

Área de Conocimiento de Agricultura
Programa Universidad en el Campo – UNICAM

PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE POLLO COOB 500 EN LA COMARCA CUSCUAS DEL MUNICIPIO DE LA LIBERTAD CHONTALES

Proyecto de graduación para optar al título de
Técnico Superior en Tecnologías Agroindustriales

Elaborado por:

Br. Vicente Antonio
Guzmán Miranda
Carnet
21-60034TJ

Br. Jaxson Ismael
Pichardo Rojas
Carnet
21-60041TJ

Br. Emiliano Santos
Zamora Flores
Carnet
21-60047TJ

Tutor:

Ing. Yervis
Yamil Acevedo
Díaz

Juigalpa, 03 de marzo 2024

MSc. Miguel Antonio Fonseca Chávez
Director Área de Conocimiento de Agricultura
Universidad Nacional de Ingeniería

REF.: Solicitud de aprobación de Tema de Proyecto de Culminación de estudios

Estimado Director:

Somos estudiantes del Técnico Superior en Tecnologías Agroindustriales UNICAM del Centro Universitario Regional UNI- Juigalpa, contamos con todos los requisitos necesarios para avanzar en el desarrollo de nuestro trabajo de culminación de estudios, por lo cual, nos dirigimos a usted con motivo de solicitar la aprobación del tema **"Producción y Comercialización de Pollo COBB 500 en la comarca Cuscuas del municipio de La libertad Chontales"**. Proponiendo como tutor al Ing. Yervis Yamil Acevedo Diaz.

Con este proyecto se realizará el desarrollo de un plan de producción que incluya la infraestructura necesaria, los recursos humanos requeridos realizando diseño de estrategias de comercialización adaptadas a las características del mercado local.

Objetivos Generales del Proyecto: Establecer un sistema integral de producción y comercialización de pollo COBB 500 en la comarca Cuscuas de La Libertad, Chontales, con el fin de satisfacer la demanda local de carne de calidad, contribuyendo al desarrollo económico sostenible de la región y proporcionando oportunidades de empleo e ingresos para la comunidad.

Sin más a qué hacer referencia nos despedimos y agradecemos de antemano, esperando de su parte una respuesta positiva.

E S Z F

Br. Emiliano Santos Zamora Flores
127-131100-1000V
21-60047TJ
Cel: 5807-2036

[Signature]

Br. Vicente Antonio Guzmán Miranda
628-271002-1000W
21-60034TJ
Cel: 8394-0681

J I P R

Br. Jaxson Ismael Pichardo Rojas
127-140794-1000L
21-60041TJ
Cel: 5888-0011

UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERIA
Coordinación de Culminación de Estudios F.T.C.
RECIBIDO
Nombre: CAAG
Fecha: 3/6/24
Hora: 11:54 am

Juigalpa, 27 de junio 2024

MSc. Miguel Antonio Fonseca Chávez
Director Área de Conocimiento de Agricultura
Universidad Nacional de Ingeniería.

Su despacho

Estimado Director reciba un cordial saludo de mi parte. El motivo de la presente es para hacer de su conocimiento que el trabajo de Proyecto de Culminación de estudios, UNICAM titulado: **PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE POLLO COBB 500 EN LA COMARCA CUSCUAS DEL MUNICIPIO DE LA LIBERTAD CHONTALES**. Cumple todos los requerimientos para que los Bachilleres, **Vicente Antonio Guzmán Miranda, Jaxon Ismael Pichardo Roja y Emiliano Santos Zamora Flores**, efectúen su exposición y defensa.

Agradeciendo de antemano la presente, me despido deseándole éxito en sus funciones

Cordialmente.



Ing. Yervis Yamil Acevedo Diaz
Tutor



REF.DACA.FCE.092.2024
Managua, 08 de mayo del 2024

Bachilleres

**EMILIANO SANTOS ZAMORA FLORES
VICENTE ANTONIO GUZMAN MIRANDA
JAXSON ISMAEL PICHARDO ROJAS**

Estimados Bachilleres:

Es de mi agrado informarles que su tema de **PROYECTO DE GRADUACIÓN**, titulado: **“PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE POLLO COBB 500 EN LA COMARCA CUSCUAS DEL MUNICIPIO DE LA LIBERTAD CHONTALES”**. Ha sido aprobado por el Director de Área de Conocimiento de Agricultura.

Asimismo, les comunico estar totalmente de acuerdo, que el **Ing. Yervis Yamil Acevedo Diaz**. Sea el tutor de su trabajo final.

La fecha de entrega de su documento final, debidamente revisado por el tutor guía será el **16 de Junio del 2024**.

Esperando puntualidad en la entrega del Proyecto de Graduación, me despido.

Atentamente



MSc. Miguel Antonio Fonseca Chávez
Director de Área de Conocimiento de Agricultura
DACA

CC: Archivo
Tutor – Ing. Yervis Yamil Acevedo Diaz.

Dedicatoria.

Dedicamos este trabajo a Dios, creador de todas las cosas, guardián de nuestros caminos, fuerza que nos sostiene en los momentos difíciles y luz que ilumina nuestro camino.

En este momento de culminación de un largo camino académico, queremos dedicar este trabajo a ti, Señor, por ser nuestra guía y nuestra fortaleza en cada paso que hemos dado. Sin tu amor y tu gracia, no habríamos llegado hasta aquí.

Gracias por tu constante presencia en nuestra vida, por darnos la sabiduría y la paciencia necesarias para enfrentar este desafío. Que este trabajo sea un pequeño gesto de gratitud hacia ti, y que todo el conocimiento adquirido en él sea utilizado para tu gloria y para el bien de la humanidad.

Que este trabajo sea una muestra de nuestro agradecimiento y nuestro amor hacia ti, oh Señor, y que pueda ser de bendición para quienes lo lean. En tu nombre, Amén.

Agradecimiento.

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a Dios, por darnos la fuerza y la sabiduría para completar este trabajo y por guiarnos en cada paso del proceso.

Agradecemos de manera especial a nuestro tutor, por su dedicación, paciencia y guía incondicional durante todo el desarrollo de este trabajo. Sus consejos y correcciones han sido fundamentales para alcanzar los objetivos propuestos.

También queremos agradecer a nuestros compañeros de clase, por su apoyo, motivación y por ser una fuente constante de inspiración. Gracias por compartir sus conocimientos y experiencias, y por estar siempre dispuestos a colaborar y ayudarnos en todo momento.

Agradecemos a nuestras familias por su amor incondicional, por creer en nosotros y por apoyarnos en cada decisión que hemos tomado. Su constante aliento y apoyo han sido fundamentales para llegar hasta aquí y para superar los desafíos que se presentaron en el camino.

Por último, queremos agradecer a todas las personas que de una u otra forma colaboraron en la realización de este trabajo. Su apoyo, consejos y palabras de aliento han sido de gran ayuda y han sido pieza clave en este proceso.

Gracias a todos por su invaluable contribución a este trabajo. Su apoyo y aliento han sido fundamentales en este camino y estamos profundamente agradecido por todo lo que han hecho por nosotros.

Resumen Ejecutivo.

Este proyecto plantea una solución a la creciente demanda de carne de pollo en el mercado local de La Libertad, Chontales, Nicaragua. La producción avícola nacional se encuentra dominada por dos grandes empresas, lo que limita la competitividad de precios y la calidad del producto disponible para los consumidores.

El objetivo general del proyecto es establecer una unidad de producción y comercialización de pollo Cobb 500 que abastezca el mercado local de La Libertad, ofreciendo un producto fresco, de alta calidad y a precios competitivos. Los objetivos específicos incluyen mejorar la eficiencia productiva, implementar buenas prácticas de manejo, establecer canales de comercialización y generar empleos en la región.

La oportunidad en el mercado radica en la población de 15,430 habitantes de La Libertad, con un 46.2% viviendo en la zona urbana. Además, la región cuenta con un clima y proveedores de materias primas favorables para la producción avícola. La propuesta de valor del proyecto se basa en la comercialización de pollo Cobb 500 de alta calidad, a precios competitivos y con un enfoque en la satisfacción del consumidor.

El ciclo del proyecto contempla las etapas de planificación, construcción de instalaciones, adquisición de equipos y materiales, capacitación de personal, producción y comercialización. Se ha desarrollado un marco lógico que define los objetivos, actividades, resultados esperados e indicadores de desempeño.

Índice de Contenidos

I.	Generalidades del Proyecto	1
1.1	Solución.....	1
1.2	Oportunidad en el mercado	2
1.3	Propuesta de valor.....	3
1.4	Ciclo del proyecto	3
II.	Marco lógico.....	5
2.1	Objetivos del proyecto	5
2.1.1	Objetivo general	5
2.1.2	Objetivos específicos.....	5
2.2	Activades del proyecto.....	6
2.2.1	Tiempo	10
2.2.2	Diagrama 1. Cronograma de actividades	10
2.2.3	Indicadores.....	11
2.3.1	Fuentes de datos.....	11
2.4	Instrumentos de recopilación de datos.	13
2.5	Procedimiento de recolección de datos	15
2.6	Periodicidad.	16
2.7	Validación de Datos	17
III.	Plan de negocio	18
3.1	Estudio de mercado	18
3.2	Análisis de mercado	19
3.3	Evaluación de la demanda.....	20
3.4	Análisis de la competencia	21
3.5	Análisis de precio.....	25
3.6	Canal de distribución.	25
3.6.1	Distribución Directa.	25
3.6.2	Distribución Indirecta	25
3.7	Estrategias de marketing	26
3.7.1	Branding y Posicionamiento.	26
3.7.2	Marketing Digital.....	27

3.7.3	Publicidad y Promoción.	27
3.8	Plan de producción	28
3.8.1	Proceso de producción.....	28
3.8.2	Descripción de las actividades.	29
3.9	Capacidad de producción.	30
3.10	Gestión de inventario.	30
3.11	Control de calidad.....	31
3.12	Planificación de producción.	32
3.13	Costos de producción.	34
3.14	Flexibilidad y escalabilidad.	35
3.15	Plan organización.	35
3.15.1	Estructura organizativa.....	35
3.15.2	Descripción de puestos.	36
3.15.3	Identificación de competencias clave.	36
3.15.4	Desarrollos de Capacidades.	37
3.16	Gestión y Recursos de presupuesto.	38
3.17	Inversión total.	41
3.18	Ingresos proyectados.....	41
3.19	Fuentes de financiamiento.....	41
3.20	Proyecciones financieras.	42
IV.	Cronogramas de actividades.....	48
VI.	Anexos.....	50
1.	Anexo 1. Encuestas.....	50
2.	Anexo2. TABLA DE REGISTROS GENERALES	52
3.	Anexo 3. Equipos.....	57

Índice de Figuras.

Figura 1.	Mapa Cuscuas.....	18
Figura 2.	Consumo de carne de pollo.	20
Figura 3.	Preferencia.	21
Figura 4.	Aspectos de producción.....	22
Figura 7.	Logo de la marca	26

Índice de Tablas.

Tabla1. Indicadores.	11
Tabla 2. Registros.....	12
Tabla 3. Costro de Producción.....	34
Tabla 4. Presupuesto de materiales.	39
Tabla 5. Costo de producción total.	40
Tabla 6. Preciso Históricos y Proyectados.	42
Tabla 7. Oferta histórica y proyectada.	42
Tabla 8. Estado resultado año 0.	43
Tabla 9. Estado Resultado por 5 años.	44
Tabla 10. Balance General.	45
Tabla 11.Presupuesto operativo.	45

I. Generalidades del Proyecto

1.1 Solución

A nivel Nacional la producción avícola en Nicaragua es autosuficiente y abastece al mercado doméstico. En materia de precios al consumidor se han mantenido relativamente estacionados, no obstante, las oportunidades de expandirse fuera del territorio no han sido posibles por trabas sanitarias o comerciales en la región centroamericana.

Las cifras oficiales indican que la producción de carne de pollo ha crecido en la última década. En Nicaragua la oferta de carne de pollo es prácticamente dominada por dos grandes empresas (Tip- top y pollo estrella) que compiten tras el reconocimiento de sus marcas y no precisamente por los precios ya que estos son similares. (Estivalia & Kersty, 2010)

Según el 19 digital en el año 2023 la producción de carne de pollo fue de 360 millones de libras, para un crecimiento de 5.9% en relación a lo registrado el año anterior (340 millones de libras en 2,022). Esta producción se obtuvo del sacrificio de 70.5 millones de aves. (El 19 Digital, s.f.)

Este proyecto de producción y comercialización de pollo se debe a la creciente demanda de este producto en el mercado local. Hoy en día, comer carne de pollo se ha convertido en una de las proteínas más populares entre los consumidores debido a su versatilidad, comodidad y bajo contenido en grasas en comparación con otras carnes.

Sin embargo, a pesar de la gran demanda de carne de pollo, la oferta local no siempre puede cubrirla de forma eficaz. Muchas veces los productos disponibles en el mercado no cumplen con los estándares de calidad requeridos. Por otro lado, la comercialización local de carne de pollo generalmente no es suficiente para abastecer completamente el mercado local, lo que crea oportunidades de entrada a este sector.

Este proyecto de producción y comercialización se plantea como una solución a estos problemas ya que nos permite ofrecer un producto fresco de alta calidad a precios competitivos en el mercado local. La producción avícola local apoyará la creación de empleo, contribuyendo así al desarrollo económico de la región.

1.2 Oportunidad en el mercado

La Libertad tiene una población actual de 15,430 habitantes, según la proyección (INIDE, 2008) para el año 2020 de la población total, el 50.9% son hombres y el 49.1% son mujeres. Casi el 46.2% de la población vive en la zona urbana, está ubicado en la parte norte del país departamento de Chontales, cuenta con Las principales actividades económico-sociales del municipio son: Sector Agropecuario, Minería (Au + Ag), comercio, servicios e infraestructura. (Ficha Municipal), siendo una oportunidad establecer negocios de comercialización de alimentos.

Así mismo se cuenta con un amplio mercado que se cuentan proveedores de diferentes materias prima, como alimentos para pollos, y materiales de construcción para llevar a cabo el proyecto. La producción de pollo es beneficioso en la zona ya que se cuenta con un clima que se califica como clima húmedo tropical, con temperatura media anual entre 25° y 27° C y precipitación anual entre los 1,200 y 2,000 mm.

Los distribuidores de carne de pollo en la zona son pollo tip-top, en pulperías que se encuentran distribuidas en toda la zona, llegando a agotar el producto rápidamente, siendo una oportunidad aprovecha de la demanda insatisfecha. Por otra parte, se cuenta con infraestructuras viales de fácil acceso hacia la comarca que facilitaría el transporte del producto.

El mercado de producción y comercialización de pollo es un negocio muy rentable hoy en día ya que la demanda de carne de pollo aumenta constantemente debido a su bajo costo y su alta calidad y versatilidad en la cocción. Además, la industria avícola ha introducido tecnologías avanzadas en la producción y procesamiento de pollo, mejorando la calidad y eficiencia de este sector.

Una oportunidad clave en este mercado es la creciente demanda de productos avícolas locales, como resultado de las preocupaciones sobre la calidad de los alimentos y el impacto ambiental de la producción avícola convencional. Asimismo, la creciente tendencia hacia dietas más saludables y sostenibles está impulsando la búsqueda de carne de pollo producida de forma más ética y sostenible.

1.3 Propuesta de valor

Nuestra propuesta de valor en la industria de producción y comercialización de pollo se basa en brindar a nuestros clientes:

El objetivo es criar pollos sanos y bien cuidados utilizando las mejores prácticas de alimentación y manejo para garantizar un producto final de excelente calidad. Ofreciendo a los clientes una amplia gama de productos de pollo, desde pollo entero hasta cortes especiales, listos para cocinar y comer, comprometidos a mantener excelentes relaciones con los clientes brindándoles un servicio personalizado y prestando atención a sus necesidades y preferencia, manteniendo precios competitivos en el mercado sin comprometer la calidad del producto. Velando por la transparencia en todo el proceso de cría y producción de los pollos, asegurando la trazabilidad de los productos desde el origen hasta la mesa del consumidor.

1.4 Ciclo del proyecto

1. **Identificación de la oportunidad:** En esta fase se identificó la oportunidad de negocio para la producción y comercialización de pollo. Para analizar la demanda y competencia se realizó estudio de mercado, se estimó los recursos necesarios y se determinó la viabilidad del proyecto.
2. **Diseño y planificación:** En esta fase se creó un plan de negocios detallado que incluye, entre otros: ubicación de la granja, infraestructura

requerida, equipo y maquinarias requerida, costo de producción, estrategia de marketing y más.

3. **Implementación:** Esta fase involucra la construcción de una granja avícola, la compra de equipos necesarios, la contratación de personal y el inicio de la producción avícola. Se establecerán procesos de producción, se implementará un sistema de control de calidad y se establecerán canales de venta.
4. **Operaciones:** En esta fase se realizará la producción de pollo, el mantenimiento de la granja y de los equipos, el control de la calidad del producto, la gestión de recursos humanos y la comercialización de pollo.
5. **Evaluación y seguimiento:** Se realizarán evaluaciones periódicas a lo largo del proyecto para medir el desempeño empresarial y tomar decisiones estratégicas. Se monitorean los costos, la calidad del producto y satisfacción del cliente y se realizarán cambios si es necesario.
6. **Mejora continua:** Con base a los resultados de evaluaciones e inspecciones, la empresa realizará mejoras continuas para optimizar procesos, reducir costos, mejorar la calidad del producto y aumentar la rentabilidad.
7. **Cierre del proyecto:** Cuando se complete el proyecto, se establecerán procesos de cierre adecuados. Se saldarán deudas, se venderán los activos si es necesario y se evaluarán los resultados para aprender de las experiencias y aplicarlas a proyectos futuros.

II. Marco lógico

2.1 Objetivos del proyecto

2.1.1 Objetivo general

1. Producir carne de pollos Cobb 500, mediante el proceso de crianza y faenado, cumplimiento las normativas establecidas y de calidad requerida, comercializando como una alternativa más en el mercado contribuyendo con el desarrollo económico de la localidad.

2.1.2 Objetivos específicos

1. Realizar estudio de mercado utilizando investigación básica, obteniendo así la demanda esencial del producto.
2. Elaborar el proceso productivo a través de las operaciones unitarias fundamentales de la avicultura, asegurando el equipo e infraestructura necesaria en el proceso productivo.
3. Desarrollar estrategias de marketing efectivas para promocionar y posicionar la marca en el mercado, aumentando la demanda y el interés comercial.

2.2 Activades del proyecto

Par la implementación del proyecto se ha considerado las siguientes actividades principales:

Como primera etapa se llevará el desarrollo de concepto, definiendo la idea del negocio su propuesta de valor y su modelo de negocio. Continuando con el Estudio de mercado, Investigando a cerca la producción y comercialización de pollo no se encuentran información, Realizando el debido estudio de mercado, a través de encuestas a los pobladores de comunidad con estos datos se realiza la cuantificación de la demanda y se obtendrá la demanda en la cual se puede iniciar con el proyecto.

La elaboración del proceso de producción se realiza a través de un diagrama de bloques destacando cada operación necesaria para obtener el producto final, esto como base para realizar cálculos las áreas necesarias de la infraestructura y los equipos a utilizar, así mismo la mano de obra necesaria. Todos los anteriores necesario para realizar el diseño del plano de las instalaciones necesarias, seguidamente la ubicación optima de la granja.

Obtenido el diseño se procede a realizar el cálculo de materiales necesarios, procediendo a realizar un presupuesto necesario a ser financiado logrando la construcción de las instalaciones y puesta de marcha de las actividades.

Para este proyecto tenemos las siguientes actividades fundamentales

1. Idea del proyecto:

Definir claramente la visión, misión y objetivos del proyecto de la granja avícola.
Identificar las necesidades del mercado y cómo el proyecto las abordará.

2. Plan de negocios:

Elaborar un plan de negocios que incluya la descripción del negocio, análisis del mercado, estructura organizacional, productos y servicios, estrategias de marketing, análisis financiero y proyecciones a corto y largo plazo.

3. Estudio de mercado:

Realizar una investigación exhaustiva del mercado para entender la demanda, la competencia, las tendencias del sector avícola y el perfil del consumidor. Utilizar encuestas, entrevistas y análisis de datos para obtener información relevante.

4. Cuantificación de la demanda:

Determinar la cantidad de producto que el mercado puede absorber. Estimar la demanda futura basándose en el estudio de mercado y en tendencias de consumo.

5. Elaboración del proceso de producción:

Diseñar y documentar cada etapa del proceso de producción, desde la incubación de los huevos hasta la entrega del producto final. Incluir medidas de control de calidad y estándares de producción.

6. Seleccionar equipos y herramientas necesarios:

Identificar y adquirir los equipos y herramientas indispensables para la operación de la granja, como incubadoras, comederos, bebederos, sistemas de ventilación, entre otros.

7. Calcular mano de obra necesaria:

Determinar el número de empleados necesarios para cada fase del proceso productivo. Definir roles, responsabilidades y perfiles de los trabajadores.

8. Diseñar plano de granja avícola según la producción:

Crear un diseño detallado de la granja que optimice el espacio disponible y facilite el flujo de trabajo. Incluir áreas para la incubación, crianza, alimentación, procesamiento y almacenamiento.

9. Selección de terreno para construcción:

Evaluar y seleccionar un terreno adecuado que cumpla con los requisitos de espacio, accesibilidad, disponibilidad de agua y otros recursos esenciales. Considerar también la ubicación geográfica respecto al mercado.

10. Cálculos de materiales para construcción y operatividad:

Estimar la cantidad y tipo de materiales necesarios para la construcción de las instalaciones y para la operatividad diaria. Incluir costos de materiales como madera, concreto, mallas, etc.

11. Elaboración de presupuesto de operatividad y materiales:

Realizar un presupuesto detallado que incluya todos los costos asociados al proyecto, tanto de capital inicial como de operatividad. Incluir costos de construcción, compra de equipos, insumos, salarios y otros gastos recurrentes.

12. Puesta en marcha de producción:

Implementar el plan de producción, instalando equipos y contratando personal. Comenzar con la producción inicial, asegurándose de seguir los estándares y procesos definidos.

13. Marketing y publicidad:

Desarrollar e implementar estrategias de marketing para promover los productos avícolas. Utilizar diversos canales de publicidad como redes sociales, ferias comerciales, y marketing directo para llegar al público objetivo.

14. Venta y distribución del producto:

Establecer canales de distribución eficientes para llevar el producto al mercado. Crear alianzas con minoristas, supermercados y otros puntos de venta. Implementar un sistema de logística para asegurar la entrega oportuna.

15. Estandarización de los procesos:

Desarrollar y documentar procedimientos estándar para todas las operaciones de la granja. Implementar sistemas de gestión de calidad para garantizar la consistencia y la calidad del producto.

16. Legal y regulaciones:

Asegurarse de cumplir con todas las normativas y regulaciones locales, estatales y nacionales relacionadas con la producción avícola. Obtener las licencias y permisos necesarios, y mantener registros adecuados para auditorías y controles

2.2.1 Tiempo

2.2.2 Diagrama 1. Cronograma de actividades

ACTIVIDADES DEL PROYECTO		Marzo 2024				Abril 2024				Mayo 2024				Junio 2024				Julio 2024				Agosto 2024				Septiembre 2024			
		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
I	Idea del proyecto	■	■																										
	Plan de Negocios			■	■																								
	Estudio de mercado				■																								
	Cuantificación de la demanda					■																							
II	Elaboración del proceso de producción.					■	■																						
	Seleccionar equipos y herramientas necesarios							■	■	■																			
	Calcular mano de obra necesaria									■	■																		
	Diseñar plano de granja avícola según la producción											■																	
	Selección de terreno para construcción.												■	■															
III	Cálculos de materiales para construcción y operatividad														■	■													
	Elaboración de presupuesto de operatividad y materiales															■	■												
	Puesta en marcha de producción																	■	■										
	Marketing y publicidad																		■	■									
	Venta y distribución del producto																				■								
	Estandarización de los procesos																						■						
	Legal y regulaciones																							■	■				

2.2.3 Indicadores.

Tabla1. Indicadores.

Indicadores	Medios de verificación
Cantidad de pollos Cobb inician el proceso de engorde.	Registro de la cantidad de pollos Cobb 500 adquirido por la granja al inicio del proceso de engorde
Cantidad de pollos Cobb 500 vendidos.	Registro de ventas de pollos Cobb 500
Conversión alimentaria.	Registro detallado de la cantidad de alimento consumido por etapas.
Ganancia del peso del pollo por lote.	Registro del peso por lote de pollo.
Índice de mortalidad	Registro del número de aves muertas
Sanidad de los pollos	Registro de vacunación y tratamiento

2.3.1 Fuentes de datos.

Fuente de datos primarias.

Hasta la fecha no se han encontrado informes gubernamentales específicos sobre la producción y comercialización avícola en Nicaragua. Sin embargo, cabe señalar que el pollo es uno de los productos más consumido en el país y representa gran parte de la industria avícola en Nicaragua.

La producción avícola en Nicaragua se ve afectada por una variedad de factores, incluidas enfermedades, fluctuaciones en los precios de los insumos y la competencia de los productos avícolas congelados. A pesar de estos desafíos, la avicultura en el país ha crecido de manera constante a lo largo de los años.

El gobierno nicaragüense implemento varias medidas para apoyar a los avicultores, como programas de subsidios, capacitación técnica y asistencia

avícola. De igual forma, se han establecidos regulaciones para asegurar la calidad e inocuidad de los productos de pollos en el mercado nacional e internacional.

Tabla 2. Registros.

Observaciones directas	Registros administrativos
Observación del proceso de producción de pollo en la granja avícola desde la cría de los pollitos hasta su engorde, sacrificio y posterior venta.	Registros de las instalaciones y equipos necesarios para la producción de pollo, así como su mantenimiento y reparaciones.
Observar las condiciones de salud y bienestar de las aves en la granja, así como las prácticas de manejo y alimentación utilizada.	Registro de la cantidad de pollitos adquiridos, su crecimiento y alimentación diaria. Registro de los costos asociados a la producción de pollos, incluyendo los gastos en alimentación, medicamentos y mano de obra.
Observar el proceso de comercialización de pollo, desde la recolección en la granja hasta su distribución.	Registro de las ventas de pollos, incluyendo la cantidad vendida, precios de ventas y utilidades netas obtenidas.
Observar el comportamiento de los consumidores al comprar pollo en las pulperías locales.	Registros de los clientes y proveedores involucrados en el proceso de producción y comercialización de pollo.

Fuentes de datos secundarias.

2.4 Instrumentos de recopilación de datos.

Guías de entrevista por cada indicador.

1. Guía de entrevista con el encargado de producción:

- a) ¿Cuántos pollos Cobb 500 se producen mensualmente en la granja?
- b) ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan en la producción de pollos?
- c) ¿Qué medidas se están tomando para aumentar la producción en el próximo trimestre?

2. Guía de entrevista con los clientes locales:

- a) ¿Cómo calificaría la calidad del pollo que comercializamos?
- b) ¿Está satisfecho con el servicio que ofrecemos?
- c) ¿Qué aspectos podríamos mejorar para satisfacer mejor sus necesidades?

3. Guía de entrevista con el encargado de estudios de mercado:

- a) ¿Qué porcentaje de la demanda base del producto se ha obtenido a través de los estudios de mercado?
- b) ¿Cuáles son los principales insights obtenidos de los estudios de mercado?
- c) ¿Qué estrategias se están implementando para aumentar la demanda en el mercado local?

4. Guía de entrevista con el encargado de operaciones:

- a) ¿Cuántas instalaciones son necesarias para llevar a cabo las operaciones de faenado del pollo?
- b) ¿Cómo se aseguran de que las instalaciones están funcionando de manera eficiente?
- c) ¿Qué planes tienen para expandir o mejorar las instalaciones en el futuro?

5. Guía de entrevista con el responsable de recursos humanos:

- a. ¿Se está cumpliendo el organigrama de recursos humanos definido para el proyecto?

- b. ¿Cuál es la estructura actual del equipo de trabajo?
- c. ¿Qué programas de capacitación o desarrollo se están implementando para el personal?

6. Guía de entrevista con el personal:

- a) ¿Están satisfechos con las condiciones laborales y el ambiente de trabajo?
- b) ¿Qué aspectos consideran que podrían mejorar en cuanto a las condiciones laborales?
- c) ¿Qué sugerencias tienen para mejorar el ambiente de trabajo?

7. Guía de entrevista con el gerente de ventas:

- a) ¿Cuál es la cantidad de ventas mensuales de los pollos comercializados en el mercado local?
- b) ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan en la comercialización del producto?
- c) ¿Qué estrategias se están implementando para aumentar las ventas en el próximo trimestre?

8. Guía de entrevista con el encargado de producción:

- a. ¿Cuál ha sido el porcentaje de aumento en la producción y comercialización de pollos en comparación con el año anterior?
- b. ¿A qué factores atribuyen este aumento en la producción?
- c. ¿Qué metas tienen establecidas para aumentar aún más la producción en el futuro?

9. Guía de entrevista con el gerente financiero:

- a) ¿Cuál es el índice de rentabilidad del proyecto de producción y comercialización de pollo?
- b) ¿Cuáles son los principales costos asociados al proyecto?
- c) ¿Qué estrategias se están implementando para aumentar la rentabilidad del proyecto en el próximo año?

2.5 Procedimiento de recolección de datos

1. Capacitación del personal: Todo el de recopilación de datos recibirá capacitación detallada para garantizar que comprendan el proceso de recopilación de datos y la importancia de la integridad y la confidencialidad de los datos en su uso.

2. Estandarización de los métodos de recolección: Se establecerá un protocolo de recopilación de datos claro y estándar para garantizar que se siga el mismo procedimiento en todas las situaciones de recopilación de datos. Esto incluye el uso de equipos y métodos de registros específicos, así como la definición de parámetros de medición.

3. Garantía de confidencialidad: Se implementarán medidas de seguridad y confidencialidad para proteger la información recopilada, asegurando que sólo el personal autorizado pueda acceder a la información. Se establecerán protocolos para garantizar el uso y la protección adecuada de la información.

4. Ética de manejo de la información: Se promoverá la transparencia, la honestidad y el respeto a la privacidad de las personas durante la recogida y utilización de los datos. Se garantizará el cumplimiento de las leyes y reglamento vigentes en materia de protección de datos personales y se obtendrá la aprobación de los participantes del proyecto.

La recolección en el proyecto de producción y comercialización de pollo se realizará utilizando métodos y protocolos específicos que garanticen la integridad, confidencialidad y ética en el uso de los datos recolectados. Esto nos ayudará a obtener información confiable y relevante para la toma de decisiones y éxito en el proyecto.

2.6 Periodicidad.

Basándonos en la fecha de inicio y finalización de cada una de las actividades del proyecto, se establecerán la siguiente periodicidad para la recopilación de datos:

- **Durante el estudio de mercado:** Se recopilarán datos mensualmente para monitorear la demanda y la competencia.
- **Durante la adquisición del terreno y la construcción de las instalaciones:** Se recopilarán datos quincenalmente para asegurar que el proyecto avance según lo planificado.
- **En la adquisición de materiales y equipos:** Se recopilarán datos cada tres semana para verificar que se están adquiriendo los recursos necesarios en tiempo y forma.
- **Durante el proceso de selección y compra de aves:** Se recolectarán datos semanalmente para garantizar que está cumpliendo con el cronograma establecido.
- **Durante el proceso de alimentación y cuidado de las aves:** Se recopilarán datos semanalmente para asegurar que las medidas de cuidado y alimentación son adecuadas.
- **Durante el proceso de sacrificio y procesamiento de la carne de pollo:** Se recopilarán datos constantemente para verificar que el proceso se realiza de manera eficiente y en óptimas condiciones.
- **Durante el empaclado y etiquetado del producto:** Se recopilarán datos constantemente para garantizar que el producto final cumpla con los estándares de calidad establecidos.
- **En la evaluación de resultados:** Se recopilarán datos al finalizar el periodo de evaluación para analizar el desempeño de su proyecto en su totalidad.

2.7 Validación de Datos

1. **Verificación de la información de los proveedores:** Es importante verificar la información de los proveedores de materias primas como alimentos para los pollos para garantizar que cumplan con los requisitos de calidad e inocuidad para la producción.
2. **Control de inventario:** Es fundamental realizar una verificación detallada del inventario de equipos de producción, alimentación de las aves para garantizar el cumplimiento de los registros y evitar errores que puedan ingresarse en el almacén de datos.
3. **Monitoreo de mercado:** Monitorear las ventas del producto a través de varios canales de comercialización, como supermercado, mercados locales y proveedores, para garantizar que los datos de ventas sean consistentes en todos los mercados.
4. **Registro de producción:** Es necesario mantener un registro detallado de la producción de pollo, incluida la información como el número de aves, el peso promedio, los costos de producción y los ingresos para verificar los datos registrados durante la producción.
5. **Análisis de datos:** Es importante realizar un análisis periódico de los datos recopilados en el proyecto, comparando datos de diferentes fuentes para identificar diferencias o posibles errores en los datos.

Esto ayudará a tomar decisiones informadas y aumentar la eficiencia durante todo el proyecto.

III. Plan de negocio

3.1 Estudio de mercado

El siguiente estudio para el proyecto de Innovación se realizó en la comarca Cuscua departamento de Chontales, municipio de Santo Domingo.

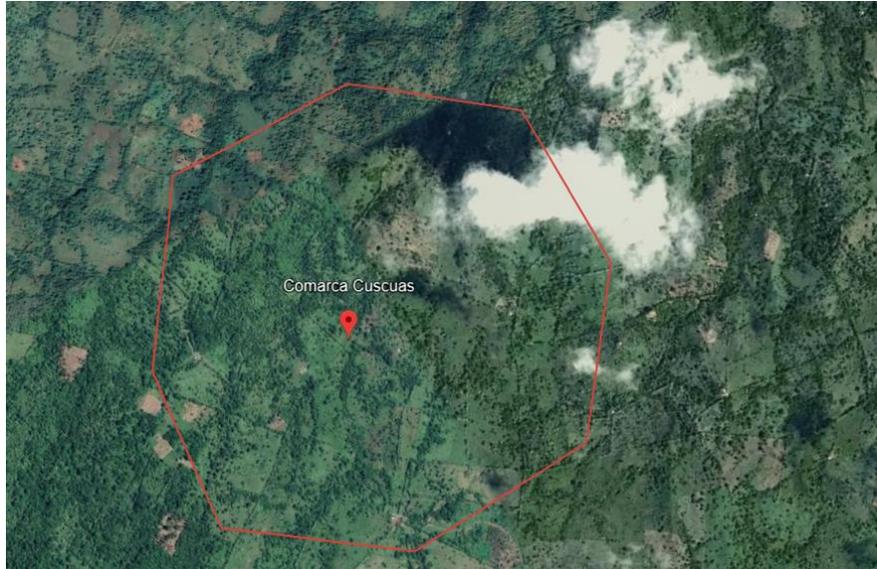


Figura 1. Mapa Cuscuas.

La investigación de mercados que se realice debe proporcionar información que sirva de apoyo para la toma de decisiones, y en este tipo de estudios la decisión final está encaminada a determinar si las condiciones del mercado no son un obstáculo para llevar a cabo el proyecto. (Gabriel, 2010)

La investigación que se realice debe tener las siguientes características:

- a) La recopilación de la información debe ser sistemática.
- b) El método de recopilación debe ser objetivo y no tendencioso.
- c) Los datos recopilados siempre deben ser información útil.

d) El objeto de la investigación siempre debe tener como objetivo final servir como base para la toma de decisiones.

3.2 Análisis de mercado

Para la elaboración de proyecto se recopiló información de fuentes primarias.

Según (Gabriel, 2010), Las fuentes primarias de información están constituidas por el propio usuario o consumidor del producto, de manera que para obtener información de él es necesario entrar en contacto directo.

La fórmula para calcular el número de encuestas es la siguiente:

$$n = \frac{NZ^2pq}{E^2(N-1) + Z^2pq}$$

N = población total

Z = distribución normalizada. Si Z = 1.96 el porcentaje de confiabilidad es de 95%

p = proporción de aceptación deseada para el producto. (utilizaremos 80%)

q = proporción de rechazo. (utilizaremos 20%)

E = porcentaje deseado de error (5%)

La población total no se refiere a la de un país, estado o municipio. Se refiere a la población que en teoría podría ser encuestada. Para la comarca de Cuscuas que cuenta con 128 familias compuesta de 4 a 5 miembros de la familia un estimado de 450 personas, considerando que 2 de ellos son mayores edad a entrevistar a 230 personas.

$$n = \frac{230 * (1.96)^2 * (0.8)(0.2)}{(0.05)^2(230 - 1) + (1.96)^2(0.8)(0.2)} = 119.08 = 120$$

El resultado para realizar la encuesta es de 120 personas, utilizando la plataforma de Microsoft forms.

3.3 Evaluación de la demanda

Encuesta a pobladores de la comunidad Cuscucas, el Ayote.

La información que se proporcionó será utilizada para conocer el grado de aceptación en el mercado del producto de la carne de pollo y será utilizada para saber la rentabilidad del negocio.

Nombre del encuestado (a): _____

Edad: _____ Sexo: _____

1. ¿Consume usted regularmente la carne de pollo?

Diario: _____ Semanal: _____ Quincenal: _____ Mensual: _____

2. ¿Cuál carne de pollo de engorde prefiere, la producida en la comunidad o la traída de la ciudad?

La comunidad: _____ La Ciudad: _____

3. ¿Qué aspectos prefiere en la carne de pollo producida en la comunidad?

Calidad _____ precio _____ presentación _____ peso _____ otros _____

4. ¿Qué clase de producción es de su preferencia, por la calidad de la carne de pollo que se obtiene?

Carne de pollo criollo _____ Carne de pollo de granja _____

5. ¿Dónde adquiere actualmente el producto traído de la ciudad?

Pulpería _____ Supermercado _____

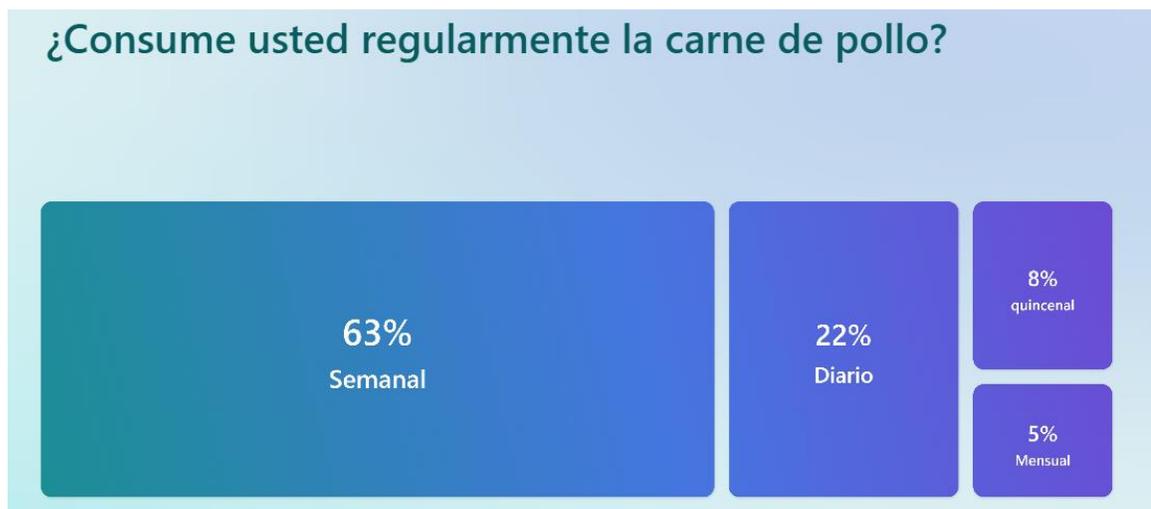


Figura 2. Consumo de carne de pollo.

El consumo de carne de pollo por persona se considera de 1 libra por persona según los resultados de la figura 1, 63 % consumen semanal que implica que las 283 personas consumen semanal, ($450 \times 0.63 = 283$), lo que corresponde a 283 libras semanal.

El 22% consume diario que implica que las 99 personas consumen diario carne de pollo referente a 99 libras diaria resultando 693 libras a la semana, de igual manera el 8% consume quincenal que corresponde a 36 libras cada dos semanas, y mensual 22 personas consumen pollo que es 22 libras cada 4 semanas, como resultado se muestra que 999.5 libras semanal es la demanda de carne de pollo.

El peso en libras de carne de pollo es de 8.36 lb promedio, esto para una producción de 120 pollos diarios y 480 pollo semanal. La producción de pollo para dar inicio al proyecto se estimada de 120 pollo semanales, con una participación del 25% de la demanda actual, mejorando los procesos y aumentando la producción.

3.4 Análisis de la competencia

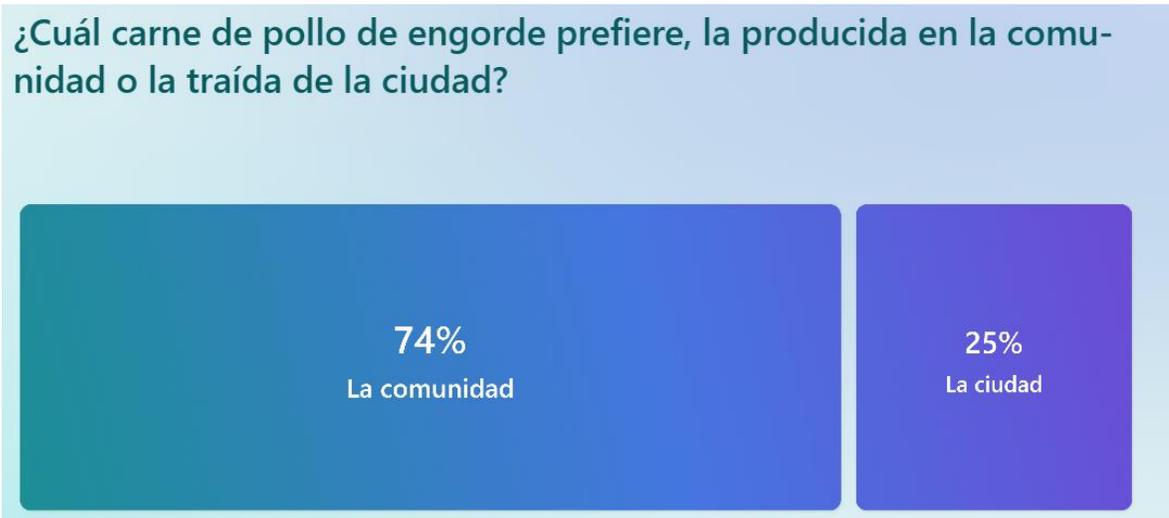


Figura 3. Preferencia.

Según los porcentajes proporcionados, se puede observar que el 74% de los consumidores en la comunidad prefieren comprar este producto en la comunidad, mientras que el 25% restante opta por adquirirlo en la ciudad. Esto sugiere que la demanda de pollo en la comunidad es significativamente mayor que en la ciudad.

Esta preferencia por comprar pollo en la comunidad puede atribuirse a varios factores, como la conveniencia de tener acceso a productos fresco y de calidad, la confianza en la calidad de los productos provenientes de la comunidad, y posiblemente, el apego a la tradición y la cultura local.

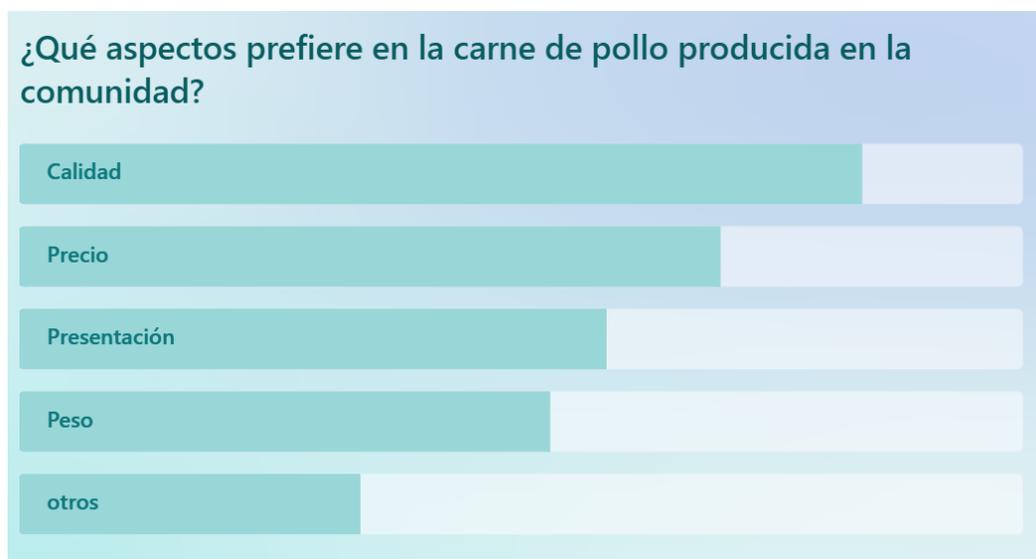


Figura 4. Aspectos de producción.

Según los porcentajes proporcionado en la comunidad, los clientes han demostrado tener una preferencia clara por la calidad de la carne de pollo. Esta elección se debe a las múltiples ventajas que ofrece este tipo de carne, como su versatilidad en la cocina, su bajo contenido de grasa y su alto valor nutricional. Además, la carne de pollo es una opción económica y accesible para muchas familias, lo que la convierte en una opción popular en los hogares. Por estas razones, nos esforzaremos en ofrecer a nuestros clientes la mejor calidad de carne de pollo, manteniendo altos estándares de higiene y calidad en nuestros productos usando las buenas prácticas de manufactura y otras normativas de calidad que se requiere para la elaboración del producto.

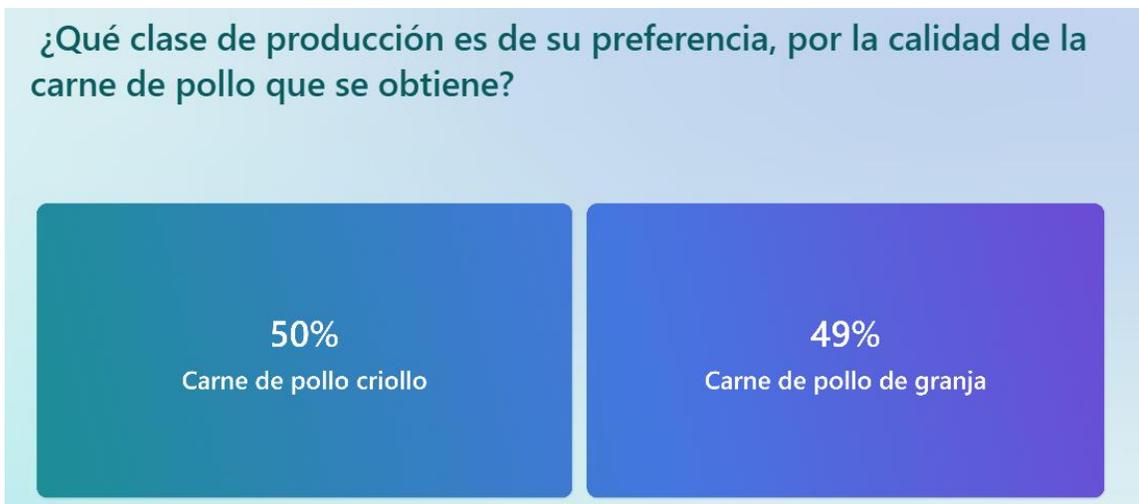


Figura 5. Preferencia de producción.

El hecho de que la comunidad prefiera un 50% de carne de pollo criollo y un 49% de carne de pollo de granja puede indicar una preferencia por una dieta más saludable y sostenible.

La carne de pollo criollo generalmente se considera más natural y menos procesada que la carne de pollo de granja, lo que puede ser atractivo para aquellos que buscan opciones de alimentos más sanas. Además, el pollo criollo suele ser criado de manera más ética y sostenible, lo que puede ser un factor importante para las personas preocupadas por el bienestar animal y el impacto ambiental de su dieta.

La ligera preferencia por la carne de pollo de granja también puede sugerir que la comunidad valora la diversidad en sus opciones de alimentos y está dispuesta a pagar un poco más por productos de mayor calidad y sabor.

En general, esta preferencia por una mezcla equilibrada de carne de pollo criollo y de granja indica una preocupación por la calidad de los alimentos y el bienestar animal, además de la sostenibilidad y la diversidad en la dieta.

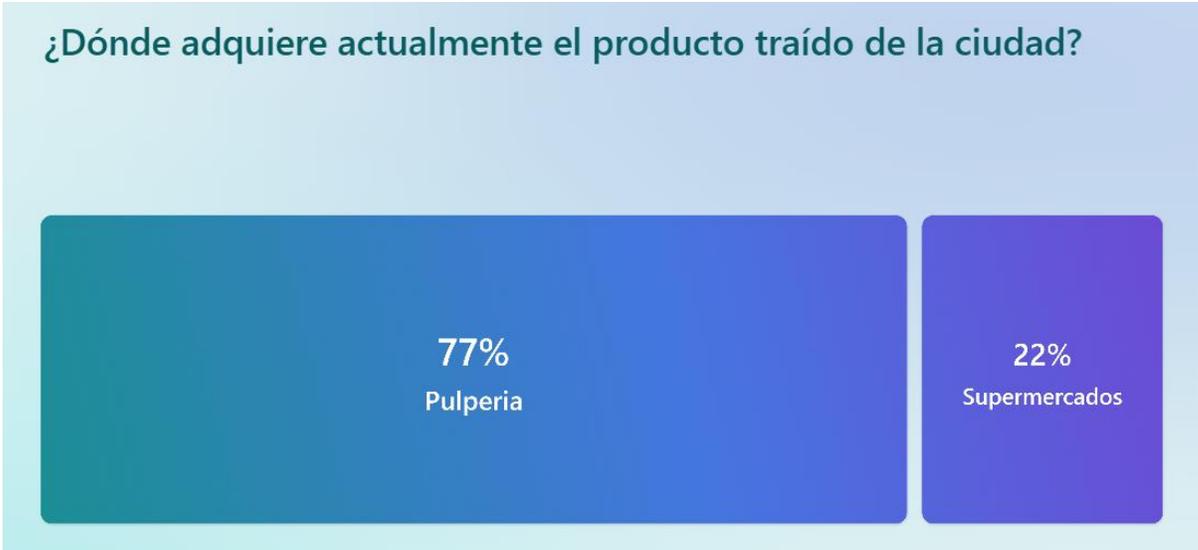


Figura 6. Lugares de compra.

Según los datos proporcionados, el 77% de las personas adquieren la carne de pollo en la comunidad, mientras que el 22% la adquiere en supermercados. Esto indica que la mayoría de las personas prefieren comprar la carne de pollo en la comunidad en lugar de en supermercados.

Este hecho puede atribuirse a varios factores, como la conveniencia de comprar cerca de casa, la percepción de mayor frescura y calidad en la carne de pollo de la comunidad, o posiblemente a motivos económicos, ya que en algunos casos los precios de la carne de pollo en supermercados suelen ser más altos.

Es importante que la compra en la comunidad contribuye al desarrollo económico de la misma, generando empleo y fomentando la economía local. Además, es posible que la carne de pollo adquirida en la comunidad sea más fresca y de mejor calidad en comparación con la de los supermercados.

Estos datos sugieren que la mayoría de las personas prefieren comprar carne de pollo en la comunidad en lugar de en supermercados, lo que puede tener implicaciones positivas tanto económicas como de calidad del producto.

3.5 Análisis de precio.

En los últimos años los precios de la carne de pollo son variante, debido al alza de los insumos y materias prima (pollo). Se establecerán los precios de acuerdo a los costos de producción y teniendo un margen de ganancia moderado, se aplicará la política de descuentos por la cantidad de producto a comprar.

El margen de ganancia de este proyecto de producción y comercialización de pollos es de 24.32%. por lo que vemos rentable la ejecución del proyecto.

3.6 Canal de distribución.

3.6.1 Distribución Directa.

1. Venta en la granja: Vender directamente desde la granja a los consumidores locales. Esta opción puede incluir ventas en la granja misma o a través de mercados locales.
2. Mercados de agricultores: Participar en mercados de agricultores donde puedas vender directamente a los consumidores.
3. Venta en línea: Utilizar plataformas en line para vender el producto.

3.6.2 Distribución Indirecta

1. Minoristas locales: Vender a supermercados, tiendas de abarrotes, y carnicerías locales que luego venderán el pollo a los consumidores.
2. Restaurantes y hoteles: Establecer relaciones comerciales con restaurantes y hoteles locales que requieran un suministro regular de pollo fresco.
3. Procesadoras de alimentos: Vender a empresas que procesen el pollo para producir productos derivados como nuggets, embutidos, etc.

Los pedidos se realizarán mediante llamadas celulares, mensajes WhatsApp y a través de visitas personalizadas a aquellos clientes fuertes en compras.

3.7 Estrategias de marketing

Para la producción de pollo en la comunidad de Cuscuas se considera las siguientes estrategias de Marketing:

3.7.1 Branding y Posicionamiento.

Desarrollo una marca sólida: Creación de una marca que refleje la calidad y los valores del producto.

Para ello tenemos:

Nombre: **KIMDOM POLLO**



Figura 7. Logo de la marca

3.7.2 Marketing Digital.

Se establecerá un número de telefónico para comunicación directa con los clientes y ser utilizado para la publicidad.

Se elaborará una página de comercial en Facebook, Instagram y WhatsApp subiendo publicidades semanalmente, donde se ofrezca el producto.

3.7.3 Publicidad y Promoción.

Publicidad local a través de la radio de la comunidad, brindando números telefónicos páginas web y dirección.

3.8 Plan de producción

3.8.1 Proceso de producción

Se presenta el flujo de producción donde se considera todo el proceso de producción que se requiere en el engorde de pollos

Diagrama 2: Flujo de producción.



3.8.2 Descripción de las actividades.

1. Preparación del galpón para la recepción de los pollitos.

Mejorar las condiciones del piso, proporcionar agua que se proporcione al pollito debe estar bien limpia o templada al ambiente interior del galpón.

2. **Recepción de pollitos:** Llevar al galpón los 120 pollitos. Regular las campanas según el comportamiento, si se amontonan debajo de las campanas quiere decir que les falta calor, si no hay muchos pollitos debajo de la campana hay que reducir el calor.

3. **Crianza de pollitos:** Proveer una dieta balanceada y acceso constante a agua limpia, control de enfermedades y vacunación, ajustar el espacio según sea necesario y mantener el registro detallado.

4. **Engorde de los pollos:** Para el proceso lo único que se realizara seria darles a los pollos el alimento de engorde de 35 a 40 días, tanto para el crecimiento como para el engorde, siempre debe verificarse que tenga la cantidad de alimento necesario y agua suficiente.

5. **Faenado de los pollos:** Se deberá verificar la limpieza adecuada de los utensilios que se van a utilizar en este proceso, ya que se realizara el faenado de una cantidad de 120 pollos.

7. **Distribución de la carne de pollo:** Antes de realizar este proceso se deberá almacenar la carne de pollo en refrigeradores de gran capacidad, luego se las distribuye a los diferentes centros de consumo.

8. **Ventas del producto:** Se realizará la venta del producto a los clientes y consumidor final.

3.9 Capacidad de producción.

La capacidad de producción de este proyecto dependerá de varios factores, como el tamaño de la granja avícola, la tecnología utilizada, el personal disponible y los recursos financiero invertidos.

En este sentido, se estima que la capacidad de producción inicial será de 120 pollos semanalmente, siendo un total de 480 pollos en el mes, considerando una participación del 25 % del mercado según la demanda. Sin embargo, con la implementación de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y nuevas tecnologías eficientes, se espera aumentar progresivamente esta capacidad para alcanzar una producción de aproximadamente 600 pollos en el primer año.

Para lograr esto, se establecerán procesos de producción eficientes que permitan maximizar la producción de pollo, garantizando al mismo tiempo la calidad y el bienestar de las aves. Además, se hará un seguimiento continuo de los indicadores de producción para identificar oportunidades de mejora y optimización.

3.10 Gestión de inventario.

1. Política de inventario de materia prima:

- Se establecerán niveles mínimos y máximos de inventarios para cada materia prima utilizada en el proceso de producción.
- Se realizará un seguimiento continuo de los niveles de inventario para garantizar un abastecimiento oportuno y evitar atrasos de producción.
- Se establecerán acuerdos con proveedores para garantizar la disponibilidad y la calidad de la materia prima.

2. Política de inventario del producto en proceso:

- Se determinarán los tiempos de producción de cada etapa del proceso para establecer los niveles de inventarios necesarios.

- Se realizarán inspecciones periódicas para garantizar la calidad del producto en proceso.

3. Política de inventario de productos terminados:

- Se establecerán niveles mínimos y máximos de inventario de productos terminados para garantizar la disponibilidad de stock para satisfacer la demanda del mercado.
- Se establecerán políticas de rotación de inventario para evitar la obsolescencia de productos.
- Se establecerán estrategias de promoción y venta para agilizar la salida del producto terminado y evitar excesos de inventario.

La gestión de inventarios será clave para garantizar la eficiencia en la eficiencia en la producción y la satisfacción de la demanda del mercado en el proyecto de producción y comercialización de pollo.

3.11 Control de calidad.

1. Establecimiento de criterio de calidad: Se definirán los estándares de calidad que deberán cumplir el pollo fresco en cuanto a aspectos como frescura, textura, color, olor, sabor, entre otros.

2. implementación de medidas de control: Se establecerán procedimientos y técnicas de control de calidad durante todo el proceso de producción, desde la cría y engorde de los pollos hasta la distribución del producto final. Esto incluye la inspección visual, el uso de equipos necesarios.

3. Capacitación del personal: Se capacitará al personal involucrado en la producción y comercialización del pollo fresco en técnicas de control de calidad, identificación de defectos y acciones correctivas.

4. Establecimiento de registro y seguimiento: Se llevará un registro de los resultados de las inspecciones de calidad realizadas a lo largo del proceso, para identificar tendencias y tomar acciones preventivas y correctivas si es necesario.

5. Mejora continua: Se establecerán programas de mejoras continuas para optimizar los procesos de control de calidad y garantizar la satisfacción al consumidor.

6. Auditorías internas y externas: Se realizarán auditorías periódicas para verificar el cumplimiento de los estándares de calidad y las medidas de control establecidas, tanto por partes de personal interno como de entidades externas certificadoras.

7. Comunicación con proveedores y clientes: Se establecerá una comunicación fluida con los proveedores de insumos y los clientes finales para asegurar el cumplimiento de los estándares de calidad en todas las etapas de la cadena de producción y distribución.

3.12 Planificación de producción.

Objetivo: Maximizar la eficiencia de la producción de pollo para satisfacer la demanda del mercado de manera rentable.

1. Actividades de producción a corto plazo (semana a semana):

- a) Programación de la recepción de materias primas (alimentación para pollos, medicamentos, etc.) para asegurar un suministro constante y oportuno.
- b) Programación de la producción diaria de acuerdo con la demanda del mercado y optimizando la utilización de la mano de obra disponible.
- c) Supervisar la calidad del producto final y realizar ajustes en los procesos de producción según sea necesario.

2. Actividades de producción a medio plazo (mes a mes):

- a) Realizar un inventario de los recursos disponibles (materias primas, equipos, mano de obra) y planificar su utilización a lo largo del mes.
- b) Programar las tareas de mantenimiento preventivo de los equipos para evitar posibles paradas no programadas.
- c) Coordinar con los proveedores para asegurar un suministro constante de materias primas y evitar posibles interrupciones en la producción.

3. Actividades de producción a largo plazo (trimestralmente):

- a) Evaluar la demanda del mercado y realizar proyecciones para determinar la necesidad de expansión de la capacidad de producción.
- b) Analizar los costos de producción y buscar oportunidades para mejorar la eficiencia y reducir los costos.
- c) Realizar un análisis de riesgos para identificar posibles problemas en la cadena de suministro y desarrollar planes de contingencia.

4. Recursos necesarios:

- a) Mano de obra calificada en las áreas de producción, mantenimiento y control de calidad.
- b) Materias primas de alta calidad para garantizar la producción de pollo de buena calidad.
- c) Equipos de producción y mantenimiento en óptimas condiciones.

5. Horarios de producción:

- a) Mantenimiento preventivo de equipos los fines de semana.
- b) Control de calidad del producto final al final de cada jornada de trabajo.

Con este plan maestro de producción, se busca garantizar la eficiencia en la producción de pollo, satisfaciendo la demanda del mercado, optimizando el uso de los recursos disponibles y asegurando la rentabilidad del producto.

3.13 Costos de producción.

Para realizar los costos de producción se procedió a la consulta de la materia prima en el mercado nacional, siendo que exista alguna deferencia de costos no muy relevante.

Tabla 3. Costro de Producción.

Materia Prima	Cantidad	Unidad De Medida	Costo Unitario C\$	Costo Total C\$	Costo Total Por Pollo C\$
Pollos recién nacidos	120	Unidad	C\$ 35.00	C\$ 4,200.00	C\$ 35.00
Concentrado de pre-inicio	0.52	Quintal	C\$ 1,413.00	C\$ 734.76	C\$ 6.12
Concentrado de inicio	3.18	Quintal	C\$ 1,413.00	C\$ 4,493.34	C\$ 37.44
Concentrado de engorde	9.24	Quintal	C\$ 1,380.00	C\$ 12,751.20	C\$ 106.26
Probiolyte	8	Unidad	C\$ 27.00	C\$ 216.00	C\$ 1.80
Vacuna triple aviar	2	Unidad	C\$ 203.00	C\$ 406.00	C\$ 3.38
Erictrocmisina	2	Unidad	C\$ 295.00	C\$ 590.00	C\$ 4.92
Virkon	2	Unidad	C\$ 150.00	C\$ 300.00	C\$ 2.50
Subtotal costo de producción.				C\$ -	C\$ -
			Mensual	C\$ 23,691.30	C\$ 197.43
Gastos de producción.			480 pollos	C\$ 94,765.20	
Mano de obra directa.				C\$ 12,000.00	C\$ 25.00
Costos indirectos.				C\$ 829.19	C\$ 1.72
Subtotal de gastos de producción.				C\$ 12,829.19	C\$ 26.72
Total, De Costos De Producción.				C\$ 107,594.39	C\$ 224.15

3.14 Flexibilidad y escalabilidad.

Para lograr esto, se analizará detalladamente el mercado y las tendencias de consumo para poder anticipar posibles cambios en la demanda. Esto permitirá ajustar la producción según sea necesario, ya sea aumentando o disminuyendo la cantidad de pollo producido.

Se toma en cuenta la producción de huevo, en el futuro modificando la producción con gallinas ponedoras, comercializando huevo en la zona. Que es de alto consumo y en la dieta de los pobladores.

Además, se buscará implementar tecnología y procesos eficientes que permitan escalar la producción de manera rápida y sencilla, sin necesidad de realizar grandes inversiones en infraestructura. Se podría considerar la implementación de líneas de producción modulares que puedan ser fácilmente ampliadas o reducidas según las necesidades del negocio.

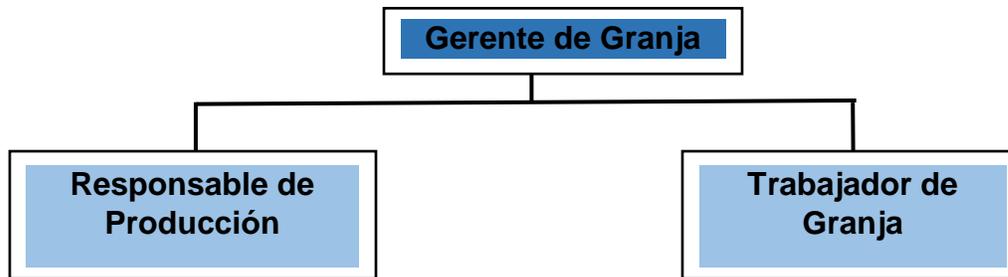
Por otra parte, se trabajará en la capacitación del personal para que pueda adaptarse rápidamente a cambios en los procesos de producción, y se fomentará una cultura de mejora continua que permita identificar oportunidades de optimización en el plan de producción.

3.15 Plan organización.

3.15.1 Estructura organizativa.

El proyecto, tiene una estructura organizativa, para la primera etapa se contará con un personal bajo la cual nos permitirá tener una buena toma de decisiones dentro del proyecto, el cual estará conformada por la siguiente: Gerente de granja responsable de producción, trabajador de granja se seleccionaron debido a su capacidad y conocimiento, habilidades para dirigir.

Diagrama 2: Estructura organizacional.



3.15.2 Descripción de puestos.

Gerente general: Esta en la responsabilidad de gerenciar paso a paso la microempresa, realizando los procedimientos administrativos pertinentes para garantizar los resultados que se esperan obtener.

Responsable de producción: Su responsabilidad es monitorear y ver como se está ejecutando el proceso de producción de los pollos, así como la suministración de alimento y medicamento.

Trabajador de Granja: Personal encargado del manejo directo de los pollos, incluyendo alimentación, recolección de huevos (si aplica), y mantenimiento de instalaciones. Selección y Contratación de personal.

3.15.3 Identificación de competencias clave.

Se definirán las competencias técnicas y habilidades necesarias para desempeñar cada puesto de trabajo en el proyecto de producción y comercialización de pollo. Esto incluirá conocimientos en avicultura, manejo de stock, ventas y marketing, entre otras.

1. **Publicación de vacantes:** Se publicarán las vacantes disponibles en diversos medios, como portales de empleo, redes sociales y sitios web de

la empresa. Se asegurará que la publicación contenga información clara sobre las responsabilidades del puesto, los requisitos necesarios y los beneficios ofrecidos.

- 2. Realización de entrevistas:** Se llevarán a cabo entrevistas con los candidatos que cumplan con los requisitos establecidos. Durante la entrevista, se evaluará la experiencia laboral, las habilidades técnicas y las competencias blandas de los candidatos.
- 3. Evaluación de candidatos:** Se realizarán pruebas y evaluaciones para comprobar las competencias técnicas de los candidatos, como pruebas de conocimientos en avicultura y capacidad de trabajo en equipo. También se tomarán en cuenta referencias laborales y académicas para verificar la trayectoria profesional de los candidatos.
- 4. Selección final:** Una vez evaluados todos los candidatos, se seleccionará a los más aptos para cada puesto de trabajo en el proyecto de producción y comercialización de pollo. Se buscará formar un equipo diverso, con habilidades complementarias y capacidad de adaptación a un ambiente laboral dinámico.

3.15.4 Desarrollos de Capacidades.

- 1. Evaluación de necesidades de capacitación:** Se llevará a cabo una evaluación de las habilidades y competencias actuales del equipo, identificando áreas de mejora y necesidades de desarrollo. Se analizarán las habilidades técnicas relacionadas con la producción y comercialización de pollo orgánico, así como habilidades de liderazgo, comunicación y trabajo en equipo.
- 2. Diseño de programas de capacitación:** Con base en los resultados de la evaluación de necesidades, se diseñarán programas de capacitación personalizados para el equipo. Estos programas incluirán actividades prácticas, talleres, cursos y seminarios que permitan a los miembros del

equipo adquirir las habilidades y conocimientos necesarios para desempeñar eficazmente sus funciones.

- 3. Implementación de programas de capacitación:** Se llevarán a cabo las actividades de capacitación planificadas, asegurando la participación activa y el compromiso de los miembros del equipo. Se proporcionará seguimiento y retroalimentación constante para garantizar el éxito de los programas de capacitación.
- 4. Evaluación de resultados:** Se realizará una evaluación de los resultados de los programas de capacitación, midiendo el impacto en el desempeño del equipo y en la productividad de la granja. Se identificarán áreas de mejora y se implementarán acciones correctivas si es necesario.
- 5. Desarrollo profesional continuo:** Se brindará apoyo para el crecimiento profesional de los miembros del equipo, fomentando la adquisición de nuevas habilidades y la actualización constante de conocimientos. Se promoverá la formación de líderes y la creación de un ambiente de aprendizaje continuo en la granja.

Mediante el desarrollo de capacidades del equipo, se garantizará el éxito del proyecto de producción y comercialización de pollo, mejorando la calidad del producto y la eficiencia en los procesos de la granja. Además, se promoverá el compromiso y la motivación de los miembros del equipo, contribuyendo al crecimiento sostenible del negocio.

3.16 Gestión y Recursos de presupuesto.

Recursos financieros necesarios para la inversión inicial.

Financiamientos: Se solicitará un financiamiento a instituciones gubernamentales como el MEFCCA para cubrir la inversión inicial. Se establecerán acuerdos con entidades financieras para obtener las mejores condiciones de financiamiento posibles

Tabla 4. Presupuesto de materiales.

Materiales Y Equipos	Cantidad	Unidad De Medida	Costo Unitario C\$	Costo Total C\$
Plástico negro	84	Yarda	C\$ 42.00	C\$ 3,528.00
Alambre dúplex #12	120	Metros	C\$ 42.00	C\$ 5,040.00
Bombillos	12	Unidad	C\$ 25.00	C\$ 300.00
Cepos	12	Unidad	C\$ 35.00	C\$ 420.00
Apagador	4	Unidad	C\$ 30.00	C\$ 120.00
Teipe negro	4	Unidad	C\$ 60.00	C\$ 240.00
Candado	4	Unidad	C\$ 150.00	C\$ 600.00
Clavos de 2 pulg.	1.5	Libras	C\$ 38.00	C\$ 57.00
Pelota de mecates	8	Unidad	C\$ 20.00	C\$ 160.00
Comederos	16	Unidad	C\$ 345.00	C\$ 5,520.00
Bebederos	16	Unidad	C\$ 218.00	C\$ 3,488.00
Cemento	12	Unidad	C\$ 450.00	C\$ 5,400.00
Malla	4	Unidad	C\$ 1,800.00	C\$ 7,200.00
Bascula digital	1	Unidad	C\$ 3,696.00	C\$ 3,696.00
Zinc estándar	32	Unidad	C\$ 675.00	C\$ 21,600.00
Aturdidor eléctrico	1	Unidad	C\$ 10,300.00	C\$ 10,300.00
Cuchillos de acero inoxidable	10	Unidad	C\$ 246.00	C\$ 2,460.00
Mesa de acero inoxidable	2	Unidad	C\$ 8,756.00	C\$ 17,512.00
Congelador horizontal	1	Unidad	C\$ 31,000.00	C\$ 31,000.00
Tanque de agua	1	Unidad	C\$ 7,290.00	C\$ 7,290.00
Total, de materiales				C\$ 125,931.00

Tabla 5. Costo de producción total.

Materia Prima	Cantidad	Unidad De Medida	Costo Unitario C\$	Costo Total C\$
Pollos recién nacidos	120	Unidad	C\$ 35.00	C\$ 4,200.00
Concentrado de pre-inicio	0.52	Quintal	C\$ 1,413.00	C\$ 734.76
Concentrado de inicio	3.18	Quintal	C\$ 1,413.00	C\$ 4,493.34
Concentrado de engorde	9.24	Quintal	C\$ 1,380.00	C\$ 12,751.20
Probiolyte	8	Unidad	C\$ 27.00	C\$ 216.00
Vacuna triple aviar	2	Unidad	C\$ 203.00	C\$ 406.00
Eriectocmisina	2	Unidad	C\$ 295.00	C\$ 590.00
Virkon	2	Unidad	C\$ 150.00	C\$ 300.00
Subtotal costo de producción.				C\$ -
			Mensual	C\$ 23,691.30
Gastos de producción.			480 pollos	C\$ 94,765.20
Mano de obra directa.	2 Personas			C\$ 12,000.00
Costos indirectos.	Energía, Agua			C\$ 829.19
Subtotal de gastos de producción.				C\$ 12,829.19
Total, De Costos De Producción.				C\$ 107,594.39

3.17 Inversión total.

Se estima que la inversión total para la puesta en marcha de la producción y comercialización de pollo ascienda a 233,525.39 córdobas (doscientos treinta y tres mil quinientos veinte y cinco córdobas con treinta y nueve centavos). Por cualquier motivo o circunstancias, es necesario sumarle un 20% correspondiendo a un monto de 46,705.078 córdobas, resultando 280,230.48 (doscientos ochenta mil doscientos treinta con cuarenta y ocho centavos), 7,614.95 dólares.

3.18 Ingresos proyectados.

Se proyecta que los ingresos generados por la venta de pollo cubrirán los costos de operación y generarán ganancias netas. Los ingresos dependerán del mercado, la producción de pollo, los precios de venta, entre otros factores. Se realizarán proyecciones financieras para estimar los ingresos potenciales y determinar la viabilidad del proyecto.

3.19 Fuentes de financiamiento.

Este proyecto de producción y comercialización de pollo requerirá de fuentes de financiamiento tanto para iniciar como para mantener las operaciones. Una de las fuentes que consideramos son los préstamos gubernamentales.

El monto del préstamo gubernamental dependerá de los costos de inversión inicial del proyecto, que incluyen la construcción de las instalaciones, la adquisición de equipos, la compra de las aves, los insumos y materias primas, entre otros.

Este préstamo gubernamental servirá para cumplir los costos iniciales del proyecto. Además, se utilizará para mantener el funcionamiento durante los primeros años hasta que genere ingresos suficientes para ser autosostenible.

Las condiciones del préstamo gubernamental variarán dependiendo de la institución financiera que lo otorgue, pero suelen incluir tasas de interés

preferenciales, plazo de pago flexible y periodo de garantía para empezar a realizar los pagos.

Es importante cumplir con los requisitos y condiciones establecidas por las instituciones gubernamentales para la obtención del préstamo, así como asegurarse de contar con un plan de negocios sólido que demuestre la viabilidad y rentabilidad del proyecto que garantice el éxito de la inversión gubernamental.

Además, de los préstamos gubernamentales, otras fuentes que financiamiento que podemos considerar son los préstamos bancarios, inversionistas privados, capital de riesgo, entre otros. Es importante realizar un análisis detallado de las diferentes opciones disponibles y elegir la que mejor se adapte a este proyecto en términos de monto, plazos, tasas de intereses, y condiciones generales.

3.20 Proyecciones financieras.

Tabla 6. Preciso Históricos y Proyectados.

	Histórico				
Municipio	2019	2020	2021	2022	2023
Precio de Lb de pollo	45	52	55	60	62
Proyección					
2024	2025	2026	2027	2028	2029
67	72	76	80	84	88

Tabla 7. Oferta histórica y proyectada.

	Histórico				
Cuscucas	2019	2020	2021	2022	2023
Libras de pollo	2000	2500	2450	2420	2510
Proyección					
2024	2025	2026	2027	2028	2029
2658	2752	2846	2940	3034	3128

Tabla 8. Estado resultado año 0.

	Importe	Porcentaje
Ventas	C\$152,248.32	100.00%
Descuento sobre ventas	C\$0.00	100.00%
Igual ventas netas	C\$158,453.06	
Mano de obra	12,000	
Materia prima	94,765.20	
Costo de venta	106,765	
Utilidad Bruta	C\$51,687.86	
Gastos Administrativos		
Sueldo salario	C\$12,000.00	
Cuota préstamo	C\$7,960.00	
Gastos de venta		
Publicidad	C\$750.00	
Agua y Energía	C\$850.00	
Total, de gastos	C\$21,560.00	
Utilidad antes de impuestos	C\$30,127.86	
Impuesto a la utilidad	C\$9,038.36	
Utilidad neta o resultado del ejercicio	C\$21,089.50	

Tabla 9. Estado Resultado por 5 años.

CONCEPTO/PERIODO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS					
Ventas	C\$158,453.06	C\$176,179.19	C\$194,733.45	C\$214,115.85	C\$234,326.38
TOTAL DE INGRESOS	C\$158,453.06	C\$176,179.19	C\$194,733.45	C\$214,115.85	C\$234,326.38
COSTOS Y GASTOS					
Costos Ventas	C\$106,765.20	C\$106,765.20	C\$106,765.20	C\$106,765.20	C\$106,765.20
Gastos de Venta	C\$1,600.00	C\$1,600.00	C\$1,600.00	C\$1,600.00	C\$1,600.00
Gastos Admon	C\$19,960.00	C\$19,960.00	C\$19,960.00	C\$19,960.00	C\$19,960.00
TOTAL COSTOS Y GASTOS	C\$128,325.20	C\$128,325.20	C\$128,325.20	C\$128,325.20	C\$128,325.20
UTILIDAD ANTES DE I.R.	C\$30,127.86	C\$47,853.99	C\$66,408.25	C\$85,790.65	C\$106,001.18
Impuestos (30%)	C\$9,038.36	C\$14,356.20	C\$19,922.48	C\$25,737.19	C\$31,800.35
UTILIDAD NETA	C\$21,089.50	C\$33,497.79	C\$46,485.78	C\$60,053.45	C\$74,200.82

Tabla 10. Balance General.

KINGDOM POLLO			
	Monto		Monto
ACTIVO		PASIVO	
Caja o Bancos	C\$294,400.00	Proveedores	
Clientes	C\$158,453.32	Credito Bancario	C\$294,400.00
Terreno	C\$100,000.00	Total Pasivo	C\$294,400.00
Total Activo	C\$552,853.32		
		CAPITAL	
SUMA ACTIVO	C\$552,853.32	Capital Social	C\$100,000.00 Terreno
		Resultado del Ejercicio	C\$158,453.32
		Total Capital Social	C\$258,453.32
		Pasivo + Capital	C\$552,853.32

Tabla 11. Presupuesto operativo.

KINGDOM POLLO	
PRESUPUESTO OPERATIVO	
Materia prima	C\$94,765.2
Mano de obra	C\$12,000
Total, de costos variables	C\$106,765.2
Gastos administrativos	C\$850
Gastos de ventas	C\$750
Sueldo salario	C\$12,000
Cuota préstamo	C\$7,960
Total, de costos fijos	21,560
Presupuesto operativo	128,325.4

Análisis de Puntos de Equilibrio

El punto de equilibrio se puede calcular mediante la siguiente fórmula:

Punto de Equilibrio = Costos totales / (Precio de Venta)

Análisis del punto de equilibrio= 128,325.4/336

Análisis del punto de equilibrio= 381.92

Esto significa que se necesita vender 381.92 pollos para llegar al punto de equilibrio. Si se venden más de 381.92 pollos, estará generando utilidades netas.

- Estrategias de precios

- 1. Estudio de la competencia:** Se realizará un análisis exhaustivo de los precios de la competencia para determinar en qué posición se encuentra en el mercado. Esto permitirá establecer estrategias para ofrecer precios competitivos y atractivos para los clientes.
- 2. Segmentación de mercado:** Se identificarán los diferentes segmentos de mercado a los que se puede dirigir el producto (por ejemplo, consumidores que prefieren productos de alta calidad, etc.). Se establecerán precios diferenciados para cada segmento, con el objetivo de maximizar la rentabilidad.
- 3. Política de precios dinámica:** Se considerará la implementación de una política de precios dinámica, en la que los precios se ajusten en función de la demanda y la oferta en el mercado. Por ejemplo, se pueden ofrecer descuentos en épocas de baja demanda o aumentar los precios en épocas de alta demanda.
- 4. Costos de producción:** Se llevará a cabo un análisis detallado de los costos de producción del pollo, incluyendo los costos de alimentación, mano de obra, instalaciones, entre otros. Con esta información, se podrán establecer precios que cubran los costos y generen una rentabilidad adecuada.
- 5. Promociones y descuentos:** Se planificarán estrategias de promociones y descuentos para atraer a los clientes y aumentar las ventas. Por ejemplo,

se pueden ofrecer descuentos por la compra de cierta cantidad de pollo, promociones por temporada, entre otros.

- 6. Evaluación continua:** Se llevará a cabo una evaluación periódica de los precios y su impacto en la rentabilidad del negocio. Se realizarán ajustes según sea necesario para asegurar la maximización de ingresos y rentabilidad.

- Gestión de la capital de trabajo

- 1. Optimización de inventarios:** Se deberá llevar un control detallado de los niveles de inventario para evitar tener excesos que generen costos de almacenamiento y obsolescencia, pero también asegurarse de tener suficientes existencias para cubrir la demanda de los clientes de manera oportuna.
- 2. Gestión de cuentas por cobrar:** Se establecerá políticas claras de crédito para los clientes y realizar un seguimiento constante de las cuentas por cobrar para asegurarse de que no se acumulen saldos morosos. Se implementará un sistema de cobranza más eficiente para reducir el plazo promedio de cobro.
- 3. Negociación de plazos de pago con proveedores:** Se buscará acuerdos con los proveedores para alargar los plazos de pago o negociar descuentos por pagos anticipados. De esta manera, se podrá mantener un equilibrio entre las cuentas por pagar y los ingresos generados, evitando problemas de falta de liquidez.
- 4. Implementación de herramientas de gestión financiera:** Se utilizará herramientas como software de gestión financiera que permitan llevar un control detallado de las finanzas del negocio, realizando proyecciones de flujo de efectivo y tomando decisiones informadas sobre la gestión del capital de traba

IV. Cronogramas de actividades

ACTIVIDADES DEL PROYECTO		Marzo 2024				Abril 2024				Mayo 2024				Junio 2024				Julio 2024				Agosto 2024				Septiembre 2024			
		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
I	Idea del proyecto	■	■																										
	Plan de Negocios			■	■																								
	Estudio de mercado				■																								
	Cuantificación de la demanda					■																							
II	Elaboración del proceso de producción.					■	■																						
	Seleccionar equipos y herramientas necesarios							■	■																				
	Calcular mano de obra necesaria									■	■																		
	Diseñar plano de granja avícola según la producción											■																	
	Selección de terreno para construcción.												■	■															
III	Cálculos de materiales para construcción y operatividad													■	■														
	Elaboración de presupuesto de operatividad y materiales														■	■													
	Puesta en marcha de producción															■	■	■											
	Marketing y publicidad																	■	■										
	Venta y distribución del producto																			■									
	Estandarización de los procesos																					■							
Legal y regulaciones																							■	■					

V. Bibliografía

1. *El 19 Digital.* (s.f.). Obtenido de <http://www.el19digital.com/articulos/ver/titulo:148766-reportan-crecimiento-sostenido-en-la-produccion-de-carne-y-huevo-en-nicaragua>
2. Estivalia, S., & Kersty, P. (2010). *Ficha de mercado para la Industria Avicola en Nicaragua.* Managua: Compal.
3. *Ficha Municipal.* (s.f.). Obtenido de <https://es.scribd.com/document/556447753/la-libertad>
4. Gabriel, B. (2010). *Evaluacion de proyectos.* Mexico: McGrawHil.
5. INIDE. (Marzo de 2008). *La Libertad en Cifras.* Obtenido de : www.inide.gob.ni

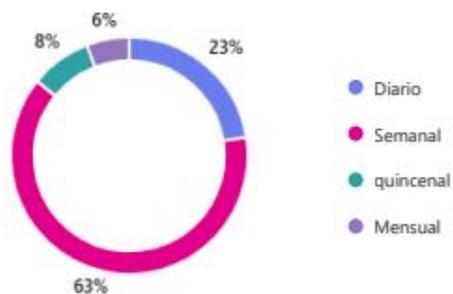
VI. Anexos

1. Anexo 1. Encuestas.

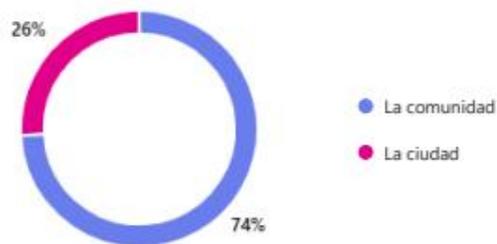
Información general sobre respuestas Activo



1. ¿Consume usted regularmente la carne de pollo?



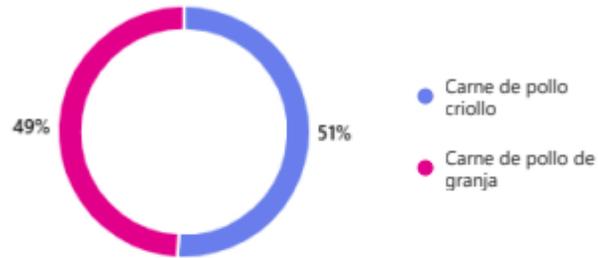
2. ¿Cuál carne de pollo de engorde prefiere, la producida en la comunidad o la traída de la ciudad?



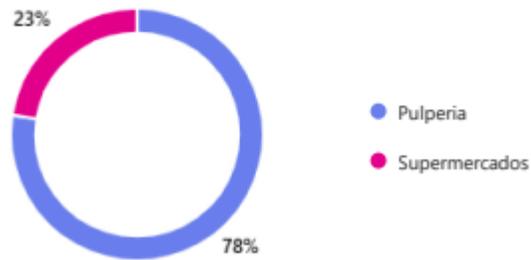
3. ¿Qué aspectos prefiere en la carne de pollo producida en la comunidad?



4. ¿Qué clase de producción es de su preferencia, por la calidad de la carne de pollo que se obtiene?



5. ¿Dónde adquiere actualmente el producto traído de la ciudad?



2. Anexo2. TABLA DE REGISTROS GENERALES

Nombre de la granja _____

Nombre de la finca _____

Fecha de iniciación _____

N. Inicial de pollos _____

Peso de la llegada del pollo (gr) _____

Raza _____

Fecha de finalización _____

N. pollos vendidos _____

REGISTRO DE ALIMENTACIÓN

SEMANAS	TIPO DE ALIMENTACIÓN POR SEMANAS	CONSUMO POR AVES	CONSUMO POR SEMANAS	CONSUMO TOTAL
1				
2				
3				
4				
5				

6				
7				
8				
9				

REGISTRO DE GANANCIA DE PESO POR LOTE

PESO POR SEMANA	CANTIDAD DE AVES	PESO APROXIMADO POR AVES	PORCENTAJE DEL PESO SEMANAL	PESO TOTAL
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				

TABLA DE REGISTRO POR SANIDAD

SANIDAD	CANTIDAD DE AVES	DOSIS POR ANIMAL	VACUNACIÓN	REVACUNACIÓN
GUNBORO				
SALMONELLA				
MAREK				
NEW CASTLE				

REGISTRO DE MORTALIDAD POR LOTE

MORTALIDAD POR SEMANA	CANTIDAD DE AVES	MORTALIDAD SEMANAL	MORTALIDAD TOTAL
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			

Resumen narrativo de Objetivo	Indicadores Verificable Objetivamente	Medios de Verificación	Supuestos
<p>Fin: Contribuir al desarrollo económico de la localidad a través de la producción y comercialización de pollos Cobb 500</p>	<p>Registro en la producción de pollo.</p> <p>Incremento en las ventas de pollo en la localidad.</p>	<p>Registro en la cantidad de pollo producidos por mes.</p> <p>Registro de ventas mensuales de pollo en la localidad.</p>	<p>Aumentar la oferta de pollo de calidad en el mercado local.</p> <p>Impacto positivo en la economía local, a través de la generación de empleo.</p>
<p>Propósito: Producir pollos Cobb 500 mediante el cumplimiento de normativas establecidas y calidad requerida.</p>	<p>Producción de pollo Cobb 500.</p>	<p>Registro de la cantidad de pollo producido por lote.</p>	<p>Cumplimiento de las normas establecidas en la cría de pollos y la calidad requerida para la producción de pollo.</p>

<p>Componentes:</p> <p>Estudio de mercado.</p> <p>Planificación del proceso productivo.</p> <p>Estrategias de marketing.</p>	<p>Análisis de la demanda y oferta del producto/servicio en el mercado.</p> <p>Cronograma de actividades para la producción del producto/servicio.</p> <p>Implementación de estrategias de publicidad, promoción y distribución del producto/servicio.</p>	<p>Encuesta a consumidores potenciales, estudio de mercado, análisis de datos de ventas de la competencia.</p> <p>Programa de producción, seguimiento del tiempo de entrega, control del inventario.</p> <p>Evaluación de la efectividad de las campañas publicitarias, análisis de ventas, seguimiento de la distribución del producto.</p>	<p>El estudio de mercado proporciona información relevante y precisa sobre las necesidades y preferencia de los consumidores.</p> <p>La planificación del proceso productivo se ajusta a las capacidades y recursos disponible.</p> <p>Las estrategias de marketing se adaptan a las características del mercado y generan una respuesta positiva por parte de los consumidores.</p>
---	--	--	--

<p>Actividades:</p> <p>Realizar investigación básica de mercado para determinar la demanda del producto.</p> <p>Planificar las operaciones fundamentales de la avicultura, adquirir equipos e infraestructura necesaria y definir el cronograma personal.</p> <p>Desarrollar estrategias de marketing para promocionar la marca y aumentar la demanda.</p>	<p>Número de encuesta realizada para determinar la demanda del producto.</p> <p>Fecha de adquisición de equipos e infraestructura necesaria.</p> <p>Fecha de contratación del personal y cumplimiento del cronograma definido.</p> <p>Incremento en las ventas del producto.</p>	<p>Informe de resultado de las encuestas.</p> <p>Factura de compra de equipos e infraestructura.</p> <p>Horario del personal y cumplimiento de tareas.</p> <p>Informes de ventas mensuales</p>	<p>Contar con el presupuesto necesario para realizar la investigación de mercado, adquirir equipos e infraestructura, contratar personal y llevar a cabo las estrategias de marketing.</p> <p>Tener acceso a la información y recursos necesarios para realizar correctamente cada una de las actividades mencionadas.</p>
---	--	--	--

3. Anexo 3. Equipos.

Equipo	Descripción	Foto
<p>Aturdidor eléctrico manual</p>	<p>Son dispositivos de manos con dos electrodos que se colocan en la cabeza del ave</p> <p>Se ocupará de 1 aturdidor eléctrico</p>	

<p>Pesa digital</p>	<p>son instrumentos de pesaje que utilizan la acción de la gravedad para determinar la masa de un objeto.</p>	
<p>Comederos y bebederos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • capacidad 7 kg. • medidas: 33 cm de alto y 30 cm de ancho. 	
<p>Cuchillos de acero inoxidable</p>	<p>Son herramientas fundamentales en la avicultura, ya que utilizan para realizar diversas tareas relacionada con el cuidado y manejo de las aves</p>	

Mesa de acero inoxidable	<p>Dimensiones: 24" de profundidad x 60" de ancho x 34.5" de alto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se utilizarán 2 mesas de acero inoxidable 	
Congelador horizontal	<p>Congelador Mabe CHM25BPL2 con una capacidad de pies cúbicos</p>	
Tanque de agua	<p>Diámetro m 1.12 Altura m 1.37 Capacidad 1,100 lts</p>	

FORTALEZA	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad de terreno • Genética de pollo de acuerdo al clima (cobb 500)
------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> Personal con capacidad para realizar el proceso de producción con calidad.
OPORTUNIDAD	<ul style="list-style-type: none"> Accesibilidad al producto. Población insatisfecha Disponibilidad de diferentes proveedores de materia prima
DEBILIDAD	<ul style="list-style-type: none"> Fabricación en principio de acuerdo al concentrado. Deficiencia en el control contable primario. Personal destinado al manejo de la granja desempeñándose en otras áreas
AMENAZA	<ul style="list-style-type: none"> Situación inestable económica y social del país. Nuevos competidores en el mercado. Enfermedades de los pollos.

Créditos /

CALCULA LA CUOTA DE TU PRESTAMO PERSONAL

Por favor, complete los datos solicitados y al finalizar, haga click en "Calcular"

VALOR DEL PRÉSTAMO (Dólares) (requerido)	PLAZO (meses) (requerido)
\$ 8,000	60
TASA DE INTERÉS ANUAL	
18.00 %	
COMISIÓN BANCARIA + HONORARIOS LEGALES (2%)	MONTO A RECIBIR (Incluye Comisión Bancaria)
\$ 160.00	\$ 7,840.00
CUOTA NIVELADA MENSUAL (sin seguro)	MONTO MENSUAL APROXIMADO DEL SEGURO DE VIDA SALDO DEUDOR (0.15% sobre saldo, mínimo \$2)
\$ 204.29	\$ 12.00
CUOTA NIVELADA MENSUAL (incluye seguro de vida)	TCEA
\$ 216.29	21.67 %
	Tasa de Costo Efectivo Anual: es la tasa anual que refleje el costo total del crédito y permite igualar el valor actual de los pagos que serán efectuados por el cliente con los desembolsos del crédito que recibe.