



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TÉCNICO ECONÓMICA PARA LA
INSTALACIÓN DE UN PUNTO DE DISTRIBUCIÓN DIRECTA DE
PRODUCTOS AVÍCOLAS DE LA EMPRESA AVÍCOLA LA GUASIMA EN
VALENCIA**

Proyecto del Trabajo de Grado para optar al título de
INGENIERO INDUSTRIAL

Autores: Marco Odreman
C.I.: 17.808.688
María Gabriela Rojas
C.I.: 19.200.308
Tutor: Ing. Lina Ponce

San Diego, Noviembre de 2015

INDICE GENERAL

	Pág.
INDICE GENERAL	ii
LISTA DE CUADROS	iv
LISTA DE GRÁFICOS	iv
LISTA DE FIGURAS	iv
LISTA DE TABLAS	iv
RESUMEN	vi
INTRODUCCION	1
CAPÍTULO	
I. EL PROBLEMA	
1.1 Planteamiento del Problema.....	3
1.2 Formulación del Problema.....	13
1.3 Objetivos de la Investigación.....	13
1.2.1 Objetivos General.....	13
1.2.2 Objetivos Específicos.....	13
1.4 Justificación de la Investigación.....	14
1.5 Alcances de la Investigación.....	16
CAPÍTULO	
II. MARCO TEÓRICO	
2.1 Antecedentes de la Investigación.....	17
2.2 Bases Teóricas.....	23
2.2.1. Actividades Operativas de las Empresas.....	23
2.2.2 Comercialización y Estudio de Mercado.....	24
2.2.3 Análisis FODA.....	26
2.2.4 Estudio Técnico y Económico.....	27
2.2.5 proceso de Producción Avícola.....	30
2.3 Definición de Términos Básicos.....	31
CAPÍTULO	
III. MARCO METODOLÓGICO	
3.1 Tipo y Diseño de la Investigación.....	33

	Pág.
3.2 Población y Muestra.....	34
3.3 Técnica e Instrumentos de Recolección de Datos	35
3.3.1 Validez y Confiabilidad del Instrumento.....	36
3.4 Fases Metodológicas.....	37
CAPÍTULO	Pp.
IV. RESULTADOS.....	40
4.1 Estudio de Mercado.....	40
4.1.1 Diagnóstico de la situación actual.....	40
4.1.2 Estimación de la Demanda.....	42
4.1.3 Estudio de la oferta.....	60
4.1.4 El Producto.....	61
4.1.5 Precio.....	63
4.1.6 Plaza.....	64
4.1.7 Promoción.....	65
4.1.8 Análisis DOFA.....	66
4.2 Factibilidad técnica operacional.....	67
4.2.1 Aspectos técnicos.....	67
4.2.2 Equipo y utensilios requeridos.....	68
4.2.3 Equipos y Muebles de oficina.....	70
4.2.4 Proceso.....	71
4.2.5 Localización de la Empresa.....	72
4.2.6 Distribución de la Empresa.....	74
4.2.7 Organización de la empresa.....	75
4.2.8 Estructura organizacional.....	76
4.2.9 Descripciones de cargo.....	77
4.3 Factibilidad legal, organizacional y ambiental.....	77

4.3.1	Requisitos legales.....	78
4.3.2	Aspectos Ambientales.....	85
4.4	Factibilidad económica financiera.....	85
4.4.1	Periodo de estudio.....	85
4.4.2	Inversión Inicial.....	86
4.4.2.1	Capital Fijo.....	86
4.4.2.2	Capital de Trabajo.....	88
4.4.3	Inversión Inicial.....	89
4.4.4	Costos Operacionales.....	89
4.4.5	Ingresos Brutos.....	93
4.4.6	Financiamiento.....	96
4.4.7	Costo de Capital.....	96
4.4.8	Depreciación y amortización de activos fijos.....	98
4.4.8.1	Depreciación de activos fijos tangibles.....	98
4.4.8.2	Amortización de activos fijos intangibles.....	100
4.4.9	Valor Residual.....	101
4.4.10	Impuestos sobre la renta (ISLR).....	104
4.4.11	Flujos monetarios.....	106
4.4.12	Rentabilidad del proyecto.....	107
4.4.12.1	Valor actual.....	107
4.4.12.2	Tasa interna de retorno (TIR o i^*).....	108
4.4.12.3	Tiempo de recuperación de la inversión.....	111
4.4.12.4	Punto de equilibrio.....	111
4.4.13	Análisis de Sensibilidad.....	113
	CONCLUSIONES	116
	RECOMENDACIONES	117
	REFERENCIAS	118
	ANEXOS	123

LISTA DE CUADROS

CUADRO		pp.
1	Parámetros productivos de la Empresa Avícola La Guasima	10
2	Identificación de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para la implantación del punto de venta directo	66

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO		Pp
1	Distribución porcentual por tipo de establecimiento de la producción de aves de la Empresa Avícola La Guasima...	11
2	Hogares con capacidad de adquisición de productos avícolas. Segundo semestre 2012 – Primer Semestre 2014	44
3	Hogares con capacidad de adquisición de productos avícolas. Segundo semestre 2012 – Primer Semestre 2014	45
4	Frecuencia de adquisición de productos avícolas en hogares venezolanos. Segundo Semestre 2012 - Primer Semestre 2014.....	46
5	Consumo diario per cápita de productos avícolas en hogares venezolanos según Estrato Social. Segundo Semestre 2012 - Primer Semestre 2014.....	47
6	Consumo diario per cápita de productos avícolas en hogares venezolanos. Segundo Semestre 2012 - Primer Semestre 2014.....	48
7	Consumo diario per cápita de productos avícolas y porcentaje de descenso de consumo en hogares venezolanos. 2012 -2014.....	48
8	Distribución porcentual de la comercialización del sector privado	51

9	Distribución porcentual de la comercialización del sector público	52
10	Distribución porcentual de la comercialización de otros establecimientos informales.....	53
11	Distribución porcentual de la periodicidad de distribución	54
12	Distribución porcentual de la adecuación a las necesidades	55
13	Distribución porcentual de la necesidad de otras alternativas de distribución.....	57
14	Distribución porcentual del tipo de servicio requerido.....	58
15	Distribución porcentual de la ubicación del punto de venta directo	59
16	Punto de equilibrio.....	117

LISTA DE FIGURAS

FIGURA		Pp
1	Capacidad de almacenamiento de la cámara de frío de la empresa avícola la Guasima	6
2	Flujograma del proceso productivo en la empresa avícola la Guasima	9
3	Producción mensual avícola en el último quinquenio	12
4	Diagrama de proceso punto de distribución directa de productos avícolas	72
5	Layout de Planta del punto de distribución directa de productos avícolas de la empresa Avícola La Guasima	75
6	Estructura organizacional Punto de venta directo	77

LISTA DE TABLAS

TABLA		Pp
1	Proyección de la población del Estado Carabobo al 30 de Junio con base al censo 2011, según municipios.....	43
2	Hogares estimados para la ciudad de Valencia.	44
3	Demanda anual estimada de consumo de pollo para Valencia.....	12
4	Distribución de frecuencias de la comercialización del sector privado.....	50
5	Distribución de frecuencias de la comercialización del sector público.....	52
6	Distribución de frecuencias de la comercialización de otros establecimientos informales	53
7	Distribución de frecuencias de la periodicidad de distribución.....	54
8	Distribución de frecuencias de la adecuación a las necesidades.....	55
9	Distribución de frecuencias de la necesidad de otras alternativas de distribución.....	56
10	Distribución de frecuencias del tipo de servicio requerido	57
11	Distribución de frecuencias de la ubicación del punto de venta directo.....	58
12	Capacidad de producción diaria de las empresas avícolas...	60
13	Presentación de Venta al público.....	62
14	Precios de los productos avícolas.....	63
15	Equipos y utensilios requeridos para la instalación de un punto de distribución directa de productos avícolas	67
16	Equipos y utensilios requeridos para la instalación de un	

	punto de distribución directa de productos avícolas	69
17	Ponderación por puntos	73
18	Personal de punto de venta directa	75
19	Periodo de Estudio	84
20	Capital fijo	86
21	Capital de Trabajo.....	88
22	Costos de producción según producto	92
23	Costos de materia prima al año para cada producto	93
24	Costos de Nómina por año	94
25	Resumen de los Costos Operacionales	95
26	Ingresos brutos por año provenientes de la venta de pollo entero	97
27	Ingresos brutos por año provenientes de la venta de pollo despresado	97
28	Total ingresos brutos por año	98
29	Depreciación de activos fijos tangibles	102
30	Amortización de activos fijos intangibles	102
31	Total de depreciación y amortización de activos fijos	103
32	Total del Valor Residual	105
33	Tarifa de impuestos	106
34	Impuestos sobre la Renta para el proyecto	108
35	Flujos monetarios netos	109
36	Valor actual del proyecto	110
37	Punto de Equilibrio	114
38	Análisis de sensibilidad	115



REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD JOSE ANTONIO PAEZ
FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TÉCNICO ECONÓMICA PARA LA
INSTALACIÓN DE UN PUNTO DE DISTRIBUCIÓN DIRECTA DE
PRODUCTOS AVÍCOLAS DE LA EMPRESA AVÍCOLA LA GUASIMA EN
VALENCIA**

Autores: Marco Odreman, María Gabriela Rojas

Tutor: Ing. Lina Ponce

Fecha: Noviembre 2015

RESUMEN

Avícola La Guasima, es una de las empresas líderes en el mercado avícola, cuya actividad se enfoca en la producción y comercialización de pollo entero beneficiado en sus diversas presentaciones. Esta empresa ha logrado un incremento significativo de la producción; no obstante, a raíz de la implantación del control de precios, han surgido problemas en los canales de distribución, debido al bajo porcentaje de ganancias que implica la venta de pollos regulados. Por ende, se presentan trabas en la distribución del producto, originando una retención del mismo en la planta de frío que se encuentra saturada. Por ello, la investigación tiene como propósito realizar un estudio de factibilidad técnica económica para la instalación de un punto de distribución directa de productos avícolas de la Empresa Avícola La Guasima en Valencia, mediante el uso de técnica de Ingeniería Industrial. El proyecto adopta la modalidad de proyecto factible, apoyado en un estudio de campo y descriptivo. Se realizó un estudio de mercado a partir de encuestas y datos históricos; se determinó la factibilidad técnica, organizacional, legal y ambiental, dando como resultado que el proyecto es factible en los aspectos considerados. Desde el punto de vista económico y financiero, el proyecto se justifica con un Valor Actual de Bs. 23.670.276,73. Adicionalmente el análisis de sensibilidad indicó que el proyecto es sensible a variaciones desfavorables en los costos operacionales y de los ingresos brutos por lo que el proyecto deja de ser rentable. Presenta un período de recuperación de la inversión inicial de dos años.

Descriptor: Distribución Directa, Productos Avícolas, Factibilidad

INTRODUCCIÓN

La globalización de los mercados obliga al sector empresarial a generar programas permanentes de expansión y desarrollo, asumiendo las tendencias cambiantes del comportamiento de los mercados y las nuevas exigencias de los consumidores, a fin de mantener una alta competitividad. No obstante, en países que confrontan importantes crisis económicas, el logro de estos objetivos puede verse obstaculizado.

En este escenario, los productores avícolas venezolanos, han realizado importantes esfuerzos a lo largo de los años para convertirse en un sector productivo relevante para el desarrollo económico del país; iniciativas que en los últimos tiempos, debido regulaciones como el control de precios y de divisas, se han visto limitadas.

Así, un ejemplo de esta situación lo constituye la Empresa Avícola La Guasima, ubicada en la Carretera Vieja Tocuyito, que desde sus inicios en el año 1979, desarrolló importantes programas de expansión que la llevaron a convertirse en una de las empresas líderes en el mercado avícola nacional. A tal efecto, esta empresa cuenta con un grupo de granjas propias, asociadas y contratadas, distribuidas en todo el territorio nacional, las cuales se encargan del proceso de crianza, levante y reproducción de pollos.

Ahora bien, a raíz de la implantación del control de precios, se ha generado una disminución importante del porcentaje de producción absorbida por el sector privado, que es el mayor distribuidor de los productos; hecho que, a pesar del leve incremento en la distribución por parte del sector público, ha generado problemas de abastecimiento para la población. En el caso específico de Avícola La Guasima, la empresa cuenta con un espacio para el almacenamiento de los pollos beneficiados que fue diseñado tomando en cuenta la dinámica prospectiva de la producción y

distribución regular. Sin embargo, en la actualidad, debido a problemas de comercialización, se encuentra saturado, produciéndose pérdidas económicas importantes para la empresa por daño de los productos.

Es así como, la empresa, tomando como prioridad la demanda insatisfecha de la población, ha seleccionado como alternativa de solución la creación de puntos de distribución directa, comenzando con la ciudad de Valencia, debido a la cercanía con la planta productora y la creciente demanda del producto en la zona. Por ende, el objetivo de la investigación se centra en realizar un estudio de factibilidad técnica económica para la instalación de un punto de distribución directa de productos avícolas de la Empresa Avícola La Guasima en Valencia, mediante el uso de técnica de Ingeniería Industrial. En tal sentido, se realizará un estudio de mercado y se determinará la factibilidad técnica operacional, legal, organizacional y ambiental, así como financiera, para la instalación de un punto de distribución directa de productos avícolas.

Así, el presente proyecto se estructura organizativamente en cuatro capítulos. En el Capítulo I, se presenta el problema a investigar, el objetivo general y los específicos, así como la justificación de la investigación, incluyendo los aportes más relevantes y el sistema de variables.

En el Capítulo II, se exponen los antecedentes de la investigación y las bases teóricas, que incluyó aspectos como actividades operativas de las empresas, comercialización y estudio de mercado, análisis Foda, estudio técnico y económico y proceso de producción avícola.

Por su parte, en el Capítulo III se describe la metodología a desarrollar, incluyendo la modalidad y tipo investigación, la población y muestra, las técnicas e instrumentos de recolección y el análisis de los datos.

En el Capítulo IV, se presentan los resultados de la investigación mediante cálculos de costos, flujos monetarios, valor actual, punto de equilibrio, análisis de sensibilidad, entre otros aspectos económicos. Finalmente, se muestra la bibliografía consultada y los anexos

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento Del Problema.

El escenario económico en los últimos tiempos ha cambiado de manera vertiginosa, debido, entre otras causas, a la globalización de los mercados y al desarrollo científico y tecnológico. De modo que, estos cambios obligan a las empresas a generar nuevos planes de capacitación y desarrollo tecnológico, así como a asumir una nueva visión del comportamiento de los mercados y una gerencia proactiva.

De hecho, el entendimiento y adaptación a la nueva dinámica competitiva requiere de una evaluación sistemática, profunda y continúa del entorno, a fin de realizar transformaciones que permitan ofrecer productos y servicios de calidad que brinden un valor agregado a los consumidores. De tal manera que, las empresas, de acuerdo a lo señalado por Mora (2005), para poder responder a estas nuevas exigencias y mantenerse competitiva, deben generar planes de mejora continua que les permita obtener productos de calidad y mantener un liderazgo de mercado.

Es así como, a esta realidad no escapan las empresas avícolas, las cuales, para Nadal (2012), representan un factor esencial para el sostenimiento de cualquier país, ya que aporta una importante fuente para satisfacer fundamentalmente la demanda de proteínas de la población. En este contexto, cabe resaltar que, como lo refieren Friedmann y Weil, (2010), la producción mundial de carne de pollo en el año 2009 ascendió a 71,76 millones de toneladas y en el año 2010, alcanzó 73,9 millones de toneladas.

Asimismo, de acuerdo con estimaciones realizadas por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), la producción mundial de carnes en 2013 habría alcanzado a 308,3 millones de toneladas, representando las

carnes de aves la segunda en importancia con 34,6% del total, llegando a 106,8 millones de toneladas. De igual forma, aunque el aumento de la producción con respecto al año 2012, se produjo en todos los tipos de carnes, la de aves fue la que presentó una mayor variación (1,8%). Además, para Echávarri (2014), los principales países productores son EE.UU., China, Brasil y la Unión Europea (UE), que en conjunto concentran 66,5% de la producción mundial. De modo que, el mayor crecimiento se ha producido en los países en desarrollo, que son también los principales centros donde aumenta la demanda.

En este orden de ideas, la avicultura, de acuerdo a lo señalado por Hernández (2009), es una “Técnica consistente en el cuidado y cría de las aves, encaminada generalmente al aprovechamiento de sus productos” (p.1). De tal manera que, en el ámbito económico, el objetivo de la producción avícola es obtener una cantidad máxima de carne y huevos al menor costo posible. Es decir, se centra en alcanzar rendimientos óptimos, a través de la explotación de aves en unas instalaciones y condiciones de alimentación adecuadas.

Ahora bien, Friedmann y Weil, (2010), señala que el proceso productivo en las industrias avícolas consta de varias etapas, que incluyen: (a) la producción de huevos fértiles; (b) la incubación de los huevos fértiles en las granjas reproductoras para obtener los pollos bebe (BB); (c) el engorde, que por lo general se realiza bajo el sistema conocido como integración de granjas, donde la empresa provee al granjero los pollos BB, además de todos los insumos y el asesoramiento técnico veterinario; (d) el beneficio, congelamiento o enfriamiento y almacenamiento y (e) la comercialización.

En el proceso de engorde de los pollos BB, tal y como lo señalan Meleán, Bonomie y Rodríguez (2008), “las aves convierten el alimento hasta lograr un peso aceptado por los consumidores” (p.3). De modo que, el proceso de engorde comienza con la ubicación del lote de pollos bebés con sus respectivos alimentos, vacunas y medicamentos en los galpones adecuados. El proceso tiene una duración promedio de 42 días, tiempo en el cual las aves deben alcanzar entre 1.8 a 2.1 Kg. de peso vivo.

Una vez alcanzado este peso, se hace entrega del lote al matadero para su beneficio. Posteriormente, cada granja es sometida a un período de descanso y saneamiento para prevenir cualquier brote infeccioso (Orozco, Meleán y Rodríguez, 2004).

En este orden de ideas, para que este proceso se lleve a cabo de una manera idónea, es preciso mantener la calidad del agua y de los alimentos y, además, los galpones de engorde deben reunir una serie de características en lo referente a la orientación, las condiciones sanitarias y climáticas.

Ahora bien, la industria avícola venezolana, con la finalidad de satisfacer la demanda de la población en materia alimenticia, tal y como lo apuntan Meleán y Rodríguez (2008), se adapta a los lineamientos de la cadena productiva mencionados anteriormente, representando un sector de gran relevancia para el desarrollo económico del país y para garantizar la seguridad alimentaria de sus pobladores.

En tal sentido, a pesar de las regulaciones gubernamentales, como el control de precios y de divisas, en estos últimos tiempos, ha experimentado un importante crecimiento en la producción de toneladas de carne y huevo, así como de subproductos avícolas. De hecho, las empresas han tenido que luchar por mantener una relación adecuada insumo-producto; es decir, deben trabajar constantemente por cubrir los costos de producción, racionalizando en lo posible los recursos utilizados en los diferentes procesos de la cadena productiva.

Así, un ejemplo del esfuerzo realizado por el sector se evidencia en las cifras de la Federación Nacional de Avicultura de Venezuela (FENAVI), que indican que la producción del sector en los últimos diez años ha incrementado un 107% y, además, más del 80% del consumo interno es de producción nacional. Así, la producción de carne de pollo alcanzó 846.697 toneladas en el año 2008, representando 56% del total de carnes producidas, con un consumo de 35 kilogramos por persona (FENAVI, 2008). Por su parte, en el año 2014 se elevó a 1.156.538,00 toneladas por año, con un promedio mensual de 96.378 toneladas por mes (FENAVI, 2015). Cabe destacar que, la producción nacional se distribuye en un 75% para los estados centrales como Miranda, Aragua y Carabobo; mientras que el occidente del país produce alrededor

del 15% y los estados orientales el 10% restante. De modo que, en la Figura 1 se presenta la variación en la producción mensual entre los años 2010 al 2015.

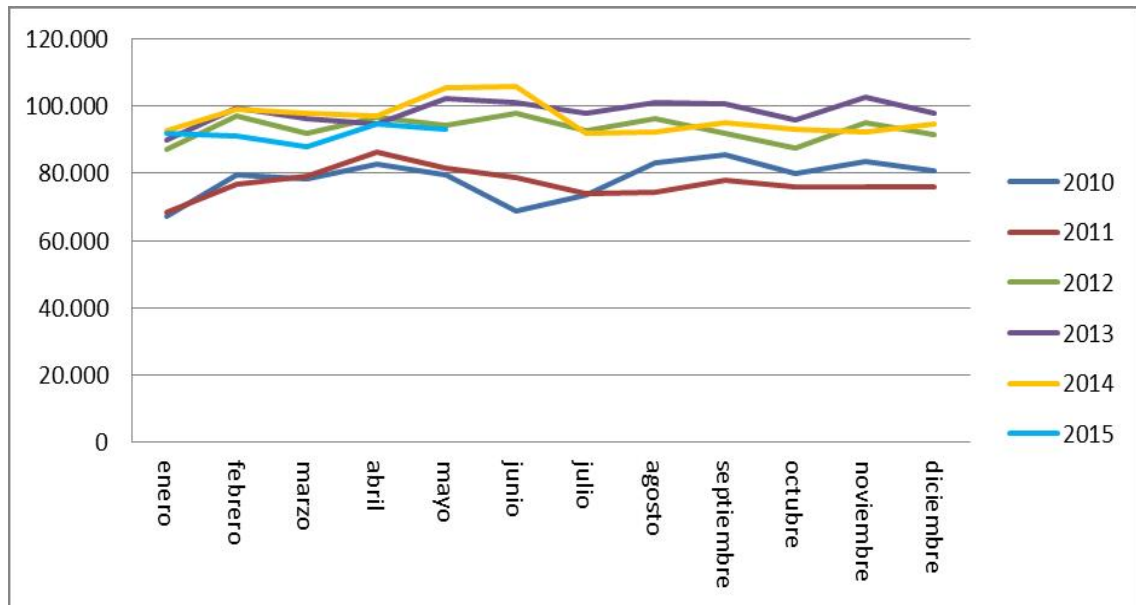


Figura 1. Producción mensual avícola en el último quinquenio
Fuente: Federación Nacional de Avicultura de Venezuela (FENAVI)

En tal sentido, en la Figura 1 se puede evidenciar como la producción de carne de pollo se incrementó en los últimos cinco años, en especial durante los años 2012 al 2014, reportándose el pico más alto en el año 2014. Por su lado, en los primeros cinco meses del año 2015 los niveles se han mantenido cercanos a la producción reportada para el año 2012; hecho que puede atribuirse a la crisis económica que atraviesa el país, los problemas en la asignación de divisas y el incremento de la importación.

En este contexto, la Empresa Avícola La Guasima, se encuentra ubicada en la Carretera Vieja Tocuyito, Nivel PB. La empresa fue fundada en el año 1967, bajo la razón social de Empacadora Avícola Carabobo. Así, en sus inicios su actividad se centraba en la cría y beneficio de las aves. No obstante, el crecimiento industrial de la ciudad de Valencia, conllevó a un mercado creciente de consumo de pollos y huevos,

por lo que la empresa, bajo una visión prospectiva, planifico un plan de desarrollo y crecimiento para atender la creciente demanda de la población.

De modo que, como consecuencia de los planes de expansión, en el año 1979 se creó la Empresa Avícola La Guasima, C.A., ampliando los objetivos a la producción de alimentos para el consumo humano, abarcando pollos de primera, pollos deshuesados y huevos. Actualmente, es una de las empresas líderes en el mercado avícola, cuya misión es liderar la producción y comercialización de pollo entero beneficiado de la más alta calidad en sus diversas presentaciones para satisfacer las necesidades de los clientes, creando un equipo de trabajo participativo, capacitado y altamente motivado. Mientras que su visión es prevalecer activamente en el mercado de producción avícola, apoyándose en la búsqueda constante de innovación científica y tecnológica para ofrecer productos de la más alta calidad a nuestros clientes

Así, el objetivo central es liderar la producción y comercialización de pollo entero beneficiado de la más alta calidad en sus diversas presentaciones, para satisfacer las necesidades de los clientes, creando un equipo de trabajo participativo, capacitado y altamente motivado. Por tanto, se rige por los valores de respeto, medición de resultados, comunicación, visión compartida, responsabilidad, satisfacción al cliente, honestidad y trabajo en equipo.

En relación a la medición de los resultados, la empresa ha establecido un sistema de medición y comparación de los resultados con una escala de referencia establecida en función de los logros planificados y los respectivos índices de gestión, a fin de contar con referentes para diseñar los planes de mejora continua. De hecho, según cifras FENAVI, en el año 2012, la empresa ocupó el tercer lugar en la producción nacional, antecedida por Protinal/Proagro y el Grupo La Caridad, distribución que se mantienen en la actualidad (Piñate, 2008, Ruiz, 2012).

Ahora bien, la producción avícola en Venezuela, se efectúa generalmente mediante sistemas de producción integrado que responde a un modo de integración vertical de los procesos. El grado de integración es variable en las empresas según las etapas que controlan directamente, es decir, abuelas, reproductoras, incubación,

engorde y fabricación de alimento o beneficio de aves, entre otras. Así, durante la etapa de producción, las empresas integradoras controlan el servicio de los productores extranjeros, quienes suministran las aves, el alimento y la asistencia técnica. Por su parte, el productor nacional aporta las instalaciones, la mano de obra y el sistema eléctrico y calefacción.

En este contexto, Avícola La Guasima, C.A cuenta con un grupo de granjas propias, asociadas y contratadas, distribuidas en todo el territorio nacional, las cuales se encargan del proceso de crianza, levante y reproducción de pollos. En consecuencia, las actividades operativas se distribuyen en las plantas de beneficio, alimento y de hielo, además de los almacenes, talleres, transportes y oficinas administrativas y de ventas; contando con 1500 trabajadores directos.

Así, el proceso de Avícola La Guasima, C.A., comienza cuando las gallinas abuelas son importadas desde Escocia y llegan a la Empresa Proken que está ubicada en el Estado Falcón, donde se producen los huevos fértiles, es decir, aptos para incubar. Posteriormente, los huevos fértiles pasan a una etapa de cría en una incubadora, que incluye 19 días en proceso y 2 días en incubación en las nacedoras, hasta obtener las líneas de hembras y machos que son enviados a las granjas reproductoras.

A continuación, en las granjas reproductoras son criadas las líneas de machos y hembras, a través de los procesos de levante y producción. El proceso de levante es una etapa de cría de las hembras y machos por separado, hasta las veinticuatro semanas de desarrollo. Este proceso se lleva a cabo en galpones debidamente acondicionados, a fin de ofrecer un control en el consumo de alimentos, agua y de medicamentos y vacunación, así como las medidas de bioseguridad requeridas.

Por su parte, la producción comienza con la incubación de los huevos de los gallos y gallinas reproductoras y dura entre veinticinco a sesenta semanas. En este proceso se estimulan con luz los órganos de producción y las gallinas comienzan su proceso de ovulación. Seguidamente, los pollitos provenientes de las granjas

reproductoras, previamente vacunados y debidamente medicamentados, pasan a las granjas de engorde donde cumplen un proceso de alimentación regulado, para garantizar el engorde y ser enviados a la planta beneficio, donde son preparados para su distribución. En la Figura 2 se sintetiza el proceso.

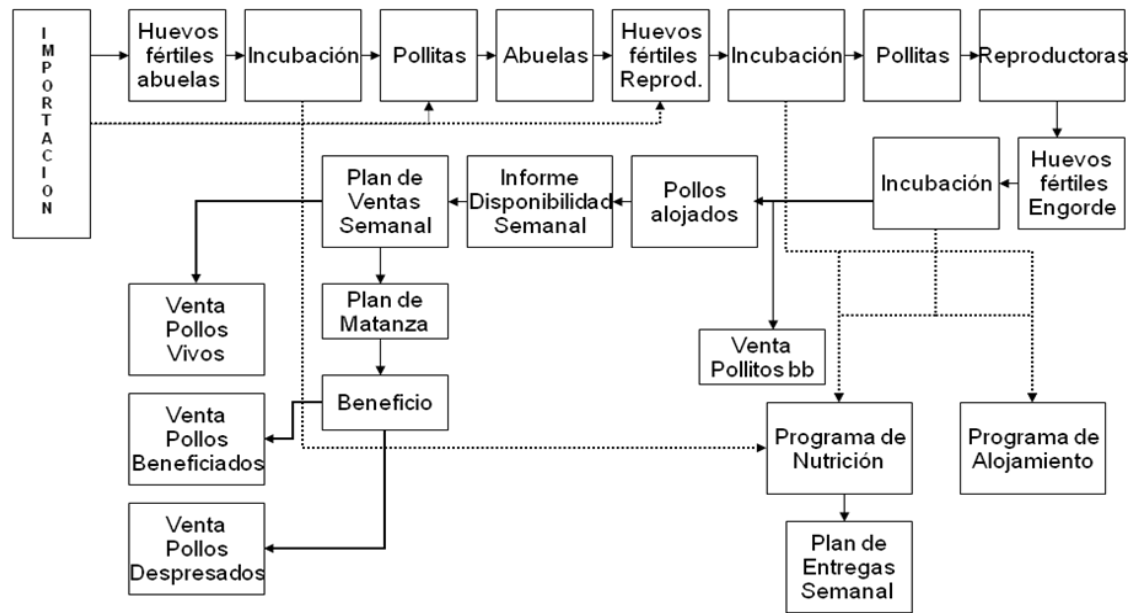


Figura. 2. Flujograma del proceso productivo en la Empresa Avícola La Guasima
Fuente: Departamento de Producción de la Empresa Avícola La Guasima.

Cabe destacar que, la sede de Tocuyito se encarga del beneficio de los pollos bebe debidamente engordados, presentándose el flujograma del proceso. De tal manera que, el proceso se inicia con la llegada del camión con las aves, las cuales son pesadas y duchadas para ser transportadas al andén de espera. A continuación, se realiza el guindado de transferencia y se pasan al área de evisceración. Una vez finalizado este proceso se trasladan al área de enfriamiento y luego al área de empaque, clasificando los pollos en 2 tipos; Grado “A” (industria/brasa) y Grado “B”, que incluyen aquellos con desgarrado, hematomas y manchado y los de peso inferior a 1.100 Kg. Por último, pasan a la planta de frío, donde se almacenan de acuerdo a dos criterios, aquellos que van a ser distribuidos a rutas cercanas son enfriados o

cristalizados a 0 °C; mientras que los que van a destinos más lejanos se congelan a -30 °C.

Ahora bien, desde sus inicios la empresa ha mantenido una política de mejora continua, sustentada en una búsqueda permanente de innovación científica y tecnológica para ofrecer productos de la más alta calidad. En consecuencia, ha logrado un importante desarrollo en los últimos años, lo que ha derivado en un aumento importante de la producción para satisfacer la creciente demanda de la población. (Ver Cuadro 1).

Cuadro 1. Parámetros productivos de la Empresa Avícola La Guasima

Parámetros de Producción	Años		
	2013	2014	2015
Capacidad de producción (Aves/mes)	3.337.588	3.966.934	4.604.905
Peso promedio del pollo (kgs)	2,4516	2,4166	2,5385
Aves procesadas (Ton/mes)	8.161	9.578	11.650

Fuente: Departamento de Producción de la Empresa Avícola La Guasima (2015)

De modo que, como se observa en el Cuadro 1 la empresa ha venido incrementando de manera exponencial la producción, produciéndose una variación en la capacidad de producción de 1.267317 Aves/mes entre los años 2013 y 2105. De igual forma, se produjeron mejoras en el volumen de aves procesados, reportándose una variación de 3489 Toneladas/mes.

No obstante, el aumento de la producción debe ir acompañado de un sistema adecuado de distribución para garantizar que el producto llegue en óptimas condiciones al consumidor y paralelamente evitar pérdidas por deterioro del producto. En este punto es preciso puntualizar que, tradicionalmente un 75% de la producción es absorbida por el sector privado y un 25% por el público, distribución que está asociada la capacidad y número de establecimientos de cada uno de estos sectores.

Sin embargo, luego de la implantación del control de precios, han surgido problemas en los canales regulares de distribución, debido al bajo porcentaje de ganancias que implica para los establecimientos la venta de pollos regulados. Por ende, la red de abastos del sector público ha incrementado la distribución; mientras que en los privados se ha limitado.

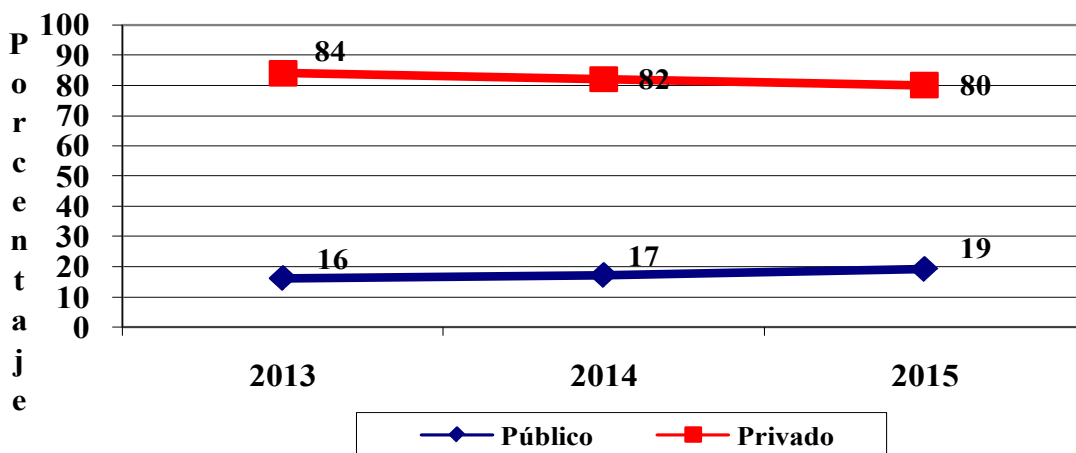


Gráfico N° 1. Distribución porcentual por tipo de establecimiento de la producción de aves de la Empresa Avícola La Guasima

Fuente: Departamento de Producción de la Empresa Avícola La Guasima (2015)

Es así como, en el Gráfico 1, se puede evidenciar una disminución en el porcentaje de la producción absorbido por el sector privado y un aumento del público. No obstante, al analizar los datos es preciso tener en cuenta que, la mayoría de los distribuidores de pollo pertenecen al sector privado, mientras que el público tiene una capacidad limitada, por lo que la disminución de la distribución en los establecimientos privados no puede ser compensada en su totalidad por el público, generando un impacto importante sobre la población. Es así como la empresa ha realizado esfuerzos importantes para incrementar la producción, pero los problemas de comercialización dificultan la adecuada distribución del producto a la población y una retención del mismo en la planta de frío. A este respecto cabe señalar que, el

pollo beneficiado puede conservarse por un máximo de siete días a una temperatura no mayor de 4 °C grados centígrados o 10 meses en congelación a una temperatura no mayor de 18 °C. En la Figura 3 se muestra la distribución de la cámara de frío

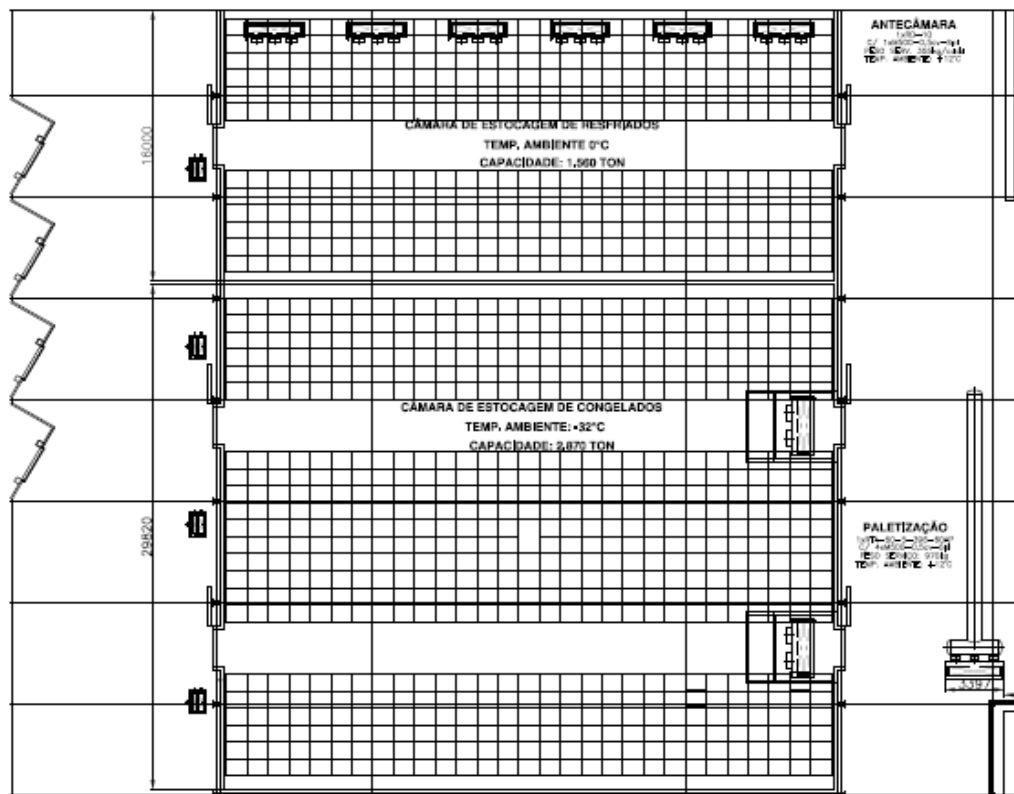


Figura N° 3. Capacidad de almacenamiento de la cámara de frío de la Empresa Avícola La Guasima

Fuente: Departamento de Producción de la Empresa Avícola La Guasima (2015)

En tal sentido, la empresa cuenta con un espacio para el almacenamiento de los pollos beneficiados, diseñado en función de la dinámica prospectiva de la producción y distribución del producto. Sin embargo, en la actualidad, debido a problemas en la comercialización y el aumento en la producción, el espacio de almacenamiento se encuentra saturado. Cabe resaltar, tal y como se muestra en la Figura 4 que la cámara tiene una capacidad de 4370 toneladas, por lo que aproximadamente el 3% de la producción semanal se queda almacenado, con el riesgo de daño del producto.

En consecuencia, el cambio en la oferta del producto al consumidor por las limitaciones del sector privado, aunado al incremento de la población, ha generado una mayor demanda social que no es satisfecha. De igual forma, la empresa se ve seriamente afectada, ya que, a pesar de los esfuerzos realizados por incrementar la productividad, el producto no logra una adecuada distribución, manteniéndose la cava almacenadora de la empresa saturadas de productos.

Es así como, la empresa en consonancia con la política de mejorar los servicios y atender los requerimientos sociales, ha estado evaluando las alternativas de solución. En tal sentido, las opciones a considerar se centran en disminuir la producción, incrementar la capacidad de almacenamiento o generar puntos de distribución directa. De modo que, tomando en cuenta que existe una demanda importante del producto y la empresa cuenta con la disponibilidad para atenderla, la opción más adecuada es la creación de puntos de distribución directa, comenzando con la ciudad de Valencia, debido a la cercanía con la planta productora y la creciente demanda del producto en la zona.

1.2 Formulación del Problema

¿Cuál será la factibilidad técnica y económica de la instalación de un punto de distribución directa de productos avícolas de la Empresa Avícola La Guasima en Valencia?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad técnica económica para la instalación de un punto de distribución directa de productos avícolas de la Empresa Avícola La Guasima en Valencia, mediante el uso de técnica de Ingeniería Industrial.

1.3.2 Objetivos Específicos

Diagnosticar, a través de la aplicación de técnicas de recolección de datos, la situación actual del mercado de distribución de productos avícolas en la Ciudad de

Valencia, así como las características y requerimientos sociales, seleccionando la alternativa más apropiada para responder a la necesidad existente

Determinar la factibilidad técnica operacional de localización, infraestructura, tecnología, materiales y capacidad de distribución, para la instalación de un punto de distribución directa de productos avícolas de la Empresa Avícola La Guasima en Valencia, estableciendo la disponibilidad de la empresa.

Establecer la factibilidad legal, organizacional y ambiental de la instalación de un punto de distribución directa de productos avícolas de la Empresa Avícola La Guasima en Valencia, concretando la misión, visión, organigrama, funciones, fundamento legal e impacto ambiental.

Estudiar la factibilidad económica financiera para la instalación de un punto de distribución directa de productos avícolas de la Empresa Avícola La Guasima en Valencia, determinando la rentabilidad del proyecto.

1.4 Justificación de la Investigación

Tal y como se expuso en el aparte anterior, la población enfrenta graves dificultades para abastecerse de productos avícolas. De igual forma, las empresas productoras confrontan problemas para la producción y distribución de los productos, debido, entre muchos factores, al control cambiario y de precios. Esta situación ha conllevado al cierre de los establecimientos de venta directa al público que varias empresas habían mantenido durante tiempo atrás.

Es así como, en el caso específico de la Empresa Avícola La Guasima, C.A., la misma como parte de su programa de crecimiento y mejora continua, ha logrado introducir mejoras e incrementar notablemente la producción. Sin embargo, los problemas confrontados por las distribuidoras privadas y la limitada capacidad de las públicas, ha conllevado a que la totalidad de la producción no sea comercializada produciéndose una saturación de los almacenes, situación que afecta a la población en general y a la empresa.

Por ende, tomando en cuenta el incremento en la producción generado en los últimos tiempos, tiene planificado la creación de puntos de distribución directo a la

población en varias ciudades del país, como una forma de expansión y de facilitar a los consumidores la adquisición de este tipo de productos. Es por ello, que el objetivo de la investigación se centra en realizar un estudio de factibilidad técnica económica para la instalación de un punto de distribución directa de productos avícolas de la Empresa Avícola La Guasima en Valencia, mediante el uso de técnica de Ingeniería Industrial.

De modo que, los aportes de este estudio tienen una gran importancia desde la perspectiva social, económica y académica. En efecto, en el ámbito social, el punto de distribución directa le brindará una opción alternativa a la población de la Ciudad de Valencia, que confronta grandes limitaciones para la adquisición de los productos avícolas, ya sea por la escasez en un gran número de abastos privados, las trabas en los públicos o bien por los sobrepagos que deben pagar a distribuidores particulares. De modo que, los ciudadanos podrán adquirir el producto a los precios regulados, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de la población.

Asimismo, desde el punto de vista económico, la propuesta que se desarrolla contribuirá a garantizar los productos a precios accesibles y, además, representa una fuente de generación de empleo. Pero al mismo tiempo representará un elemento positivo para la rentabilidad de la empresa. De hecho, al poder ofrecer el producto de manera directa al público, podrá distribuir toda la mercancía producida, evitando las pérdidas derivadas por el almacenamiento excesivo que conlleva al deterioro del producto.

Además, se convertirá en un estímulo para continuar los planes de expansión de la producción e incluso le permitirá a la empresa ampliar sus opciones de venta, incluyendo derivados de los productos avícolas. De igual forma, constituirá una primera iniciativa para crear otros puntos de distribución en ciudades del país de gran demanda.

De modo que, la realización de esta investigación refleja el compromiso social de la Universidad José Antonio Páez, al enfocar las propuestas investigativas en la generación de soluciones prácticas a la problemática que afecta a las empresas de la

región y a la ciudadanía en general. Y, por último, desde el punto de vista académico, es un aporte importante para el campo de la Ingeniería Industrial, constituyendo un referente para que estudiantes de esta y otras instituciones prosigan estudios enfocados en esta importante temática.

1.5 Alcance de la Investigación

La propuesta que se desarrolla se enfoca, en un primer momento, en la distribución de pollos a precios regulados, concretándose a la Ciudad de Valencia, debido razones de orden geográfico y económico, así como a la alta escasez y precios de los productos no regulados. No obstante, esta iniciativa, tomando en cuenta los resultados de la puesta en práctica de esta propuesta, podría expandirse a otras ciudades de Venezuela.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

El marco teórico, según Hernández, Fernández y Baptista (2006) consiste en “Sustentar teóricamente el estudio e implica analizar y exponer las teorías, las investigaciones y los antecedentes en general que consideren válidos para el correcto encuadre del estudio” (p. 22). En otras palabras, a través del marco teórico se integra el problema dentro de un área de conocimiento, incorporando los saberes previos ordenados de modo que resulten útiles para el desarrollo de la investigación. Así, incluye los antecedentes, las bases teóricas y la definición de términos básicos.

2.1 Antecedentes de la Investigación

A continuación se desarrollan los antecedentes de la investigación, que tal y como lo señala Arias (2006), constituyen una síntesis de estudios previos relacionados con el problema planteado, los cuales componen referentes importantes para el abordaje metodológico de la investigación. En efecto, los antecedentes de la investigación, según Hurtado (2010), proporcionan referentes de cómo aproximarse al fenómeno estudiado y del procedimiento e instrumento a utilizar. Es por lo, a continuación se desarrollan los aspectos más resaltantes de estudios realizados por otros autores relacionados con el objeto de estudio de la presente investigación.

En este orden de ideas, en el ámbito internacional, Arrestegui, P. (2014) llevó a cabo una investigación titulada “**Plan de negocio para la instalación de una granja avícola en la Provincia de Chachapoyas Departamento de Amazonas**”, la cual fue presentada como requisito de grado para optar el título de Licenciado en Administración de Empresas en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo de Perú. Así, el objetivo fue analizar la viabilidad para la instalación de una granja avícola y desarrollar la línea de producción, distribución y venta de carne

de pollo en la ciudad de Chachapoyas. El estudio fue descriptivo y de campo, adoptando la modalidad de proyecto factible.

De modo que, se estableció la factibilidad técnica operacional, organizacional y económica y de mercado, determinando los ingresos, costos y gastos con el motivo de llegar a la construcción del flujo de caja (VAN y TIR). Para la recolección de los datos se aplicó la observación y la entrevista. De los resultados destacó que, las empresas productoras de pollo en la ciudad de Chachapoyas, no cuentan con la infraestructura apropiada para obtener un producto de calidad y siguen utilizando el método artesanal para el faenamiento de las aves y, por ende, se presentan defectos en el producto final por la manipulación constante del pollo.

Asimismo, los administradores de los restaurantes como también de los vendedores de pollo en los mercados minoristas, mostraron satisfacción por la puesta en funcionamiento de una nueva empresa que cumpla con sus expectativas de producto y precio; destacando como beneficio que la comercialización se realizará de manera directa a los clientes. Por su lado, el estudio económico reveló que, el 65% del costo será financiado y el 35% restante será aportado por capital propio. Además, se reportó un VAN financiero de S/. 989,285.29, una TIR del 94,50% y un periodo de recuperación de la inversión de tres años.

En conclusión, la propuesta resultó factible económica y financieramente. En consecuencia, este estudio aporta elementos importantes en lo referente al estudio de la factibilidad económica y financiera, los cuales serán tomados en consideración durante el desarrollo metodológico de la presente investigación, desde el punto de vista de los beneficios de comercializar directamente el producto a los consumidores.

De igual forma, Collazos, J. y Carvajal, M. (2013), llevaron a cabo un estudio titulado **“Estudio de Factibilidad para el Montaje y Puesta en Marcha de una Empresa Productora y Comercializadora de Huevos en el Municipio de Mistrató Risaralda”**, el cual fue consignado como requisito de grado para optar al título de Tecnólogo Industrial en la Escuela de Tecnología Industrial Mistrató Risaralda en Colombia. Así, el objetivo se centró en realizar un estudio que garantice la

factibilidad técnica, económica, administrativo, legal, y comercial para el montaje y puesta en marcha de una empresa productora y comercializadora de huevos en Mistrató Risaralda

Así, la investigación, fue descriptiva y de campo e incluyó un estudio de mercado, la estructuración administrativa, legal y técnica de la empresa y la elaboración del plan financiero de la empresa. La muestra estuvo conformada por los administradores de 10 supermercados y se aplicó una encuesta para la obtención de los datos. De los resultados destacó que, el estudio de mercado evidenció que el Municipio de Mistrató no cuenta con una empresa de este tipo y el abastecimiento de huevos, es proveído de lugares más lejanos. De igual forma, se estableció la cantidad de producto que se ofrecerá a la comunidad, las condiciones y características de los consumidores, los diferentes canales de distribución y la evolución de la demanda.

Igualmente, el estudio técnico reveló la capacidad de la empresa y su ubicación, los procesos de producción, la infraestructura y la distribución en planta. Adicionalmente, el estudio administrativo permitió conformar la parte legal de la empresa, la estructura organizacional y los procesos de manejo del personal. Así, legalmente la empresa estaría conformada por 2 socios con su respectivo capital, quienes delegarían la representación legal y la administración en un gerente. Desde la perspectiva social la empresa contribuirá a la generación de empleo en la población campesina, ya que se requerirá de por lo menos 10 obreros y 3 profesionales. . Además, se reportó un VAN financiero de COP 22.847.847, una TIR del 31,44% y un periodo de recuperación de la inversión de 2 años.

En lo que respecta a la economía, contribuirá a promover el desarrollo en el sector avícola de la región y desde el punto de vista ambiental integrará procesos de producción más limpia, a través de un modelo productivo más sostenible. Por tanto, esta investigación constituye un referente para el desarrollo metodológico del presente estudio, adaptándola a las particularidades del producto a distribuir y las características de la Ciudad de Valencia.

Adicionalmente, Miller, B., (2013) realizó una investigación cuyo título fue **“Producción Agrícola”**, que fue presentada para optar al título de Licenciado en Administración Agroecológica e Industrial de la Universidad Tecnológica Intercontinental de Paraguay. El objetivo fue determinar la factibilidad de una empresa de producción avícola en el Distrito de la ciudad de Dr. Juan Eulogio Estigarribia. El estudio fue descriptivo, no experimental y de campo, abarcando las fases de determinación de la demanda actual en la ciudad, cuantificación de la inversión necesaria y estimación de la rentabilidad. La muestra estuvo conformada por el único frigorífico que presta servicios y se utilizó una entrevista estructurada para la recolección de los datos.

De modo que, la fase de estudio de mercado evidenció que dentro del mercado local existe una demanda insatisfecha del 15% aproximadamente. La ejecución de la inversión inicial será de Gs. 593.305.000, la comercialización será de Gs 5.938.423.338, obteniendo un ingreso neto de Gs 1.114.029.838 en el primer año de operación y con una perspectiva de crecimiento de 10% anual con la venta de 734.400 kg de pollos.

La rentabilidad del proyecto, sometido a un análisis de 5 años, muestra un Valor Actualizado Neto de Gs 3.934.423.289, una Tasa Interna de Retorno de 46%, el Periodo de Recuperación de Capital de 6 meses, la relación Beneficio Costo de Gs 1,16 y alcanzará su punto de equilibrio con la venta del producto por valor de Gs 34.040.978 para 4210 unidades totales.

En conclusión, la empresa “Producción Avícola Miller”, para la cría de pollos parrilleros, resulta un proyecto esperanzador y competente para los consumidores y la sociedad, ya que con la inversión planeada demuestra las perspectivas alentadores en la apertura de una empresa en el distrito, ya que los números que proveen la proyección a 5 años indican que la factibilidad es sostenible. Es así como, esta investigación aporta aspectos teóricos relevantes en cuando al proceso de producción de pollos que permitirán enriquecer las bases teóricas de este estudio.

A nivel nacional, Suarez, Y. (2012), realizó una investigación titulada **“Estudio de Factibilidad Económica para la Creación de una Empresa Comercializadora de Carnes Empacadas al Vacío en la Ciudad de Cabudare Municipio Palavecino del Estado Lara”**, la cual fue consignada como requisito de grado abajo presentado para optar al grado de Especialista en Gerencia Financiera en la Universidad Centro Occidental Lisandro Alvarado de Barquisimeto. Así, el objetivo del trabajo fue determinar la factibilidad económica para la creación de una empresa comercializadora de carnes empacadas al vacío en la mencionada ciudad.

De modo que, la investigación se enmarcó en la modalidad de proyecto factible, apoyada en un estudio de campo de tipo descriptivo. Asimismo, el desarrollo metodológico incluyó la realización de un estudio de mercado la posibilidad de crear esta iniciativa empresarial para satisfacer la demanda existente en esta ciudad; determinar los recursos requeridos para la inversión y evaluar la rentabilidad económica de su instalación.

Los resultados de los estudios de mercado, técnico, económico y la evaluación financiera permitieron evidenciar existe una amplia demanda potencial y una excelente oportunidad para incursionar en el mercado. En efecto, para ejecutar la instalación de la empresa se requiere de una inversión en activos fijos tangibles por un monto de 483.970,34 Bs y el rendimiento sobre la inversión inicial es del 145,60% para el primer año, alcanzando para el quinto año un 197,60%.

Asimismo, de acuerdo al valor de VAN, el proyecto permitirá recuperar la inversión y cubrir los costos, con un retorno del 21% y un excedente de Bs. 3.526.904,85. La TIR es de 116,72 %, ampliamente mayor que la Tasa Mínima Atractiva (21%), por lo que el proyecto se acepta y se considera viable o realizable. En consecuencia, se constató que las utilidades y los flujos de efectivo son autosuficientes y están en capacidad de cumplir con los compromisos financieros y demás costos que se generen con la operatividad del empacado de carne al vacío. De igual manera la evaluación económica reveló la alta rentabilidad del proyecto.

En síntesis, el proyecto es factible y merece ser puesto en marcha, recomendándose su instalación en un corto plazo. Por tanto, este estudio aborda elementos indispensables para la evaluación de los requerimientos del mercado y el análisis de la factibilidad técnica y económica; incluyendo, además, aspectos relevantes referentes a la organización, procesos, recursos requeridos y costos, a tomar en cuenta para el elaboración de la propuesta que se pretende desarrollar en la presente investigación.

De igual forma, Prevete, C. (2011), desarrolló una investigación denominada **“Propuesta de Creación de Granja Integral para Mejorar la Situación Socio-Económica de los Productores en el Caserío Los Tanques del Municipio Araure - Estado Portuguesa”**, la cual fue consignada como requisito de grado de Magister en Gerencia Agraria de la Universidad Centroccidental “Lisandro Alvarado”. El objetivo del trabajo fue determinar la factibilidad de la creación de granja integral en el mencionado caserío.

En tal sentido, el estudio fue descriptivo, de campo y adoptó la modalidad de proyecto factible. Desde el punto de vista metodológico, se realizó un estudio de mercado, se determinó la factibilidad económica y técnica y se diseñó la propuesta. La muestra estuvo conformada por 15 productores, utilizando para la recolección de los datos un cuestionario y una entrevista. Los resultados de los estudios de mercado, técnico, económico y la evaluación financiera, permitieron evidenciar que el proyecto es factible: ya que existe una amplia demanda potencial.

Además, la inversión total para la creación del proyecto de Bs. 456.698,94, la cual será cubierta mediante el financiamiento de una institución bancaria agrícola. El análisis financiero determinó la factibilidad del proyecto con una VAN a una tasa de descuento 13% positiva., la TIR de 23% y los flujos de caja son positivos en todo el período de duración del proyecto.

Por ende, el autor concluyó que el proyecto es factible, constituyendo una alternativa viable para mejorar la producción en la zona. En tal sentido, aún y cuando la propuesta no se enfoca específicamente en el sector avícola presenta elementos a

tomar en consideración para la realización del estudio de mercado y la factibilidad financiera, así como para la estructuración de la propuesta. En efecto, la investigación presenta de manera clara los principales parámetros a tomar en consideración para el análisis de la factibilidad técnica, tal como ubicación, procesos y costos asociados, así como los aspectos sanitarios. Adicionalmente, concreta los aspectos económicos financieros como inversión inicial, relación costos beneficios y TIR y VAN.

2.2 Bases Teóricas

Las bases teóricas, en función de lo indicado por Tamayo (2004), representan: “La descripción del problema que integra la teoría con investigación y su relación mutua, es la teoría del problema y tiene como fin ayudar a precisar y organizar los elementos contenidos en la descripción del problema” (p. 144). De modo que, constituyen el grupo de conceptos que representan el sustento de la investigación que se desarrolla.

2.2.1. Actividades Operativas de las Empresas

La empresa de acuerdo a lo señalado por Thompson (2006) es
...una entidad conformada básicamente por personas, aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras; todo lo cual, le permite dedicarse a la producción y transformación de productos y/o la prestación de servicios para satisfacer necesidades y deseos existentes en la sociedad, con la finalidad de obtener una utilidad o beneficio (p.1).

Ahora bien, las empresas se clasifican según el sector de su actividad, el tamaño, la propiedad del capital, el ámbito de actividad y el destino de los beneficios. Así, de acuerdo al sector de actividad se subdividen en empresas del sector primario, del sector secundario o industrial y del sector terciario o de servicios. En las empresas del sector primario el elemento básico de la actividad se obtiene directamente de la naturaleza; las del sector secundario realizan algún proceso de transformación de la materia prima; mientras que las del sector terciario utilizan la capacidad humana para realizar trabajos físicos o intelectuales (Martín, 2011; Thompson, 2006).

De acuerdo al tamaño, se clasifican en grandes, medianas, pequeñas y microempresas, diferenciándose básicamente por el volumen de ingresos, de

empleados y de equipamiento (Martín, ob. cit.). Según la propiedad del capital, se dividen públicas, privadas y mixtas y por el ámbito de actividad en locales, provinciales, regionales, nacionales y multinacionales. Por último, en función del destino de los beneficios, en empresas con y sin fines de lucro, dependiendo de sí los excedentes pasan a poder de los accionistas o se reinvierten en la empresa (Thompson, ob. cit.)

Por otro lado, las empresas comerciales, según lo señalado por Matos (s/f), “...son intermediarios entre el productor y el consumidor, y su función principal, es la compra y venta de productos terminados” (p. 3). Pueden ser de tres tipos mayoristas, minorista o comisionista. En el primer caso las empresas efectúan ventas a gran escala y distribuyen el producto directamente al consumidor. En el segundo, venden productos al menudeo y en el tercero las empresas perciben una comisión por vender mercancías que los productores les entregan a consignación.

2.2.2 Comercialización y Estudio de Mercado

La comercialización de acuerdo a Bohórquez (2008) incluye: “el conjunto de procesos que deben superar los productos desde la producción hasta el consumo en forma conveniente, en el momento y lugar oportuno” (p.1). En consecuencia, las estrategias de comercialización incluyen todas las acciones que se desarrollan para captar un mayor número de clientes, incentivar las ventas, dar a conocer nuevos productos o lograr una mayor cobertura o exposición de los productos. Es así como, de una manera general las estrategias se pueden enfocar en la competencia, en el producto, en el mercado, en el precio, en las ventas, en la publicidad o en el mercado.

Así, existen varias estrategias para el crecimiento del mercado de productos ya existentes y para las nuevas adiciones al portafolio de productos. Entre ellas cabe destacar, según lo estipulado por Thompson (2006): (a) Estrategias de Crecimiento Intensivo, (b) Estrategias de Crecimiento Integrativo, (c) Estrategias de Crecimiento Diversificado, (d) Estrategias de Liderazgo de Mercado, (e) Estrategias de Reto de Mercado, (f) Estrategias de Seguimiento del Mercado y (g) Estrategias de Nido del Mercado.

En relación a las estrategias de comercialización, desde un punto de vista general y según Sánchez (2009), un adecuado sistema de comercialización ayudará a la empresa a aprovechar todas las oportunidades que le ofrece el entorno, a superarlas amenazas del mismo, así como hacer frente a los retos constantes que se le presentan. De modo que, la empresa debe tomar decisiones en el presente teniendo en cuenta cómo pueden afectar al futuro de la organización y pronosticar los posibles cambios que puedan surgir en el entorno, además de aprovechar al máximo los recursos internos de los que se dispone y que pueden representar una ventaja competitiva con respecto a la competencia.

Es así como, las estrategias a desarrollar deben incluir identificar las necesidades y deseos del mercado, calcular el precio, determinar la posición del producto en el mercado y establecer la mejor manera de promover y hacer llegar el producto al consumidor. Por su lado, el plan de comercialización es un documento escrito en el que, de una forma estructurada, se establecen los objetivos comerciales a conseguir en un periodo de tiempo determinado y se detallan las estrategias y acciones que se van a acometer para alcanzarlos en el plazo previsto. Así, la planificación de la comercialización, tal y como lo señala Lazara (2002), es un proceso de análisis sistemático de la relación de la empresa con el entorno y de los resultados de la aplicación de diferentes alternativas de acción. Además, la gestión estratégica de comercialización, entendida como un enfoque objetivo y sistemático para la toma de decisiones, permite a las empresas ser proactivas en la formulación de su futuro.

De tal manera que, el proceso de producción del plan de comercialización según Muñoz (2012), abarca las siguientes fases: (a) análisis de la situación, (b) determinación de objetivos, (c) selección de las estrategias, (d) elaboración del plan de acción, (e) presupuesto y (f) sistemas de control y plan de contingencias. Así, en la fase del análisis de la situación se lleva a cabo un análisis de la situación interna y externa de la empresa, tomando como referencia la misión, visión y objetivos. Para cumplir con este propósito, se establecen las proyecciones de ventas, la tendencia de

la tasa de expansión del mercado, la cuota de participación de los productos, los niveles de rotación de los productos y el comportamiento de los precios, entre otros.

De igual forma, es preciso llevar a cabo un análisis causal para determinar las razones de los resultados en relación a los objetivos trazados y un estudio de mercado. Adicionalmente, como lo señalan Garay y Henríquez (2011), es pertinente en esta fase considerar los factores externos e internos que afectan los resultados, tales como el entorno, las tendencias, la imagen, la cualificación profesional, el mercado, la competencia, el producto y las políticas de comunicación.

Es así como, sobre la base de esta información, se establecen los objetivos del plan, los cuales deben ser viables, concretos, flexibles y motivadores. A continuación, se elaboran y seleccionan las estrategias. Para desarrollar esta fase es preciso tomar en consideración los puntos fuertes y débiles, oportunidades y amenazas presentes en el mercado, así como los factores internos y externos que intervienen. Estas acciones se concretan en el plan de acción, especificando los pasos a desarrollar en cada una de las acciones. Seguidamente, como lo señala Muñoz (2012), se elabora el presupuesto y se establece el plan de control de la gestión, es decir, los procedimientos para determinar el grado de cumplimiento de los objetivos propuestos.

2.2.3 Análisis FODA

De una manera general, puede afirmarse que el análisis FODA constituye una práctica muy recomendada para todas las organizaciones, ya que es "... una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados" (son todos Glagovsky, 2010, p. 1). El término FODA agrupa las siglas de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. Así, las fortalezas y debilidades son variables internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas; mientras que las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta difícil modificarlas (Ponce, 2007).

En tal sentido, de acuerdo a lo estipulado por Glagovsky (2010), las fortalezas “Son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y por los que cuenta con una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc” (p, 1). Las oportunidades “Son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas” (p.1).

Por otra parte, las debilidades “...son aquellos factores internos que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, es decir, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente”. Y, las amenazas “Son aquellas situaciones negativas que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar, incluso, contra la permanencia de la organización” (Díaz y Matamoros, 2011, p.1). En síntesis, las fortalezas deben utilizarse, las oportunidades deben aprovecharse, las debilidades deben eliminarse y las amenazas deben sortearse.

Es así como, el FODA se representa a través de una matriz de doble entrada llamada Matriz FODA. En ella se analizan en la que el nivel horizontal los factores positivos y los negativos; mientras que el vertical se analizan los factores internos y, por tanto, controlables, así como los factores externos, considerados no controlables (Reyes, 2009). De modo que, el análisis de la Matriz FODA puede conllevar a cuatro estrategias de intervención alternativas conceptualmente distintas. La estrategia debilidades versus amenazas (DA), tiene como objetivo minimizar las debilidades y las amenazas. La estrategia debilidades versus oportunidades (DO) pretende minimizar las debilidades y maximizar las oportunidades. La estrategia fortalezas versus amenazas (FA), se basa en maximizar las fortalezas y minimizar las amenazas del medio ambiente externo. Y, por último, la estrategia fortalezas versus oportunidades (FO) se centra en maximizar tanto sus fortalezas como sus oportunidades.

2.2.4 Estudio Técnico y Económico

El estudio técnico de un proyecto, como lo indica Suarez (2012), consiste en diseñar la función de producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea éste un bien o un servicio. Por tanto, según lo expresado por Baca (2001), se centra en aclarar interrogantes concernientes a dónde, cuándo, cuánto, cómo y con que producir, en función con el funcionamiento y operatividad del proyecto que se adelanta.

Por ello, como lo señalan Asunción, Cortez y Hernández (2010), abarca una serie de elementos, tales como (a), capacidad instalada de la empresa, expresado en unidades de producción por año, incluyendo la demanda, suministro e insumos, tecnología, financiamiento y la organización; (b) localización o ubicación geográfica, la cual debe contribuir en gran medida al logro de la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital; y (c) ingeniería del proyecto, que se asocia con todo lo relacionado con la instalación y funcionamiento de la propuesta, por lo que aborda el proceso de producción, la adquisición de maquinarias y equipos, la distribución y diseño de la planta, disponibilidad y costos de los suministros e insumos y la organización del

En otro orden de ideas, el estudio económico tiene como objetivo ordenar y sistematizar la información de carácter monetaria, emanada de los estudios de mercado y técnicos, elaborando cuadros analíticos que faciliten la respectiva evaluación, por lo que permite seleccionar la mejor alternativa de inversión. (Baca, 2001.) La parte del análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, la cual será el costo total de la operación de la empresa, que abarca las funciones de producción, administración y ventas.

De manera que, como lo señalan Asunción, Cortez y Hernández (2010), comienzan con la determinación de los costos totales y de la inversión inicial, cuya base son los estudios de ingeniería, ya que tanto los costos como la inversión inicial dependen de la tecnología seleccionada. Continúa con la determinación de la depreciación y amortización de toda la inversión inicial. Otro de sus puntos

importantes es el cálculo del capital de trabajo, que aunque también es parte de la inversión inicial, no está sujeto a depreciación y amortización, dada su naturaleza líquida.

En este contexto, la factibilidad económica es un indicador que permite conocer de manera anticipada el resultado global de la operación de un proyecto, desde el punto de vista económico. En otras palabras, la rentabilidad de los proyectos relaciona los recursos monetarios utilizados con las cantidades de dinero generadas, con el objeto de cuantificar los potenciales beneficios o las pérdidas. Así, las principales herramientas y metodologías que se utilizan para medir la bondad de un proyecto son: (a) el Costo Anual Uniforme Equivalente (CAUE); (b) el Valor Presente o Actual Neto (VPN o VAN); (c) la Tasa Interna de Retorno (TIR); (d) la Relación Beneficio Costo (RCB) y (e) el Período de Recuperación (P/R)

El Costo Anual Uniforme Equivalente (CAUE), como lo reseña Guerra (2012), consiste en convertir todos los ingresos y egresos, en una serie uniforme de pagos a través del horizonte del proyecto, de tal forma que se aceptará el proyecto que tenga el menor flujo anual, puesto que representara un menor costo periódico. Obviamente, si el CAUE es positivo, es porque los ingresos son mayores que los egresos y por lo tanto, el proyecto puede realizarse; pero, si el CAUE es negativo, es porque los ingresos son menores que los egresos y en consecuencia el proyecto debe ser rechazado.

De acuerdo a lo señalado por Arrestegui (2014), el VAN es el valor del proyecto medido en dinero de hoy o en otras palabras, es el equivalente en moneda actual de todos los ingresos y egresos, presentes y futuros que constituyen el proyecto. Por tanto, permite medir la rentabilidad del proyecto en valores monetarios, constituyendo la diferencia entre el valor presente de los flujos futuros de efectivo de la inversión y el monto de la inversión.

Ahora bien, la TIR representa, para Suarez (2012), la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero, si todos los fondos para el financiamiento de la inversión se tomaran prestados y el préstamo se pagara con las

entradas en efectivo de la inversión a medida que se fuesen produciendo. De modo que, es la tasa porcentual que indica la rentabilidad promedio anual que genera el capital que permanece invertido en el proyecto y corresponde a la tasa que hace que el valor actual neto sea igual a cero. En consecuencia, este indicador muestra el tiempo en que se recupera la inversión, incluyendo el costo de capital involucrado.

Asimismo, la relación costo beneficio, de acuerdo a Pardo (2009), es una variante de la técnica del VPN y mide la cantidad de beneficio del valor presente por bolívar del desembolso inicial neto de caja. De modo que, es el cociente entre el valor actual de los ingresos netos esperados y el desembolso inicial de la inversión y básicamente. Finalmente, Guerra (2012), señala que el P/R, es el cálculo asociado a determinar, el momento en el que los flujos netos de efectivos han cubierto la inversión inicial y se comienza a obtener rendimiento del negocio o del proyecto. Para su cálculo se utiliza el valor de los flujos descontados para saber cuánto tiempo se tardara el proyecto en recuperar la inversión, es decir, sumar los flujos netos de efectivos a que los mismos den igual a la inversión.

2.2.5 Proceso de Producción Avícola

Desde una perspectiva general, el proceso abarca 4 niveles, bisabuelas, abuelas, madres y carne. En tal sentido, tal y como lo señala Callejas (2013), el nivel bisabuelas está monopolizado por poco más de 20 empresas en todo el mundo ubicadas en Estados Unidos, Francia, Alemania, Israel, Gran Bretaña y Holanda. Estas empresas, una vez fijadas las diversas líneas útiles de bisabuelas, procedentes de la realización de apareamientos consanguíneos a partir de unos pools genéticos iniciales, proceden a efectuar los cruces de estas líneas entre sí y a seleccionar los productos obtenidos, estableciendo así las líneas comerciales de abuelas y abuelos.

Además, el nivel abuelas se basa en el establecimiento de abuelas, generalmente en el país de destino, a partir de la multiplicación de las poblaciones de abuelas y abuelos de 1 día importados de los países de origen donde fueron establecidas. El nivel de madres o reproductoras, surge a partir de los abuelos/as y son las que dan lugar a los huevos fecundados que, una vez incubados, originan los

pollitos de 1 día. Cabe destacar que, en el proceso descrito hasta este tercer nivel, las estirpes y líneas genéticas son distintas según que la orientación productiva sea la obtención de carne o de huevos para consumo. Además, dentro de cada una de estas orientaciones productivas, habrá líneas genéticas destinadas a crear la línea macho o gallo reproductor del nivel 3 y otras destinadas a crear la línea hembra o gallina reproductora del nivel 3 (Friedmann y Weil, 2010).

Ahora bien, el nivel carne, incluye las fases de cebo del pollito de 1 día, sacrificio y comercialización, puesta ponedoras y clasificación y comercialización de los huevos. Así, en la primera fase, los pollitos machos y hembras resultantes de la incubación de huevos fértiles, son engordados en los cebaderos o granjas de pollos, donde se obtiene el pollo de carne. En la segunda fase, una vez que los pollos han sido cebados, van al matadero donde se procede a su sacrificio y faenado (Arrestegui, 2014)

En la siguiente fase, los pollitos y pollitas recién eclosionados provenientes de estirpes genéticas de aptitud puesta, son sexados, aprovechándose únicamente las hembras, futuras ponedoras comerciales. Obviamente, es preciso proceder a su cría y recría antes de poder disponer de animales en producción comercial. Y, por último, los huevos para consumo o huevos comerciales puestos por las ponedoras son clasificados y comercializados.

2.3. Definición de Términos Básicos

Avicultura: técnica de criar y fomentar la reproducción de aves para aprovechar sus productos, como la carne, los huevos y las plumas.

Demanda: cantidad de bienes y servicios que un comprador puede adquirir y desea hacerlo en un periodo de tiempo dado y a diferentes precios.

Estudio de Mercado: permite determinar con un buen nivel de confianza la existencia real de clientes, la disposición de ellos para pagar el precio establecido, la determinación de la cantidad demandada, la aceptación de las formas de pago, la

validez de los mecanismos de mercadeo y ventas, la identificación de los canales de distribución y de las ventajas y desventajas competitivas.

Factibilidad: disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados.

Factibilidad Económica: Se refiere a que se dispone del capital en efectivo o de los créditos de financiamiento necesario para invertir en el desarrollo del proyecto

Factibilidad Comercial: proporciona un mercado de clientes dispuestos a adquirir y utilizar los productos y servicios obtenidos del proyecto desarrollado.

Factibilidad Humana u Operativa: disponibilidad de personal capacitado para llevar a cabo el proyecto.

Factibilidad Técnica: disponibilidad de los conocimientos y habilidades en el manejo de los métodos, procedimientos y funciones requeridas para el desarrollo e implantación del proyecto

Factibilidad Económica: análisis de los costos y beneficios asociados con cada alternativa del proyecto.

Oferta: cantidad de bienes y servicios o factores que un vendedor puede ofrecer y desea hacerlo, en un periodo dado de tiempo y a diferentes precios.

Periodo de Recuperación del Capital (PRC): criterio de valoración de inversiones que permite seleccionar un determinado proyecto en base a cuánto tiempo se tardara en recuperar la inversión inicial mediante los flujos de caja.

Proyecto de Inversión: plan al cual se le asigna un monto de capital y se le proporcionan insumos de diferente naturaleza, de modo que se obtenga un bien o servicio, haciendo un uso racional de los fondos disponibles

Relación Beneficio/Costo: indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad.

Tasa Interna de Retorno (TIR): tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN) es igual a cero, por lo que es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.

Valor Actual Neto (VAN): método para evaluar proyectos de inversión a largo plazo, ya que permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero de maximizar la inversión.

Punto de Equilibrio (PE): aquel punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida.

Análisis de Sensibilidad: En todo proyecto se trabaja con algunos factores sobre los que se tiene poder de decisión (variables controlables), y otros sobre los que sólo se pueden realizar estimaciones (variables no controlables). De acuerdo a lo anterior podemos definir al análisis de sensibilidad como el proceso de medición de variables que afectan el desarrollo del proyecto de inversión. Algunas de las variables controlables incorporadas al plan son: precio, producto, logística, promoción. Mientras que, las principales variables no controlables en un proyecto son: competencia, consumidores, entorno económico, político, legal, entre otras.

El flujo de fondos refleja, en consecuencia, una cantidad de supuestos sobre el comportamiento de las variables. El análisis de sensibilidad es una técnica que permite evaluar el impacto de las modificaciones de los valores de las variables más importantes sobre los beneficios y, consecuentemente, sobre la tasa de retorno. Este determina la influencia de un parámetro o variable en la medida de rendimiento económico, es uno de los métodos más comúnmente utilizados para considerar los efectos de los flujos monetarios, tasa de interés y vida de un proyecto de factibilidad. Consiste en introducir cambios o variaciones en la variable (inversión inicial, ingresos brutos, costos operacionales, valor residual, vida o tasa mínima de rendimiento) que se considera crítica dentro de un intervalo de interés, manteniendo el resto de las variables en su valor más probable o en su valor promedio, con el fin de observar el efecto que producen tales cambios en la rentabilidad del proyecto de inversión.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

El marco metodológico constituye la fase de la investigación, donde se desarrolla la manera como se va a realizar el estudio, es decir, su método. Según Hurtado (2010), el término metodología se deriva de método o modo de proceder o de hacer algo. Balestrini (2006), “alude al conjunto de procedimientos lógicos, tecno-operacionales implícitos en todo proceso de investigación “(p125). De este modo, la metodología incluye los métodos, las técnicas, y los procedimientos que utiliza el investigador para lograr los objetivos de su estudio.

3.1 Tipo y Diseño de la Investigación

La investigación adopta la modalidad de Proyecto Factible, apoyada en un estudio de campo, ya que el objetivo se centra en analizar la factibilidad técnica económica para la instalación de un punto de distribución directa de productos avícolas de la Empresa Avícola La Guasima en Valencia, mediante el uso de técnica de Ingeniería Industrial. Así, el Proyecto Factible, tal y como la indica el Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL) (2011), consiste en: “la investigación, elaboración y desarrollo de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales” (p. 21).

Además, tomando en cuenta el alcance de los objetivos propuestos y el nivel de profundidad de los conocimientos generados en el estudio, el mismo es de tipo descriptivo, que según Hernández, Fernández y Baptista (2006), “Buscan especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice” (p. 103). En consecuencia, en el presente estudio se describirá la situación actual del mercado de distribución de productos avícolas en la Ciudad de Valencia,

las características y requerimientos actuales del mercado, así como, la factibilidad técnica y económica para la instalación de un punto de distribución directa de productos avícolas de la Empresa Avícola La Guasima en Valencia.

De igual forma, la investigación, según la forma de acceder a los datos, es de campo, la cual para Arias (2006), “consiste en la recolección de los datos directamente de los sujetos investigados o de la realidad donde ocurren los hechos” (p.32). En consecuencia, los datos se obtendrán directamente de los consumidores ubicados en los automercados de mayor flujo de personas en Valencia.

3.2 Población y Muestra

La población, es definida por Arias (2006), como “el conjunto finito o infinito de elementos con características comunes, para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación” (p. 81). En otras palabras, es el conjunto de personas con características comunes que fueron objeto de estudio. En este caso, tomamos como población a la población perteneciente al municipio Valencia.

Por su parte, la muestra según Arias (2006), “es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible.” (p. 83). En la presente investigación se utilizó el muestreo no probabilístico intencional u opinático, que Arias (2006), define como “la técnica de selección de los elementos con base en criterios o juicios preestablecido por el investigador” (p.85).

En base al número de habitantes de este municipio (901.900 hab), se calculó la muestra, tal como se especifica a continuación:

Fórmula empleada
$n = \frac{n_o}{1 + \frac{n_o}{N}} \quad \text{donde:} \quad n_o = p^*(1-p)^* \left(\frac{Z (1 - \frac{\alpha}{2})}{d} \right)^2$

El tamaño muestral requerido para una población de 901.900 habitantes, fue de 67 individuos, para un nivel de confianza de 90% y una probabilidad de ocurrencia de 0,5.

Estos individuos, debían residir en la ciudad de Valencia y aceptar voluntariamente participar en el estudio.

3.3 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Para Hernández, Fernández y Baptista (2006), el proceso de recolección de información: “Es la etapa que consiste en recolectar los datos pertinentes sobre las variables involucradas en la investigación” (p.234). En tal sentido, Ramírez (2009), apunta que la técnica de recolección de datos técnica “es un procedimiento más o menos estandarizado que se ha utilizado con éxito en el ámbito de la ciencia” (p.137).

En este estudio se aplicaron como técnicas de recolección de datos, la encuesta, que, según Sabino (2009), “constituye una estrategia de interacción social entre dos o más personas donde una de las partes busca recoger información y la otra constituye la fuente de esa información” (p.175).

Asimismo, según Ramírez (2009), "el instrumento de recolección de datos es un dispositivo de sustrato material que sirve para registrar los datos obtenidos a través de las diferentes fuentes" (p 165). Se utilizó como instrumento una entrevista estructurada que, de acuerdo a lo indicado por Arias (2006), es una técnica que se centra en establecer un diálogo o conversación con el entrevistado acerca de un tema previamente determinado, interacción que permite obtener una información más completa y específica del problema planteado.

Esta entrevista dirigida a los clientes, permitió determinar los requerimientos de los compradores y la opinión sobre la apertura de una distribuidora directa de pollos en Valencia. En los anexos, se presenta una copia de las preguntas realizadas a los compradores (Ver Anexo 1).

3.3.1 Validez y Confiabilidad del Instrumento

La validez de un instrumento de recolección de la información, de acuerdo a lo señalado por Hernández, Fernández y Baptista (2006), es el “Grado en el que un instrumento en verdad mide la variable que se busca medir “(278). A tal efecto, se

estableció la validez de constructo y de contenido del instrumento. La validez de constructo “se refiere a qué tan exitosamente un instrumento representa y mide un concepto teórico” (p. 282). Mientras que la validez de contenido, según Ruiz (2002), refleja “hasta donde los ítems de un instrumento son representativos del dominio o universo de contenido de la propiedad que se desea medir” (p. 58).

Es así como, en primer término se llevó a cabo una revisión de la literatura y de la forma como ha sido operacionalizada la variable por otros investigadores, a fin de identificar el tipo de escala utilizada, así como las dimensiones e indicadores abordados, seleccionando una lista de propuestas para conformar la versión preliminar del instrumento. Adicionalmente, para establecer la validez de contenido, se procedió a definir conceptualmente las variables y comprender su significado, lo que permitió determinar los indicadores con sus respectivas dimensiones.

Asimismo, fue sometido a juicio de expertos, consultando a tres docentes familiarizados con las variables a estudiar, uno en metodología y dos en contenido, quienes formularon su opinión en relación a: (a) la congruencia de los ítems con los indicadores y la variable que se pretenden medir, (b) la claridad y precisión de la redacción y (c) la adaptación al nivel y lenguaje de los encuestados. Esta información se registró en un instrumento diseñado a tal fin, al cual se le anexó una copia del planteamiento del problema, las variables que se querían medir y del instrumento.

La confiabilidad de un instrumento según Hernández, Fernández y Baptista (2006), refleja la reproducibilidad y para establecerla en el presente estudio, se aplicó una prueba piloto previamente a otros individuos, pero que no formaron parte de la muestra.

De modo que, para determinar la confiabilidad de consistencia interna, es decir, el grado en que los ítems del instrumento están correlacionados entre sí, se aplicó el Coeficiente de Kuder Richardson. Para el cálculo del Coeficiente de Kuder Richardson se aplicó la siguiente fórmula:

$$KR_{20} = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum pq}{St^2} \right]$$

Donde:

KR₂₀ = Coeficiente de confiabilidad

K = número de Ítems

Σpq = Sumatoria de proporciones de aciertos y desaciertos

St² = varianza total de aciertos.

Para la interpretación de los resultados se aplicaron los siguientes criterios propuestos por Ruiz (2002):

Rangos	Magnitud
0,81-1,00	Muy Alta
0,61-0,80	Alta
0,41-0,60	Moderada
0,21-0,40	Baja
0,01-0,20	Muy Baja

Fuente: Ruiz (2002)

A este respecto, Chourio (1999) apunta que: “Cualquier instrumento de recopilación de datos que sea aplicado por primera vez y muestre un coeficiente de confiabilidad de al menos 0,60, puede adaptarse como satisfactoriamente confiable”. (p.47). En el caso del instrumento evaluado el coeficiente fue de 0,932 lo que indica una confiabilidad Muy Alta.

3.4 Fases Metodológicas

La investigación, en función de la modalidad asumida, se desarrollará en cuatro fases.

FASE 1. Diagnosticar, a través de la aplicación de técnicas de recolección de datos, la situación actual del mercado de distribución de productos avícolas en la Ciudad de Valencia, así como las características y requerimientos sociales, seleccionando la alternativa más apropiada para responder a la necesidad existente.

En la primera fase, se diagnosticará la situación actual del mercado de distribución de productos avícolas en la Ciudad de Valencia, a través de una revisión documental, bibliográfica, datos históricos, encuesta e información proporcionada por la avícola; analizando la situación actual, oferta, demanda, estableciendo los requerimientos sociales y presentando el producto que se quiere ofrecer al público.

Fase II: Determinar la factibilidad técnica operacional de localización, infraestructura, tecnología, materiales y capacidad de distribución, para la instalación de un punto de distribución directa de productos avícolas de la Empresa Avícola La Guasima en Valencia, estableciendo la disponibilidad de la empresa.

En la segunda fase, se determinó factibilidad técnica operacional, estableciendo la localización y tamaño del proyecto, así como los procesos y tecnología a utilizar. Se determinaron todas aquellas actividades requeridas para lograr el objetivo y los recursos materiales, técnicos y humanos, necesarios. Se abordaron aspectos como la capacidad del punto de venta, el programa de producción y ventas, los procesos y tecnología, los insumos requeridos y los requerimientos de personal.

Fase III: Establecer la factibilidad legal, organizacional y ambiental de la instalación de un punto de distribución directa de productos avícolas de la Empresa Avícola La Guasima en Valencia, revisando el fundamento legal e impacto ambiental.

En esta fase se procedió a concretar el sustento legal del punto de venta, así como la estructura organizativa, incluyendo la misión, visión, valores, objetivos y normas, todo ello enmarcado en una política de preservación ambiental.

Fase IV. Estudiar la factibilidad económica financiera para la instalación de un punto de distribución directa de productos avícolas de la Empresa Avícola La Guasima en Valencia, determinando la rentabilidad del proyecto.

En esta fase, se estudió la factibilidad económica para la instalación de un punto de distribución directa de productos avícolas. En tal sentido, se evaluó la

inversión inicial, abarcando los costos operacionales, materiales y técnicos de la propuesta planteada. Así mismo, se evaluarán los aspectos referentes a los costos de acuerdo a los índices inflacionarios en el contexto socio económico actual del país. Por último, se evaluarán las variables críticas y se procederá a hacer un análisis de sensibilidad para determinar cuales podrían afectar la rentabilidad del proyecto.

CAPITULO IV

RESULTADOS

En este capítulo se presentan los resultados de la investigación, los cuales, comprenden el estudio de los aspectos del mercado, los aspectos técnicos para la instalación de un nuevo punto de distribución de productos avícolas, los aspectos legales y ambientales relacionados al mismo y finalmente, los aspectos económicos financieros, con el fin de estudiar la factibilidad del proyecto.

4.1 Estudio de Mercado

4.1.1 Diagnóstico de la situación actual

El gobierno nacional ha instaurado políticas económicas en cuanto a la regulación de precios en ciertos rubros alimenticios. Por su parte, la producción avícola venezolana está desde 2003 sujeta a regulación de precios del producto terminado para la venta al público. Sin embargo, mediante decreto, se reguló la colocación del pollo a nivel de matadero en 2010. Se controlaron los niveles de comercialización, desde el productor hasta el consumidor.

Luego de 10 años de aplicación del control, las fallas de productos de consumo masivo, principalmente alimentos, se han intensificado. Incluso, el Banco Central de Venezuela ha admitido que 6 productos básicos han registrado escasez grave, entre ellos harina de maíz, harina de trigo, azúcar, aceite de girasol, aceite vegetal y aceite de maíz, que faltaron en promedio entre 40% y hasta 80% de los establecimientos encuestados por el organismo emisor (cifras reportadas en el año 2003). El pollo, la carne de res, la leche en polvo, el queso, y el café molido también han reportado fallas significativas entre 20% y 40%, situación que se ha agravado hasta la fecha de hoy.

Según datos aportados por el presidente de la Cámara Venezolana de la Industria de Alimentos, los productos que han tenido mayores índices de escasez son

los regulados, porque tienen precios fijados por debajo de los costos de producción y, además, las empresas están sometidas a restricciones.

Posteriormente y consecuentemente con las políticas estatales, el Ejecutivo Nacional ha ido actualizando los precios, establecidos en diversas publicaciones, autorizando la venta de pollo al consumidor en precios que ha denominado “precio máximo de venta al público”, lo que ha hecho en concordancia con la resolución conjunta de los ministerios del Poder Popular de Planificación y Finanzas, para el Comercio, la Agricultura y Tierras, la Alimentación, y Ciencia, Tecnología e Industrias Intermedias. Estos productos están sometidos a control de precios por el Ejecutivo Nacional, independientemente de su presentación comercial, precisa el artículo 7 de la resolución.

La última resolución fue publicada en el año 2015, Gaceta Oficial número 39.723, el 28 de julio de ese año.

Adicionalmente, se puede mencionar que, quienes infrinjan la normativa serán sancionados conforme a lo establecido en la Ley para la Defensa de las Personas en el Acceso a los Bienes y Servicios, y pueden exponerse a procedimientos expropiatorios por causa de utilidad pública e interés social, cierres temporales e incautación.

Actualmente, a raíz del crecimiento poblacional, el incremento en la demanda de productos avícolas, se ha incrementado, generando la necesidad en las empresas de aumentar la producción, sin embargo, según datos aportados por FENAVI, se ha visto un estancamiento y/o disminución en la producción de pollo en el país, debido a la regulación de precios, la dificultad de adquirir divisas, conflictos laborales en las empresas por parte de los trabajadores, que incluso han llevado a la paralización de las plantas, etc, lo que ha contribuido de manera general a una ausencia de producto en el mercado. Además, las empresas privadas han limitado la comercialización del producto debido a que vender productos a precio regulado también trae merma de las

ganancias, trayendo como consecuencia que el sector público tenga que asumir la alta demanda del producto, sector que ha demostrado ser insuficiente para suplir dicha demanda.

Referente a la empresa de productos avícola La Guásima, la empresa ha hecho importantes avances en el aumento de producción en los últimos años, sin embargo, un factor relevante a considerar es la distribución del producto, es decir, se debe contar con un sistema adecuado de distribución para que no se genere retención del producto en la planta de frío. Actualmente, se conoce que, aproximadamente, el 8% de la producción semanal se queda almacenado, con el riesgo de daño del producto. Esto, más la ausencia de producto en el mercado, avalan la creación de nuevas vías de distribución.

4.1.2 Estimación de la Demanda

La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido. La demanda de los productos avícolas en Venezuela está relacionada directamente a: 1) crecimiento poblacional, lo que aumenta el consumo de pollo por individuo y 2) escasez de la carne de pollo.

En términos económicos, la estimación de la demanda es sumamente importante ya que permitirá a la empresa conocer específicamente el mercado a abastecer, y justificará la inversión de abrir un punto de distribución y venta de productos.

En cuanto al primer factor, en el Cuadro 2, se presenta la proyección de la población en el Estado Carabobo, para los años 2015 al 2020, con base en datos aportados por el Instituto Nacional de Estadística para el año 2011.

Tabla N° 1. Proyección de la población del Estado Carabobo al 30 de Junio con base al censo 2011, según municipios.

Municipio	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Bejuma	50.854	51.416	51.960	52.488	52.999	53.496
Carlos Arvelo	157.935	159.510	161.028	162.493	163.906	165.266
Diego Ibarra	109.381	110.796	112.178	113.529	114.850	116.142
Guacara	188.485	190.684	192.819	194.896	196.917	198.883
Juan José Mora	73.919	74.770	75.597	76.400	77.181	77.940
Libertador	182.714	184.657	186.535	188.354	190.115	191.817
Los Guayos	160.586	162.282	163.920	165.506	167.042	168.525
Miranda	30.735	31.184	31.625	32.060	32.487	32.907
Montalbán	27.278	27.723	28.162	28.596	29.026	29.451
Naguanagua	181.830	183.804	185.713	187.563	189.358	191.093
Puerto Cabello	193.025	195.219	197.346	199.414	201.424	203.373
San Diego	117.514	118.922	120.291	121.625	122.925	124.191
San Joaquín	66.667	67.358	68.024	68.669	69.294	69.894
Valencia	901.900	910.921	919.612	927.988	936.071	943.844
Total	2.442.823	2.469.246	2.494.810	2.519.581	2.543.595	2.566.822

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, basado en datos de censo 2011.

En este Cuadro, se puede observar que para el año 2015, la población en el municipio Valencia, estaba en alrededor de 901.900 habitantes, llegando a alcanzar para el año 2020, una población de 943.844.

Según los mismos datos estimados del INE, en Venezuela un hogar está conformado en promedio por 4 personas. Es decir, que la población de habitantes antes mostrada para el municipio Valencia, es equivalente en hogares, a los siguientes datos mostrados en el Cuadro 3.

Cálculo tipo para el año 2015:

$$\text{Hogares} = (2.415.506 \text{ hab/año})/4 = 603.877\text{hog/año}$$

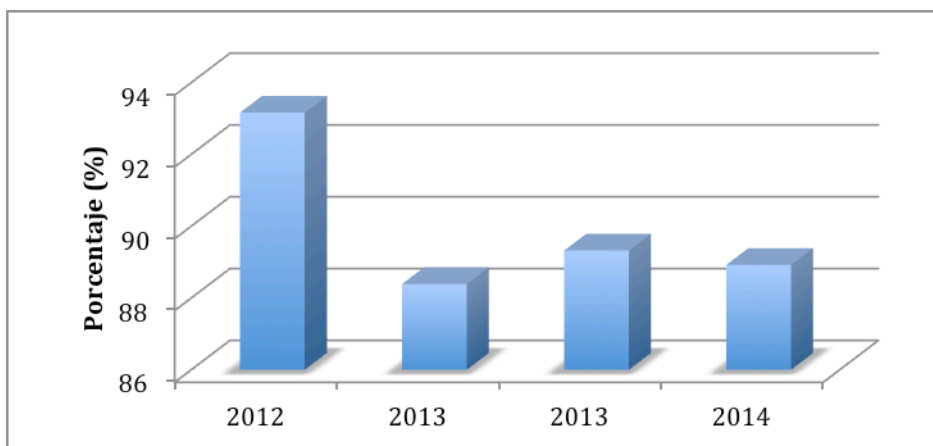
Tabla N° 2. Hogares estimados para la ciudad de Valencia.

Población (hogares) por año					
Municipio	2015	2016	2017	2018	2019
Valencia	225.475	227.730	229.903	231.997	235.961

Fuente: Odreman y Rojas (2015).

Otro factor a considerar es el consumo de pollo. Venezuela está posicionado como el segundo país que más consume productos avícolas de Latinoamérica.

Gráfico 2. Hogares con capacidad de adquisición de productos avícolas. Segundo semestre 2012 – Primer Semestre 2014.

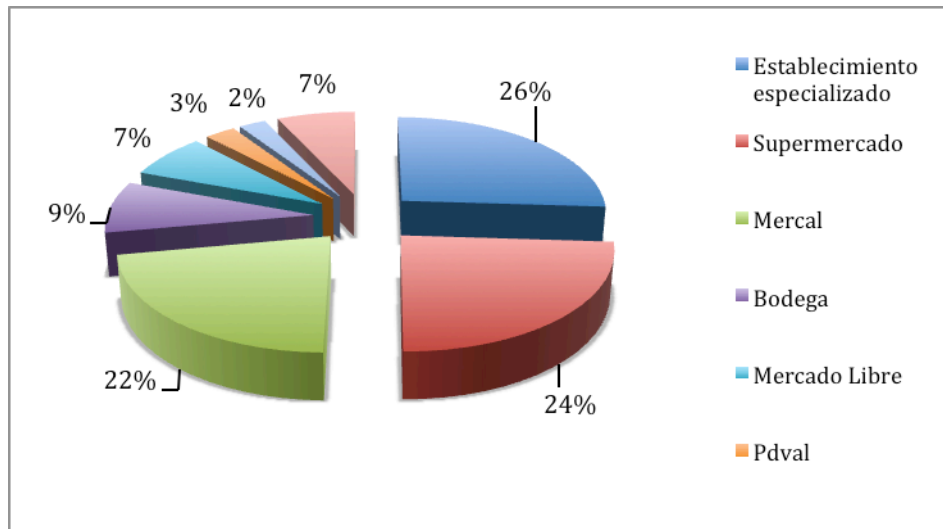


Nota: Estos porcentajes se calcularon de manera semestral.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, basado en datos de censo 2011.

En el Gráfico 1, se observa que, según datos aportados por el INE, el porcentaje de capacidad de adquisición de pollo, se encuentra alrededor del 80 al 90% en los hogares venezolanos.

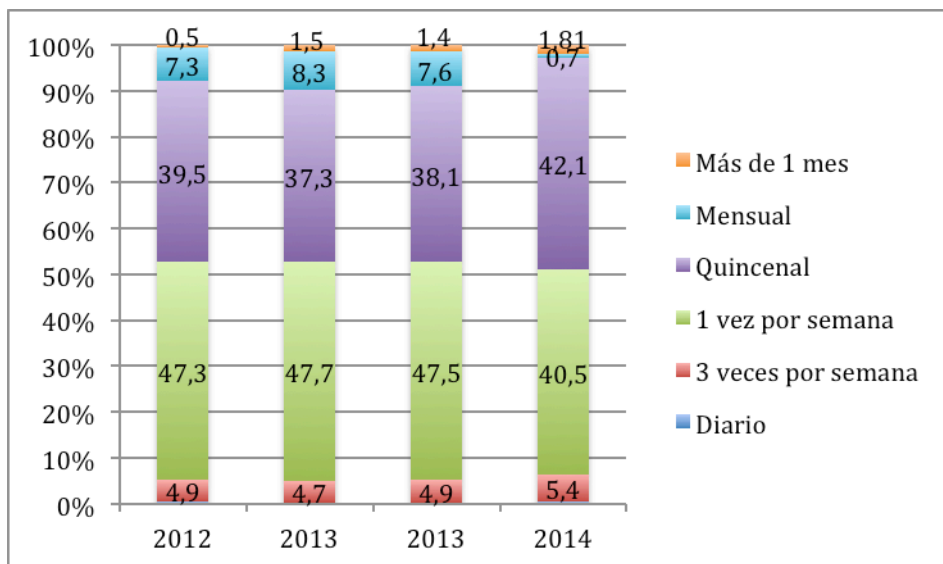
Gráfico 3. Porcentaje de Hogares que consumen productos avícolas por lugar de compra. Primer Semestre 2014.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística, basado en datos de censo 2014.

En cuanto a la manera, como obtienen estos productos, para el año 2014, se determinó que 50,2% de los venezolanos adquieren la carne del pollo, proveniente de establecimientos privados, mientras que 27,0% lo adquieren a través de la red de distribución pública (Mercal, PDVAL, Bicentenario, entre otros) y 22,7% lo adquieren en otro tipo de establecimientos. Esta distribución se especifica en el Gráfico 2.

Gráfico 4. Frecuencia de adquisición de productos avícolas en hogares venezolanos. Segundo Semestre 2012 - Primer Semestre 2014.



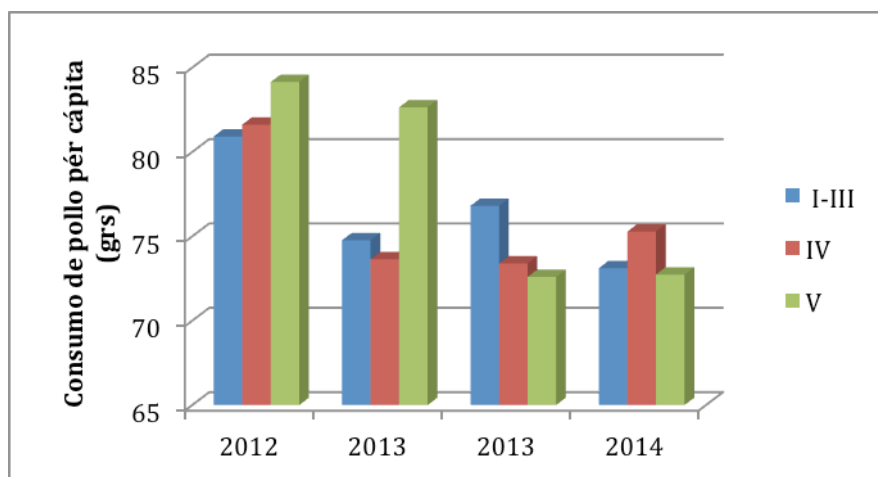
Estos porcentajes se calcularon de manera semestral.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, basado en datos de censo 2012-2014.

En cuanto a la frecuencia de adquisición de productos avícolas (Gráfico 3), se observa que la mayoría de los venezolanos adquieren productos avícolas 1 vez por semana y de forma quincenal. Para el año 2014, se observa que la tendencia a comprar de manera quincenal es mayor a comprar 1 vez por semana. Esto refleja la escasez de productos avícolas que se ha producido de manera creciente en el país.

En cuanto al consumo per cápita de pollo por persona, en los Gráficos 4 y 5, se observa la cantidad calculada en gramos del consumo, por estrato social y de forma global.

Gráfico 5. Consumo diario per cápita de productos avícolas en hogares venezolanos según Estrato Social. Segundo Semestre 2012 - Primer Semestre 2014.

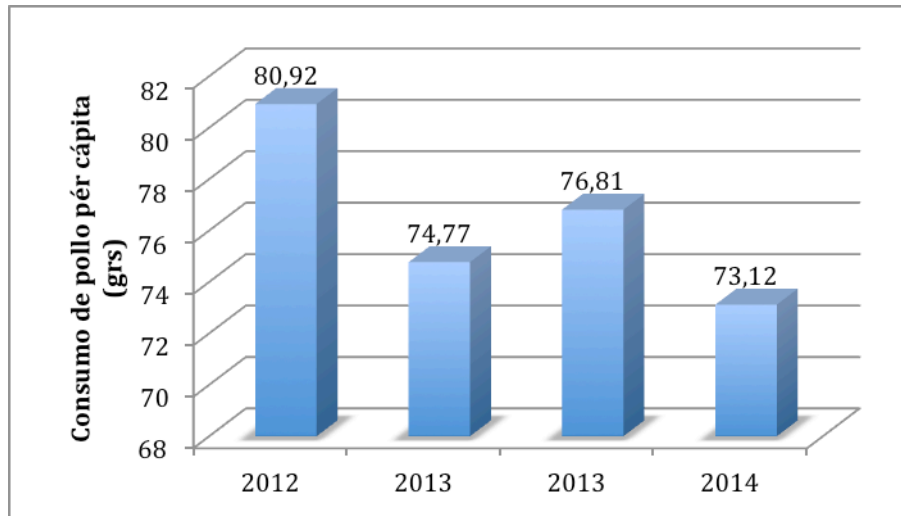


Estos porcentajes se calcularon de manera semestral.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, basado en datos de censo 2012-2014.

En el Gráfico 4, se evidencia que en años anteriores el consumo de pollo era mayor, en todos los estratos, en comparación con el último año registrado que es el 2014. Esto efectivamente, evidencia que las políticas económicas y sociales han influenciado en el consumo de productos avícolas en nuestro país. Esta disminución del consumo, se debe a la escasez de los productos en el mercado y al encarecimiento de los productos especialmente en los que no mantienen la regulación de precios.

Gráfico 6. Consumo diario per cápita de productos avícolas en hogares venezolanos. Segundo Semestre 2012 - Primer Semestre 2014.

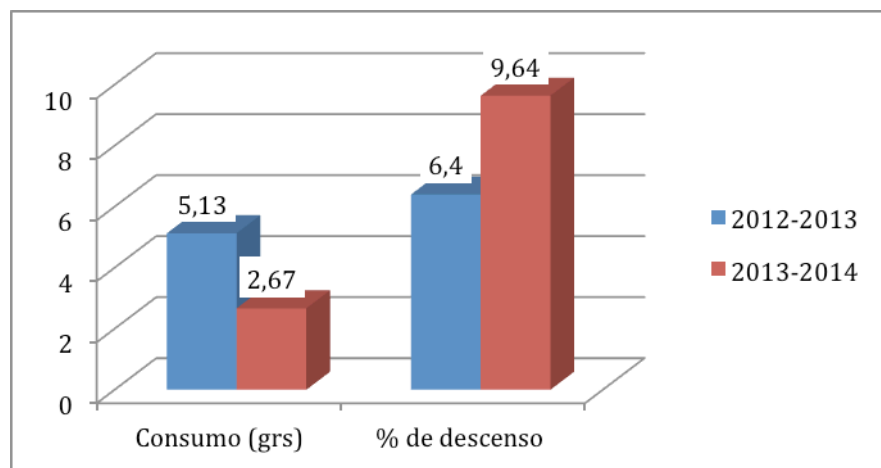


Estos porcentajes se calcularon de manera semestral.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, basado en datos de censo 2012-2014.

En el Gráfico 5, se observa la misma tendencia de disminución de consumo.

Gráfico 7. Consumo diario per cápita de productos avícolas y porcentaje de descenso de consumo en hogares venezolanos. 2012 - 2014.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística, basado en datos de censo 2012-2014.

En el Gráfico 6, se evidencia la variación de consumo de pollo, entre los años 2012 al 2014. Asimismo, tomando como referencia el año 2012, se calculó a partir de allí el porcentaje de descenso de consumo del rubro, obteniéndose que entre los años 2012 y 2013, el porcentaje de descenso de consumo fue de 6,4% y para el año 2014, este porcentaje se había incrementado hasta llegar a un 9%, es decir, el venezolano promedio consume 9% menos de lo que consumía para el año 2012.

Conociendo todas estas variables, la estimación de la demanda de pollo, se realizó, de la siguiente manera: se determinó el consumo de pollo por familia anual, calculado con base a la siguiente fórmula:

$$\text{Consumo (kgrs)} = (\text{consumo per cápita de pollo}) * (4 \text{ personas}) / 52 \text{ sem}$$

$$\text{Consumo (kgrs)} = (73,12 * 4) / 52 = 5,62 \text{ kgrs/año}$$

Tabla N 3 . Demanda anual estimada de consumo de pollo para Valencia.

Municipio	Demanda de consumo de pollo (kgrs) por año				
	2015	2016	2017	2018	2019
Valencia	1.267.169	1.279.844	1.292.054	1.303.823	1.315.179

Fuente: Odreman y Rojas (2015).

Con la finalidad de conocer, la situación del abastecimiento y consumo de pollo en la población, se diseñó además, una encuesta, con la cual se buscaba diagnosticar la ausencia de pollo y la dificultad de adquisición de producto por parte de la población en Valencia, así como, evaluar el interés de los consumidores, en poseer otros puntos de acceso a este tipo de productos

La muestra estuvo constituida por 67 individuos, clientes de automercados con una importante afluencia en esta ciudad. Esta muestra se calculó en base a la población total del municipio (901.900), empleando la siguiente fórmula:

Fórmula empleada

$$n = \frac{n_o}{1 + \frac{n_o}{N}} \quad \text{donde:} \quad n_o = p*(1-p)* \left(\frac{Z(1-\frac{\alpha}{2})}{d} \right)^2$$

Así, en lo referente a la situación de la distribución actual, se evaluaron las dimensiones “Sector Distribuidor”, “Periodicidad de la Distribución” y “Adecuación a las Necesidades”. La primera dimensión, constaba de las siguientes interrogantes: (a) ¿Encuentra regularmente en los automercados la cantidad de pollos regulado que requiere?; (b) Encuentra pollo a precios regulados en los mercados populares del gobierno nacional o regional? y (c) ¿Adquiere pollo a precio no regulado a través de otro tipo de distribución privado?.

Tabla N° 4. Distribución de frecuencias de la comercialización del sector privado

Alternativas de Respuesta	Distribución de Frecuencias	
	Frecuencia Absoluta (FA)	Porcentaje (%)
No	60	90,0
Si	7	10,0
Total	67	100,0

Fuente: Odreman y Rojas (2015).

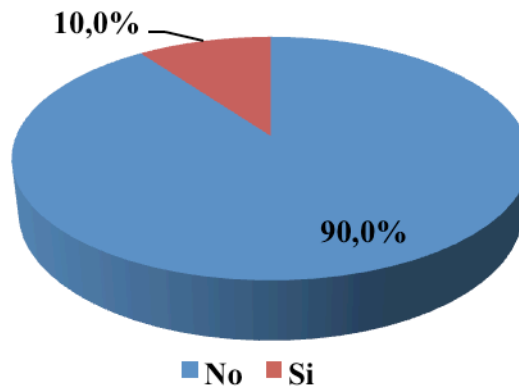


Gráfico 8. Distribución porcentual de la comercialización del sector privado

Fuente: Odreman y Rojas (2015).

La mayoría, representada por un 90,0% de los clientes (60), indicaron que “No” encuentran regularmente en los automercados, la cantidad de pollos regulados que requieren; mientras que sólo un 10% (7) señalaron que “Si”.

De allí, se podría deducir que el número de productos avícolas es insuficiente para cubrir con la demanda que existe por parte de la población consumidora. Cabe destacar, que, el margen de ganancias del producto regulado es prácticamente nulo, lo que hace que, los comerciantes privados no deseen vender este tipo de productos. Esta escasez, genera que cuando llegan estos productos a los automercados, se produzcan aglomeraciones de clientes que, en algunos casos, desembocan en situaciones conflictivas, lo que impiden el adecuado funcionamiento de los establecimientos.

Tabla 5. Distribución de frecuencias de la comercialización del sector público

Alternativas de Respuesta	Distribución de Frecuencias	
	Frecuencia Absoluta (FA)	Porcentaje (%)
No	52	78,0
Si	15	22,0
Total	67	100,0

Fuente: Odreman y Rojas (2015).

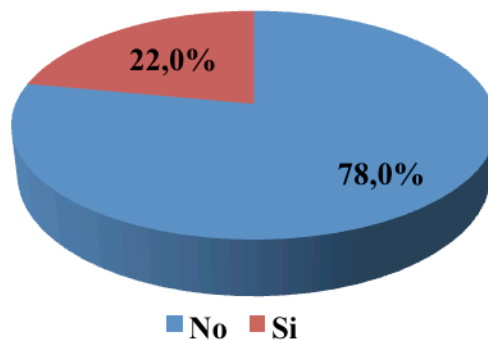


Gráfico 9. Distribución porcentual de la comercialización del sector público

Fuente: Odreman y Rojas (2015).

En el caso de los establecimiento del sector público, las respuestas mostraron la misma tendencia pero con diferente distribución. Así, 52 (78,0%) clientes señalaron que “No” encuentran pollo a precios regulados en los mercados populares del gobierno nacional o regional y 15 (22,0%) mencionó que “Si”. En tal sentido, los datos reflejan que la distribución en el sector público es levemente superior, pero tampoco llena las expectativas de los clientes.

Tabla 6. Distribución de frecuencias de la comercialización de otros establecimientos informales

Alternativas de Respuesta	Distribución de Frecuencias	
	Frecuencia Absoluta (FA)	Porcentaje (%)
No	22	33,0
Si	45	67,0
Total	67	100,0

Fuente: Odreman y Rojas (2015).

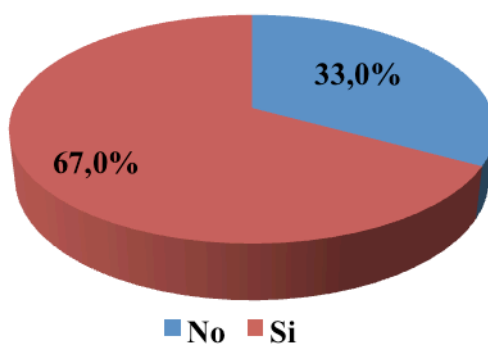


Gráfico 10. Distribución porcentual de la comercialización de otros establecimientos informales

Fuente: Odreman y Rojas (2015).

En la Tabla 4 y Gráfico 8 se visualiza que, en el caso de otro tipo de mercados como bodegas y pequeños locales comerciales, la tendencia de las respuestas se invierte. De hecho, 45 (67,0%) de los clientes manifestaron que “Si”, adquiere pollo a precio no regulado a través de otro tipo de distribución privado; mientras que 22 (33,0%) indicó que “No”. De modo que, la gran mayoría de los consultados cubren los requerimientos del producto a través de abastos o mercados ambulantes, que

venden los productos avícolas a precios no regulados, lo que afecta la economía de los consumidores.

Siguiendo con el análisis de las dimensiones de la encuesta, para valorar la “Periodicidad de la Distribución” se formuló la interrogante: ¿Puede acceder a la compra de pollo regulado al menos una vez a la semana? (Tabla 7).

Tabla 7. Distribución de frecuencias de la periodicidad de distribución

Alternativas de Respuesta	Distribución de Frecuencias	
	Frecuencia Absoluta (FA)	Porcentaje (%)
No	54	81,0
Si	13	19,0
Total	67	100,0

Fuente: Odreman y Rojas (2015).

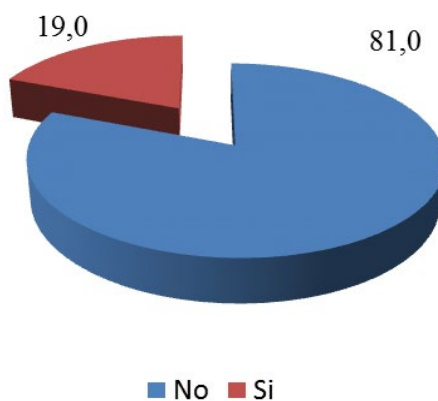


Gráfico 11. Distribución porcentual de la periodicidad de distribución

Fuente: Odreman y Rojas (2015).

En lo referente a la periodicidad de la distribución, la mayoría representada por 54 (81,0%) señaló que “No”, puede acceder a la compra de pollo regulado al menos una vez a la semana, mientras que, 13 (19,0%) indicó que “Si”. Es decir, la mayoría de los clientes, presentan dificultades para adquirir pollo aunque sea una vez

a la semana, bien sea porque no lo consumen o lo compran a un precio mayor al regulado.

Finalmente, para valorar la dimensión “Adecuación a las Necesidades” se planteó la interrogante: ¿Aumentaría su consumo de pollo si pudiese adquirir el producto a precio regulado?”.

Tabla 8. Distribución de frecuencias de la adecuación a las necesidades

Alternativas de Respuesta	Distribución de Frecuencias	
	Frecuencia Absoluta (FA)	Porcentaje (%)
No	3	4,0
Si	64	96,0
Total	67	100,0

Fuente: Odreman y Rojas (2015).

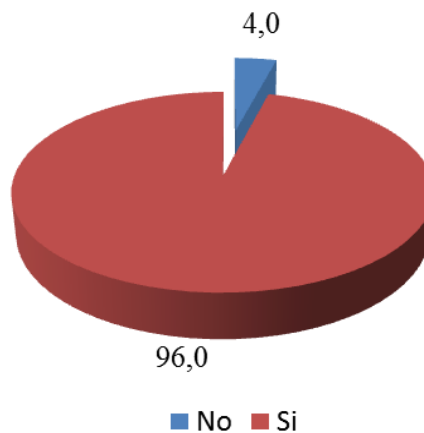


Gráfico 12. Distribución porcentual de la adecuación a las necesidades.

Fuente: Odreman y Rojas (2015).

En la Tabla 6 y Gráfico 10, se puede observar, como la mayoría se decantó por la alternativa de respuesta “Si”, lo que indica que efectivamente, aumentarían el consumo de pollo si lo pudiesen adquirir a precios regulados. De modo, que al

contrastar estos datos con los relativos a la periodicidad, se puede deducir que probablemente, estos datos reflejen que los ciudadanos tienden a disminuir el consumo de este rubro al no poder adquirirlo a precio regulado, situación que cambiaría si tuvieran nuevas opciones de compra. En resumen, se observa que, la población en su mayoría, adquiere los productos avícolas en establecimientos comerciales como abastos, bodegas, etc; a precios no regulados, por cuanto no tiene la posibilidad de adquirir el producto regulado en la red pública ni privada, al menos una vez a la semana. Asimismo, aumentarían el consumo de productos avícolas si tuvieran la opción de adquirirlo a precios regulados. Esto se traduce en el hecho de que, el proceso de distribución actual, presenta fallas importantes.

Ahora bien, para evaluar los requerimientos de la población se realizaron las siguientes preguntas: (a) ¿Le gustaría contar con otras alternativas para adquirir el pollo a precio regulado?; (b) ¿Estaría dispuesto a comprar el pollo por piezas en el punto de venta directa? y (c) ¿Le parece una buena opción que se ubique un punto de venta directa de las empresas avícolas en la zona norte de Valencia?

Tabla 9. Distribución de frecuencias de la necesidad de otras alternativas de distribución

Alternativas de Respuesta	Distribución de Frecuencias	
	Frecuencia Absoluta (FA)	Porcentaje (%)
No	3	4,0
Si	64	96,0
Total	67	100,0

Fuente: Odreman y Rojas (2015)

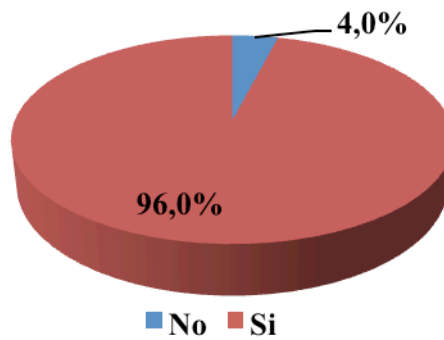


Gráfico 13. Distribución porcentual de la necesidad de otras alternativas de distribución

Fuente: Odreman y Rojas (2015).

De manera que, en lo relativo a los requerimientos de los clientes, resalta que 64 consultados, que representan el 96,0% de la muestra consultada, señaló que “Si”, le gustaría contar con otras alternativas para adquirir el pollo a precio regulado según la legislación. En consecuencia, existe una necesidad real entre la población de contar con otras opciones para la compra de pollo a precios regulados.

Tabla 10. Distribución de frecuencias del tipo de servicio requerido

Alternativas de Respuesta	Distribución de Frecuencias	
	Frecuencia Absoluta (FA)	Porcentaje (%)
No	7	10,0
Si	60	90,0
Total	6	100,0

Fuente: Odreman y Rojas (2015).

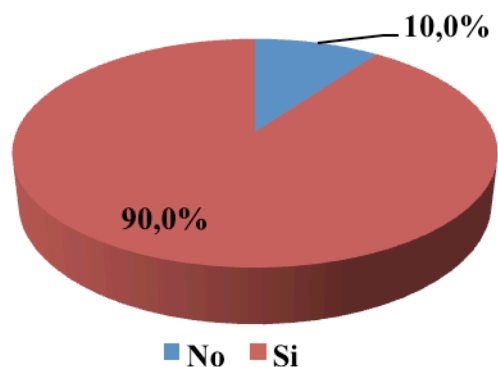


Gráfico 14. Distribución porcentual del tipo de servicio requerido

Fuente: Odreman y Rojas (2015)

En la Tabla 8 se observa que, 60 (90,0%) de los clientes manifestaron que “Si” estarían dispuestos a comprar el pollo por piezas en un punto de venta directa, indicando que este es un requerimiento que no es satisfecho en los establecimientos que distribuyen el producto a precios regulados. Es preciso recordar que, el pollo a precio regulado es vendido entero y no por piezas.

Tabla 11. Distribución de frecuencias de la ubicación del punto de venta directo

Alternativas de Respuesta	Distribución de Frecuencias	
	Frecuencia Absoluta (FA)	Porcentaje (%)
No	7	10,0
Si	60	90,0
Total	67	100,0

Fuente: Odreman y Rojas (2015).

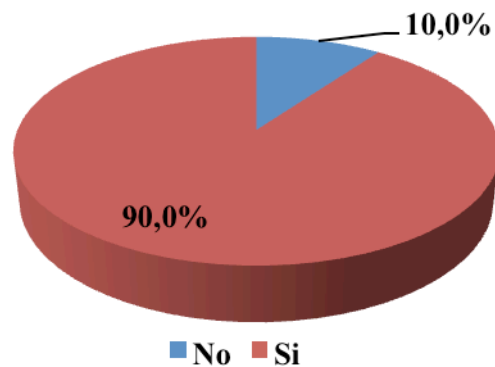


Gráfico 15. Distribución porcentual de la ubicación del punto de venta directos

Fuente: Odreman y Rojas (2015).

En lo que respecta a la situación de la ubicación del punto de venta, la tendencia de las respuestas reprodujo el patrón del ítem anterior, ya que destaca que 60 (90,0%) de los clientes señalaron que “Si”, les parece una buena opción que se ubique un punto de venta directa de las empresas avícolas en la zona norte de Valencia. En relación a estas respuestas, es necesario recordar que las encuestas se aplicaron a clientes de los automercados de la zona norte de Valencia, por lo que las mismas responden a las necesidades de este sector poblacional. Se escogió esta zona por ser la que cuenta con menos mercados instaurados por el gobierno nacional y regional (Mercal, Mercalito, PDVAL, etc), donde se conoce que se expenden a precios regulados este tipo de productos. Además, existe otro tipo de distribución de productos avícolas, y es a través de operativos especiales que realiza el gobierno nacional, no obstante, estos operativos, se realizan de forma intermitente, es decir, no existe un esquema formal de trabajo en cuanto a frecuencia en la cual se realizan este tipo de actividades y aunado a ello, se realizan mayormente en la zona sur, por considerársele la zona que tiene mayor población con menor poder adquisitivo.

En cuanto a los requerimientos, existe una necesidad entre la población de contar con otras opciones distintas a los automercados públicos y privados para la adquisición de pollo a precios regulados, con la posibilidad de adquirirlo no solamente entero sino por piezas, cuya población evaluada fue la zona norte, por lo que se ubicaría este punto de distribución en esta zona geográfica.

4.1.3 Estudio de la oferta

La oferta es la cantidad de productos y/o servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos.

La cría de pollo Latinoamericana tiene un mercado productor de 15 naciones. Los destacados son: Brasil, con 10 millones 240 mil toneladas, México, dos millones 682 mil toneladas, Argentina, un millón 340 mil, Colombia, 924 mil. En Venezuela, como ya se ha mencionado anteriormente, la producción avícola está desde el año 2003, sujeta a regulación de precios del producto terminado para la venta al público. Sin embargo, mediante decreto, se reguló la colocación del pollo a nivel de matadero en 2010. Se controlaron los niveles de comercialización, desde el productor hasta el consumidor, por lo que los niveles de producción a nivel global han disminuido en el país.

Otro aspecto a considerar, sería la capacidad de producción de las empresas avícolas en el Estado Carabobo.

Tabla 12. Capacidad de producción diaria de las empresas avícolas.

	Capacidad de Producción Diaria		
	PROTINAL	SOUTO	LA GUÁSIMA
Capacidad técnica de Producción	325.000	250.000	180.000
(% de producción real)	35 %	27 %	19 %
Producción Real	113.750	67.500	34.200

Fuente: Odreman y Rojas (2015).

Em este Cuadro, se evidencia que aunque una es la capacidad técnica instalada, en realidad, las empresas avícolas se encuentran produciendo por debajo de su capacidad, lo cual, es insuficiente para abastecer al mercado. La merma en la producción, se debe a diversos factores, tales como: la dificultad de obtener divisas para la importación del alimento de las aves, altos costos operacionales, etc. Además, de esa producción que se genera en el Estado Carabobo, sólo un porcentaje se dispone para los habitantes de este Estado, ya que, parte de esa producción, es trasladada hacia otros estados. En el caso de la avícola La Guásima, ella distribuye también a los estados Falcón, Lara y Carabobo, por lo que la demanda real, sería la suma de estos estados.

4.1.8 El Producto

Los productos avícolas se refieren a aquellos que son originados por la cría de aves, es decir, carne de pollo y huevos.

La carne de pollo

La carne de pollo es una de las que más se consume, debido a su sabor y al aporte de proteínas que contiene su dieta.

Cada 100 gramos de pollo contienen: 88 gr de calorías, 18 gr de proteínas, 2,5 gr de lípidos, 2 mg de calcio, 200 mg de fósforo, 5 mg de hierro, 119 mg de sodio, 192 mg de potasio, 0,08 mg de vitamina B1, 0,16 mg de vitamina B2.

La carne de pollo, en comparación con otras carnes, es una carne saludable dado que favorece el crecimiento y es una excelente fuente de proteínas y minerales. Las vitaminas del complejo B que contiene protegen el sistema nervioso e intervienen en el metabolismo que provee la energía al cuerpo para su normal funcionamiento. Nutricionalmente, es baja en colesterol y no tiene casi azúcares por lo que se recomienda a personas con altos niveles de glucosa en la sangre.

En cuanto a la presentación, se expenderá el pollo, de forma congelada, en dos modalidades distintas:

Tabla 13. Presentación de Venta al público.

Productos Avícolas				
Denominación de Venta / Contenido	Contenido	Presentación	Conservación	Peso Neto aproximado
ENTERO	Pollo entero sin vísceras ni piel	Bandejas empacadas con película extensible resistente Bolsas plásticas	Congelado	1 a 1.200 kgrs
DESPRESADO	Pollo en piezas: milanesa, pechuga y alas	Bandejas empacadas con película extensible resistente	Congelado	1 a 1.200 kgrs

Fuente: Odreman y Rojas (2015).



4.1.4 Precio

El precio es la cantidad de dinero que se necesita para adquirir un producto o servicio, siendo un factor muy importante para la demanda del producto. Este factor determina la utilidad y la rentabilidad de la empresa. Los precios son influenciados por una serie de factores muy particulares y asociados con el medio en que se produzca; agentes como permisos, impuestos, contratos colectivos y otras obligaciones laborales, accesibilidad a la materia prima, accesibilidad a insumos y energía, condiciones cambiarias y políticas económicas de la región, entre otros.

Actualmente, los precios establecidos en Gaceta Oficial, son los siguientes: Ver Tabla 14.

Tabla 14. Precios de los productos avícolas.

Producto	Unidad de Medida	Precio
Pollo Entero	1 Kg	65,0
Pechuga	1 Kg	125,38
Milanesa	1 Kg	185,91
Alas	1 Kg	71,04

Fuente: (Gaceta Oficial, 2014).

Estos mismos precios serán los destinados para la venta.

No obstante, se debe recordar que a pesar de lo establecido en la Gaceta Oficial, existen establecimientos comerciales donde se expenden los productos avícolas a un precio superior, por lo que el público en general, preferirá adquirir los productos a un menor costo.

4.1.5 Plaza

La distribución es aquel conjunto de actividades, que se realizan desde que el producto ha sido elaborado por el fabricante, hasta que ha sido comprado por el consumidor final, y que tiene por objeto precisamente hacer llegar el producto bien o servicio hasta el consumidor.

En este caso, la producción se realizaría en la granja avícola, La Guasima, y de allí, la distribución sería de forma directa, es decir, el producto ya elaborado y empacado, sería enviado hacia la zona Norte, en el local alquilado para este fin, donde se realizaría la venta al público.



4.1.6 Promoción

Es una serie de técnicas integradas en el plan de mercadotecnia, cuya finalidad consiste en alcanzar una serie de objetivos específicos a través de diferentes estímulos y acciones limitadas en el tiempo y dirigidas a un mercado determinado. El objetivo de una promoción es ofrecer al consumidor un incentivo para la compra o adquisición de un producto o servicio a corto plazo, lo que se traduce en un incremento puntual de las ventas.

Se promocionará el producto a través de diversas estrategias publicitarias, tales como anuncios en el periódico, volantes, afiches, etc; que permitirían que el consumidor conozca el producto y se interese en adquirirlo. Para ello, se entrenará un personal que distribuirá el material publicitario un mes antes de abrir el punto de distribución, preparando a la población para adquirir el producto y generando expectativas en cuanto a probar el mismo.

4.1.7 Análisis DOFA

Cuadro 2. Identificación de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para la implantación del punto de venta directo

Análisis DOFA	Fortalezas	Debilidades
Análisis Interno	Capacidad técnica de producción acorde con la demanda Existencia de capital de inversión para abrir el punto de distribución	No se encuentra trabajando al 100% de su capacidad técnica No se garantiza la adquisición de divisas a futuro para adquisición de insumos y recursos materiales
Análisis Externo	Oportunidades	Amenazas
	Alto consumo de pollo en el municipio y en la zona escogida para localizar el punto Necesidad en la población del producto que se agrava por la escasez del mismo Precio superior en otros establecimientos comerciales. Apoyo del gobierno nacional a estas alternativas de distribución	La inestabilidad económica del país El alto costo de los equipos, insumos de producción y de contratación de personal Conflicto entre trabajadores y sindicatos que impidan la producción por paralización de la planta Inestabilidad en el fluido eléctrico que compromete los equipos técnicos de

		congelación del producto
--	--	--------------------------

Fuente: Odreman y Rojas (2015).

Del análisis FODA realizado se ha determinado emplear una estrategia que aproveche las oportunidades y minimice o disminuya las debilidades. Este análisis permite concretar y fijar los objetivos y metas que se desean alcanzar, las principales oportunidades que se encontraron al analizar la situación de cara al estudio, fueron: a) alto consumo de pollo en el municipio y en la zona escogida para la localización del punto de venta directa de productos avícolas de la empresa avícola La Guasima, b) Existe necesidad en la población del producto que se agrava por la escasez del mismo; este problema se convierte ahora en una oportunidad en el sentido que se cuenta la capacidad, de cubrir los requerimientos de demanda en el municipio. Por otra parte, existen debilidades, de las cuales la principal es no se garantiza la adquisición de divisas a futuro para adquisición de insumos y recursos materiales, esta debilidad puede ser minimizada aplicando la estrategia de tener los precios mas bajos del mercado y los beneficios que tendrá la población con la instalación de un punto de venta directa. el gobierno nacional tomará estas alternativas como bandera para impulsar su popularidad entre los ciudadanos.

4.2 Fase II: Determinar la factibilidad técnica operacional de localización, infraestructura, tecnología, materiales y capacidad de distribución, para la instalación de un punto de distribución directa de productos avícolas de la Empresa Avícola La Guasima en Valencia

4.2.1 Aspectos técnicos.



En esta fase de la investigación, se determinó la factibilidad técnica operacional, la cual incluyó aspectos como la localización y tamaño del proyecto, los procesos y tecnología a utilizar y los recursos materiales, técnicos y humanos





necesarios Además, se abordaron aspectos como la capacidad del punto de venta y el programa de producción y ventas.


4.2.2 Equipo y utensilios requeridos.

En este estudio se requiere analizar los diferentes materiales e insumos necesarios para poder prestar el servicio en el punto de distribución directa, en el momento de la adquisición es importante tener en cuenta las especificaciones, los tipos, precios y cantidad de cada material e insumo. En la siguiente tabla se muestra los materiales e insumos que se necesitan para la realización del servicio de venta directa de productos avícolas. En la table N° 15 se mostrará los equipos y utensilios requeridos.

Tabla N° 15. Equipos y utensilios requeridos para la instalación de un punto de distribución directa de productos avícolas

Equipo.	Descripción.	Imagen	Capacidad o Dimensiones
Congelador Horizontal Baja Temperatura	Gabinete exterior de chapa de acero aislación en poliuretano condensación forzada,		200 kg
Balanza Electrónica Tipo Plataforma	Construida de acero estructural templado, tiene una lata resistencia y precisión y cuenta con un indicador		0-200Kg

	digital		
Balanza Electrónica Comercial	Realiza el pesaje del producto final, está diseñada pensando en los usuarios, menús similares a los teléfonos móviles		0-15Kg
Impresora para Caja: bematech mp-4000 th fi	Impresión del recibo de pago por la compra realizada		
Caja Registradora Fiscal Aclas Cr2100	Equipo electrónico que permite calcular y registrar transacciones comerciales,		
Computadora de mesa	<p>Marca: Dell modelo: precision t5500</p> <p>Procesador: Intel xeon ram: 8 disco duro 600 gb monitor Dell</p>		

Cava de Refrigeración	Cava de paneles isotérmicos		14000 kg
------------------------------	-----------------------------	--	----------

Fuente: Avícola la Guasima, C.A.

4.2.3 Equipos y Muebles de oficina.

Los equipos y muebles son importantes para permitir el trabajo en la oficina, ya que la estructura de nuestro punto de distribución directa de productos avícolas cuenta con dos oficinas, las cuales ameritan estar amoblada adecuadamente. Ver anexo N° 2. A continuación se muestra la Tabla N°16 con los equipos requeridos

Tabla N° 16. Equipos y utensilios requeridos para la instalación de un punto de distribución directa de productos avícolas

Proveedor: Mercadolibre.com			
DESCRIPCIÓN	CANT	P/U en Bs	TOTAL en Bs
Computadora de Mesa	2	175.000,00	350.000,00
Impresora	1	29.890,00	29.890,00
Teléfono	2	10.489,00	20.978,00
Sumadoras	2	68000	136.000,00
Aire Acondicionados	1	1.450.000,00	1.450.000,00
Escritorios	2	37.000,00	74.000,00
Sillas	6	7.000,00	42.000,00
Caja Fuerte	1	72.800,00	72.800,00
Archivadores	2	35.000,00	70.000,00
Insumos de Oficina	1	20.000,00	20.000,00
TOTAL			2.265.668,00

Fuente: Odreman y Rojas (2015).

4.2.4. Proceso.

Es importante tener bien definido el proceso a emplear para la para la instalación de un punto de distribución directa de productos avícolas de la empresa Avícola La Guasima. En esta investigación avícola la Guasima, C.A. funcionará como sede principal y el proceso de beneficiado del pollo entero y pollo despresado se realizará en sus instalaciones ubicadas en la carretera vieja de Tocuyito sector la Guasima Edo. Carabobo.

El proceso de un punto de distribución directa de productos avícolas de la Empresa Avícola La Guasima C.A., se puede complementar con el diagrama de proceso presentado a continuación (figura):

OP 1: El punto de distribución directa de productos avícolas realiza la orden de pedido a la sede principal de avícola la Guasima a través del sistema SAP.

O.I 1: Recepción de los productos avícolas, inspección de los kg de pollo recibidos y condiciones del empaque.

T 1: Traslado de los productos avícolas a la cava de refrigeración.

AL 1: Almacenamiento de los productos avícolas en la cava de refrigeración.

O.I 2: pesaje y etiquetado con el precio los productos avícolas.

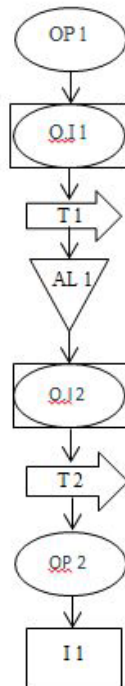
T2: Traslado de los productos avícolas a las congeladores de exhibición.

OP 2: Ingreso de los productos avícolas a las congeladores de pollo entero y pollo despresado.

I 1: Inspección de los kg de producto vendidos.

En la siguiente figura N° 4 se mostrará el diagrama de procesos del punto de distribución directa de productos Avícolas

Figura N° 4: Diagrama de proceso punto de distribución directa de productos avícolas



Fuente: Avícola la Guasima, C.A.

4.2.4. Localización de la Empresa.

Para determinar la localización de la organización, se debe tomar en cuenta una serie de factores primarios, entre ellos, materia prima, capacidad y distribución del local, mercado, la disponibilidad de espacios para la descarga del producto, Fácil acceso, mano de obra, impuestos municipales y seguridad.

Para la localización de la organización se seleccionó el método de localización por puntos, se tomará en cuenta los factores de mayor relevancia como lo son capacidad y distribución del local, mano de obra, mercado, fácil acceso, impuestos y

seguridad. Se establece una escala del 0-10 puntos, para asignar la importancia de cada factor con respecto a la instalación de la organización, y se escoge una escala de 0-100 para indicar la relevancia del factor en cada localidad, luego se multiplica la ponderación del factor por la puntuación obtenida por cada localidad, luego se anotan los resultados y posteriormente se hace la sumatoria por cada columna. Para el siguiente estudio se tomaron en cuenta los siguientes factores:

Materia prima: la materia prima está representada por el pollo entero y el pollo despresado (pechugas, milanesas y alas)

Capacidad y distribución del local: representa las dimensiones requeridas para la instalación de la organización y el lugar indicado para el servicio a ofrecer.

Mercado: representa el conjunto de clientes potenciales que podrán adquirir los productos avícolas.

Mano de obra: representa el personal requerido para el funcionamiento de la organización.

Facilidad de acceso: Es la accesibilidad para llegar al lugar, de acuerdo a la cantidad de ruta de llegada para la misma.

Impuestos: se refiere a todos los impuestos que requiere la organización, para operar en la zona que sea localizada.

Seguridad: Consiste en la zona con más seguridad para la empresa.

Tabla N° 17. Ponderación por puntos

Factor relevante	Valor Asignado	Zona Sur (Tocuyito)		Zona Norte (Valencia)		Centro (Valencia)	
		Calificación	VP	Calificación	VP	Calificación	VP
Materia Prima	10	90	900	90	900	90	900
Capacidad y Distribución	9	70	630	90	810	80	720
Mercado	7	80	560	80	560	70	490
Mano de Obra	9	60	540	90	810	90	810
Facilidad de acceso	8	70	560	90	720	80	640

Impuestos	9	90	810	90	810	80	720
Seguridad	8	60	480	80	640	70	560
			4480		5250		4840

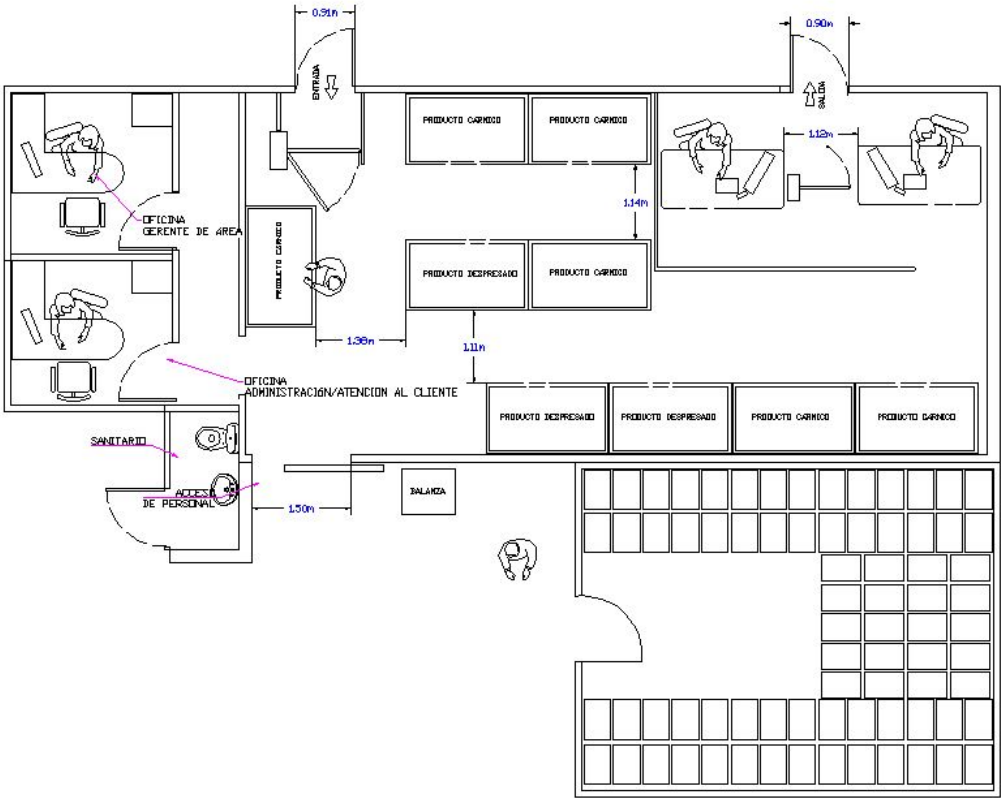
VP: Valor ponderado

Fuente: Odreman y Rojas (2015).

4.2.5 Distribución de la Empresa:

La distribución de la Empresa se encuentra relacionada a la disposición de los equipos, el área de almacenamiento, los pasillos y las áreas comunes dentro de una instalación productiva, la finalidad fundamental de la distribución consiste en que estos elementos se ubiquen de una manera que se asegure la fluidez del flujo de trabajo, personas e información a través del sistema productivo. El layout de la planta se muestra en la figura N° 5.

Figura N° 5. Layout de Planta del punto de distribución directa de productos avícolas de la empresa Avícola La Guasima



Fuente: Odreman y Rojas (2015).

4.2.6 Organización de la empresa

La organización en una empresa u organización toma un papel muy importante, ya que al tener una buena organización permite al personal que conforma la organización trabajar de manera óptima y así mantener sus condiciones y rendimiento de trabajo, a continuación la Tabla N° 18 mostrará los diferentes cargos que se necesitan para poner en marcha la empresa.

Tabla N°. 18 Personal de punto de venta directo

Cargo	Cantidad
Gerente	1
Asist. Administrativo	1
Supervisor Operativo	1
Cajero (as)	2
Ayudante General	2
Vigilante	1
Total	8

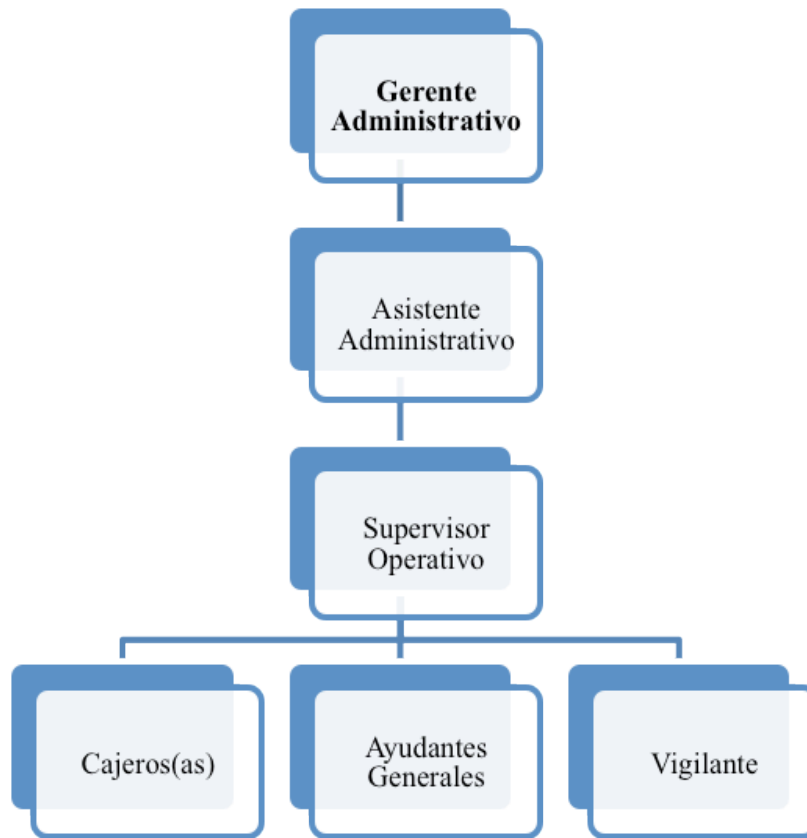
Fuente: Odreman y Rojas (2015).

Como se pudo ver en la Tabla N° 18 la empresa estará compuesta por 8 personas con diferentes ocupaciones las cuales estarán entrenadas y con conocimiento para poder trabajar en el funcionamiento de la empresa.

4.2.7 Estructura organizacional.

El del punto de distribución directa de productos avícolas está organizada como se muestra en la figura N° 6

Figura N°6: Estructura organizacional Punto de venta directo.



Fuente: Avícola la Guasima, C.A

4.2.8 Descripciones de cargo.

Como se mencionó anteriormente es importante la delimitación de las responsabilidades del personal mediante las descripciones de cargo. Se presentara a continuación la del supervisor operativo, y las demás se podrán revisar en el (Anexo 3).

Fase III: Establecer la factibilidad legal, organizacional y ambiental de la instalación de un punto de distribución directa de productos avícolas de la Empresa Avícola La Guasima en Valencia, concretando la misión, visión, organigrama, funciones, fundamento legal e impacto ambiental.

4.3.1 Requisitos legales.

En Venezuela existen ciertos reglamentos en lo que se refiere a empresas de alimentos, entre ellas, algunos artículos de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, Ley Orgánica del Trabajo, de los Trabajadores y las Trabajadoras (LOTTT), Ley Orgánica de Precios Justos, Norma venezolana COVENIN 1800-80 Manual para la evaluación del sistema de control de calidad de empresas de alimentos, Ministerio para la Salud: Buenas Practicas de Fabricación, Almacenamiento y Transporte para Alimentos de Consumo humano. Reglamento General de Alimentos. Norma Venezolana COVENIN 2343-86 Pollo Beneficiado y la Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo (LOPCYMAT), estas leyes se vinculan con el tema sometido a estudio y por ello se presentan a continuación:

- **Constitución de la República Bolivariana de Venezuela:**

Capítulo V

De los Derechos Sociales y la Familia

Artículo 87. Toda persona tiene derecho al trabajo y el deber de trabajar. El estado garantiza la adopción de las medidas necesarias a los fines de que toda persona pueda obtener ocupación productiva, que le proporcione una existencia digna y decorosa y le garantice el pleno ejercicio de este derecho. Es fin de estado fomentar el empleo. La ley adoptara medidas tendentes a garantizar el ejercicio de los derechos laborales de los trabajadores y trabajadoras no dependientes. La libertad de trabajo no será sometida a otras restricciones en las que la, ley establezca.

Todo patrono o patrona garantiza a sus trabajadores o trabajadoras condiciones de seguridad, higiene y ambientes de trabajo adecuados. El estado adoptara medidas y creara instituciones que permitan el control y la promoción de estas condiciones.

Capitulo VII

De los Derechos Económicos

Artículo 112. Todas las personas pueden dedicarse libremente a la actividad económica de su preferencia, sin más limitaciones que las previstas en esta constitución y las que establezcan las leyes, por razones de desarrollo humano, seguridad, sanidad, protección del ambiente u otras de interés social. El estado promoverá la iniciativa privada, garantizando la creación y justa distribución de la riqueza, así como la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades de la población, la libertad de trabajo, empresa, comercio, industria, sin perjuicio de su facultad para dictar medidas para planificar, racionalizar y regular la economía e impulsar el desarrollo integral del país

Estos artículos manifiestan los derechos de las personas al trabajo ya ejercer libremente cualquier actividad económica, por lo que toda empresa está en el deber de dar cumplimiento a estas leyes.

- **Ley Orgánica del Trabajo, de los Trabajadores y las Trabajadoras:**

Capítulo 2

Del contrato de trabajo

Artículo 55.-El contrato de trabajo, es aquel mediante el cual se establecen las condiciones en las que una persona presta sus servicios en el proceso social de trabajo bajo dependencia, a cambio de un salario justo, equitativo y conforme a las

disposiciones de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela y esta Ley.

Título III

De la Justa Distribución de la Riqueza y las Condiciones de Trabajo.

Capítulo I

Sección segunda: Clases de Salarios

Artículo 121.- El salario base para el cálculo de lo que corresponda al trabajador o trabajadora por concepto de vacaciones, será el salario normal devengado en el mes efectivo de labores inmediatamente anterior a la oportunidad de disfrute.

En el caso de salario por unidad de obra, por pieza, a destajo o a comisión, será el promedio del salario normal devengado durante los tres meses inmediatamente anteriores a la oportunidad del disfrute.

Capítulo II

De la Participación de los Trabajadores y las Trabajadoras en los Beneficios de las Entidades de Trabajo.

Artículo 131.- Las entidades de trabajo deberán distribuir entre todos sus trabajadores y trabajadoras, por lo menos, el quince por ciento de los beneficios líquidos que hubieren obtenido al fin de su ejercicio anual. A este fin, se entenderá por los beneficios líquidos, la suma de los enriquecimientos netos gravables y de los exonerados conforme a la Ley de Impuesto Sobre la Renta.

Esta obligación tendrá, respecto de cada trabajador a trabajadora como límite mínimo, el equivalente al salario de treinta días como límite máximo el equivalente al salario de cuatro meses. Cuando el trabajador o trabajadora no hubiese laborado todo el año, la bonificación se reducirá a la parte proporcional correspondiente a los meses

completos de servicios prestados. Cuando la terminación de la relación de trabajo ocurra antes del cierre del ejercicio, la liquidación de la parte correspondiente a los meses servidos podrá hacerse al vencimiento del ejercicio.

Capítulo III

De las Prestaciones Sociales

Artículo 141.- Todos los trabajadores y trabajadoras tienen derecho a prestaciones sociales que les recompensen la antigüedad en el servicio y los ampare en caso de cesantía. El régimen de prestaciones sociales regulado en la presente Ley establece el pago de este derecho de forma proporcional al tiempo de servicio, calculado con el último salario devengado por el trabajador y trabajadora al finalizar la relación laboral, garantizando la intangibilidad y progresividad de los derechos laborales. Las prestaciones sociales son créditos laborales de exigibilidad inmediata. Toda mora en su pago genera intereses, los cuales constituyen deudas de valor y gozan de los mismos privilegios y garantías de la deuda principal.

Estos artículos hacen referencia a las obligaciones de la empresa al momento de contratar personal.

- **Ley Orgánica de Precios Justos:**

Capítulo I

Disposiciones Generales

Objeto

Artículo 1.- La Ley Orgánica de Precios Justos tiene por objeto asegurar el desarrollo armónico, justo, equitativo, productivo, soberano de la economía nacional, a través de la determinación de precios justos de bienes y servicios, mediante el análisis de las

estructuras de costos, la fijación del porcentaje máximo de ganancia y la fiscalización efectiva de la actividad económica y comercial, a fin de proteger los ingresos de todas las ciudadanas y ciudadanos, y muy especialmente el salario de los trabajadores y trabajadoras; el acceso de las personas a los bienes y servicios para la satisfacción de sus necesidades; establecer los ilícitos administrativos, sus procedimientos y sanciones, los delitos económicos, su penalización y el resarcimiento de los daños sufridos, para la consolidación del orden económico socialista productivo.

Esta Ley se tomara en cuenta en tu totalidad y se tendrá en el anexo N° 3 de esta investigación.

- **Norma Venezolana COVENNIN 2343-86 Pollo Beneficiado:**

Esta norma establece los requisitos que debe cumplir el pollo beneficiado.

- **Norma Venezolana COVENNIN 409-83 Alimentos. Principios generales para el establecimiento de normas microbiológicas y límites microbiológicos recomendados:**

Esta norma Venezolana establece los principios generales y las definiciones de varios términos relativos al establecimiento de criterios microbiológicos para alimentos y/o ingredientes alimentarios.

- **Ley de Gestión Integral de la Basura:**

La presente Ley establece las disposiciones regulatorias para la gestión integral de la basura, con el fin de reducir su generación y garantizar que su recolección, aprovechamiento y disposición final sea realizada en forma sanitaria y ambientalmente segura.

La gestión integral de los residuos y desechos sólidos comprende las políticas, recursos, acciones, procesos y operaciones que se aplican en todas las fases del

manejo. El manejo integral de residuos y desechos sólidos comprende desde la generación de los residuos hasta la disposición final de los desechos.

- **Providencia Mediante la cual se Fija el Precio Máximo de Venta del Distribuidor Mayorista:**

Esta providencia administrativa tiene por objeto fijar en todo el territorio de la república bolivariana de Venezuela, el precio máximo del venta del productor y/o del importador (PMVPI), el precio máximo de venta del distribuidor mayorista (PMVDM) y el precio máximo de venta al público (PMVP) de los productos que se indican.

- **Ministerio para la Salud: Buenas Practicas de Fabricación, Almacenamiento y Transporte para Alimentos de Consumo humano.**

La presente Resolución establece los principios básicos y las prácticas dirigidas a eliminar, prevenir o reducir a niveles aceptables los peligros para la inocuidad y salubridad que ocurren durante la elaboración, envasado, almacenamiento y transporte de los alimentos manufacturados para el consumo humano.

- **Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo:**

Título I

Disposiciones Fundamentales

Capítulo I

Del objeto y ámbito de aplicación de esta ley.

1. Establecer las instituciones, normas y lineamientos, de las políticas y los órganos y entes que permitan garantizar a los trabajadores y trabajadoras, condiciones de seguridad, salud y bienestar en un ambiente de trabajo adecuado y propicio para el ejercicio pleno de sus facultades físicas y mentales, mediante la promoción del trabajo seguro y saludable, la prevención de los accidentes de trabajo y las enfermedades ocupacionales, la reparación integral del daño sufrido y la promoción e incentivo al desarrollo de programas para la recreación, utilización de tiempo libre, descanso y turismo social.
2. Regular los derechos y deberes de los trabajadores y trabajadoras, y de los empleadores y empleadoras, en relación con la seguridad, salud y ambiente de trabajo; así como lo relativo a la recreación, utilización de tiempo libre, descanso y turismo social.
3. Desarrollar lo dispuesto en la Constitución de República Bolivariana de Venezuela y el Régimen Prestacional de Seguridad y Salud en el Trabajo establecido en la Ley Orgánica del Sistema de Seguridad Social.
4. Establecer las sanciones por el incumplimiento de la normativa.
5. Norma de las prestaciones derivadas de la subrogación por el sistema de seguridad social de la responsabilidad material y objetiva de los empleadores y empleadoras ante la ocurrencia de un accidente de trabajo o enfermedad ocupacional.
6. Regular la responsabilidad del empleador y empleadora, y sus representantes ante la ocurrencia de un accidente de trabajo o enfermedad ocupacional cuando existiere dolo o negligencia de su parte.

Esta ley fue promulgada el 26 de junio de 2005 en Gaceta Oficial 38.236, esta se tomara en cuenta y se encuentra anexa de esta investigación.

4.3.2 Aspectos Ambientales

La Ley Orgánica del Ambiente tiene por objeto establecer las disposiciones y los principios rectores para la gestión del ambiente, en el marco del desarrollo sustentable como derecho y deber fundamental del Estado y de la sociedad, para contribuir a la seguridad y al logro del máximo bienestar de la población y al sostenimiento del planeta, en interés de la humanidad.

De igual forma, establece las normas que desarrollan las garantías y derechos constitucionales a un ambiente seguro, sano y ecológicamente equilibrado.

Esta Ley se considera en su totalidad, se encuentra en el anexo N° 3 de esta investigación.

Desde el punto de vista ambiental, para efectos de la distribuidora, se debe contar con una asepsia correcta para la debida desinfección, contra la salmonella. Esta bacteria no es demasiado resistente a las condiciones ambientales, tales como concentraciones elevadas luz solar, desecación o calor. Sin embargo es la responsable de casi la mitad de los casos de infecciones de origen alimentario que se diagnostican en los países de nuestro entorno.

Para evitar que el producto pierda su frescura, se empleará el método (PEPS), Primeros en Entrar, Primeros en Salir. En cuanto al transporte de los pollos beneficiados, debe llevarse a cabo en vehículos limpios, sin cambios térmicos bruscos y manteniendo una manipulación correcta en la descarga.

4.4 Estudiar la factibilidad económica financiera para la instalación de un punto de distribución directa de productos avícolas de la Empresa Avícola La Guasima en Valencia, determinando la rentabilidad del proyecto

4.4.1 Periodo de estudio

Se establece un periodo de estudio de 4 años tiempo para estimar la factibilidad del proyecto, ya que en 4 años se espera recuperar la inversión inicial establecida.

En la siguiente Tabla N° 19 se muestra el periodo de estudio a considerar.

Tabla N°19 Periodo de Estudio

Período	0	1	2	3	4
Año	2015	2016	2017	2018	2019

Fuente: Odreman y Rojas (2015)

4.4.2 Inversión Inicial

La inversión inicial de un proyecto se define como el conjunto de desembolsos necesarios para la adquisición y adecuación de las facilidades de producción y ello incluye, los activos fijos y activos circulantes que se requieren para que el proyecto inicie sus operaciones normalmente.

$$\text{Inversión Inicial} = \text{Capital Fijo} + \text{Capital de Trabajo}$$

$$\text{Total Inversión Inicial (Bs.) } 18.412.896,00$$

4.4.2.1 Capital Fijo:

Comprende aquella porción de la inversión inicial destinada a la compra de los activos fijos tangibles y a la compensación de los activos fijos intangibles.

Para el cálculo del capital se utiliza la siguiente expresión:

$$CF = \sum(\text{Capital Fijo Tangible}) + \sum(\text{Capital fijo intangible})$$

Capital fijo tangible:

Corresponde a la cantidad de dinero que es necesario desembolsar para la adquisición de equipos, maquinarias, terreno y todo inmueble necesario para iniciar la distribuidora.

Capital fijo intangible:

Corresponde al desembolso que se ejecuta para la cancelación de la adquisición de los activos fijos intangibles, estos activos pueden ser instalación de maquinarias y

equipos, estudios y proyectos de ingeniería, permisologías, sistema operativo y cualquier otro activo que no sea tangible.

A continuación se presenta la Tabla N° 20 en la cual se muestra el capital fijo tangible e intangible:

Tabla N° 20 Capital fijo

Capital Fijo Tangible	Cantidad	Precio Unitario (Bs.)	Total (Bs.)
Cava de Refrigeración	1	5.000.000	5.000.000
Congelador Horizontal Baja Temperatura	3	2.240.000	6.720.000
Balanza electrónica tipo plataforma	1	750.000	750.000
Balanza electrónica comercial	1	54.998	54.998
Impresora para caja	2	275.000	550.000
Computadora	2	175.000	350.000
Escritorio	2	37.000	74.000
Sillas	6	7.000	42.000
Teléfono Fijo	2	10.489	20.978
Sumadoras	2	68.000	136.000
Impresoras	1	29.890	29.890
Caja Fuerte	1	72.800	72.800
Archivos	2	35.000	70.000
Extintores	2	17.920	35.840
Aviso Publicitario Pequeño	1	11.000	11.000
Hidrojet	1	44.740	44.740
Aires Acondicionados	1	1.450.000	1.450.000
Materiales e Insumos de Oficina	1	20.000	20.000
Caja Registradora	2	298.480	596.960
Total Capital Fijo Tangible (Bs.)			16.029.206

Capital Fijo Intangible	Precio Unitario (Bs.)	Total
Acondicionamiento del área	450.000	450.000
Estudios y Proyecto de Ingeniería	130.000	130.000
Sistema Operativo	80.000	80.000
Gastos de Permisología	40.000	40.000
Instalación de Equipos	120.000	120.000
Total Capital Fijo Tangible		820.000
Total Capital Fijo		16.849.206

Fuente: Odreman y Rojas (2015)

4.4.2.2 Capital de Trabajo:

Es la cantidad de dinero necesaria para cubrir los requerimientos mínimos de activos circulantes. En otras palabras, se refiere a los fondos de capital indispensables para que el proyecto inicie sus operaciones y lo siga haciendo normalmente hasta tanto se produzcan los primeros ingresos.

A continuación la Tabla N° 21 muestra el capital de trabajo,

Tabla N° 21 Capital de Trabajo

Capital de Trabajo	Precio Unitario (Bs.)	Total (Bs.)
Alquiler de Local	162.000,00	162.000,00
Inventario de Insumos (1 mes de producto)	1.129.688,00	1.129.688,00
Efectivo en Caja (1 mes de sueldos y salarios)	272.001,91	272.001,91
Total Capital de Trabajo (Bs.)		1.563.690

Fuente: Odreman y Rojas (2015)

4.4.3 Inversión Inicial:

La inversión inicial de un proyecto se define como el conjunto de desembolsos necesarios para la adquisición y adecuación de las facilidades de producción y ello incluye, los activos fijos y activos circulantes que se requieren para que el proyecto inicie sus operaciones normalmente.

$$\text{Inversión Inicial} = \text{Capital Fijo} + \text{Capital de Trabajo}$$

$$\text{Total Inversión Inicial (Bs.) } 18.412.896,00$$

4.4.4 Costos Operacionales (Cop):

Son todos aquellos que incluyen los desembolsos que se requieren para que el proyecto una vez puesto en marcha continúe operando normalmente.

Estos costos están integrados por la materia prima, personal (sueldos, salarios, beneficios), mantenimiento, servicios, entre otros.

Los costos de operación vienen definidos por la expresión:

$$\text{Cop} = \sum(\text{Gastos de operación})$$

En el caso de los costos de la materia prima, que en este caso sería el pollo entero y el despresado, se tomó en cuenta la variación de los últimos años en los costos de producción de éste rubro. De la misma manera se determinó un promedio ponderado del costo de producción del pollo despresado de acuerdo al tipo de pieza.

Para conocer el costo de producción de un pollo beneficiado entero, se utiliza la siguiente expresión:

$$\text{Costo de producción} = (3\text{\$} \times 6,30 \text{ Bs./\$}) + 28 \text{ Bs.}$$

$$\text{Costo de producción} = 46,9 \text{ Bs.}$$

Para el pollo despresado, se mantiene el costo de 3\$ por pollo, sin embargo se incrementan los costos de producción ya que según el tipo de pieza, conlleva procesos adicionales.

De acuerdo a los precios regulados establecidos por el Ejecutivo Nacional, se puede obtener un margen de ganancia máximo para cada tipo de pieza distribuida. De acuerdo al tabulador con los precios de venta estipulados y a la información proporcionada por la empresa.

En Tabla N° 22 se muestran los Costo de Producción según el tipo de producto

Tabla N° 22. Costos de producción según producto

Descripción de Producto	Costo Unitario de Producción (Bs./Kg)
Pollo Beneficiado entero	46,9
Pechuga	85,75
Milanesa	127,15
Alas	48,59

Fuente: Avícola La Guasima, C.A.

En la siguiente tabla N° 23 se muestran los costos de materia prima por año

Tabla N° 23 Costos de materia prima por año

Descripción de Producto	2016	2017	2018	2019
Pollo Beneficiado entero	36.582.000,00	66.344.346,98	120.320.714,45	218.211.120,99
Pechuga	9.631.440,00	17.467.377,32	31.678.468,70	57.451.405,59
Milanesa	10.711.116,00	19.425.455,04	35.229.597,33	63.891.657,90
Alas	1.819.209,60	3.299.280,33	5.983.505,52	10.851.559,95
Total Costo Materia Prima (Bs./año)	58.743.765,60	106.536.459,67	193.212.286,00	350.405.744,43

Fuente: Odreman y Rojas (2015)

En cuanto a los costos operacionales referidos a nómina, para el año 1 se tomó como referencia el salario mínimo vigente a partir del 1ero de noviembre de 2015, para los siguientes periodos se estimó un aumento del 45% para cada año, de acuerdo al promedio en el aumento salarial establecido por el gobierno en los últimos 5 años.

$$\% \text{ Aumento Salarial Promedio} = \frac{25\% + 30\% + 40\% + 55\% + 75\%}{5} = 45\%$$

Tabla N° 24 Costos de Nómina por año

	2016	2017	2018	2019
Sueldos y Salarios Basicos	1.736.739,91	2.518.272,87	3.651.495,66	5.294.668,71
Utilidades	143.216,72	207.664,24	301.113,14	436.614,06
Vacaciones	72.276,13	104.800,39	151.960,56	220.342,81
Bono Vacacional a partir 2do año	77.094,54	111.787,08	162.091,26	235.032,33
Prestaciones Sociales	305.248,00	442.609,60	641.783,92	930.586,68
Ley de Alimentación	567.000,00	822.150,00	1.192.117,50	1.728.570,38
S.S.O	152.123,20	220.578,65	319.839,04	463.766,60
S.P.F (Paro Forzoso)	33.805,16	49.017,48	71.075,34	103.059,25
F.A.O.V (Ley De Politica Habitacional)	36.622,25	53.102,27	76.998,29	111.647,52
INCES	34.734,80	50.365,46	73.029,91	105.893,37
Aporte Patronal	105.162,21	152.485,20	221.103,54	320.600,13
Costos Totales de Nómina (Bs./Año)	3.264.022,91	4.732.833,22	6.862.608,17	9.950.781,85

Fuente: Odreman y Rojas (2015).

Con respecto al calculo del resto de los costos operaciones se tomó en cuenta la inflación en el país de los últimos 5 años, datos aportados por el Banco Central de Venezuela (BCV); a continuación se muestra la inflación promedio a utilizar:

$$\% \text{ Inflación prom.} = \frac{27,6\% + 20,15 + 56,2\% + 68,5\% + 172\%}{5} = 68,88\%$$

En la siguiente tabla N° 25 se muestran el resumen de los costos operacionanles

Tabla N° 25 Resumen de los Costos Operacionales

Costos Operacionales	2016	2017	2018	2019
Total Costo Materia Prima	58.743.765,60	106.536.459,67	193.212.286,00	350.405.744,43
Costos Totales de Nómina	3.264.022,91	4.732.833,22	6.862.608,17	9.950.781,85
Mantenimiento	320.584,12	320.584,12	320.584,12	320.584,12
Electricidad	24.000,00	24.720,00	25.461,60	26.225,45
Limpieza	48.000,00	81.062,40	136.898,18	231.193,65
Agua	24.000,00	24.720,00	25.461,60	26.225,45
Consumibles de Oficina	36.000,00	60.796,80	102.673,64	173.395,24
Alquiler de Instalaciones	1.944.000,00	1.944.000,00	1.944.000,00	1.944.000,00
Servicios Varios	120.000,00	202.656,00	342.245,45	577.984,12
Gastos de Ventas	121.600,00	205.358,08	346.808,73	585.690,58
Total	64.645.972,63	114.133.190,29	203.319.027,49	364.241.824,88

Fuente: Odreman y Rojas (2015).

4.4.5 Ingresos Brutos (IB): representan el producto de las ventas de los bienes producidos y/o de los servicios prestados.

Los ingresos brutos se calculan mediante la siguiente expresión:

$$IB = \sum_{i=0}^n (Pv \times Q)$$

Donde:

PV = Precio de venta del producto

Q = Cantidad de kg. de pollo a vender

i = Año de estudio

Se calcularon los ingresos brutos generados por la venta del pollo entero de acuerdo a la capacidad de distribución y el volúmen de ventas de éste, que serían

15.000 Ton a la semana, los cuales representan un % del total de las ventas semanales. De igual manera, se calcularon los ingresos brutos obtenidos por la venta del pollo despresado, que suman entre todos los tipos de piezas 4.500 Ton a la semana. De acuerdo al volúmen de ventas estimado para cada tipo de pieza y al precio de venta que varía según lo estipulado en la Gaceta para cada tipo, se calcula un precio de venta promedio ponderado. Luego se suman éstos dos ingresos; los obtenidos por la venta del pollo entero y por pollo despresado y se obtienen los ingresos brutos totales.

En cuanto a la variación en el precio de venta por año, se determinó de acuerdo al histórico de variaciones del aumento de precios anuales de éste rubro regulado durante los últimos dos años. De acuerdo a éstos datos, se estimó un aumento del 51,16% anual para el pollo entero y 182% anual para el pollo despresado.

Calculo tipo de los ingresos brutos para el pollo entero para el primer año:

$$\text{Ingresos brutos} = 780.000 \frac{\text{kg}}{\text{año}} \times 65 \frac{\text{Bs.}}{\text{kg}}$$

Calculo tipo del pollo despresado para el primer año:

$$\text{Ingresos brutos} = 234.000 \frac{\text{kg}}{\text{año}} \times 138,48 \frac{\text{Bs.}}{\text{kg}}$$

Tabla N° 26 Ingresos brutos por año provenientes de la venta de pollo entero

Año	Plan de Producción (Kg/Año)	Precio de Venta (Bs./Kg)	Ingreso Bruto (Bs./Año)
2016	780.000	65	50.700.000
2017	819.000	98,25	80.466.750
2018	859.950	148,53	127.728.374
2019	902.947	224,52	202.729.660

Fuente: Odreman y Rojas (2015).

En la siguiente Tabla N° 27 se muestran los ingresos brutos por años que se obtendrán con la venta de pollo despresado

Tabla N° 27 Ingresos brutos por año provenientes de la venta de pollo despresado

Año	Plan de Producción (Kg/Año)	Precio de Venta (Bs./Kg)	Ingreso Bruto (Bs./Año)
2016	234.000	138,48	32.403.478
2017	245.700	252,03	61.923.046
2018	257.985	458,69	118.334.940
2019	270.884	834,81	226.137.862

Fuente: Odreman y Rojas (2015)

En la tabla N° 28 se muestra el total de ingresos brutos por año

Tabla N° 28 Total ingresos brutos por año

Año	Ingreso Bruto (Bs./Año)
2016	83.103.478
2017	142.389.796
2018	246.063.314
2019	428.867.523

Fuente: Odreman y Rojas (2015).

4.4.6 Financiamiento

Debido a políticas internas de la Empresa Avícola La Guasima, para todos los proyectos con costos inferiores a los 25.000.000 de Bolívares no se solicitarán préstamos a las Entidades Bancarias, si no que se realizarán con capital del Departamento de Proyectos de la Empresa. Por lo tanto, la inversión se financiará con capital propio a un costo de oportunidad equivalente a la tasa pasiva (depósitos a plazo fijo a 90 días) de los seis principales bancos comerciales y universales del país correspondiente al 13,24% para la segunda semana del mes de octubre de 2015.

4.4.7 Costo de Capital (CC)

La puesta en práctica de los proyectos de inversión implican la utilización del capital para la adquisición de equipos, su instalación, el pago de personal, servicios, entre otros. Inicialmente, este capital proviene de cualquiera de las dos grandes fuentes de financiamiento: propio o de deuda.

El inversionista que pide dinero prestado, adquiere el compromiso de pagar al propietario del capital todas las obligaciones que se derivan como consecuencia de este préstamo; es decir, el monto del préstamo o capital principal y los intereses. En el caso de el presente estudio, el inversionista posee capital para financiar sus proyectos menores a Bs. 25.000.000,00, por lo cual no tiene necesidad de pagar intereses por la utilización de ese dinero; sin embargo, al invertir su dinero en la realización del proyecto renuncia al beneficio que ha venido percibiendo por esa cantidad de dinero. Este beneficio, por ejemplo, pudiera estar representado por los intereses que se devengan en una cuenta bancaria o por aquellos que generan los títulos que se negocian en el mercado de capitales.

Se calcula el costo de capital promedio, para que a partir de este valor fijar la tasa mínima de rendimiento (TMR) que se va a utilizar para realizar la evaluación económica. Se calcula mediante la siguiente expresión:

$$CC = \frac{i_p(\%)CP}{II}$$

Dónde:

CP= monto de la inversión inicial en capital propio

II= inversión inicial

Se considera el costo de capital de deuda de 24% y un costo de capital propio de 13,24 % (Tasa de interés anual promedio de depósitos a lo largo de 90 días, establecidos por los principales bancos del país), sustituyendo los valores en la expresión tenemos:

$$CC = \frac{0,1324(18.412.896,00)}{18.412.896,00} = 0,1324$$

El costo de capital de deuda correspondiente a la inversión inicial de la investigación se tomara de un 13,24%, a partir del costo de capital se puede calcular la tasa mínima de rendimiento expresada de la siguiente manera:

$$TMR = (CC + \text{otros riesgos})$$

Se consideró un 27,62% de riesgo, el cual es el riesgo país para octubre de 2015. Con esta información se procede al cálculo de la tasa mínima de rendimiento:

$$TMR = 13,24\% + 27,62\% = 40,86\%$$

Para efectos de cálculo tomaremos la TMR como 40%.

4.4.8 Depreciación y amortización de activos fijos

4.4.8.1 Depreciación de activos fijos tangibles

La depreciación se puede definir como la pérdida de valor que experimenta un activo fijo con el uso y con el transcurso del tiempo y la amortización se consideran todos aquellos gastos no referentes concretamente a la adquisición de activos fijos, pero que son necesarios ya sea para dejar en condiciones de operación a los activos fijos.

Para el proyecto se consideró el método de línea recta, el cual define la pérdida de valor anual (Dt) que decrece a una tasa constante, de acuerdo con la siguiente expresión:

$$Dt = \frac{Cf - VR}{Vida\ Útil}$$

Dónde:

Cf = valor del costo fijo

VR = Valor Residual

Es importante destacar que para los equipos se estimó una vida útil de diez 10 años, y para mobiliarios de oficina se estimó una vida útil de 5 años y valor residual nulo. En la tabla N° 30 se muestra los costos de los activos fijos tangibles.

Para el cálculo tipo de la depreciación de activos tangibles se tiene la cava de refrigeración

$$D_1 = \frac{5.000.000,00 - 0}{10} = 500.000,00 \text{ Bs./año}$$

En la tabla N° 29 se muestra la depreciación de activos fijos tangibles

Tabla N°29 Depreciación de activos fijos tangibles

Activos Tangibles	Depreciación			
	2016	2017	2018	2019
Cava de Refrigeración	500.000,00	500.000,00	500.000,00	500.000,00
Congelador Horizontal Baja Temperatura	224.000,00	224.000,00	224.000,00	224.000,00
Balanza electrónica tipo plataforma	75.000,00	75.000,00	75.000,00	75.000,00
Balanza electrónica comercial	5.499,80	5.499,80	5.499,80	5.499,80
Impresora para Caja	27.500,00	27.500,00	27.500,00	27.500,00
Computadora	70.000,00	70.000,00	70.000,00	70.000,00

Escritorio	7.400,00	7.400,00	7.400,00	7.400,00
Sillas	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00
Teléfono Fijo	2.097,80	2.097,80	2.097,80	2.097,80
Sumadoras	13.600,00	13.600,00	13.600,00	13.600,00
Impresoras	5.978,00	5.978,00	5.978,00	5.978,00
Caja Fuerte	14.560,00	14.560,00	14.560,00	14.560,00
Archivos	3.500,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00
Extintores	2.200,00	2.200,00	2.200,00	2.200,00
Aviso Publicitario Pequeño	8.948,00	2.052,00	-	-
Hidrojet	4.474,00	4.474,00	4.474,00	4.474,00
Aires Acondicionados	145.000,00	145.000,00	145.000,00	145.000,00
Materiales e Insumos de Oficina	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00
Caja Registradora	29.848,00	29.848,00	29.848,00	29.848,00
Total Depreciación	1.145.005,60	1.138.109,60	1.136.057,60	1.136.057,60

Fuente: Odreman y Rojas (2015).

4.4.8.2 Amortización de activos fijos intangibles

Para la obtención de este cálculo se empleó el método de la línea recta, donde fueron considerados los siguientes activos intangibles: acondicionamiento del área, estudios y proyecto de ingeniería, sistema operativo, gastos de permisología e instalación de equipos. Todos los costos estimados con una vida útil de 4 años y valor residual cero. Como calculo tipo se usara el costo referente al acondicionamiento del local:

$$A_1 = \frac{450.000,00 - 0}{4} = 112.500,00 \text{ Bs./año}$$

Las amortizaciones de los activos fijos intangibles para el periodo de estudio se muestran a continuación en la tabla N° 30

Tabla N° 30 Amortización de activos fijos intangibles

Activos Intangibles	Amortización			
	2016	2017	2018	2019
Acondicionamiento del área	112.500,00	112.500,00	112.500,00	112.500,00
Estudios y Proyecto de Ingeniería	32.500,00	32.500,00	32.500,00	32.500,00
Sistema Operativo	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00
Gastos de Permisología	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
Instalación de Equipos	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00
Total Amortización	205.000,00	205.000,00	205.000,00	205.000,00

Fuente: Odreman y Rojas (2015).

Una vez obtenido la depreciación de los activos fijos tangibles y amortización de los activos fijos intangibles, se procese a realizar la suma de lo mismo.

En la tabla N° 31 se muestra el total de depreciación y amortización de activos fijos

Tabla N° 31 Total de depreciación y amortización de activos fijos

	2016	2017	2018	2019
Total Depreciación y Amortización (Dt+ At)	1.350.005,60	1.343.109,60	1.341.057,60	1.341.057,60

Fuente: Odreman y Rojas (2015).

4.4.9 Valor Residual

Es la remuneración neta obtenida por la venta de los activos fijos tangibles. Usualmente ocurre al final de la vida del proyecto, aun cuando pudiera haber venta de activos fijos en cualquier otro año.

El cálculo del valor residual (VR), está dado por la siguiente expresión:

$$VR = \text{Capital fijo} - \text{Depreciación acumulada de cada activo}$$

Calculo Tipo para la cava de refrigeración:

$$VR = 790.050,00 - 159.770,00 = 639.080,00$$

Para efectos del cálculo se utilizara el valor residual de los activos tangibles (equipos de refrigeración, computadoras, cajas registradoras y mobiliarios de oficina, equipos).

En la Tabla N° 32 se muestra el total del valor residual.

Tabla N° 32 Total del Valor Residual

Activos Tangibles	Capital Fijo	Dt Acum/Tang.	Valor Residual
Cava de Refrigeración	5.000.000,00	3.000.000,00	2.000.000,00
Congelador Horizontal Baja Temperatura	2.240.000,00	1.344.000,00	896.000,00
Balanza electrónica tipo plataforma	750.000,00	450.000,00	300.000,00
Balanza electrónica comercial	54.998,00	32.998,00	22.000,00
Impresora para Caja	275.000,00	165.000,00	110.000,00
Computadora	350.000,00	70.000,00	280.000,00
Escritorio	37.000,00	7.400,00	29.600,00
Sillas	7.000,00	1.400,00	5.600,00
Teléfono Fijo	10.489,00	2.097,00	8.392,00
Sumadoras	68.000,00	13.600,00	54.400,00
Impresoras	29.890,00	5.978,00	23.912,00
Caja Fuerte	72.800,00	14.560,00	58.240,00
Archivos	35.000,00	21.000,00	14.000,00
Extintores	17.920,00	9.120,00	8.800,00
Aviso Publicitario Pequeño	11.000,00	11.000,00	-
Hidrojet	44.740,00	26.844,00	17.896,00
Aires Acondicionados	1.450.000,00	870.000,00	580.000,00
Materiales e Insumos de Oficina	20.000,00	4.000,00	16.000,00
Caja Registradora	298.480,00	179.088,00	119.392,00
	Valor Residual del Proyecto		4.544.232,00

Fuente: Odreman y Rojas (2015).

4.4.10 Impuestos sobre la renta (ISR)

Es el costo imputable a los proyectos de inversión que se deriva de la obligación legal que tienen las personas naturales y jurídicas de retribuir al estado un porcentaje de las ganancias obtenidas en una determinada gestión económica.

$$ING(Bs.) = IBt - Copt - (Dt + AIt) - It$$

Dónde:

IB = Ingreso Bruto en el año t

Copt = costos operacionales en el año t

Dt = depreciación de activos fijos tangibles en el año t

AIt = amortización de activos fijos intangibles en el año t

It = intereses vencidos en el año t y originados por el uso de capital de deuda

La siguiente tabla muestra la tarifa que se requiere para el cálculo del impuesto sobre la renta establecido en el Art. 52 de la Reforma Ley de Impuestos Sobre la Renta.

En la tabla N° 33 se muestra la tarifa de impuestos

Tabla N° 33 Tarifa de impuestos.

Fracciones de ING (en U.T.)	Tarifa	Sustraendo (U.T)
Hasta 2.000	15%	0
De 2.001 hasta 3.000	22%	140
De 3.001 en adelante	34%	500

Fuente: Art. 52 de la Reforma Ley de Impuestos Sobre la Renta.

Cálculo tipo:

Para el primer año:

$$ING(Bs.) = 83.103.477,60 - 64.645.972,63 - 1.350.005,60$$

$$ING(Bs.) = 17.107.499,37$$

$$ING(U.T.) = \frac{ING(Bs.)}{Valor\ U.T.} - \text{sustraendo}$$

Le corresponde la tarifa de 34% menos el sustraendo de 500 U.T., ya que la fracción del ING (U.T.) está comprendido “De 3.001 U.T. en adelante” (ver tabla de tarifa de impuesto).

$$ING(U.T.) = \frac{17.107.499,37}{150} - 500$$

$$ING(U.T.) = 113.550$$

$$ISR(U.T.) = ING(U.T.) \times Tarifa\ de\ Impuesto$$

$$ISR(U.T.) = 113.550 \times 34\%$$

$$ISR(U.T.) = 38.607$$

Finalmente:

$$ISR(Bs.) = ISR(U.T.) \times U.T.$$

$$ISR(Bs.) = 38.607 \times 150$$

$$ISR(Bs.) = 5.791.049,79$$

En la siguiente tabla N° 34 se muestran los impuestos sobre la renta para el proyecto

Tabla N° 34 Impuestos sobre la renta para el proyecto

Año	2016	2017	2018	2019
Ingreso Bruto (Bs./Año)	83.103.477,60	142.389.795,69	246.063.313,82	428.867.522,69
COP (Bs./Año)	-64.645.972,63	-114.133.190,29	-203.319.027,49	-364.241.824,88
Amortización y Depreciación (Bs./Año)	-1.350.005,60	-1.343.109,60	-1.341.057,60	-1.341.057,60
ING (Bs.)	17.107.499,37	26.913.495,80	41.403.228,73	63.284.640,21
ING (U.T.)	113.550,00	178.923,31	275.521,52	421.397,60
ISLR (U.T.)	38.607,00	60.833,92	93.677,32	143.275,18
ISR (Bs.)/Año	5.791.049,79	9.125.088,57	14.051.597,77	21.491.277,67

Fuente: Odreman y Rojas (2015).

4.4.11 Flujos monetarios

Los flujos monetarios son todos los costos e ingresos que ocurren como consecuencia del estudio, implantación y operación de un proyecto. El flujo monetario neto (F_t) es la sumatoria algebraica de los flujos monetarios de un proyecto al final del año t . Los flujos netos monetarios del proyecto se calculan mediante la siguiente expresión:

$$F_t = IB_t - C_{opt} - ISR_t - CFI \pm CT_t + VR_t$$

En la siguiente tabla N° 35 se muestran los flujos monetarios netos

Tabla N° 35 Flujos monetarios netos

Año	2015	2016	2017	2018	2019
Ingreso Bruto (Bs./Año)		83.103.477,60	142.389.795,69	246.063.313,82	428.867.522,69
COP (Bs./Año)		-64.645.972,63	-114.133.190,29	-203.319.027,49	-364.241.824,88
ISR (Bs.)/Año		-5.791.049,79	-9.125.088,57	-14.051.597,77	-21.491.277,67
CF	-16.849.206,00				
CT	-1.563.690,00				1.563.690,00
VR					4.544.232,00
Flujo Neto	-18.412.896,00	12.666.455,18	19.131.516,83	28.692.688,56	49.242.342,14

Fuente: Odreman y Rojas (2015)

4.4.12 Rentabilidad del proyecto

4.4.12.1 Valor actual

Es el valor que expresa la rentabilidad de un proyecto de inversión en forma de una cantidad de dinero (Bs.) en el presente (t=0), que es equivalente a los flujos monetarios netos del proyecto a una determinada tasa mínima de rendimiento.

El valor actual representa el beneficio o pérdida equivalente en el punto cero de la escala del tiempo y se expresa matemáticamente de la siguiente forma:

$$VA(i) = \sum_{t=0}^n F_t(P/Si, t)$$

En este caso el proyecto será evaluado bajo una tasa de 40% la cual fue definida anteriormente como la tasa mínima de rendimiento.

Utilizando los flujos monetarios netos explícitos para determinar la rentabilidad del capital propio tenemos:

Para una $i = 40\%$

En la siguiente tabla N° 36 se muestra el valor actual del proyecto

Tabla N° 36 Valor actual del proyecto

Año	Flujos netos	P/S 40,n	Valor Actual (Bs./año)
0	-18.412.896,00		-18.412.896,00
1	12.666.455,18	0,71429	9.047.522,27
2	19.131.516,83	0,5102	9.760.899,89
3	28.692.688,56	0,36443	10.456.476,49
4	49.242.342,14	0,26031	12.818.274,08
	Valor Actual (Bs.)		23.670.276,73

Fuente: Odreman y Rojas (2015).

A través de los resultados obtenidos del Valor Actual (VA), implica que el proyecto de inversión es rentable, ya que cumple con la siguiente expresión:

$$VA(i) > 0$$

Es decir, que el proyecto genera un beneficio superior al mínimo exigido.

4.4.12.2 Tasa interna de retorno (TIR o i^*):

Expresa el beneficio neto anual que se obtiene en relación con la inversión pendiente por recuperar al comienzo de cada año. Esta relación, beneficio neto anual sobre inversión pendiente, se suele expresar en tanto por ciento y representa el interés anual que genera la inversión. La i^* , es aquella con la cual el proyecto tiene un VA o un EA de 0 Bs. en un tiempo de estudio determinado. Se procederá a hacer iteraciones tomando como punto de partida la TMR (40%), con un incremento en cada iteración según el VA se comporte acercándose a cero. Los resultados se presentan en las siguientes tablas:

Cálculos:

1era Iteración para una $i = 60\%$

Flujos netos	(P/S 60,4)	VA (Bs./año)
-18.412.896,00		-18.412.896,00
12.666.455,18	0,625	7.916.534,49
19.133.861,47	0,390625	7.474.164,64
28.695.730,88	0,24414	7.005.775,74
49.281.176,46	0,152587891	7.519.710,76
	Valor Actual	11.503.289,63

2da Iteración para una $i = 90\%$

Flujos netos	(P/S 90,4)	VA (Bs./año)
-18.412.896,00		-18.412.896,00
12.666.455,18	0,526316	6.666.555,36
19.133.861,47	0,277	5.300.079,63
28.695.730,88	0,14579	4.183.550,60
49.281.176,46	0,0767336	3.781.522,08
	Valor Actual	1.518.811,67

3era Iteración para una $i=100\%$

Flujos netos	(P/S 100,4)	VA (Bs./año)
-18.412.896,00		-18.412.896,00
12.666.455,18	0,5	6.333.227,59
19.133.861,47	0,25	4.783.465,37
28.695.730,88	0,125	3.586.966,36
49.281.176,46	0,0625	3.080.073,53
	Valor Actual	-629.163,15

Luego, haciendo las iteraciones necesarias se obtienen los siguientes resultados:

Iteración	i	VA (i) Bs.
1	90%	1.518.811,67
2	100%	-629.163,15

E interpolando se obtiene:

$$i^* = 90\% + 10\% \frac{1.518.011,67}{1.518.011,67 - 629.163,15}$$

$$i^* = 97,07\%$$

Debido a que la tasa interna de retorno (i^*) es mayor a la tasa mínima de rendimiento (i_{min}) se puede concluir que el proyecto es rentable.

$$i^* = 97,07\% > i_{min} = 40\%$$

4.4.12.3 Tiempo de recuperación de la inversión

El tiempo de pago (TP) es un modelo de evaluación que mide el tiempo, en años requeridos para que los flujos monetarios netos recuperen su inversión inicial a una tasa mínima de rendimiento igual a cero. El tiempo de pago se calcula mediante la siguiente expresión:

$$\sum_{t=0}^{T-1} Ft = 0$$

El tiempo de pago de este proyecto se realizara haciendo uso de la expresión de la siguiente manera:

$$t = 1 \quad - 18.412.896,0 + 12.666.455,18 = - 5.746.440,82$$

$$t = 2 \quad - 18.412.896,0 + 12.666.455,18 + 19.131.516,83 = 13.385.076,01$$

Los ingresos netos del proyecto recuperan la inversión inicial total del proyecto en el segundo año.

4.4.12.4 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es aquel nivel de actividad en el que la empresa ni gana, ni pierde dinero, su beneficio es cero, por lo tanto, el punto de equilibrio se alcanza cuando los ingresos y los costos son iguales. Por debajo de ese nivel de ventas la empresa tendría pérdidas, mientras que cuando el nivel de ventas se encuentra por encima, la empresa obtendrá beneficios.

La expresión matemática para calcular el punto de equilibrio es la siguiente:

$$Pequilibrium = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables Total}}{\text{Ingresos Totales}}}$$

En la tabla N° 38 se muestra el punto de equilibrio de todos los años en estudio. A continuación se muestra el cálculo tipo del punto de equilibrio para el año 1.

$$Pequilibrium = \frac{5.256.022,91}{1 - \frac{59.389.949,72}{83.103.477,60}} = 10.419.603,55 \text{ Bs./año}$$

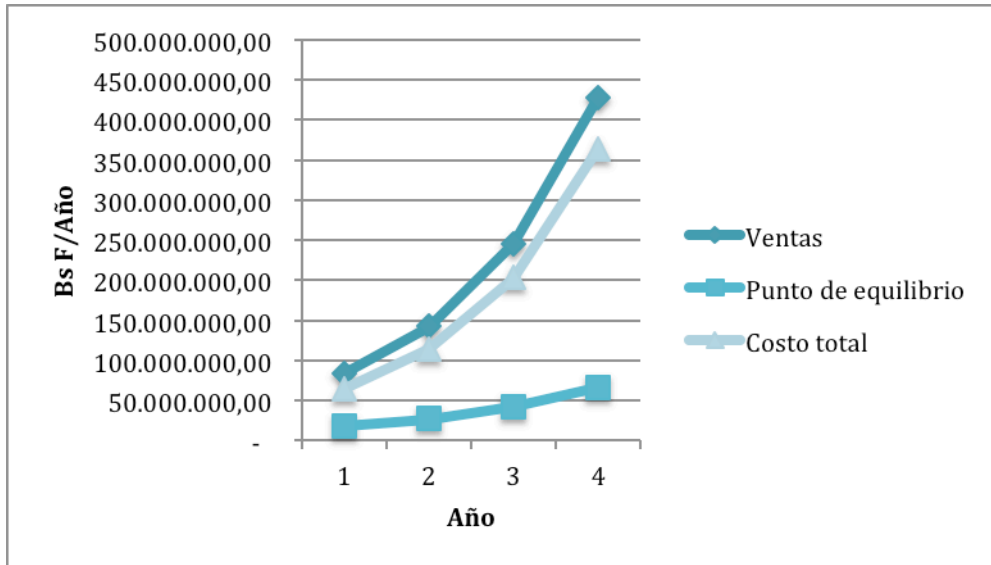
En la siguiente tabla N°37 se muestra el punto de equilibrio

Tabla N° 37 Punto de Equilibrio

	2016	2017	2018	2019
Costos Fijos (Bs.)	5.256.022,91	6.726.273,22	8.857.531,37	11.947.232,75
Costos variables (Bs.)	59.389.949,72	107.406.917,07	194.461.496,12	352.294.592,13
Ingresos Totales (Bs.)	83.103.477,60	142.389.795,69	246.063.313,82	428.867.522,69
Punto de Equilibrio (Bs.)	18.419.603,55	27.377.754,71	42.237.146,26	66.913.726,21

Fuente: Odreman y Rojas (2015).

Gráfico N16° Punto de equilibrio



Fuente: Odreman y Rojas (2015).

4.4.13 Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad determina la influencia de un parámetro o variable en la medida de rendimiento económico. Consiste en introducir cambios o variaciones en la variable (inversión inicial, ingresos brutos, costos operacionales, valor residual, tasa mínima de rendimiento) que se considera críticas dentro de un intervalo de interés, manteniendo el resto de las variables en su valor más probable o en su valor promedio con el fin de observar el efecto que producen tales cambios en la rentabilidad del proyecto de inversión. Tomando como variable crítica la tasa mínima de rendimiento (el porcentaje desfavorable y favorable que se varió fue el riesgo país en éste caso), los costos operacionales y los ingresos brutos de $\pm 20\%$.

Cabe destacar que el análisis de sensibilidad del proyecto representa más de una variable, por lo tanto los cambios de estas se hacen suponiendo independencia entre ellas.

Se puede observar en la Tabla N° 38 que el proyecto en estudio es sensible a variaciones mínimas (5%) del precio de venta. De la misma manera, es sensible a variaciones desfavorables (aumento del 10% en adelante) de los costos operacionales y a disminución de los ingresos brutos (a partir del 10%) por lo que el proyecto deja de ser rentable. Además se puede observar que el proyecto no es sensible a las variaciones en la tasa mínima de rendimiento (TMR) por lo que el proyecto en los porcentajes de cambio establecidos se mantiene rentable

promedio, con el fin de observar el efecto que producen tales cambios en la rentabilidad del proyecto de inversión.

Tomando como variable crítica el precio de venta, la tasa mínima de rendimiento, los costos operacionales y los ingresos brutos de $\pm 20\%$, se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla N° 38 Analisis de Sensibilidad

% de variación	Desfavorable				Actual	Favorable			
	20%	15%	10%	5%	0%	5%	10%	15%	20%
TMR	46	44	43	41	40	39	37	36	34
VA	19.295.016,06	20.670.804,78	21.388.525,76	22.886.196,01	23.670.276,73	24.476.471,57	26.162.800,83	27.044.878,44	28.892.135,10
IB	180.084.821,96	191.340.123,33	202.595.424,71	213.850.726,08	225.106.027,45	236.361.328,82	247.616.630,20	258.871.931,57	270.127.232,94
VA	-42.993.446,28	-26.327.515,53	-9.661.584,77	7.004.345,98	23.670.276,73	40.336.207,49	57.002.138,24	73.668.068,99	90.333.999,75
Cop	-223.902.004,59	-214.572.754,40	-205.243.504,20	-195.914.254,01	-186.585.003,82	-177.255.753,63	-167.926.503,44	-158.597.253,25	-149.268.003,06
VA	-30.993.336,89	-17.327.433,48	-3.661.530,08	10.004.373,33	23.670.276,73	37.336.180,14	51.002.083,54	64.667.986,95	78.333.890,35

Fuente: Odreman y Rojas (2015)

CONCLUSIONES

El presente proyecto de estudio de factibilidad técnico económica para la instalación de un punto de distribución directa de productos avícolas de la empresa avícola la Guasima resulta viable desde todos los puntos de vista de mercado, debido a la gran demanda insatisfecha existente en el municipio Valencia. De modo que, los aportes de este estudio tienen una gran importancia desde la perspectiva social, económica y académica. En efecto, en el ámbito social, la instalación de un punto de distribución directa le brindará una opción alternativa a la población de la Ciudad de Valencia, que enfrenta grandes limitaciones para la adquisición de los productos avícolas. De modo que, los ciudadanos podrán adquirir el producto a los precios regulados, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de la población.

El punto de distribución directa de productos avícolas de la empresa avícola la Guasima, estaría ubicado en la zona norte del municipio Valencia, sin embargo la idea de la empresa es expandir estos puntos de venta directa por los principales estados del país.

Desde el punto legal y ambiental al hacer una revisión se verificó y quedó comprobado que el proyecto está en conformidad con todas las leyes y normas pertinentes.

Con relación al estudio económico-financiero el proyecto es rentable, ya que a través del indicador de rentabilidad (VA) se pudo verificar que se genera beneficio, y con respecto a los aspectos técnicos, legales y ambientales, también es viable invertir.

Con el análisis económico-financiero se determinó que se trata de un proyecto FACTIBLE de las siguientes características: Valor Actual de Bs. 23.670.276,73, TMR= 40%, TIR= 97,07 % y un tiempo de recuperación de la inversión de 2 años.

Mediante un análisis de sensibilidad, se determinó que es un proyecto que no se mantiene rentable ante cambios desfavorables en los ingresos brutos y costos operacionales, sin embargo, no se ve afectado ante cambios en la tasa mínima de rendimiento.

RECOMENDACIONES

Se recomienda la inversión en la adecuación de una distribuidora de productos avícolas ya que se determinó que resulta rentable.

Si bien el proyecto es rentable, se recomienda para mantener e incrementar su rentabilidad, ampliar la cartera de productos avícolas a expender, como es el caso de los huevos, los cuales no están regulados y representan una oportunidad para la distribuidora de aumentar su margen de ganancias, con una inversión mínima ya que contarían con las instalaciones y la adecuación para poder vender un producto adicional.

Debido a la situación que atraviesa el país en estos momentos y al problema inflacionario en los productos no regulados; por ser el pollo una de las proteínas reguladas más económicas hasta el momento, se recomienda instalar el punto de Distribución ya que representa una oportunidad para la avícola La Guasima de posicionar su marca Que Pollo en el mercado de los consumidores valencianos, ya que con la ubicación de la distribuidora en un centro comercial concurrido de la ciudad y estratégico, la marca podrá conocerse ampliamente.

Se recomienda considerar el análisis de sensibilidad en la decisión que se tome con respecto al proyecto, referente a las variables que son susceptibles a cambios en el país como los costos de producción, ya que esto influiría en los ingresos brutos y en los costos operacionales, variables a las que el proyecto es sensible

REFERENCIAS

- Arias, Frida (2006). *El Proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica* (5ta ed.) Caracas: Episteme, C.A
- Arrestegui, Pablo. (2014). *Plan de negocio para la instalación de una granja avícola en la Provincia de Chachapoyas Departamento de Amazonas*. Trabajo de grado no publicado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo de Perú. [Resumen en línea]. Disponible: http://tesis.usat.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/212/1/TL_Arrestegui_Mori_PabloAlberto.pdf [Consulta: 2015, Julio 20]
- Asunción, Jenny., Cortez, María José y Hernández, Ana. (2010). *Propuesta de proyecto de apertura de sucursales en centros comerciales, metro centro y plaza mundo para restaurante dedicado a la venta de pollo rostizado y sus derivados*. Trabajo de grado no publicado, Universidad de El Salvador, San salvador. [Resumen en línea]. Disponible: <http://ri.ues.edu.sv/400/1/10136761.pdf> [Consulta: 2015, Junio 13]
- Baca Urbina, G. (2001). *Evaluación de Proyecto*. (4ª ed.). Mexico: McGraw. Hill.
- Balestrini, Miriam. (2006). *Cómo se elabora el proyecto de investigación* (7a.ed.). Caracas: Consultores Asociados.
- Bohórquez, W. (2008). *Otros problemas de comercialización en Venezuela*. [Documento en línea]. Disponible: <http://mercadeoagropecuario.superforo.net/t8-otros-problemas-de-comercializacion-en-venezuela> [Consulta: 2015, Julio 25]
- Callejas, Antonio. (2013). *Esquema de la producción avícola*. [Documento en línea]. Disponible: http://ocw.upm.es/produccion-animal/produccion-avicola/contenidos/TEMA_2/esquema-de-la-produccion-avicola [Consulta: 2015, Julio 22]
- Collazos, Julieth. y Carvajal, María. (2013). Estudio de factibilidad para el montaje y puesta en marcha de una empresa productora y comercializadora de huevos en*

- el Municipio de Mistrató Risaralda*. Trabajo de grado no publicado, Escuela de Tecnología Industrial Mistrató Risaralda, Colombia. [Resumen en línea]. Disponible: repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/11059/.../6581186132C697e.pdf [Consulta: 2015, Mayo 23]
- Federación Nacional de Avicultura de Venezuela. (FENAVI, 2015). *Estadísticas*. Disponible: enavi.com.ve/categoria/cifras-y-estadisticas/ [Consulta: 2015, Agosto 04]
- Friedmann, Alejandra y Weil, Betsabé. (2010). Producción avícola. Negocio en crecimiento. [Documento en línea]. Disponible: https://www.usaid.gov/sites/default/files/documents/1862/produccion_avicola.pdf [Consulta: 2015, Agosto 10]
- Garay, Oscar. y Henríquez, Samuel. (2011). *Diseño y propuesta de un plan de mercadeo orientado a la comercialización de productos sellados de fluidos para la empresa técnicas de fluido*. Trabajo de grado de Maestría, Universidad de El Salvador, San Salvador. [Resumen en línea]. Disponible: <http://www.redicces.org.sv/jspui/bitstream/10972/627/1/10137005.pdf> [Consulta: 2015, Julio 15]
- Glagovsky, Hugo. (2010). *Esto es FODA*. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.monografias.com/trabajos10/foda/foda.shtml> [Consulta: 2015, Julio 15]
- Guerra, Gerardo. (2012). *Análisis de costos de inversión*. [Documento en línea]. Disponible: http://rdoguerrar.bligoo.com.ve/media/users/18/921067/files/199198/AN_LISIS_DE_PROYECTOS_DE_INVERSI_N_-_INGENIERIA_FINANCIERA.pdf [Consulta: 2015, Agosto 22]
- Hernández, Javier. (2009). *Proyectos de pollos de engorde*. [Documento en línea]. Disponible: <http://lionxavi.blogspot.com/> [Consulta: 2015, Agosto 25]
- Hernández, Roberto., Fernández, Carlos., y Baptista, Pilar. (2006). *Metodología de la investigación*. (4ta. ed.). México: Mac Graw Hill.

- Hurtado, Jacqueline. (2010). *Metodología de la Investigación Holística*. (6ta. ed). Caracas: Quirón
- Lazara, Mirna. (2002). *Diseño de estrategias de comercialización*. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.gestiopolis.com/canales/demarketing/articulos/32/disenio.htm> [Consulta: 2015, Agosto 23]
- Meleán, R., Bonomie, M.E. y Rodríguez, G. (2008). Procesos productivos de la industria avícola zuliana: Fases de alimento, engorde y beneficio. *Revista Facultad de Agronomía LUZ*. [Revista en línea] 25: 160-184. Disponible: http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S0378-78182008000100009&script=sci_arttext [Consulta: 2015, Julio 13]
- Miller, Benjamín, (2013). *Producción Agrícola*. Trabajo de grado no publicado, Universidad Tecnológica Intercontinental de Paraguay. [Resumen en Línea] Disponible: http://www.utic.edu.py/investigacion/attachments/article/80/Benja.Miller_%20Tesis%20completa.pdf [Consulta: 2015, Agosto 10]
- Mora, Carlos. (2005). *Venezuela y su actual política de comercio exterior*. [Documento en Línea] Disponible: <http://www.gestiopolis.com/canales5/eco/veneysu.htm> [Consulta: 2015, Julio 5]
- Muñoz, Enrique. (2012). *Plan de marketing*. [Documento en Línea] Disponible: <http://es.slideshare.net/enrimuca/plan-de-marketing-100-montaditos-2013> [Consulta: 2015, Julio 5]
- Nadal, Carlos. (2012). *Explica la importancia que tiene para nuestro país las actividades agropecuarias*. [Documento en Línea]. Disponible: <https://es.scribd.com/doc/96437008/EXPLICA-LA-IMPORTANCIA-QUE-TIENE-PARA-NUUESTRO-PAIS-LAS-ACTIVIDADES-AGROPECUARIAS> [Consulta: 2015, Junio 08]
- Pardo, Jesús. (2009). *Factibilidad financiera y de mercado de un modelo de franquicia de stand de fresas con crema*. Tesis de Especialista, Universidad Simón Bolívar, Caracas. [Resumen en Línea]. Disponible: <http://159.90.80.55/tesis/000149979.pdf> [Consulta: 2015, Julio 05]

- Piñate, Pedro. (2008). *La producción nacional de pollo es 100% privada*. [Documento en Línea]. **Disponible:** <https://agronotas.wordpress.com/2008/04/14/la-produccion-nacional-de-pollo-es-100-privada/> [Consulta: 2015, Mayo 28]
- Prevete, Carmela. (2011). *Propuesta de creación de granja integral para mejorar la situación socio-económica de los productores en el Caserío Los Tanques del Municipio Araure, Estado Portuguesa*. Tesis de Magister, Universidad Centroccidental “Lisandro Alvarado”, Barquisimeto. [Resumen en Línea]. Disponible: http://bibadm.ucla.edu.ve/edocs_baducla/tesis/TGM_HD1483_P74_2011.pdf [Consulta: 2015, Junio 18]
- Ramírez, T. (2009). *Como hacer un proyecto de investigación*. Caracas: Panapo
- Ruiz, Benajmin. (2012), *Venezuela: sexto productor avícola de Latinoamérica* [Documento en Línea]. Disponible: <http://www.wattagnet.com/articles/11422-venezuela-sexto-productor-avicola-de-latinoamerica> [Consulta: 2015, Mayo 28]
- Sabino, C. (2009). *Propuesta de investigación*. Caracas: Panapo.
- Sánchez, Gabriela. (2009). *Propuesta de estrategias de comercialización para microempresas de dulces cristalizados de Santa Cruz Acapixca en la delegación Xochimilco*. Trabajo de grado de Maestría no publicado, Instituto Politécnico Nacional, México D.F. [Resumen en línea]. Disponible: <tesis.ipn.mx/jspui/bitstream/123456789/7242/1/46.pdf> [Consulta: 2015, Agosto 5]
- Suarez, Yhoanna. (2012). *Estudio de factibilidad económica para la creación de una empresa comercializadora de carnes empacadas al vacío en la Ciudad de Cabudare Municipio Palavecino del Estado Lara*. Tesis de Especialista, Universidad Centro Occidental Lisandro Alvarado, Barquisimeto. [Resumen en línea]. Disponible: http://bibadm.ucla.edu.ve/edocs_baducla/tesis/TGEHG4529suarez_2012.pdf [Consulta: 2015, Agosto 20]
- Tamayo, Mario. (2004). *El proceso de la investigación científica*. (4ta. ed.). México: Limusa

Thompson, Ivan. (2006). *Definición de empresa*. [Documento en línea]. Disponible: www.promonegocios.net/.../empresa-definicion-concepto.html [Consulta: 2015, Agosto 13]

Universidad Pedagógica Experimental Libertador [UPEL] (2011). *Manual de trabajos de grado de especialización y maestría y tesis doctorales*. Caracas: FEDEUPEL.

ANEXOS

ANEXO 1

(MODELO DE ENCUESTA)

ANEXO 2
(COSTO EQUIPOS Y UTENSILIOS)

ANEXO 3
(DESCRIPCIONES DE CARGO)

ANEXO 4
(NORMAS LEGALES Y AMBIENTALES)