 |
|---------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|
| Administrador | L. 10,500.00 | L. 10,500.00 | L. 10,500.00 | L. 10,500.00 | L. 10,500.00 | L. 10,500.00 | L. 126,000.00 |
| Operario 1 | L. 8,200.00 | L. 8,200.00 | L. 8,200.00 | L. 8,200.00 | L. 8,200.00 | L. 8,200.00 | L. 98,400.00 |
| Vigilante 1 | L. 7,459.35 | L. 7,459.35 | L. 7,459.35 | L. 7,459.35 | L. 7,459.35 | L. 7,459.35 | L. 89,512.20 |
| Total Sueldo Ordinario | L. 26,159.35 | L. 26,159.35 | L. 26,159.35 | L. 26,159.35 | L. 26,159.35 | L. 26,159.35 | L. 313,912.20 |
| Sueldo Extraordinario | L. 3,923.90 | L. 3,923.90 | L. 3,923.90 | L. 3,923.90 | L. 3,923.90 | L. 3,923.90 | L. 47,086.83 |
| Total Ordinario+Extra. | L. 30,083.25 | L. 30,083.25 | L. 30,083.25 | L. 30,083.25 | L. 30,083.25 | L. 30,083.25 | L. 360,999.03 |
| 13avo Mes de Salario | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 | L. 54,149.85 |
| 14avo Mes de Salario | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 | L. 4,512.49 | L. 54,149.85 |
| Total Sueldos y Salarios | L. 69,191.48 | L. 69,191.48 | L. 69,191.48 | L. 69,191.48 | L. 69,191.48 | L. 69,191.48 | L. 830,297.77 |

ANEXO 6. Capital de trabajo a financiar.

| Descripción | Total Año 1 |
|------------------------------|------------------------|
| Administración y operaciones | L. 2,225,507.06 |
| IT | L. 60,888.00 |
| Sueldos y Salarios | L. 469,298.74 |
| Mantenimiento | L. 76,000.00 |
| Depreciación | L. 78,149.11 |
| Mercadeo | L. 26,400.00 |
| Total general | L. 2,936,242.90 |

ANEXO 7. Estado de resultados.

| Año Operación | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
|--------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Total de ingresos | L. 3,044,574 | L. 4,235,818 | L. 4,478,954 | L. 4,736,046 | L. 5,007,895 | L. 5,295,349 | L. 5,599,302 | L. 5,920,701 | L. 6,260,550 | L. 6,619,905 |
| Gastos Operativos | L. 2,258,859 | L. 2,389,644 | L. 2,528,048 | L. 2,674,520 | L. 2,825,540 | L. 2,984,588 | L. 3,152,767 | L. 3,330,598 | L. 3,518,638 | L. 3,717,470 |
| Gastos administrativos | L. 572,835 | L. 599,499 | L. 632,494 | L. 662,582 | L. 700,615 | L. 740,830 | L. 783,354 | L. 828,318 | L. 875,863 | L. 926,138 |
| Gastos de ventas | L. 26,400 | L. 27,915 | L. 29,518 | L. 31,212 | L. 33,004 | L. 34,898 | L. 36,901 | L. 39,019 | L. 41,259 | L. 43,627 |
| Gastos de Distribución | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - |
| Depreciación | L. 78,149 | L. 77,457 | L. 77,457 | L. 68,435 | L. 68,435 | L. 10,200 | L. 10,200 | L. 10,200 | L. 10,200 | L. 10,200 |
| Total Gastos | L. 2,936,243 | L. 3,094,515 | L. 3,267,516 | L. 3,436,750 | L. 3,627,593 | L. 3,770,517 | L. 3,983,222 | L. 4,208,136 | L. 4,445,961 | L. 4,697,436 |
| UAI | L. 108,331 | L. 1,141,303 | L. 1,211,438 | L. 1,299,297 | L. 1,380,302 | L. 1,524,832 | L. 1,616,080 | L. 1,712,565 | L. 1,814,589 | L. 1,922,469 |
| Impuesto sobre la renta | L. 27,083 | L. 285,326 | L. 302,860 | L. 324,824 | L. 345,076 | L. 381,208 | L. 404,020 | L. 428,141 | L. 453,647 | L. 480,617 |
| Utilidad Neta | L. 81,248 | L. 855,978 | L. 908,579 | L. 974,473 | L. 1,035,227 | L. 1,143,624 | L. 1,212,060 | L. 1,284,424 | L. 1,360,942 | L. 1,441,852 |

ANEXO 8. Flujo de efectivo.

| Año Operación | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
|------------------------------------|--------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Inversión | L. -3044,574 | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - |
| Capital de trabajo | L. -2936,243 | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - |
| Utilidad Neta | L. - | L. 81,248 | L. 855,978 | L. 908,579 | L. 974,473 | L. 1035,227 | L. 1143,624 | L. 1212,060 | L. 1284,424 | L. 1360,942 | L. 1441,852 |
| Depreciación | L. - | L. 78,149 | L. 77,457 | L. 77,457 | L. 68,435 | L. 68,435 | L. 10,200 | L. 10,200 | L. 10,200 | L. 10,200 | L. 10,200 |
| Recuperación de capital de trabajo | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. 2936,243 | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - |
| Valor residual | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - |
| Flujo de efectivo | L. -5980,817 | L. 159,397 | L. 933,435 | L. 986,036 | L. 1042,908 | L. 4039,905 | L. 1153,824 | L. 1222,260 | L. 1294,624 | L. 1371,142 | L. 1452,053 |

ANEXO 9. Balance general.

| ACTIVOS | Año 1 |
|------------------------------------|-----------------------|
| Activos corrientes | |
| Caja y Bancos | L. 2936,242.90 |
| Inventario | L. 2317,622.78 |
| Cuentas por Cobrar | L. 203,411.18 |
| Total Activos corrientes | L. 5457,276.87 |
| Mobiliario. | L. 22,817.65 |
| Maquinaria y Herramientas | L. 159,800.00 |
| Infraestructura | L. 408,019.70 |
| Menos: Depreciación acumulada | L. -78,149.11 |
| Intangibles | L. 22,300.00 |
| Equipo de Transporte | L. 70,000.00 |
| Total Activos | L. 6062,065.11 |
| PASIVO | |
| Total pasivos corrientes | L. 4784,653.47 |
| Deuda a largo plazo | L. 4784,653.47 |
| Total pasivos no corrientes | |
| Total Pasivos | L. 4784,653.47 |
| PATRIMONIO | |
| Capita Social | L. 1196,163.37 |
| Resultados acumulados | L. 81,248.27 |
| Total patrimonio neto | L. 1277,411.64 |
| Total Pasivo y Patrimonio | L. 6062,065.11 |

ANEXO 10. Calculo de depreciaciones.

| Descripción | Monto Depreciar | Vida Útil | Valor Residual | Depreciación Anual |
|------------------------------|----------------------|-----------|----------------|---------------------|
| Infraestructura | L. 408,019.70 | 40 | 0% | L. 10,200.49 |
| Maquinaria | L. 156,982.00 | 5 | 0% | L. 31,396.40 |
| Equipo de Transporte/Reparto | L. 70,000.00 | 5 | 0% | L. 14,000.00 |
| Equipo de Oficina | L. 39,074.00 | 5 | 0% | L. 7,814.80 |
| Constitución | L. 22,300.00 | 5 | 0% | L. 4,460.00 |
| Mobiliario | L. 14,764.65 | 3 | 0% | L. 4,921.55 |
| Muebles y enseres | L. 8,053.00 | 3 | 0% | L. 2,684.33 |
| Papelería de Oficina | L. 4,247.80 | 3 | 0% | L. 1,415.93 |
| Herramientas | L. 2,818.00 | 5 | 0% | L. 563.60 |
| Material de Aseo | L. 692.00 | 1 | 0% | L. 692.00 |
| Total | L. 726,951.15 | 75 | 0% | L. 78,149.11 |

ANEXO 11. Calculo del punto de equilibrio.

| Descripción | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Costos Fijos | L. 760,618.48 | L. 792,883.82 | L. 832,532.91 | L. 860,636.04 | L. 906,108.36 |
| Costos Variables | L. 2175,624.42 | L. 2301,631.11 | L. 2434,983.17 | L. 2576,113.47 | L. 2721,484.72 |
| Total general | L. 2936,242.90 | L. 3094,514.93 | L. 3267,516.08 | L. 3436,749.51 | L. 3627,593.08 |

| Variables | CT Año 1 | CT Año 2 | CT Año 3 | CT Año 4 | CT Año 5 |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|
| Al 100% de capacidad de la planta con costo y gastos variables. | L. 18.85 | L. 19.86 | L. 20.97 | L. 22.06 | L. 23.29 |

| Descripción | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Costos Fijos | L. 895,956.00 | L. 946,798.36 | L. 1000,559.08 | L. 1057,405.67 | L. 1117,515.24 |
| Costos Variables | L. 2874,560.90 | L. 3036,423.60 | L. 3207,577.15 | L. 3388,554.87 | L. 3579,920.65 |
| Total general | L. 3770,516.90 | L. 3983,221.96 | L. 4208,136.24 | L. 4445,960.54 | L. 4697,435.89 |

| Variables | CT Año 6 | CT Año 7 | CT Año 8 | CT Año 9 | CT Año 10 |
|---|----------|----------|----------|----------|-----------|
| Al 100% de capacidad de la planta con costo y gastos variables. | L. 24.20 | L. 25.57 | L. 27.01 | L. 28.54 | L. 30.15 |

ANEXO 12. Punto de equilibrio.

| Variables | Variables |
|---|----------------|
| Total costos y gastos fijos anuales | L. 760,618.48 |
| Total costos y gastos variables por Lbs producida | L. 13.97 |
| Precio de venta | L. 24.00 |
| Margen de contribución | L. 10.03 |
| Unidades mínimas para alcanzar PE | 75,801 |
| Facturación mínima para alcanzar PE | L. 1819,230.70 |

ANEXO 13. Amortización del financiamiento.

| | | |
|-------------------------------|----------------|--------|
| Inversión Inicial | L. 5980,816.84 | |
| Recursos Propios | L. 1196,163.37 | 20.00% |
| Monto del Préstamo (BANADESA) | L. 4784,653.47 | 80.00% |
| Plazo del Préstamo | 10 años | |
| Período de Gracia | 0 años | |
| Tasa de Interés | 8.0% | anual |

| Tabla Amortización | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Saldo Inicial de Capital | L. 4784,653.47 | L. 4306,188.12 | L. 3827,722.77 | L. 3349,257.43 | L. 2870,792.08 |
| Cuota de Capital | L. 478,465.35 | L. 478,465.35 | L. 478,465.35 | L. 478,465.35 | L. 478,465.35 |
| Pago de Intereses | L. 382,772.28 | L. 344,495.05 | L. 306,217.82 | L. 267,940.59 | L. 229,663.37 |
| Saldo Final de Capital | L. 4306,188.12 | L. 3827,722.77 | L. 3349,257.43 | L. 2870,792.08 | L. 2392,326.73 |

| Tabla Amortización | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
|--------------------------|----------------|----------------|----------------|---------------|---------------|
| Saldo Inicial de Capital | L. 2392,326.73 | L. 1913,861.39 | L. 1435,396.04 | L. 956,930.69 | L. 478,465.35 |
| Cuota de Capital | L. 478,465.35 | L. 478,465.35 | L. 478,465.35 | L. 478,465.35 | L. 478,465.35 |
| Pago de Intereses | L. 191,386.14 | L. 153,108.91 | L. 114,831.68 | L. 76,554.46 | L. 38,277.23 |
| Saldo Final de Capital | L. 1913,861.39 | L. 1435,396.04 | L. 956,930.69 | L. 478,465.35 | L. 0.00 |

ANEXO 14. Variables para el cálculo de Costo de capital y costo de la deuda.

| Variables | Tasas |
|----------------------------------|--------------|
| Calificación Moodys | B2 |
| ISR | 25% |
| Tasa libre de riesgo USA bono | 1.52% |
| Prima de riesgo | 7.17% |
| Beta desapalancada | 2.51 |
| Inflación HN | 5.74% |
| Inflación USA | 1.6% |
| Tasa libre de riesgo HN bonos | 7.50% |
| Riesgo país con Inflación | 5.98% |

| Cálculos | Tasas |
|---|----------------|
| Costo de deuda con Inflación HN | 6.00% |
| Costo de deuda sin Inflación HN | 0.2600% |
| CAPM con Inflación USA | 19.52% |
| CAPM sin Inflación USA | 17.63% |
| Costo de capital con Inflación & riesgo pa | 24.97% |

| | |
|-----------------------------|--------------|
| Rendimiento Esperado | 5.20% |
|-----------------------------|--------------|

ANEXO 15. Calculo del costo de capital promedio ponderado

| Fuente | Proporción | Costo de capital | Ponderación |
|------------------|------------|----------------------|-------------|
| Recurso bancario | 80% | 5.20% | 4.16% |
| Recursos propio | 20% | 24.97% | 4.99% |
| | | Rendimiento Esperado | 9.16% |

ANEXO 16. Estado de resultado desde el punto de vista del Inversionista. Costo de Capital Ponderado.

| Año Operación | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
|-------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Total de ingresos | L. 4005,881 | L. 4235,818 | L. 4478,954 | L. 4736,046 | L. 5007,895 | L. 5295,349 | L. 5599,302 | L. 5920,701 | L. 6260,550 | L. 6619,905 |
| Gastos Operativos | L. 2258,859 | L. 2389,644 | L. 2528,048 | L. 2674,520 | L. 2825,540 | L. 2984,588 | L. 3152,767 | L. 3330,598 | L. 3518,638 | L. 3717,470 |
| Gastos administrativos | L. 572,835 | L. 599,499 | L. 632,494 | L. 662,582 | L. 700,615 | L. 740,830 | L. 783,354 | L. 828,318 | L. 875,863 | L. 926,138 |
| Gastos de ventas | L. 26,400 | L. 27,915 | L. 29,518 | L. 31,212 | L. 33,004 | L. 34,898 | L. 36,901 | L. 39,019 | L. 41,259 | L. 43,627 |
| Gastos de Distribución | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - |
| Gastos Financieros | L. 382,772 | L. 344,495 | L. 306,218 | L. 267,941 | L. 229,663 | L. 191,386 | L. 153,109 | L. 114,832 | L. 76,554 | L. 38,277 |
| Depreciación | L. 78,149 | L. 77,457 | L. 77,457 | L. 68,435 | L. 68,435 | L. 10,200 | L. 10,200 | L. 10,200 | L. 10,200 | L. 10,200 |
| Total Gastos | L. 3319,015 | L. 3439,010 | L. 3573,734 | L. 3704,690 | L. 3857,256 | L. 3961,903 | L. 4136,331 | L. 4322,968 | L. 4522,515 | L. 4735,713 |
| UAII | L. 686,866 | L. 796,808 | L. 905,220 | L. 1031,356 | L. 1150,639 | L. 1333,446 | L. 1462,971 | L. 1597,734 | L. 1738,035 | L. 1884,192 |
| Impuesto sobre la renta | L. 171,716 | L. 199,202 | L. 226,305 | L. 257,839 | L. 287,660 | L. 333,361 | L. 365,743 | L. 399,433 | L. 434,509 | L. 471,048 |
| Utilidad neta | L. 515,149 | L. 597,606 | L. 678,915 | L. 773,517 | L. 862,979 | L. 1000,084 | L. 1097,228 | L. 1198,300 | L. 1303,526 | L. 1413,144 |

| Año Operación | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
|------------------------------------|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Inversión | L. -3044,574 | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - |
| Capital de trabajo | L. -2936,243 | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - |
| Utilidad Neta | L. - | L. 515,149 | L. 597,606 | L. 678,915 | L. 773,517 | L. 862,979 | L. 1000,084 | L. 1097,228 | L. 1198,300 | L. 1303,526 | L. 1413,144 |
| Depreciación | | L. 78,149 | L. 77,457 | L. 77,457 | L. 68,435 | L. 68,435 | L. 10,200 | L. 10,200 | L. 10,200 | L. 10,200 | L. 10,200 |
| Préstamo Bancario | L. 4784,653 | L. -478,465 | L. -478,465 | L. -478,465 | L. -478,465 | L. -478,465 | L. -478,465 | L. -478,465 | L. -478,465 | L. -478,465 | L. -478,465 |
| Recuperación de capital de trabajo | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. 2936,243 | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - |
| Flujo de efectivo | L. -1196,163 | L. 114,833 | L. 196,598 | L. 277,907 | L. 363,487 | L. 3389,192 | L. 531,819 | L. 628,963 | L. 730,035 | L. 835,261 | L. 944,879 |

Costo de Capital

| Fuente | Proporción | Costo | Ponderación |
|-------------------|------------|--------|-------------|
| Préstamo bancario | 0% | 0.00% | 0.00% |
| Recursos propios | 100% | 24.97% | 24.97% |
| | | CCPP | 24.97% |

| | |
|-----|----------------|
| TIR | 42% |
| VPN | L. 1033,431.38 |

ANEXO 17. Cálculo del Retorno sobre la Inversión (ROI).

| Año Operación | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
|-------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Total de ingresos | L. 4005,881 | L. 4235,818 | L. 4478,954 | L. 4736,046 | L. 5007,895 | L. 5295,349 | L. 5599,302 | L. 5920,701 | L. 6260,550 | L. 6619,905 |
| Gastos Operativos | L. 2258,859 | L. 2389,644 | L. 2528,048 | L. 2674,520 | L. 2825,540 | L. 2984,588 | L. 3152,767 | L. 3330,598 | L. 3518,638 | L. 3717,470 |
| Gastos administrativos | L. 572,835 | L. 599,499 | L. 632,494 | L. 662,582 | L. 700,615 | L. 740,830 | L. 783,354 | L. 828,318 | L. 875,863 | L. 926,138 |
| Gastos de ventas | L. 26,400 | L. 27,915 | L. 29,518 | L. 31,212 | L. 33,004 | L. 34,898 | L. 36,901 | L. 39,019 | L. 41,259 | L. 43,627 |
| Gastos de Distribución | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - |
| Depreciación | L. 78,149 | L. 77,457 | L. 77,457 | L. 68,435 | L. 68,435 | L. 10,200 | L. 10,200 | L. 10,200 | L. 10,200 | L. 10,200 |
| Total Gastos | L. 2936,243 | L. 3094,515 | L. 3267,516 | L. 3436,750 | L. 3627,593 | L. 3770,517 | L. 3983,222 | L. 4208,136 | L. 4445,961 | L. 4697,436 |
| UAI | L. 1069,638 | L. 1141,303 | L. 1211,438 | L. 1299,297 | L. 1380,302 | L. 1524,832 | L. 1616,080 | L. 1712,565 | L. 1814,589 | L. 1922,469 |
| Impuesto sobre la renta | L. 267,409 | L. 285,326 | L. 302,860 | L. 324,824 | L. 345,076 | L. 381,208 | L. 404,020 | L. 428,141 | L. 453,647 | L. 480,617 |
| Utilidad neta | L. 802,228 | L. 855,978 | L. 908,579 | L. 974,473 | L. 1035,227 | L. 1143,624 | L. 1212,060 | L. 1284,424 | L. 1360,942 | L. 1441,852 |
| Margen sobre ventas | 20.03% | 20.21% | 20.29% | 20.58% | 20.67% | 21.60% | 21.65% | 21.69% | 21.74% | 21.78% |
| ROI | 0.36 | 0.37 | 0.37 | 0.38 | 0.38 | 0.40 | 0.41 | 0.41 | 0.41 | 0.41 |
| ROI porcentual | 36.43% | 36.88% | 37.08% | 37.81% | 38.05% | 40.44% | 40.57% | 40.70% | 40.81% | 40.93% |

ANEXO 18. Índice de Rentabilidad y Plazo de recuperación de la inversión.

| Año Operación | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
|------------------------------------|--------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Utilidad Neta | | L. 802,228 | L. 855,978 | L. 908,579 | L. 974,473 | L. 1035,227 | L. 1143,624 | L. 1212,060 | L. 1284,424 | L. 1360,942 | L. 1441,852 |
| Depreciación | | L. 78,149 | L. 77,457 | L. 77,457 | L. 68,435 | L. 68,435 | L. 10,200 | L. 10,200 | L. 10,200 | L. 10,200 | L. 10,200 |
| Recuperación de capital de trabajo | | | | | | L. 2936,243 | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - |
| Valor residual | | | | | | L. - | L. 78,149 | L. 78,149 | L. 77,457 | L. 77,457 | L. 68,435 |
| Inversión | L. -3044,574 | | | | | | | | | | |
| Capital de trabajo | L. -2936,243 | | | | | | | | | | |
| Flujo de efectivo | L. -5980,817 | L. 880,378 | L. 933,435 | L. 986,036 | L. 1042,908 | L. 4039,905 | L. 1231,973 | L. 1300,409 | L. 1372,082 | L. 1448,600 | L. 1520,488 |
| Índice de Rentabilidad | | 29% | 31% | 32% | 34% | 133% | 40% | 43% | 45% | 48% | 50% |

TIR 16% **Payback** 4

ANEXO 19. Análisis de sensibilidad.

| Escenario Pesimista | Indicador |
|---------------------|-----------------|
| Inversión | L. 5.980.816,84 |
| VPN | L. 1.198.539,96 |
| TIR | 13,15% |

| Costo K ponderado | Indicador |
|-------------------|-----------------|
| Inversión | L. 5.980.816,84 |
| VPN | L. 2.321.332,47 |
| TIR | 16,03% |

| Escenario Optimista | Indicador |
|---------------------|-----------------|
| Inversión | L. 5.980.816,84 |
| VPN | L. 5.297.466,59 |
| TIR | 24,70% |

*Tomando como base para cálculo inflación proyectada 5.74%

ANEXO 20. Presupuesto de ingresos escenario optimista.

| PROYECCIÓN ANUAL DE INGRESOS (EXPRESADO EN LEMPIRAS) | | | | | |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Detalle | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| Total Lbs Producidas | 155,784 | 155,784 | 155,784 | 155,784 | 155,784 |
| Precio por Lbs. | L. 26.00 | L. 27.49 | L. 29.07 | L. 30.74 | L. 32.50 |
| Ingreso Por Carne de Pollo | L. 4050,390.59 | L. 4282,883.01 | L. 4528,720.49 | L. 4788,669.05 | L. 5063,538.65 |
| Total Ingreso por Menudo | 22,255 | 22,255 | 22,255 | 22,255 | 22,255 |
| Precio por Menudo | L. 15.40 | L. 16.28 | L. 17.22 | L. 18.21 | L. 19.25 |
| Ingresos por Menudo (Víceras) | L. 342,725.36 | L. 362,397.79 | L. 383,199.43 | L. 405,195.07 | L. 428,453.27 |
| Total Ingresos por Ventas | L. 4393,115.94 | L. 4645,280.80 | L. 4911,919.92 | L. 5193,864.12 | L. 5491,991.92 |

| PROYECCIÓN ANUAL DE INGRESOS (EXPRESADO EN LEMPIRAS) | | | | | |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Detalle | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
| Total Lbs Producidas | 155,784 | 155,784 | 155,784 | 155,784 | 155,784 |
| Precio por Lbs. | L. 34.37 | L. 36.34 | L. 38.43 | L. 40.63 | L. 42.97 |
| Ingreso Por Carne de Pollo | L. 5354,185.77 | L. 5661,516.03 | L. 5986,487.05 | L. 6330,111.41 | L. 6693,459.80 |
| Total Ingreso por Menudo | 22,255 | 22,255 | 22,255 | 22,255 | 22,255 |
| Precio por Menudo | L. 20.36 | L. 21.53 | L. 22.76 | L. 24.07 | L. 25.45 |
| Ingresos por Menudo (Víceras) | L. 453,046.49 | L. 479,051.36 | L. 506,548.90 | L. 535,624.81 | L. 566,369.68 |
| Total Ingresos por Ventas | L. 5807,232.26 | L. 6140,567.39 | L. 6493,035.96 | L. 6865,736.22 | L. 7259,829.48 |

ANEXO 21. Estado de resultados escenario optimista

| ESTADO DE RESULTADOS | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
|-------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Total de ingresos | L. 4393,116 | L. 4645,281 | L. 4911,920 | L. 5193,864 | L. 5491,992 | L. 5807,232 | L. 6140,567 | L. 6493,036 | L. 6865,736 | L. 7259,829 |
| Gastos Operativos | L. 2258,859 | L. 2389,644 | L. 2528,048 | L. 2674,520 | L. 2825,540 | L. 2984,588 | L. 3152,767 | L. 3330,598 | L. 3518,638 | L. 3717,470 |
| Gastos administrativos | L. 572,835 | L. 599,499 | L. 632,494 | L. 662,582 | L. 700,615 | L. 740,830 | L. 783,354 | L. 828,318 | L. 875,863 | L. 926,138 |
| Gastos de ventas | L. 26,400 | L. 27,915 | L. 29,518 | L. 31,212 | L. 33,004 | L. 34,898 | L. 36,901 | L. 39,019 | L. 41,259 | L. 43,627 |
| Gastos de Distribución | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - |
| Depreciación | L. 78,149 | L. 77,457 | L. 77,457 | L. 68,435 | L. 68,435 | L. 10,200 | L. 10,200 | L. 10,200 | L. 10,200 | L. 10,200 |
| Total Gastos | L. 2936,243 | L. 3094,515 | L. 3267,516 | L. 3436,750 | L. 3627,593 | L. 3770,517 | L. 3983,222 | L. 4208,136 | L. 4445,961 | L. 4697,436 |
| UAI | L. 1456,873 | L. 1550,766 | L. 1644,404 | L. 1757,115 | L. 1864,399 | L. 2036,715 | L. 2157,345 | L. 2284,900 | L. 2419,776 | L. 2562,394 |
| Impuesto sobre la renta | L. 364,218 | L. 387,691 | L. 411,101 | L. 439,279 | L. 466,100 | L. 509,179 | L. 539,336 | L. 571,225 | L. 604,944 | L. 640,598 |
| Utilidad neta | L. 1092,655 | L. 1163,074 | L. 1233,303 | L. 1317,836 | L. 1398,299 | L. 1527,537 | L. 1618,009 | L. 1713,675 | L. 1814,832 | L. 1921,795 |

| | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
|------------------------------------|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Inversión | L. -3044,574 | | | | | | | | | | |
| Capital de trabajo | L. -2936,243 | | | | | | | | | | |
| Utilidad Neta | | L. 1092,655 | L. 1163,074 | L. 1233,303 | L. 1317,836 | L. 1398,299 | L. 1527,537 | L. 1618,009 | L. 1713,675 | L. 1814,832 | L. 1921,795 |
| Depreciación | | L. 78,149 | L. 77,457 | L. 77,457 | L. 68,435 | L. 68,435 | L. 10,200 | L. 10,200 | L. 10,200 | L. 10,200 | L. 10,200 |
| Recuperación de capital de trabajo | | | | | | L. 2936,243 | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - |
| Valor residual | | | | | | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - |
| Flujo de efectivo | L. -5980,817 | L. 1170,804 | L. 1240,532 | L. 1310,760 | L. 1386,271 | L. 4402,977 | L. 1537,737 | L. 1628,210 | L. 1723,875 | L. 1825,032 | L. 1931,996 |

Costo de Capital

| Fuente | Proporción | Costo de capital | Ponderación | Rendimiento Esperado |
|------------------|------------|------------------|-------------|----------------------|
| Recurso bancario | 80% | 5.20% | 4.16% | 9.16% |
| Recursos propio | 20% | 24.97% | 4.99% | |

| | |
|----------------------|----------------|
| TIR | 25% |
| VPN | L. 5238,913.13 |
| VPN BASICO | L. -76,252.59 |
| VPN ESCUDOS FISCALES | L. 311,525.67 |
| VPN AJUSTADO | L. 235,273.09 |

ANEXO 22. Presupuesto de ingresos escenario pesimista.

| PROYECCIÓN ANUAL DE INGRESOS (EXPRESADO EN LEMPIRAS) | | | | | |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Detalle | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| Total Lbs Producidas | 155,784 | 155,784 | 155,784 | 155,784 | 155,784 |
| Precio por Lbs. | L. 21.60 | L. 22.84 | L. 24.15 | L. 25.54 | L. 27.00 |
| Ingreso Por Carne de Pollo | L. 3364,939.87 | L. 3558,087.42 | L. 3762,321.64 | L. 3978,278.90 | L. 4206,632.11 |
| Total Ingreso por Menudo | 22,255 | 22,255 | 22,255 | 22,255 | 22,255 |
| Precio por Menudo | L. 15.40 | L. 16.28 | L. 17.22 | L. 18.21 | L. 19.25 |
| Ingresos porMenudo (Víceras) | L. 342,725.36 | L. 362,397.79 | L. 383,199.43 | L. 405,195.07 | L. 428,453.27 |
| Total Ingresos por Ventas | L. 3707,665.23 | L. 3920,485.21 | L. 4145,521.06 | L. 4383,473.97 | L. 4635,085.38 |

| PROYECCIÓN ANUAL DE INGRESOS (EXPRESADO EN LEMPIRAS) | | | | | |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Detalle | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
| Total Lbs Producidas | 155,784 | 155,784 | 155,784 | 155,784 | 155,784 |
| Precio por Lbs. | L. 28.55 | L. 30.19 | L. 31.92 | L. 33.76 | L. 35.70 |
| Ingreso Por Carne de Pollo | L. 4448,092.79 | L. 4703,413.32 | L. 4973,389.24 | L. 5258,861.79 | L. 5560,720.45 |
| Total Ingreso por Menudo | 22,255 | 22,255 | 22,255 | 22,255 | 22,255 |
| Precio por Menudo | L. 20.36 | L. 21.53 | L. 22.76 | L. 24.07 | L. 25.45 |
| Ingresos porMenudo (Víceras) | L. 453,046.49 | L. 479,051.36 | L. 506,548.90 | L. 535,624.81 | L. 566,369.68 |
| Total Ingresos por Ventas | L. 4901,139.28 | L. 5182,464.67 | L. 5479,938.15 | L. 5794,486.60 | L. 6127,090.13 |

ANEXO 23. Estado de resultados escenario pesimista

| ESTADO DE RESULTADOS | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
|-------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Total de ingresos | L. 3707,665 | L. 3920,485 | L. 4145,521 | L. 4383,474 | L. 4635,085 | L. 4901,139 | L. 5182,465 | L. 5479,938 | L. 5794,487 | L. 6127,090 |
| Gastos Operativos | L. 2258,859 | L. 2389,644 | L. 2528,048 | L. 2674,520 | L. 2825,540 | L. 2984,588 | L. 3152,767 | L. 3330,598 | L. 3518,638 | L. 3717,470 |
| Gastos administrativos | L. 572,835 | L. 599,499 | L. 632,494 | L. 662,582 | L. 700,615 | L. 740,830 | L. 783,354 | L. 828,318 | L. 875,863 | L. 926,138 |
| Gastos de ventas | L. 26,400 | L. 27,915 | L. 29,518 | L. 31,212 | L. 33,004 | L. 34,898 | L. 36,901 | L. 39,019 | L. 41,259 | L. 43,627 |
| Gastos de Distribución | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - |
| Depreciación | L. 78,149 | L. 77,457 | L. 77,457 | L. 68,435 | L. 68,435 | L. 10,200 | L. 10,200 | L. 10,200 | L. 10,200 | L. 10,200 |
| Total Gastos | L. 2936,243 | L. 3094,515 | L. 3267,516 | L. 3436,750 | L. 3627,593 | L. 3770,517 | L. 3983,222 | L. 4208,136 | L. 4445,961 | L. 4697,436 |
| UAI | L. 771,422 | L. 825,970 | L. 878,005 | L. 946,724 | L. 1007,492 | L. 1130,622 | L. 1199,243 | L. 1271,802 | L. 1348,526 | L. 1429,654 |
| Impuesto sobre la renta | L. 192,856 | L. 206,493 | L. 219,501 | L. 236,681 | L. 251,873 | L. 282,656 | L. 299,811 | L. 317,950 | L. 337,132 | L. 357,414 |
| Utilidad neta | L. 578,567 | L. 619,478 | L. 658,504 | L. 710,043 | L. 755,619 | L. 847,967 | L. 899,432 | L. 953,851 | L. 1011,395 | L. 1072,241 |

| | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
|------------------------------------|--------------|------------|------------|------------|------------|-------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|
| Inversión | L. -3044,574 | | | | | | | | | | |
| Capital de trabajo | L. -2936,243 | | | | | | | | | | |
| Utilidad Neta | | L. 578,567 | L. 619,478 | L. 658,504 | L. 710,043 | L. 755,619 | L. 847,967 | L. 899,432 | L. 953,851 | L. 1011,395 | L. 1072,241 |
| Depreciación | | L. 78,149 | L. 77,457 | L. 77,457 | L. 68,435 | L. 68,435 | L. 10,200 | L. 10,200 | L. 10,200 | L. 10,200 | L. 10,200 |
| Recuperación de capital de trabajo | | | | | | L. 2936,243 | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - |
| Valor residual | | | | | | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - | L. - |
| Flujo de efectivo | L. -5980,817 | L. 656,716 | L. 696,935 | L. 735,961 | L. 778,479 | L. 3760,297 | L. 858,167 | L. 909,633 | L. 964,052 | L. 1021,595 | L. 1082,441 |

Costo de Capital

| Fuente | Proporcion | Costo de capital | Ponderacion | Rendimiento Esperado |
|------------------|------------|------------------|-------------|----------------------|
| Recurso bancario | 80% | 5.20% | 4.16% | 9.16% |
| Recursos propio | 20% | 24.97% | 4.99% | |

| | |
|----------------------|-----------------|
| TIR | 13% |
| VPN | L. 1139,986.50 |
| VPN BASICO | L. -2246,817.65 |
| VPN ESCUDOS FISCALES | L. 311,525.67 |
| VPN AJUSTADO | L. -1935,291.98 |