



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE POLLOS EN EL
DEPARTAMENTO DE JUNÍN**

PRESENTADA POR

NERIDA CRISTINA GUILLERMO GUTIÉRREZ

PLAN DE NEGOCIOS

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN**

LIMA – PERÚ

2018



CC BY-NC

Reconocimiento – No comercial

La autora permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, y aunque en las nuevas creaciones deban reconocerse la autoría y no puedan ser utilizadas de manera comercial, no tienen que estar bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

PLAN DE NEGOCIOS

**PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE POLLOS EN EL DEPARTAMENTO
DE JUNÍN**

PARA OPTAR
EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTADO POR:
NERIDA CRISTINA GUILLERMO GUTIÉRREZ

LIMA – PERÚ

2018

ÍNDICE

CAPÍTULO I: RESUMEN EJECUTIVO	13
CAPÍTULO II: ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES.....	17
2.1 Nombre o Razón Social.....	17
2.2 Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)	21
2.3 Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial.....	23
2.4 Objetivos de la Empresa, Principio de la empresa en marcha.	29
2.5 Ley de MYPE, Micro y Pequeña empresa características.	32
2.6 Estructura Orgánica	36
2.7 Cuadro de Asignación de Personal.....	47
2.8 Forma jurídica empresarial	48
2.9 Registro de Marca y Procedimiento en INDECOPI	50
2.10 Requisitos y Trámites Municipales	52
2.11 Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades.....	57
2.12 Registro de Planillas Electrónicas (PLAME)	58
2.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral.....	59
2.14 Modalidades de Contratos Laborales	61
2.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.	62
CAPÍTULO III. ESTUDIO DE MERCADO.....	63
3.1 Descripción del Entorno del Mercado	63
3.2 Ámbito de acción del negocio	95
3.3 Descripción del bien o del servicio	96
3.4 Estudio de la Demanda.....	99
3.5 Estudio de la Oferta	123
3.6 Determinación de la Demanda Insatisfecha.....	133
3.7 Proyecciones y provisiones para comercializar.....	135
3.8 Descripción de la Política comercial	142
3.9 Cuadro de la Demanda proyectada para el negocio.....	143
CAPÍTULO IV. ESTUDIO TÉCNICO.....	146

4.1 Tamaño del negocio, factores determinantes	146
4.2 Proceso y tecnología	147
4.2.1 Descripción y diagrama de los procesos	149
4.2.2 Capacidad instalada y operativa	168
4.2.3 Cuadro de requerimientos de bienes de capital, personal e insumos	172
4.2.4 Infraestructura y características físicas	179
4.3 Localización del negocio, factores determinantes	183
CAPITULO V: ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO	183
5.1 Inversión Fija	183
5.1.1 Inversión Tangible.....	183
5.1.2 Inversión Intangible.....	186
5.2 Capital de Trabajo	186
5.3 Inversión Total.....	190
5.4 Estructura de la inversión y financiamiento	191
5.5 Fuentes financieras.....	191
5.6 Condiciones de crédito	192
CAPÍTULO VI: ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS.....	195
6.1 Presupuesto de los costos.....	195
6.2 Punto de equilibrio.....	199
6.3 Estado de ganancias y pérdidas	205
6.4 Presupuesto de ingresos.....	206
6.5 Presupuesto de egresos	207
6.6 Flujo de Caja proyectado.....	210
6.7 Balance general	212
CAPITULO VII: EVALUACIÓN.....	213
7.1 Evaluación Económica, Parámetros de Medición.....	217
7.2 Evaluación Financiera, Parámetros de Medición.....	218
7.3 Evaluación Social.....	219
7.4 Impacto Ambiental	220
CAPÍTULO VIII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	222
8.1 Conclusiones	222
8.2 Recomendaciones	229

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de Micro localización: “A”: Chanchamayo, “B”: Tarma y “C”: Satipo	24
Tabla 2. Cuadro de características de la zona	25
Tabla 3. Matriz de características del Régimen MYPE- Micro y Pequeña Empresa.....	33
Tabla 4. Matriz de características de Comprobantes y Libros que se deben llevar en el RMT.....	34
Tabla 5. Perfil de Puesto del Gerente General.....	36
Tabla 6. Perfil de Puesto de Coordinador de Sanidad y Bioseguridad.....	37
Tabla 7. Perfil del Jefe de Producción	38
Tabla 8. Perfil del Jefe de Ventas	39
Tabla 9. Perfil del Veterinario	40
Tabla 10. Perfil de Jefe de Logística.....	41
Tabla 11. Perfil de Almacenero	42
Tabla 12. Perfil de Vendedor	43
Tabla 13. Perfil de Contador.....	44
Tabla 14. Perfil de Galponero.....	45
Tabla 15. Cuadro de Asignación de Personal de la Empresa Grupo Cristina S.A.C.....	46
Tabla 16. Sociedad anónima cerrada	47
Tabla 17. Sociedad comercial de responsabilidad limitada.....	48
Tabla 18. Sociedad anónima abierta.....	48
Tabla 19. Sociedad anónima	49
Tabla 20. Autorización del Proyecto de Construcción de Plantas de Incubación o Granjas avícolas	52
Tabla 21. Cuadro de diferencias entre el Régimen Laboral General y el Régimen Laboral Especial	58
Tabla 22. Matriz de Dimensión Política.....	62

Tabla 23. Matriz de Dimensión Económica	63
Tabla 24. Matriz de Dimensión Social.....	63
Tabla 25. Matriz de Dimensión Tecnológica.....	64
Tabla 26. Matriz de Estrategia.....	72
Tabla 27. Análisis FODA de la Empresa GRUPO CRISTINA S.A.C	73
Tabla 28. Panorama interno – EFI	74
Tabla 29. Panorama externo – EFE.....	75
Tabla 30. Matriz Interna – Externa	76
Tabla 31. Matriz General Electric de la Posición Competitiva del producto de la empresa	82
Tabla 32. Matriz General Electric del Atractivo del mercado en la industria	82
Tabla 33. Matriz General Electric Atractivo del mercado en la industria y Posición competitiva de del producto de la empresa.....	83
Tabla 34. Consumo per cápita de los principales productos pecuarios, 2013	89
Tabla 35. Tabla Resumen de la Cadena de Valor con Presupuesto.....	92
Tabla 36. Ficha Técnica del Producto Pollo Bebe	97
Tabla 37. Ficha Técnica del Producto Pollo engorde	98
Tabla 38. Habitantes de Junín 2017	101
Tabla 39. Habitantes de las Provincias de Junín 2017	102
Tabla 40. Matriz del Mercado Potencial.....	103
Tabla 41. Características del Sondeo	105
Tabla 42. Datos del minorista/mayorista.....	109
Tabla 43. Demanda de pollos vivos en unidades.....	110
Tabla 44. Demanda de pollos vivos en jabas	111
Tabla 45. Preferencia de peso de pollo	113
Tabla 46. Compras de pollo en pie por Proveedores de la empresa AVES CRISTINA S.A.C del 2016 al 2017 en kilogramos	116
Tabla 47. Ventas de pollo en pie de la empresa AVES CRISTINA S.A.C del 2016 al 2017 en soles.	118
Tabla 48. Demanda histórica en función del crecimiento poblacional y el consumo per cápita del año 2012 al 2017 en kilogramos	118
Tabla 49. Pronóstico del Consumo Per Cápita con Mínimos Cuadrados.....	119

Tabla 50.Pronóstico del Consumo Per Cápita con Mínimos Cuadrados hasta el año 2023.	120
Tabla 51.Demanda proyectada en función a la proyección del crecimiento poblacional y el consumo per cápita del año 2018 al 2023 en kilogramos	120
Tabla 52.Productores que tienen presencia en el mercado avícola de Junín	124
Tabla 53.Matriz de Crecimiento y Participación de Productores que cubren la demanda de pollos en el Departamento de Junín.....	125
Tabla 54.Productor de Junín” Hermanos Orihuela S.A.C”: Oferta histórica de pollo en pie desde el año 2012 al año 2017 en kilogramos y unidades	128
Tabla 55.Productor de Junín: Oferta proyectada de pollos entre el año 2018 al 2023 en kilogramos y unidades	129
Tabla 56.Matriz de la demanda insatisfecha	133
Tabla 57.Matriz de la Composición de la Oferta proyectada (Productores de Junín y Otros Productores).....	133
Tabla 58.Proyección de la demanda de pollos vivos de la empresa Aves Junín para los periodos 2019 al 2023	143
Tabla 59.Matriz de perfil estratégico de la empresa GRUPO CRISTINA S.A.C ..	144
Tabla 60.Proyección de la Producción de Pollos en pie de la empresa GRUPO CRISTINA S.A.C para los periodos 2019-2023.....	145
Tabla 61.Datos de las dimensiones de la granja	167
Tabla 62.Capacidad Productiva Instalada	167
Tabla 63.Merma estimada de Producción	168
Tabla 64.Tipo de alimentación según días de vida del pollo	169
Tabla 65.Requerimiento semanal de consumo de alimentos.....	169
Tabla 66.Consumo de agua según semanas de vida del pollo (lit/día/1,000 pollos)	170
Tabla 67.Temperaturas óptimas para la crianza y engorde de pollo	170
Tabla 68.Programa de luz.....	171
Tabla 69.Programa de vacunación	171
Tabla 70.Matriz de Requerimiento de bienes de capital, personal e insumos del Proceso de Abastecimiento	172
Tabla 71.Matriz de Requerimiento de bienes de capital, personal e insumos del Proceso de Producción	173
Tabla 72.Matriz de Requerimiento de bienes de capital, personal e insumos del Proceso de Comercialización y Distribución.....	176

Tabla 73. Matriz de Requerimiento de muebles, equipos y útiles de oficina.....	177
Tabla 74. Matriz de Infraestructura de la empresa.....	178
Tabla 75. Matriz de Factores para la ubicación de la Granja de pollos en pie.....	179
Tabla 76. Matriz de ponderación de factores para la ubicación de la granja de pollos	180
Tabla 77. Matriz de factores determinantes para la ubicación de la granja de pollos en pie. “A”: Chanchamayo, “B”: Tarma y “C”: Satipo	180
Tabla 78. Valor del Terreno para la producción de pollos en pie en Junín	182
Tabla 79. Costo de la construcción del terreno	182
Tabla 80. Valor del vehículo de transporte del producto	183
Tabla 81. Valor de muebles, equipos y útiles de oficina.....	183
Tabla 82. Equipos de seguridad.....	184
Tabla 83. Matriz de Inversión Tangible	184
Tabla 84. Inversión intangible.....	185
Tabla 85. Costos de materiales directos.....	185
Tabla 86. Materia prima	186
Tabla 87. Insumos para galpones	186
Tabla 88. Equipos para la Producción de pollos en pie.....	187
Tabla 89. Mano de Obra	188
Tabla 90. Matriz del Capital de Trabajo Anualizado	189
Tabla 91. Inversión total.....	189
Tabla 92. Estructura de inversión y financiamiento.....	190
Tabla. 93. Cronograma de pago de cuota	192
Tabla 94. Presupuesto de Materia Prima e Insumos	194
Tabla 95. Presupuesto de Costo de máquinas y equipos para la producción de pollo en pie.....	195
Tabla 96. Presupuesto de Costo de Equipos y Útiles de oficina.....	196
Tabla 97. Presupuesto del Costo del Vehículo y Distribución.....	197
Tabla 98. Presupuesto de equipos de seguridad.....	197
Tabla 99. Calculo del Costo Fijo de Operación	199
Tabla 100. Calculo del Costo Fijo Proyectado	200
Tabla 101. Calculo del Costo de MP, MD E INSUMOS Proyectado	201
Tabla 102. Punto de Equilibrio Bimensual	201

Tabla 103.Costos Variables	202
Tabla 104.Estado de ganancias y pérdidas de GRUPO CRISTINA S.A.C ...	204
Tabla 105.Ingresos por giro de negocio	205
Tabla 106.Ingresos por recuperación de Capital de Trabajo	205
Tabla 107.Costos Fijos de Producción	206
Tabla 108.Gastos Administrativos	207
Tabla 109.Gastos de Ventas	207
Tabla 110.Gastos de Distribución	208
Tabla 111.Gastos financieros	208
Tabla 112.Flujo económico proyectado de GRUPO CRISTINA S.A.C	209
Tabla 113.Flujo financiero proyectado de GRUPO CRISTINA S.A.C	210
Tabla 114.Balance general de GRUPO CRISTINA S.A.C	211
Tabla 115.Indicadores Financieros por empresa Bancaria al 31 de Marzo de 2018 (En porcentaje).....	214
Tabla 116.Evaluación económica	216
Tabla 117.Evaluación Financiera.....	217

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Reserva de Denominación.....	19
Figura 2. Inscripción de la Escritura Pública ante SUNARP.....	20
Figura 3. Evolución de la CIU.....	21
Figura 4. Estructura de la CIU.....	21
Figura 5. Ubicación “Chanchamayo-Yurinaki”.....	26
Figura 6. Foto del Terreno para la Instalación de la Granja.....	26
Figura 7. Foto del Terreno para la Instalación de la Granja.....	27
Figura 8. Plano de Galpón galvanizado de pollos vivos.....	27
Figura 9. Plano de distribución de la Granja.....	28
Figura 10. Determinación del Impuesto a la Renta Anual en el RMT.....	34
Figura 11. Organigrama de la empresa GRUPO CRISTINA S.A.C.....	35
Figura 12. Requisitos de Inscripción para empresas.....	56
Figura 13. Planilla electrónica.....	57
Figura 14. Composición de la Planilla electrónica.....	57
Figura 15. Evolución de los Ingresos Tributarios del Gobierno Centr.....	66
Figura 16. Producción agrícola y ganadera IV Trimestre 2017.....	69
Figura 17. Cadena de Valor de la empresa GRUPO CRISTINA S.A.C.....	93
Figura 18. Ciclo del Servicio – Momentos de Verdad.....	96
Figura 19. Distribución de Hogares según NSE 2017- Departamento (Urbano+ Rural).....	99
Figura 20. Cálculo de la muestra de clientes finales.....	104
Figura 21. Tiempo laborando en el sector avícola.....	108
Figura 22. Número de Proveedores de los clientes.....	109
Figura 23. Producto.....	111
Figura 24. Preferencias de los clientes.....	112
Figura 25. Nuevos Proveedores.....	113
Figura 26. Precio.....	114

Figura 27. Publicidad.....	115
Figura 28. Compras Mensuales de la empresa AVES CRISTINA S.A.C (2017) en kilogramos.....	117
Figura 29. Compras Mensuales de la empresa AVES CRISTINA S.A.C (2017) en soles.....	117
Figura 30. Proyección de la Oferta de pollo en pie en el departamento de Junín 2018-2023 (Unidades).....	130
Figura 31. Proyección de la Oferta de pollo en pie en el departamento de Junín 2018-2023 (Kilogramos).....	131
Figura 32. Porcentaje de participación en el mercado avícola de Junín 2017.....	134
Figura 33. Pollo raza Cobb500.....	136
Figura 34. Ración para alimentar un pollo de 2.5 Kg.....	136
Figura 35. Mejoras del pollo engorde a los 42 días de edad.....	137
Figura 36. Mejoras en el % de rendimiento, % de pechuga y % de grasa.....	137
Figura 37. Jaba Transportadora de pollo vivo.....	138
Figura 38. Mapa de procesos de la empresa GRUPO CRISTINA S.A.C.....	148
Figura 39. Flujograma de los Procesos y Sub Procesos de la Empresa GRUPO CRISTINA S.A.C.....	149
Figura 40. Flujograma del Sub Proceso de Compras.....	150
Figura 41. Diagrama de Gantt del Proceso de Compras.....	151
Figura 42. Flujograma del Sub Proceso de Almacenamiento.....	152
Figura 43. Diagrama de Gantt del Sub Proceso de Almacenamiento.....	153
Figura 44. Flujograma del Sub Proceso de Preparación de Galpones.....	154
Figura 45. Diagrama de Gantt del Sub Proceso de Preparación de Galpones.....	155
Figura 46. Flujograma del Sub Proceso de Recepción del pollo bebe.....	156
Figura 47. Diagrama de Gantt del Sub Proceso de Recepción de pollo bebe.....	157
Figura 48. Flujograma del Sub Proceso de Crianza de Pollos en pie.....	158

Figura 49.Diagrama de Gantt del Sub Proceso de Crianza de Pollos en pie.....	159
Figura 50. Flujograma del Sub Proceso de Ventas.....	160
Figura 51. Diagrama de Gantt del Sub Proceso de Ventas.....	161
Figura 52.Flujograma del Sub Proceso de Desalojo de pollos.....	162
Figura 53.Diagrama de Gantt del Sub Proceso de Desalojo de Pollos en pie.....	163
Figura 54.Flujograma del Sub Proceso de Distribución.....	164
Figura 55.Diagrama de Gantt del Sub Proceso de Distribución.....	165
Figura 56.Plano –Distribución de la empresa	166
Figura 57. Ubicación de la Granja avícola.....	181
Figura 58.Cuadro comparativo de Tasas de Interés del Sector Bancario.....	193
Figura 59. Punto de equilibrio del Año 1 “GRUPO CRISTINA S.A.C”	203
Figura 60.Comparación de tasas de interés entre bancos.....	213

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: Acta de Constitución de la Empresa GRUPO CRISTINA S.A.C.....	237
ANEXO 2: Contrato de compra venta de terrero.....	243
ANEXO 3: Formato de Licencia de Construcción de la Granja Avícola de pollos en pie	246
ANEXO 4: Cartilla informativa para la obtención de la autorización sanitaria de apertura y funcionamiento de granjas y plantas de incubación	247
ANEXO 5: Acta de inspección sanitaria de Apertura y Funcionamiento de Granjas de Avícolas de engorde.....	248
ANEXO 6: Formato de Licencia de Funcionamiento de la Granja Avícola de pollos en pie	249
ANEXO 7: Constancia de Registro de Granja Avícola	250
ANEXO 8: Circuito de Ingesta sólida	251
ANEXO 9: Circuito de Ingesta líquida	252
ANEXO 10: Circuito de ventilación forzada y Sistema de humidificación	253
ANEXO 11: Sondeo aplicado a las avícolas minoristas y mayoristas de las provincias seleccionadas.....	254

CAPÍTULO I: RESUMEN EJECUTIVO

La empresa distribuidora de pollos en pie de la familia Guillermo Gutiérrez, tiene el objetivo de realizar una integración vertical hacia atrás, para ello, el presente proyecto demostrará la viabilidad económica, financiera, tecnológica, social y ambiental para la ejecución de la instalación de una granja productora y comercializadora de pollos en pie en el departamento de Junín. Para esto, se constituirá una nueva pequeña empresa que estará conformada por 03 socios pertenecientes a la familia, con el propósito de atender las necesidades de abastecimiento de pollo en pie en la región.

Se ha observado que el único productor de la región “Hermanos Orihuela S.A.C” abastece solo el 17% de la demanda total de pollos en Junín y el 83% de la demanda es abastecida por productores de **Otras regiones**, principalmente Lima, Trujillo y Cañete, provenientes de empresas como San Fernando, El Rocio, Los Abedules, Chimú agropecuaria, Avigan S.A.C y entre otras.

Las avícolas mayoristas o distribuidores deben enviar sus vehículos a las granjas de los **Otros productores** para poder abastecer el mercado interno, de esta manera, deben de asumir costos logísticos, costos de flete, altas mermas, mortalidad y riesgos de pérdida total o parcial de la mercadería, debido a desastres naturales, huelgas, bloqueos de las carreteras o accidentes, siendo costos que no pertenecen al proceso directo del crecimiento hasta el desalojo del pollo, por ende, son trasladados al consumidor final, encareciendo el precio del producto en la región.

De acuerdo a la investigación de mercado realizada, se aplicó un sondeo de un Universo de 485, con una muestra de 215 entre establecimientos avícolas mayoristas y minoristas de las 4 provincias más representativas, por su densidad poblacional y ámbito geográfico (2 provincias representantes de la ceja de Selva y 2 provincias representantes de la Sierra), como; Huancayo, Tarma, Chanchamayo y Satipo.

Se pudo determinar que el 43.25% de las avícolas mayoristas y minoristas compran en promedio de 201 a 300 pollos en pie y el 14.41% compra de 501 a más pollos en pie durante la semana. Además, el 98.6% de las avícolas consultadas **SI** estaría dispuesta a comprarle a un nuevo proveedor, siempre que ofrezca las características valoradas por los clientes como buen precio, calidad, color de piel amarillo y peso entre 1.50 a 2.10 kg.

Para el desarrollo del proyecto se tuvo que identificar la mejor alternativa para la ubicación de la instalación de la granja, teniéndose en cuenta los requisitos de SENASA, es decir, se realizó una matriz de micro localización entre 03 potenciales provincias (Tarma, Chanchamayo y Satipo) comparando factores determinantes como, la distancia de la carretera, el aislamiento de la granja respecto a otros establecimientos, la presencia de otras especies domesticas o silvestres dentro del área de crianza, la infraestructura vial, el clima de la zona, la disponibilidad de la mano de obra, disponibilidad de servicios básicos, etc. Además, se realizó una matriz de ponderación de factores comerciales, estratégicos y legales, como la cercanía a los clientes, el costo del terreno, los impuestos fiscales y la facilidad de traslado de la materia prima a la granja, por lo cual la ubicación elegida es la provincia de Chanchamayo, distrito de Yurinaki.

Para el proyecto se requerirá una inversión total de S/3,188,561.40 de ello, la estructura de financiamiento está respaldada el 39.2% por capital propio y el 60.8% por el banco BBVA Continental con un crédito para capital de trabajo a una tasa de interés del 10.10% en 36 cuotas. Se determinó que el proyecto es rentable porque los flujos de caja proyectados para los 5 años, tiene un VAN de S/.21,802,894.39 y un TIR de 102.89%, un indicador de B/C de S/1.45 y el periodo de recuperación de la inversión es de 3 años.

CAPÍTULO II: ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1 Denominación o Razón Social

La denominación escogida para la empresa productora y comercializadora de pollos en pie es “GRUPO CRISTINA S.A.C”. Se busca crear esta nueva empresa como parte del Plan de Integración Vertical hacia Atrás de la empresa “AVES CRISTINA S.A.C” empresa con 28 años de participación en el mercado avícola de Junín, dedicada a la compra y distribución de pollos en pie al por mayor.

Se escogió esta denominación porque se pretende aprovechar el nombre y la buena reputación de la empresa “AVES CRISTINA S.A.C” que cuenta con una cartera de clientes ubicados entre las provincias del departamento de Junín (Tarma, Chanchamayo y Satipo), también porque es un proyecto familiar que estará constituido y dirigido por 03 socios pertenecientes a la familia Guillermo Gutiérrez, registrando el porcentaje de capital aportado por cada socio. La nueva empresa se constituirá como persona jurídica y la forma societaria será la Sociedad Anónima Cerrada, con ello se busca que las deudas u obligaciones financieras de la empresa se limiten a los bienes que forman parte del patrimonio de la empresa sin afectar el patrimonio personal de los socios, participar en forma activa y directa en la administración, gestión y representación, lo cual la hace una figura más dinámica y la más recomendable para una empresa familiar.


A continuación, se detalla una serie de pasos para la búsqueda y reserva de la denominación de GRUPO CRISTINA S.A.C y la formalización de la constitución de la empresa legalmente:

- Búsqueda y Reserva del Nombre: Una vez escogida la denominación o razón social de la empresa debe verificarse en la SUNARP que no exista en el mercado un nombre igual o similar al que se ha elegido, una vez realizada la búsqueda y confirmado el hecho que no existan nombres iguales o parecidos se debe reservar la denominación de la empresa para que otra empresa no pueda inscribirse con el mismo nombre.

- Elaboración de la minuta: Este documento es elaborado por un miembro o varios miembros de la futura empresa, donde se manifiesta la voluntad de constituir la, señalándose todos los acuerdos previamente pactados. Los elementos fundamentales son:
 - ✓ Datos generales de cada socio (Nombres, edades, documentos de identificación, etc.).
 - ✓ El giro de la sociedad.
 - ✓ El tipo de empresa o sociedad.
 - ✓ El tiempo de la duración de la sociedad (Plazo fijo o indeterminado).
 - ✓ La fecha en la que se va a dar inicio a las actividades comerciales.
 - ✓ El lugar donde va a funcionar la sociedad (domicilio comercial).
 - ✓ La denominación o razón social de la sociedad.
 - ✓ El lugar donde va a funcionar agencias o sucursales (Si es que hubiera).

- ✓ La persona que va a administrar o representar la sociedad.
 - ✓ Los aportes de cada socio.
 - ✓ Otros acuerdos que establezcan los socios.
-
- Elevar la minuta a escritura pública: Consiste en acudir a una notaría con la minuta de la empresa para que sea revisado por un notario y la eleve a Escritura Pública, los documentos que se deben llevar junto con la minuta son:
 - ✓ Constancia o comprobante de depósito del capital social aportado a una cuenta bancaria a nombre de la empresa.
 - ✓ Inventario detallado y valorizado de los bienes no dinerarios.
 - ✓ Certificado de búsqueda y reserva del nombre emitido por la SUNARP.
 - ✓ Una vez elevada la minuta, esta debe ser firmada y sellada por el notario.
 - ✓ Inscribirse en el Registro de Personas Jurídicas.
-
- Obtención del número de Registro Único de Contribuyentes (RUC) para su identificación ante la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) para el pago de los impuestos.
-
- Registro de los trabajadores en ESSALUD.
 - Pedir autorización para permisos especiales.

- Legalizar el libro de planillas.
- Pedir autorización de la Licencia Municipal de funcionamiento



**SOLICITUD DE RESERVA DE PREFERENCIA
REGISTRAL DE NOMBRE DE PERSONA
JURIDICA**

2018- V0885355

1. RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA

CONSTITUCION

2. DENOMINACIÓN o RAZÓN SOCIAL

GRUPO CRISTINA	S.A.C.
----------------	--------

3. TIPO DE PERSONA JURÍDICA

Tipo de persona jurídica

SOCIEDADES ANONIMAS

4. DOMICILIO DE LA PERSONA JURÍDICA

Departamento	Provincia
JUNIN	CHANCHAMAYO

5. DATOS DEL SOLICITANTE

GUILLERMO	GUTIERREZ	NERIDA CRISTINA
Apellido Paterno	Apellido Materno	Nombres

Identificado(a) con: DOCUMENTO NACIONAL DE IDENTIDAD No: 47616218
 Domiciliado(a) en: JR. EDUARDO BUZZO SIN PERENE
 Correo Electrónico: neridacristinaguillermoguti@gmail.com

6. SOLICITO:

La inscripción de (acto o derecho):

RESERVA DE DENOMINACION

7. INTEGRANTES DE LA PERSONA JURÍDICA

GUILLERMO CAMACUARI ESTEBAN ISAAC	DNI: 21118716
GUTIERREZ GALLARDO ROSA MARIA	DNI: 20578363
GUILLERMO GUTIERREZ NERIDA CRISTINA	DNI: 47616218

8. ASIENTO

<ANONIMO>

No olvide imprimir este documento, y presentarlo en la Oficina Registral correspondiente, cancelando los derechos registrales en plazo de tres días hábiles contados desde el mismo día o desde el día hábil siguiente (si es que aquél es inhábil) de llenada la solicitud

Imprimir
Finalizar

Figura N°1. Reserva de Denominación
Fuente: SUNARP

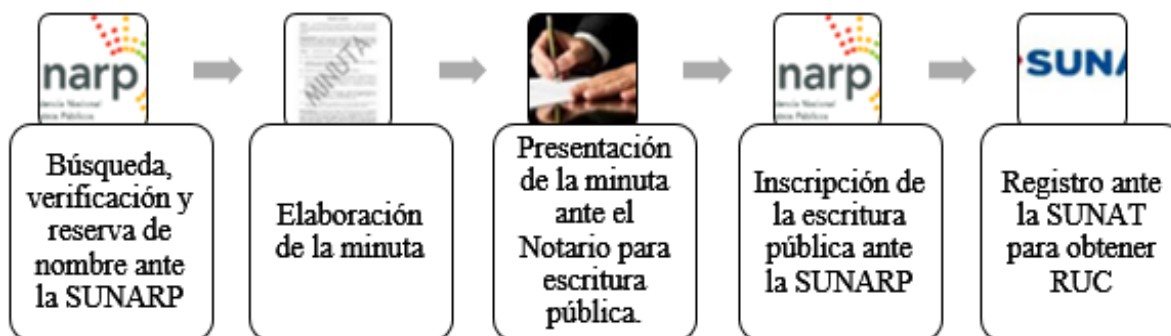


Figura N°2. Inscripción de la Escritura Pública ante SUNARP
Fuente: Elaboración Propia

2.2 Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

La CIIU es la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas, en el año 2006 se aprobó la estructura de la cuarta revisión de la CIIU y en el año 2008 se publicó la versión definitiva. La CIIU comprende un sistema de notación alfanumérico, representa jerárquicamente cuatro niveles de clasificación integrados entre sí, en el siguiente orden: Sección, División, Grupo y Clase.



Figura N°3. Evolución de la CIU
Fuente: INEI

II. ESTRUCTURA DE LA CIU REVISIÓN 4

Sección División Grupo Clase	Descripción de categorías de la CIU Revisión 4
A	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca
01	Agricultura, ganadería, caza y actividades de servicios conexas
011	Cultivo de plantas no perennes
0111	Cultivo de cereales (excepto arroz), legumbres y semillas oleaginosas
0112	Cultivo de arroz
0113	Cultivo de hortalizas y melones, raíces y tubérculos
0114	Cultivo de caña de azúcar
0115	Cultivo de tabaco
0116	Cultivo de plantas de fibra
0119	Cultivo de otras plantas no perennes
012	Cultivo de plantas perennes
0121	Cultivo de uva
0122	Cultivo de frutas tropicales y subtropicales
0123	Cultivo de cítricos
0124	Cultivo de frutas de pepita y de hueso
0125	Cultivo de otros frutos y nueces de árboles y arbustos
0126	Cultivo de frutos oleaginosos
0127	Cultivo de plantas con las que se preparan bebidas
0128	Cultivo de especias y de plantas aromáticas, medicinales y farmacéuticas
0129	Cultivo de otras plantas perennes
013	Propagación de plantas
0130	Propagación de plantas
014	Ganadería
0141	Cría de ganado bovino y búfalos
0142	Cría de caballos y otros equinos
0143	Cría de camellos y otros camélidos
0144	Cría de ovejas y cabras
0145	Cría de cerdos
0146	Cría de aves de corral
0149	Cría de otros animales

Figura N°4. Estructura de la CIU
Fuente: INEI

Por el tipo de actividad económica la empresa pertenece a la sección Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, división de ganadería, grupo A y clase 0146 (Cría de aves de corral).

2.3 Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

El departamento de Junín está conformado por nueve provincias, estas son; Junín, Huancayo, Tarma, Chanchamayo, Jauja, Yauli, Concepción, Chupaca y Satipo. Se determinará la ubicación para la instalación de la granja de pollos entre 3 provincias, Chanchamayo, Satipo o Tarma, para ello, se utilizará el Método de factores ponderados apoyándose en un origen de micro localización, teniendo en cuenta factores legales, ambientales, estratégicos y económicos para encontrar la mejor ubicación para la crianza de los pollos:

- ✓ Distancia de la carretera: De acuerdo con las normas de SENASA la granja debe estar ubicada mínimo a 200 metros de las carreteras.
- ✓ Aislamiento de la granja respecto a otros establecimientos: La granja debe estar aislada de casas, negocios, otras granjas y actividades turísticas.
- ✓ Cerco perimétrico o barreras naturales: Que delimite toda la extensión de la granja, independientemente del material utilizado, pueden ser barreras naturales, que eviten el ingreso de personas, animales o vehículos ajenos a la granja.

- ✓ Presencia de otras especies domesticas o silvestres dentro del área de crianza: No debe existir otras especies de aves o animales que se mezclen con el habitat de los pollos, esto podría causar una serie de enfermedades.

- ✓ Clima de la Zona: El clima, la temperatura, la calidad del aire, la humedad y la luz son factores determinantes para la crianza de pollos, el no proveer el ambiente adecuado durante el periodo de crianza reducirá la rentabilidad, debido a un menor crecimiento y desarrollo.

- ✓ Infraestructura vial: Se debe asegurar que las carreteras hacia la granja estén en buen estado.

- ✓ Disponibilidad de la mano de obra: Se debe asegurar que se cuente con el personal disponible y calificado para el trabajo.

- ✓ Disponibilidad de servicios: Debe evaluarse si la zona cuenta con los servicios de electricidad y agua, que es vital para la producción de pollos vivos.

- ✓ Costo de vida: Es un factor importante porque la región Junín está creciendo y fortaleciéndose año tras año, y el costo de vida en la región es baja.

Tabla N°1.

Matriz de Micro localización: "A": Chanchamayo, "B": Tarma y "C": Satipo

Factores Determinantes	100%	"A"	"B"	"C"	A	B	C
1. Distancia de la carretera	10	4	2	3	40	20	30
2. Aislamiento de la granja respecto a otros establecimientos	20	5	3	4	100	60	80
3. Cerco perimétrico o barreras naturales	10	4	3	2	40	30	20
4. Presencia de otras especies domesticas o silvestres dentro del área de crianza	10	4	2	3	40	20	30
5. Clima de la Zona	20	5	4	3	100	80	60
6. Infraestructura vial	5	4	2	2	20	10	10
7. Disponibilidad de la mano de obra	10	3	3	2	30	30	20
8. Disponibilidad de servicios	10	4	3	2	40	30	20
9. Costo de vida	5	3	2	3	15	10	15
Total					425	290	285

Fuente: Elaboración Propia

Por lo cual la ubicación elegida es Chanchamayo, que cuenta con un territorio semiplano, con un cerco perimétrico de árboles, con un área sumamente ventilada y un clima tropical. Además, cumple con las condiciones básicas exigidas por SENASA (Aislada de colegios, establecimientos comerciales, carreteras, otras granjas de animales domésticos, etc.), y con las condiciones climáticas favorables para el adecuado desarrollo de los pollos, un suelo bien drenado que permite el

crecimiento de árboles que puedan otorgar sombra a los corrales y el valor del lote se encuentra dentro del presupuesto estimado.

Para ello, después de una búsqueda minuciosa en la zona elegida, se ha encontrado un lote a la venta con las siguientes características.

Tabla N°2.

Cuadro de características de la zona

Dirección	Fundo Santa Isabel Sector Puerto Yurinaki, Parcela 34598 Av. Los colonos s/n- Junín
Dimensión	3 hectáreas
Condiciones climáticas de la zona	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Temperatura que oscila entre los 29°C y 30°C ✓ Clima tropical ✓ Precipitación 24% ✓ Vientos de 8 km/h
Características de la zona	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aislada de colegios, establecimientos comerciales y futuros centros urbanísticos turísticos ✓ Aislada de carreteras a 200 metros ✓ Aislada de otras granjas de animales ✓ Suelo bien drenado
Raza de pollo a criar	Cobb500

Fuente: Elaboración Propia

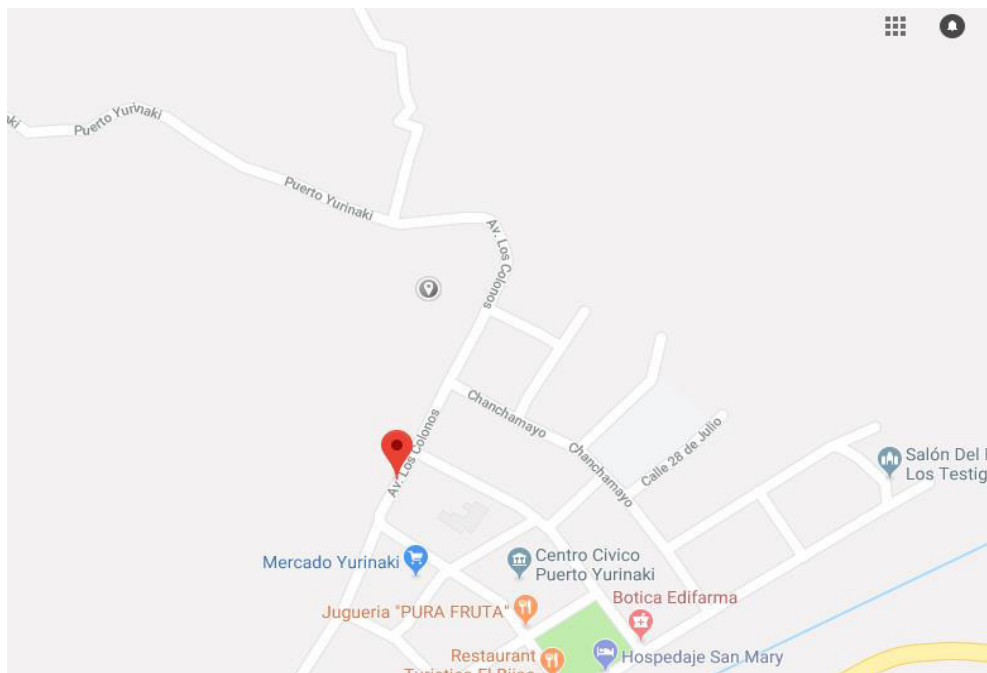


Figura N°5. Ubicación “Chanchamayo-Yurinaki”
Fuente: Google Maps Granja



Figura N°6. Foto del Terreno para la Instalación de la Granja Avícola.
Fuente: Google Maps



Figura N°7. Foto del Terreno para la Instalación de la Granja
Fuente: Google Maps

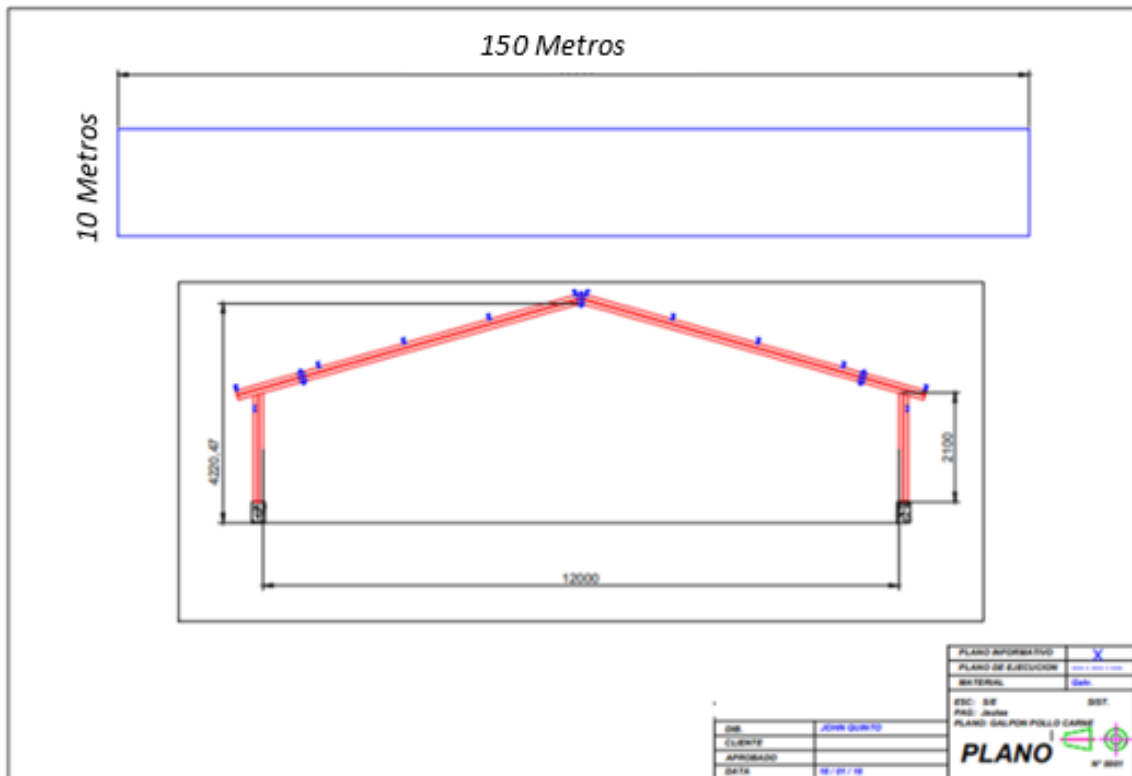


Figura N°8. Plano de Galpón galvanizado de pollos vivos
Fuente: Diseñador de Galpones (John Quinto)

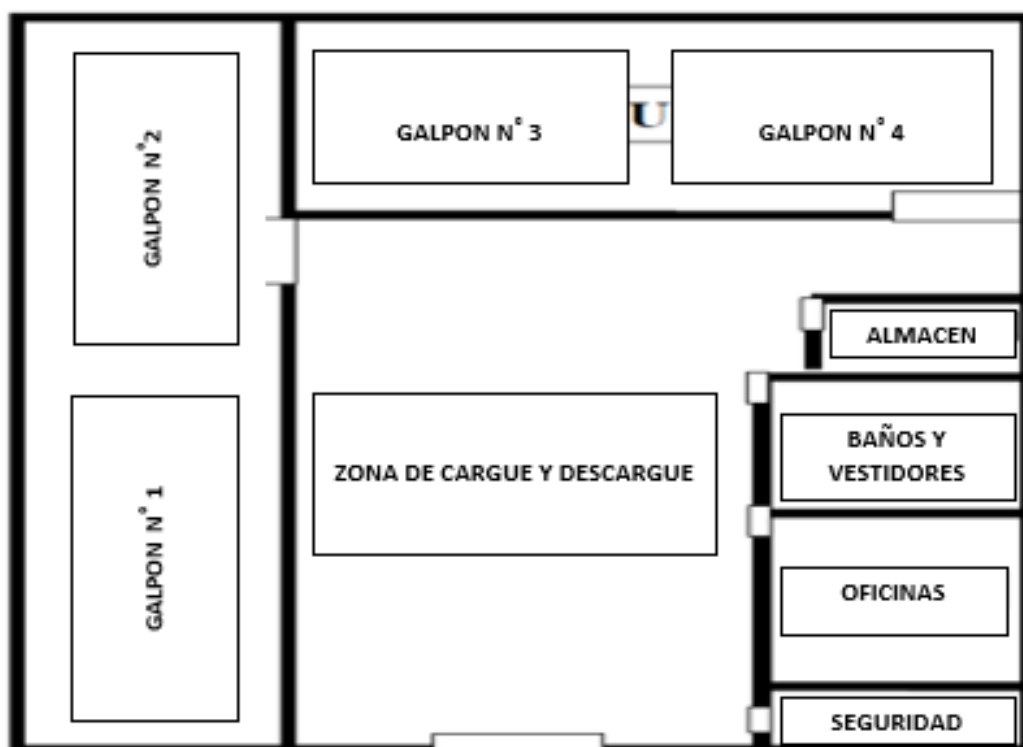


Figura N°9. Plano de distribución de la Granja
Fuente: Diseñador de Galpones (John Quinto)

2.4 Objetivos de la Empresa, Principio de la empresa en marcha.

Marco estratégico del Plan de Negocio:

Misión:

Producir pollos carne con altos estándares de calidad a un precio justo, utilizando tecnologías limpias para asegurar el compromiso con el medio ambiente y los grupos de interés.

Visión:

Ser una empresa líder en el sector, con un alto nivel de competitividad en el mercado nacional, a través de la inversión en tecnología, innovación y mejora de procesos.

Principios:

- ✓ Honestidad: Nuestra organización fomenta en todos sus colaboradores el actuar con la verdad, de modo que la honestidad tenga correspondencia entre lo que hace, piensa y dice.
- ✓ Respeto: Creemos firmemente que el respeto es un valor fundamental para nuestros colaboradores y grupos de interés por eso se promueve el constante mejoramiento del respeto en la comunicación laboral y el trabajo en equipo.
- ✓ Laboriosidad: Se busca que los colaboradores se comprometan con los objetivos de la empresa, haciéndolo con entusiasmo, empeño, diligencia, meticulosidad, dándole la relevancia debida a las tareas prioritarias y haciendo eficiente su tiempo.
- ✓ Pasión por la excelencia: Nuestra pasión por la excelencia no solo se verá reflejado en la eficiencia de las tareas sino también en la atención a nuestros

clientes internos y externos, este principio es importante porque será una característica diferencial para convertirnos en una empresa líder.

- ✓ Integridad: Nuestra empresa apuesta por encadenar la integridad con las diversas áreas del negocio, para convertirnos en una empresa confiable, que goza de buena reputación, construya cohesión interna y externa, buscando el bien a largo plazo.

Objetivos:

La empresa se ha propuesto lograr los siguientes objetivos:

Objetivo General:

Lograr el 7% de participación en el mercado avícola de Junín al año 2023

Objetivos Específicos:

- ✓ Producir 58,800 pollos bimensualmente el primer año de operaciones con la calidad suficiente para que compitan en el mercado.
- ✓ Incrementar en un 50% la producción total de pollos en pie al segundo año de operaciones.
- ✓ Lograr una recuperación de la inversión al tercer año de operaciones y una TIR del 85%.
- ✓ Incrementar el alcance de las ventas en todas las provincias del Departamento de Junín al tercer año.
- ✓ Posicionarnos como una empresa socialmente responsable con sus partes interesadas al año 2023.

2.5 Ley de MYPE, Micro y Pequeña empresa características.

La empresa ha elegido constituirse como una Pequeña empresa con personería jurídica por estas razones:

- ✓ Porque nuestras ventas proyectadas serán mayores a 150 UIT y menores a 1700 UIT.
- ✓ Porque se requerirá extender facturas por ventas a empresas o personas con RUC.
- ✓ Porque la empresa requiere personal que se comprometa con los objetivos organizacionales y de la misma manera retribuir su compromiso con los pagos de sus beneficios de acuerdo con la Ley (CTS, seguro de vida, vacaciones, etc.).
- ✓ Para ello la empresa deberá estar inscrita en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (Remype), los pasos para realizar el registro son:
 - Se debe ingresar a la página web del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo: <http://www.trabajo.gob.pe> en el link Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa – REMYPE.
 - Registrar el número de RUC, Usuario y Clave Sol

- ✓ Se abrirá una pantalla de color azul, se debe ingresar al “Modulo de Registro de la MYPE” y llenar la solicitud virtual con los datos correspondientes de la empresa, los datos solicitados son:
 - Dirección real de la empresa, solo en caso de que sea diferente a la dirección fiscal.
 - Indicar modalidad / Tipo de Contribuyente.
 - En el caso del Representante Legal, deberá ingresar el número del DNI, número de teléfono, fax, correo electrónico, tipo de seguro (ESSALUD/SIS) y tipo de régimen pensionario (ONP/AFP)

- ✓ El siguiente paso es registrar los datos del trabajador en el formulario virtual.
 - Registrar el número del DNI.
 - El tipo de contrato.
 - Ocupación.
 - Tipo de Régimen Laboral (especial/general).
 - Tipo de Seguro (ESSALUD / SIS).
 - Tipo de Régimen Pensionario (ONP / AFP).
 - Registrar si el trabajador es socio.
 - Registrar si el trabajador es familiar de socio.
 - Número de teléfono y correo electrónico.
 - Registrar si el trabajador cuenta con derechohabientes (cónyuge e hijos).
 - Por último, se debe ingresar información de los socios de la empresa.

Tabla N°3.

Matriz de características del Régimen MYPE- Micro y Pequeña Empresa

INDICADOR/RÉGIMEN	MICROEMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
BENEFICIOS SOCIALES	1. Remuneración Mínima Vital 2. Jornada máxima 8 horas diarias o 48 horas semanales 3. Descanso semanal 4. Trabajo en sobretiempo 5. Feriados 6. Vacaciones: 15 días. Posibilidad de reducción de 15 a 7 días calendario.	1. Remuneración mínima vital. 2. Jornada máxima 8 horas diarias o 48 horas semanales 3. Descanso semanal 4. Feriados. 5. Vacaciones: 15 días. Posibilidad de reducción de 15 a 7 días calendario. 6. CTS: 15 remuneraciones diarias por año completo de servicios. Tope máximo de 90 remuneraciones diarias. 7. Dos gratificaciones al año: Fiestas patrias y navidad. Equivalentes a ½ remuneración cada una. 8. SCTR a cargo de empleador. 9. Seguro de vida a cargo del empleador. 10. Derechos colectivos. 11. Derecho a participar de las utilidades.
INDEMNIZACIÓN POR DESPIDO ARBITRARIO	Equivalente a 10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios. Tope máximo de 90 remuneraciones diarias. Las fracciones de año se abonan por dozavos.	Equivalente a 20 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios. Tope máximo de 120 remuneraciones diarias. Las fracciones de año se abonan por dozavos.
SEGURO COMPLEMENTARIO DE TRABAJO POR RIESGO (SCRT)	NO	SI
NIVELES DE VENTAS ANUALES	Hasta el monto máximo de 150 UIT	Hasta el monto máximo de 1,700 UIT

Fuente: SUNAT

Tabla N°4.

Matriz de características de Comprobantes y Libros que se deben llevar en el RMT

¿Qué tipo de Comprobantes se pueden emitir?	¿Que Libros debo llevar en el RMT? Para Ingresos Brutos Anuales mayores a 500 UIT y que no superen las 1700 UIT
Facturas	Registro de Compras
Boletas de Venta	Registro de Ventas
Tickets	Libro Diario
Liquidaciones de Compra	Libro Mayor
Notas de Crédito y Débito	Libro de Inventarios y Balances
Guías de Remisión	

Fuente: SUNAT



Figura N°10. Determinación del Impuesto a la Renta Anual en el RMT

Fuente: SUNAT

Para la determinación del Impuesto a la Renta Anual en el RMT, cabe señalar que la tasa es progresiva acumulativa, donde se aplica el 10% a los primeros 15 UIT de las ganancias netas y 29.5% al excedente de más de 15 UIT de las ganancias netas. Para la determinación del Impuesto General a las Ventas, la tasa es similar a la que corresponde a los contribuyentes acogidos al RER y al Régimen General de 18%.

2.6 Estructura Orgánica

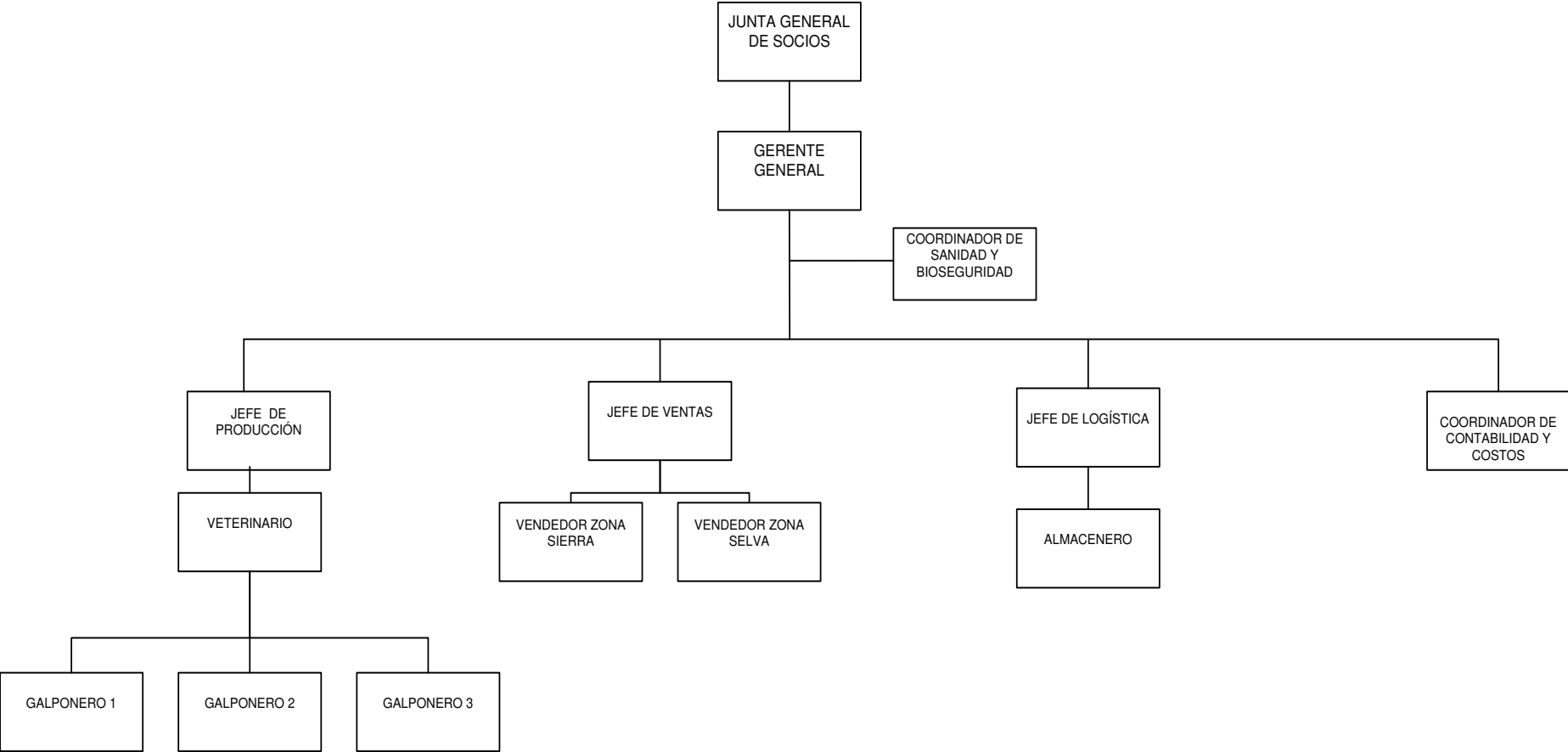


Figura N°11. Organigrama de la empresa GRUPO CRISTINA S.A.C.
Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°5.
Perfil de Puesto del Gerente General

PERFIL DE PUESTOS		Fecha: 18/03/2018 Versión: 01
I. GENERAL		
NOMBRE DEL PUESTO:	Gerente General	
ÁREA:	Administración y Finanzas	
PUESTO (S) AL (LOS) QUE REPORTA (N):	Junta General de Socios	
PUESTO (S) QUE LE REPORTA (N):	Todos	
PUESTO QUE LO REEMPLAZA:	Gerente de Administración y Finanzas	
VALIDADO POR:	Socios	
II. OBJETIVO DEL PUESTO		
Gestionar la empresa para la consecución de los objetivos empresariales, respetando los lineamientos y principios básicos de la empresa		
III. RESPONSABILIDADES/FUNCIONES ESPECÍFICAS		
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestionar la empresa para la consecución de los objetivos planteados ✓ Controlar y analizar los EEFF de la empresa ✓ Garantizar una adecuada rentabilidad sobre el patrimonio de los socios ✓ Controlar y supervisar la acción de todas las áreas de la empresa ✓ Promover el cumplimiento de las políticas y los principios básicos de la empresa ✓ Motivar al personal para el logro de resultados ✓ Responsable de evaluar el desenvolvimiento de la empresa a través de los indicadores de gestión y tomar acciones. ✓ Coordinar las acciones y estrategias de ventas como Jefe de Ventas ✓ Informar a los socios del estado económico financiero de la empresa a los socios periódicamente. 		
IV. COMPETENCIAS		
EDUCACIÓN	Grado de Instrucción	Descripción
	Titulado	Administración de Empresas
FORMACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diplomado o Especialización en mejora de procesos ✓ Conocimientos en Tecnologías de Información 	
EXPERIENCIA	Mínimo 3 años desempeñándose como gerente en el sector avícola	
HABILIDADES	Analítico, Organizado, Metódico, Habilidades de comunicación y persuasión, Comprometido y Responsable	
V. CONDICIONES DEL PUESTO		
Ubicación Física: Trabajo en Oficina <input checked="" type="checkbox"/> Trabajo en Campo <input checked="" type="checkbox"/>		
Viajes: Si <input checked="" type="checkbox"/> Eventual <input type="checkbox"/> Frecuente <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		
HORARIOS Y JORNADAS LABORALES:		
Diurno: 09:00 a 6:30 p.m. <input checked="" type="checkbox"/> Rotativo (Día y Noche) <input type="checkbox"/> Nocturno <input type="checkbox"/>		
<hr/> Elaborado por Socio		<hr/> Aprobado por Junta General de Socios

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla N°6.

Perfil de Puesto de Coordinador de Sanidad y Bioseguridad

PERFIL DE PUESTOS		Fecha: 18/03/2018 Versión: 01
I. GENERAL		
NOMBRE DEL PUESTO:	Coordinador de Sanidad y Bioseguridad	
ÁREA:	Administración y Finanzas	
PUESTO (S) AL (LOS) QUE REPORTA (N):	Gerente General	
PUESTO (S) QUE LE REPORTA (N):	Gerente de Producción	
PUESTO QUE LO REEMPLAZA:	-	
VALIDADO POR:	Junta General de Socios	
II. OBJETIVO DEL PUESTO		
Monitorear, evaluar y ejecutar acciones para asegurar la bioseguridad de la granja y la calidad de los pollos		
III. RESPONSABILIDADES/FUNCIONES ESPECÍFICAS		
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Implementar las medidas de bioseguridad y sanidad exigidas por SENASA ✓ Toma de muestra y envió a laboratorio para determinar posibles enfermedades ✓ Evaluar y monitorear la calidad del agua ✓ Realizar seguimiento a posibles enfermedades de las aves, como salmonella, newcastler, etc. ✓ Supervisar el proceso de limpieza después de la saca y el mantenimiento de las granjas ✓ Otras funciones que le asigne Gerencia 		
IV. COMPETENCIAS		
EDUCACIÓN	Grado de Instrucción	Descripción
	Titulado	Medicina Veterinaria, Zootecnia o afines.
FORMACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Titulado en Medicina Veterinaria, Zootecnia o afines ✓ Especialización en enfermedades más comunes en aves de corral ✓ Conocimientos en micotoxinas, anatomía de aves, manejo del medio ambiente (ventilación de galpones abiertos y cerrados) 	
EXPERIENCIA	Mínimo 10 años desempeñándose en el sector	
HABILIDADES	Analítico, Organizado, Metódico, Líder, Responsable y Comprometido	
V. CONDICIONES DEL PUESTO		
Ubicación Física: Trabajo en Oficina	<input checked="" type="checkbox"/>	Trabajo en Ca <input checked="" type="checkbox"/>
Viajes: Si <input type="checkbox"/>	Eventual <input checked="" type="checkbox"/>	Frecuente <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
HORARIOS Y JORNADAS LABORALES:	Diurno: 09:00 a 6:30 p.m. <input checked="" type="checkbox"/> Rotativo (Día y Noche) <input type="checkbox"/> Nocturno <input type="checkbox"/>	
_____ Elaborado por Socio	_____ Aprobado por Junta General de Socios	

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla N°7.
Perfil del Jefe de Producción

PERFIL DE PUESTOS		Fecha: 18/03/2018 Versión: 01
I. GENERAL		
NOMBRE DEL PUESTO:	Jefe de Producción	
ÁREA:	Administración y Finanzas	
PUESTO (S) AL (LOS) QUE REPORTA (N):	Gerente General Jefe de Sanidad y Bioseguridad	
PUESTO (S) QUE LE REPORTA (N):	Veterinario Galponeros	
PUESTO QUE LO REEMPLAZA:	-	
VALIDADO POR:	Junta General de Socios	
II. OBJETIVO DEL PUESTO		
Seguir las normas para la crianza de pollos, asegurando su alta calidad.		
III. RESPONSABILIDADES/FUNCIONES ESPECÍFICAS		
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Responsable de monitorear y realizar el seguimiento a los indicadores que nos llevaran a obtener los resultados productivos. ✓ Supervisar el manejo de las aves en la etapa de Levante o Producción según la programación. ✓ Verificar diariamente las incidencias en los galpones. ✓ Asegurar el pedido oportuno de los requerimientos de la granja (vacunas o medicamentos, alimento, agua, combustible, etc.). ✓ Controlar el cumplimiento de los procedimientos administrativos implementados en el área. ✓ Controlar que se proporcione el mantenimiento debido a las maquinarias de la empresa. ✓ Otras funciones que le asigne Gerencia. 		
IV. COMPETENCIAS		
EDUCACIÓN	Grado de Instrucción	Descripción
	Titulado	Ingeniería Industrial, Veterinario o Zootécnico
FORMACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Titulado en Ingeniería Industrial ✓ Conocimientos en manejo de aves en producción ✓ Conocimiento en producción avícola ✓ Conocimiento en fisiología de las aves y bioseguridad 	
EXPERIENCIA	Mínimo 5 años desempeñándose en el puesto.	
HABILIDADES	Ética, Capacidad supervisora, Objetividad, Iniciativa propia, Trabajo en equipo y Analítico	
V. CONDICIONES DEL PUESTO		
Ubicación Física: Trabajo en Oficina	<input checked="" type="checkbox"/>	Trabajo en Campo
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Viajes: Si	<input type="checkbox"/>	Eventual
	<input checked="" type="checkbox"/>	Frecuente
	<input type="checkbox"/>	No
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
HORARIOS Y JORNADAS LABORALES:		
Diurno: 09:00 a 6:30 p.m.	<input checked="" type="checkbox"/>	Rotativo (Día y Noche)
	<input type="checkbox"/>	Nocturno
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Elaborado por	Aprobado por Junta General de Socios	

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla N°8.
Perfil del Jefe de Ventas

PERFIL DE PUESTOS		Fecha: 18/03/2018 Versión: 01
I. GENERAL		
NOMBRE DEL PUESTO:	Jefe de Ventas	
ÁREA:	Administración y Finanzas	
PUESTO (S) AL (LOS) QUE REPORTA (N):	Gerente General	
PUESTO (S) QUE LE REPORTA (N):	Vendedor Zona Sierra Vendedor Zona Selva	
PUESTO QUE LO REEMPLAZA:	Gerente General	
VALIDADO POR:	Junta General de Socios	
II. OBJETIVO DEL PUESTO		
Gestionar la captación, atención y retención de clientes, para lograr el cumplimiento de la meta en participación de mercado.		
III. RESPONSABILIDADES/FUNCIONES ESPECÍFICAS		
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Supervisar las funciones de los Vendedores Zonales ✓ Realizar la estimación de los precios de las aves listas para la venta ✓ Coordinar las actividades de captación, atención y retención de clientes ✓ Analizar las tendencias de las ventas históricas para realizar proyecciones de ventas ✓ Responsable de las ventas, marketing y servicio al cliente ✓ Proporcionar información al área de Producción y Logística para determinar los recursos a comprar ✓ Utilizar un enfoque de colaboración mediante el trabajo en equipo con sus vendedores zonales ✓ Otras funciones que le asigne Gerencia 		
IV. COMPETENCIAS		
EDUCACIÓN	Grado de Instrucción	Descripción
	Titulado	Marketing
FORMACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Titulado en Marketing ✓ Especialización en planificación de la demanda y fijación de precios ✓ Curso en SAP ✓ Curso en Excel avanzado 	
EXPERIENCIA	Mínimo 5 años desempeñándose como gerente en el sector avícola	
HABILIDADES	Analítico, Organizado, Metódico, Habilidades de comunicación y persuasión, Comprometido y Responsable	
V. CONDICIONES DEL PUESTO		
Ubicación Física: Trabajo en Oficina	<input checked="" type="checkbox"/>	Trabajo en Campo <input type="checkbox"/>
Viajes: Si <input type="checkbox"/>	Eventual <input checked="" type="checkbox"/>	Frecuente <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
HORARIOS Y JORNADAS LABORALES: Diurno: 09:00 a 6:30 p.m.	<input checked="" type="checkbox"/>	Rotativo (Día y Noche) <input type="checkbox"/> Nocturno <input type="checkbox"/>
_____ Elaborado por	_____ Aprobado por Junta General de Socios	

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla N°9.
Perfil del Veterinario

PERFIL DE PUESTOS		Fecha: 18/03/2018 Versión: 01
I. GENERAL		
NOMBRE DEL PUESTO:	Veterinario	
ÁREA:	Producción	
PUESTO (S) AL (LOS) QUE REPORTA (N):	Gerente General Jefe de Producción	
PUESTO (S) QUE LE REPORTA (N):	Galponeros	
PUESTO QUE LO REEMPLAZA:	-	
VALIDADO POR:	Junta General de Socios	
II. OBJETIVO DEL PUESTO		
Cumplir con los parámetros productivos, políticas, normas y procedimientos establecidos por la organización		
III. RESPONSABILIDADES/FUNCIONES ESPECÍFICAS		
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Supervisar y asesorar la ejecución de las fases productivas del proceso de pollo de engorde en las granjas asignadas. ✓ Cumplimiento oportuno de las condiciones de manejo ✓ Status sanitario, recepción, desarrollo y crecimiento de las aves ✓ Elaborar el Plan de visitas y acciones en granjas. ✓ Realización de las inmunizaciones. 		
IV. COMPETENCIAS		
EDUCACIÓN	Grado de Instrucción	Descripción
	Titulado	Médico Veterinario
FORMACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Anatomía, patología aviar y necropsia. ✓ Farmacología y terapéutica. ✓ Toma de muestra de sangre y órganos. ✓ Manejo de aves, parámetros zootécnicos. ✓ Conocimientos en equipos e instalaciones avícolas. 	
EXPERIENCIA	Mínimo 5 años en cargos similares	
HABILIDADES	Analítico, Organizado, Metódico, Habilidades de comunicación, Planificación y Organización.	
V. CONDICIONES DEL PUESTO		
Ubicación Física: Trabajo en Oficina	<input checked="" type="checkbox"/>	Trabajo en Campo
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Viajes: Si	<input type="checkbox"/>	Eventual
	<input checked="" type="checkbox"/>	Frecuente
	<input type="checkbox"/>	No
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
HORARIOS Y JORNADAS LABORALES:		
Diurno: 09:00 a 6:30 p.m.	<input checked="" type="checkbox"/>	Rotativo (Día y Noche)
	<input type="checkbox"/>	Nocturno
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_____ Elaborado por Socio	_____ Aprobado por Junta General de Socios	

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla N°10.
Perfil de Jefe de Logística

PERFIL DE PUESTOS		Fecha: 18/03/2018 Versión: 01
VI. GENERAL		
NOMBRE DEL PUESTO:	Jefe de Logística	
ÁREA:	Logística	
PUESTO (S) AL (LOS) QUE REPORTA (N):	Gerente General	
PUESTO (S) QUE LE REPORTA (N):	Almacenero y Galponeros	
PUESTO QUE LO REEMPLAZA:	-	
VALIDADO POR:	Junta General de Socios	
VII. OBJETIVO DEL PUESTO		
Programar, coordinar, ejecutar y controlar el abastecimiento oportuno de bienes materiales y prestación de servicios que requieren las áreas de la empresa, a fin que dispongan de los bienes materiales para cumplir su misión.		
VIII. RESPONSABILIDADES/FUNCIONES ESPECÍFICAS		
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestionar y supervisar el proceso de la cadena de abastecimiento: Logística de Entrada, Proceso, Salida, y Control. ✓ Efectuar la programación de las compras de la empresa. ✓ Registrar, analizar y ejecutar el ingreso de la mercadería y documentación correspondiente ingresando la información al sistema. ✓ Responsable del control y chequeo de la mercadería según guía, factura y órdenes de pedido. ✓ Supervisar los procesos de la gestión del almacén. Formular las políticas, procedimientos e indicadores de gestión de los procesos logísticos. ✓ Responsable del mantenimiento de información en el sistema de los stocks físicos. ✓ Responsable de la realización de los inventarios de activos y existencias de la empresa. ✓ Optimizar la compra y uso de recursos, bienes y/o servicios de la empresa a través de negociaciones exitosas con proveedores. 		
IX. COMPETENCIAS		
EDUCACIÓN	Grado de Instrucción Egresado o Bachiller	Descripción Ingeniería, Administración o a fines
FORMACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conocimiento de gestión de almacenes ✓ Experiencia en manejo directo de personal ✓ Conocimiento con indicadores de gestión y procesos ✓ Conocimiento en gestión logística 	
EXPERIENCIA	Mínimo 4 años en cargos similares	
HABILIDADES	Analítico, Organizado, Metódico, Habilidades de comunicación, Planificación y Organización.	
X. CONDICIONES DEL PUESTO		
Ubicación Física: Trabajo en Oficina	<input checked="" type="checkbox"/>	Trabajo en Campo <input type="checkbox"/>
Viajes: Si <input type="checkbox"/> Eventual <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Frecuente <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>
HORARIOS Y JORNADAS LABORALES:		
Diurno: 09:00 a 6:30 p.m.	<input checked="" type="checkbox"/>	Rotativo (Día y Noche) <input type="checkbox"/> Nocturno <input type="checkbox"/>
_____ Elaborado por Socio		_____ Aprobado por Junta General de Socios

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla N°11.
Perfil de Almacenero

PERFIL DE PUESTOS		Fecha: 18/03/2018 Versión: 01
I. GENERAL		
NOMBRE DEL PUESTO:	Almacenero	
ÁREA:	Logística	
PUESTO (S) AL (LOS) QUE REPORTA (N):	Gerente General Jefe de Logística	
PUESTO (S) QUE LE REPORTA (N):	-	
PUESTO QUE LO REEMPLAZA:	-	
VALIDADO POR:	Junta General de Socios	
II. OBJETIVO DEL PUESTO		
Cumplir con los parámetros de las funciones de su área, políticas, normas y procedimientos establecidos por la organización		
III. RESPONSABILIDADES/FUNCIONES ESPECÍFICAS		
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ejecutar la recepción y almacenamiento de los materiales e insumos, en coordinación con el Operador de Montacargas y/o Operador de balanza (si aplicará). ✓ Realizar el despacho de materiales, insumos y suministros para las diferentes unidades de producción y procesos. ✓ Efectuar la limpieza y desinfección de los almacenes de acuerdo al instructivo. ✓ Realizar el inventario diario de suministros. ✓ Cumplir con los procedimientos establecidas por el área. ✓ Realizar las correcciones necesarias para controlar los problemas que se presenten y evitar que se vuelvan a repetir. ✓ Asegurar la aplicación eficiente de la matriz de almacenamiento. 		
IV. COMPETENCIAS		
EDUCACIÓN	Grado de Instrucción	Descripción
	Superior Técnico	Administración, Contabilidad y a fines
FORMACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Con conocimientos previos en Logística y Gestión de stocks de almacén. ✓ Con conocimiento en Microsoft Office nivel Intermedio 	
EXPERIENCIA	Mínimo 6 meses en posiciones similares	
HABILIDADES	Analítico, Organizado, Metódico, Habilidades de comunicación, Planificación y Organización.	
V. CONDICIONES DEL PUESTO		
Ubicación Física: Trabajo en Oficina	<input checked="" type="checkbox"/>	Trabajo en Campo
	<input type="checkbox"/>	
Viajes: Si	<input checked="" type="checkbox"/>	Eventual
	<input type="checkbox"/>	Frecuente
	<input type="checkbox"/>	No
	<input type="checkbox"/>	
HORARIOS Y JORNADAS LABORALES:		
Diurno: 09:00 a 6:30 p.m.	<input checked="" type="checkbox"/>	Rotativo (Día y Noche)
	<input type="checkbox"/>	Nocturno
	<input type="checkbox"/>	
_____ Elaborado por Socio	_____ Aprobado por Junta General de Socios	

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla N°12.
Perfil de Vendedor

PERFIL DE PUESTOS		Fecha: 18/03/2018 Versión: 01
I. GENERAL		
NOMBRE DEL PUESTO:	Vendedor	
ÁREA:	Ventas	
PUESTO (S) AL (LOS) QUE REPORTA (N):	Jefe de Ventas Gerente General	
PUESTO (S) QUE LE REPORTA (N):	-	
PUESTO QUE LO REEMPLAZA:	-	
VALIDADO POR:	Junta General de Socios	
II. OBJETIVO DEL PUESTO		
Cumplir con los parámetros de las funciones de su área, políticas, normas y procedimientos establecidos por la organización		
III. RESPONSABILIDADES/FUNCIONES ESPECÍFICAS		
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planificar y gestionar aumento en los volúmenes de venta de los clientes asignados. ✓ Planificar la correcta elaboración del pedido de sus clientes. ✓ Proyectar y cumplir con la cuota de ventas asignada por el área. ✓ Realizar seguimiento constante de los indicadores de su gestión. ✓ Asegurar el cumplimiento de metas por clientes asignados. ✓ Analizar resultados por día y semana llevando los registros adecuados por grupo de clientes asignados. ✓ Mantener comunicación constante y eficiente con los clientes. ✓ Informar acciones que involucren directamente el desempeño de la gestión de ventas, tales como acciones de la competencia y comportamiento del mercado avícola. 		
IV. COMPETENCIAS		
EDUCACIÓN	Grado de Instrucción	Descripción
	Carrera Técnica concluida o en curso.	Administración, Contabilidad y a fines
FORMACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Con conocimientos en técnicas de venta. ✓ Con conocimiento en Microsoft Office nivel Intermedio 	
EXPERIENCIA	Mínimo 1 año en el área de ventas en el sector avícola	
HABILIDADES	Analítico, Organizado, Metódico, Habilidades de comunicación, Planificación y Organización.	
V. CONDICIONES DEL PUESTO		
Ubicación Física: Trabajo en Oficina	<input checked="" type="checkbox"/>	Trabajo en Campo <input checked="" type="checkbox"/>
Viajes: Si <input checked="" type="checkbox"/>	Eventual <input type="checkbox"/>	Frecuente <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
HORARIOS Y JORNADAS LABORALES:		
Diurno: 09:00 a 6:30 p.m.	<input checked="" type="checkbox"/>	Rotativo (Día y Noche) <input type="checkbox"/> Nocturno <input type="checkbox"/>
_____ Elaborado por Socio	_____ Aprobado por Junta General de Socios	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°13.
Perfil de Contador

PERFIL DE PUESTOS				Fecha: 18/03/2018 Versión: 01	
I. GENERAL					
NOMBRE DEL PUESTO:		Coordinador de Contabilidad y Costos			
AREA:		Administración y Finanzas			
PUESTO (S) AL (LOS) QUE REPORTA (N):		Gerente General			
PUESTO (S) QUE LE REPORTA (N):		-			
PUESTO QUE LO REEMPLAZA:		-			
VALIDADO POR:		Junta General de Socios			
II. OBJETIVO DEL PUESTO					
Cumplir con los parámetros de las funciones de su área, políticas, normas y procedimientos establecidos por la organización					
III. RESPONSABILIDADES/FUNCIONES ESPECÍFICAS					
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planificar que la información recibida esté en su momento y sea confiable estableciendo un cronograma, así mismo realizar seguimiento continuo de cumplimiento de procedimientos. ✓ Establecer con la Gerencia, el manejo de los recursos que le han sido confiados, realizando los controles internos, revisando los gastos y verificando el inventario en general. ✓ Verificar la preparación y veracidad de los Estados Financieros. ✓ Revisar los informes de costos, estructura de Costos por Procesos, Provisiones Contables, Abastecimiento y Ventas. ✓ Revisión de asignación de gastos en el sistema. ✓ Ejecutar y verificar los controles, auditorías internas e inventarios inopinados, inventarios mensuales de medio año y de fin de año. ✓ Controlar la aplicación de las normas establecidas dentro del área. ✓ Coordinar con las áreas de producción que la información sea confiable y oportuna, asimismo hacer la verificación del mismo. ✓ Coordinar con el área de Logística (Compra – Venta), una información oportuna, con la finalidad de establecer controles internos. ✓ Coordinar con el área de Administración, Logística y las Jefaturas de Producción, auditoría de gastos de operaciones mensuales, semanales y de cada año comparativo. ✓ Coordinar con Gerencia el control del personal, gastos de mano de obra por centro de costos, auditoría interna. ✓ Establecer una política contable, que proporcione una información más útil para los usuarios de los Estados Financieros. 					
IV. COMPETENCIAS					
EDUCACIÓN	Grado de Instrucción		Descripción		
	Colegiado		Contador Público		
FORMACIÓN	✓ Conocimiento en Microsoft Office a nivel avanzado (macros)				
EXPERIENCIA	Mínimo 3 años en puestos similares relacionado a costos Experiencia trabajando en empresas con procesos productivos				
HABILIDADES	Analítico, Organizado, Metódico, Habilidades de comunicación, Planificación y Organización.				
V. CONDICIONES DEL PUESTO					
Ubicación Física: Trabajo en Oficina		<input checked="" type="checkbox"/>	Trabajo en Campo		<input type="checkbox"/>
Viajes: Si	<input type="checkbox"/>	Eventual	<input type="checkbox"/>	Frecuente	<input type="checkbox"/>
		No		<input checked="" type="checkbox"/>	
HORARIOS Y JORNADAS LABORALES:					
Diurno: 09:00 a 6:30 p.m.		<input checked="" type="checkbox"/>	Rotativo (Día y Noche)		<input type="checkbox"/>
		Nocturno		<input type="checkbox"/>	
Elaborado por Socio			Aprobado por Junta General de Socios		

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla N°14.
Perfil de Galponero

PERFIL DE PUESTOS		Fecha: 18/03/2018 Versión: 01
I. GENERAL		
NOMBRE DEL PUESTO:	Galponero	
ÁREA:	Producción	
PUESTO (S) AL (LOS) QUE REPORTA (N):	Jefe de Producción Gerente General	
PUESTO (S) QUE LE REPORTA (N):	-	
PUESTO QUE LO REEMPLAZA:	-	
VALIDADO POR:	Junta General de Socios	
II. OBJETIVO DEL PUESTO		
Cumplir con los parámetros de las funciones de su área, políticas, normas y procedimientos establecidos por la organización		
III. RESPONSABILIDADES/FUNCIONES ESPECÍFICAS		
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Controlar la temperatura del galpón. ✓ Suministrar agua y alimento a las aves. ✓ Realizar el orden, la limpieza y la bioseguridad de la granja. ✓ Reporte de control y/o cambios dentro de galpón y otras funciones que se le pueda asignar 		
IV. COMPETENCIAS		
EDUCACIÓN	Grado de Instrucción	Descripción
	Secundaria completa	
FORMACIÓN	✓ Deseable con conocimientos en Microsoft Office nivel Básico	
EXPERIENCIA	Experiencia deseable en el puesto Deseable residir en zonas aledaños a la granja Contar con disponibilidad inmediata, a tiempo completo	
HABILIDADES	Responsable, Proactivo y Organizado.	
V. CONDICIONES DEL PUESTO		
Ubicación Física: Trabajo en Oficina <input type="checkbox"/> Trabajo en Campo <input checked="" type="checkbox"/>		
Viajes: Si <input type="checkbox"/> Eventual <input type="checkbox"/> Frecuente <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>		
HORARIOS Y JORNADAS LABORALES:		
Diurno: 09:00 a 6:30 p.m. <input type="checkbox"/> Rotativo (Día y Noche) <input checked="" type="checkbox"/> Nocturno <input type="checkbox"/>		
<hr/> Elaborado por Socio		<hr/> Aprobado por Junta General de Socios

Fuente: Elaboración Propia.

2.7 Cuadro de Asignación de Personal

Tabla N°15.

Cuadro de Asignación de Personal de la Empresa Grupo Cristina S.A.C

ITEM	CARGO	CANTIDAD	REMUNERACIÓN BÁSICA	REMUNERACIÓN ANUAL	DESCUENTOS TRABAJADOR			TOTAL, DESCUENTOS	VACACIONES	ESSALUD	REMUNERACIÓN NETA POR PAGAR MENSUAL	REMUNERACIÓN NETA POR PAGAR ANUAL
					ONP 13%	AFP Hábitat 10%+1.36% +1.47% Com y Seg = 12.83%	IR 5ta CAT Si pasa 7UIT 8%		(1/2 SUELDO) 50%	9%		
1	Gerente General	1	1,300	15,600		166.79		166.79	650	117.00	1,250.21	15,653
2	Jefe de Ventas	1	1,000	12,000		128.3		128.3	500	90.00	961.70	12,040
3	Coordinador de Calidad, Sanidad y Bioseguridad	1	1,500	18,000		192.45		192.45	750	135.00	1,442.55	18,061
4	Jefe de Producción	1	1,500	18,000		192.45		192.45	750	135.00	1,442.55	18,061
5	Galponero 1	1	950	11,400		121.885		121.885	475	85.50	913.62	11,438
6	Galponero 2	1	950	11,400		121.885		121.885	475	85.50	913.62	11,438
7	Galponero 3	1	950	11,400		121.885		121.885	475	85.50	913.62	11,438
8	Veterinario	1	1,500	18,000		192.45		192.45	750	135.00	1,442.55	18,061
9	Jefe de Logística	1	1,350	16,200		173.205		173.205	675	121.50	1,298.30	16,255
10	Vendedor zona Sierra	1	1,650	19,800		211.695		211.695	825	148.50	1,586.81	19,867
11	Vendedor zona Selva	1	1,650	19,800		211.695		211.695	825	148.50	1,586.81	19,867
12	Chofer encargado de la distribución	1	950	11,400		121.885		121.885	475	85.50	913.62	11,438
13	Encargado del desalojo, despacho y transporte de pollos	1	950	11,400		121.885		121.885	475	85.50	913.62	11,438
14	Coordinador de Contabilidad y Costos	1	1,500	18,000		192.45		192.45	750	135.00	1,442.55	18,061
15	Almacenero	1	950	11,400		121.885		121.885	475	85.50	913.62	11,438
Total		15	18,650	223,800		2392.795		2392.795	9325	1,678.50	17,935.71	224,553

Fuente: Elaboración Propia.

2.8 Forma jurídica empresarial

La empresa estará registrada en la Sociedad de Capitales, la forma jurídica que utilizara será la Sociedad Anónima Cerrada porque estará constituida por 03 socios pertenecientes a la familia, registrando el porcentaje de capital aportado por cada socio, con ello se busca que las deudas u obligaciones financieras de la empresa se limiten a los bienes que forman parte del patrimonio de la empresa sin afectar el patrimonio personal de los socios. Sus principales características respecto a las otras son:

Tabla N°16
Sociedad anónima cerrada

CARACTERÍSTICAS	De 2 a 20 accionistas.
DENOMINACIÓN	La denominación es seguida de las palabras "Sociedad Anónima Cerrada", o de las siglas "S.A.C."
ÓRGANOS	Junta General de Accionistas, Directorio (opcional) y Gerencia
CAPITAL SOCIAL	Aportes en moneda nacional y/o extranjera y en contribuciones tecnológicas intangibles.
DURACIÓN	Determinado o Indeterminado
TRANSFERENCIA	La transferencia de acciones debe ser anotada en el Libro de Matrícula de Acciones de la Sociedad.

Fuente: ProInversión

Tabla N°17
Sociedad comercial de responsabilidad limitada

CARACTERÍSTICAS	De 2 a 20 accionistas.
DENOMINACIÓN	La denominación es seguida de las palabras "Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada", o de las siglas "S.R.L."
ÓRGANOS	Junta General de Socios y Gerencia
CAPITAL SOCIAL	Representado por participaciones y deberá estar pagada cada participación por lo menos en un 25%
DURACIÓN	Indeterminada
TRANSFERENCIA	La transferencia de participaciones se formaliza mediante escritura pública y debe inscribirse en el Registro Público de Personas Jurídicas.

Fuente: ProInversión

Tabla N°18
Sociedad anónima abierta

CARACTERÍSTICAS	Es aquella que realizó oferta primaria de acciones u obligaciones convertibles en acciones, tiene más de 750 accionistas, más del 35% de su capital pertenece a 175 o más accionistas, se constituye como tal o sus accionistas deciden la adaptación a esta modalidad.
DENOMINACIÓN	La denominación es seguida de las palabras "Sociedad Anónima Abierta", o de las siglas "S.A.A."
ÓRGANOS	Junta General de Accionistas, Directorio y Gerencia
CAPITAL SOCIAL	Representado por participaciones y deberá estar pagada cada participación por lo menos en un 25%
DURACIÓN	Determinado o Indeterminado
TRANSFERENCIA	La transferencia de acciones debe ser anotada en el Libro de Matrícula de Acciones de la Sociedad.

Fuente: ProInversión

Tabla N°19
Sociedad anónima

CARACTERÍSTICAS	2 accionistas como mínimo. No existe número máximo.
DENOMINACIÓN	La denominación es seguida de las palabras "Sociedad Anónima", o de las Siglas "S.A."
ÓRGANOS	Junta General de Accionistas, Directorio y Gerencia.
CAPITAL SOCIAL	Aportes en moneda nacional y/o extranjera, y en contribuciones tecnológicas intangibles.
DURACIÓN	Determinado o Indeterminado
TRANSFERENCIA	La transferencia de acciones debe ser anotada en el Libro de Matrícula de Acciones de la Sociedad.

Fuente: ProInversió

2.9 Registro de Marca y Procedimiento en Concepto de Persona Jurídica

La empresa registrara su nombre comercial en INDECOPi para ello debe seguir estos pasos:

- ✓ Completar y presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente (dos para la Autoridad y uno para el administrado).
- ✓ Indicar los datos de identificación del(s) solicitante(s).
- ✓ Para el caso de personas naturales:
 - Consignar el número del Documento Nacional de Identidad (DNI), Carné de Extranjería (CE) o Pasaporte e indicar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
 - Para el caso de personas jurídicas: consignar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.

- ✓ En caso de contar con un representante, se deberá indicar sus datos de identificación y será obligatorio presentar el documento de poder.
- ✓ Señalar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú (incluyendo referencias, de ser el caso).
- ✓ Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros).
- ✓ Si el signo es mixto, figurativo o tridimensional se deberá adjuntar su reproducción (tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores).
- ✓ De ser posible, se sugiere enviar una copia fiel del mismo logotipo al correo electrónico: logos-dsd@indecopi.gob.pe, (Formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles).
- ✓ Consignar expresamente los productos y/o servicios que se desea distinguir con el signo solicitado, así como la clase y/o clases a la que pertenecen. Para saber las clases a las cuáles pertenecen los productos o servicios a distinguir.
- ✓ Adjuntar los medios probatorios que acrediten el uso efectivo en el mercado del nombre comercial cuyo registro se solicita, para cada una de las actividades a distinguir.
- ✓ Firmar la solicitud por el solicitante o su representante.
- ✓ Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo equivale al 13.90% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) por una clase solicitada, esto es S/. 534.99 Nuevos Soles. Este importe deberá pagarse en la sucursal del Banco de la Nación ubicado en el Indecopi-Sede Sur, Calle De La Prosa N° 104- San Borja, o bien realizar el pago a través de una de las modalidades que

se ofrecen. Si el solicitante actúa a través de un representante, deberá adjuntar el poder. Personas naturales: requieren documento privado. No necesita legalización.

- ✓ Personas jurídicas: requieren documento privado en el que se indique la calidad de la persona que otorga el poder. Por ejemplo: apoderado, director, entre otros. No necesita legalización.
- ✓ En caso el representante sea al Gerente General de una persona jurídica peruana, no será obligatoria la presentación del poder, solo bastará una declaración jurada donde se indique la calidad del representante, la cual estará sujeta a fiscalización posterior a través de la información proporcionada por SUNARP.

2.10 Requisitos y Trámites Municipales

Reglamento del sistema sanitario avícola: Mediante el Decreto Supremo N° 029-2007-AG aprueban el Reglamento del Sistema Sanitario Avícola, la cual consta de 10 capítulos, 81 artículos, 5 disposiciones complementarias, 5 disposiciones transitorias y 11 anexos. El presente Reglamento tiene por objeto regular las acciones y medidas sanitarias impartidas por el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA), tendientes a la normalización, protección y fiscalización del sistema sanitario avícola, con la finalidad de preservar el buen estado de sanitario de las poblaciones avícolas, la calidad de sus productos y consecuentemente prevenir los riesgos en salud pública. Este reglamento deberá ser respetado y cumplido por todas las personas naturales o jurídicas, entidades públicas o privadas sin excepción, que participen de manera directa o indirecta en el sistema sanitario avícola nacional.

La empresa GRUPO CRISTINA S.A.C deberá primero obtener una autorización sanitaria del proyecto de construcción de la granja avícola, para ello, deberá tomar en cuenta los siguientes requisitos:

Tabla N°20

Autorización del Proyecto de Construcción de Plantas de Incubación o Granjas avícolas

N° DE ORDEN	DENOMINACIÓN DEL PROCEDIMIENTO	REQUISITOS	DERECHO DE TRAMITACIÓN	PLAZO PARA RESOLVER (Días hábiles)	INICIO DEL PROCEDIMIENTO
		Número y Denominación	En (S/.)		
CONTROL Y ERRADICACIÓN DE ENFERMEDADES-SANIDAD AVÍCOLA					
01	Autorización del proyecto de Construcción de Plantas de Incubación o Granjas avícolas	<p>1.Solicitud dirigida al Jefe del Área de Sanidad Animal de la Dirección Ejecutiva de la jurisdicción.</p> <p>2.Plano de localización del terreno e instalaciones, a escala mínima de 1:1500, señalando las vías de acceso, fuentes de agua próximas y edificaciones vecinas, incluyendo las proyecciones de construcción en todos los casos.</p> <p>3.Boleta de pago o validación de pago en el sistema, por concepto de: -Plantas de incubación. -Granjas.</p>	<p>S/. 216.0</p> <p>S/.252.0</p>	Hasta 30 días hábiles	Mesa de Partes de cualquier dependencia del SENASA

Fuente: SENASA

Para tramitar la autorización sanitaria de apertura y funcionamiento (ASAF) de granjas a través de SENASA, la empresa debe considerar los siguientes requisitos:

Procedimiento de Autorización Sanitaria o Renovación de Apertura y Funcionamiento de Granjas Avícolas y Plantas de Incubación:

- ✓ Es obligatorio que toda granja avícola y planta de incubación cuente con un médico veterinario autorizado por el SENASA.
- ✓ Para casos de renovación de ASAF, el establecimiento avícola debe haber sido declarado en el informe de afiliación del médico veterinario autorizado.
- ✓ Composición del Expediente: Solicitud según el Formato RSSA-02. Y Boleta de depósito del Banco de la Nación a la cuenta del SENASA N.º 0000282499, el monto a pagar corresponderá a lo establecido en el Texto Único del Procedimiento Administrativo (TUPA) vigente del SENASA, según se detalla:
 - Granjas de carne: S/. 0.80 por cada 100 aves, según su capacidad instalada.
 - Granjas de postura comercial o reproductora: S/. 1.70 por cada 100 aves.
 - Según su capacidad instalada: Plantas de incubación: S/. 1.70 por cada 100 aves, según su capacidad instalada.
- ✓ Copia simple de la ficha RUC del solicitante, debiendo indicar dirección del establecimiento avícola y actividad avícola en establecimiento anexo. (No aplica para renovación).
- ✓ Copia simple del Título profesional, certificado de habilidad vigente y del documento de identidad del profesional responsable. (No aplica para renovación).
- ✓ Copia simple del distintivo o logotipo de la empresa (opcional)

Evaluación de condiciones sanitarias para otorgar la ASAF en Granjas Avícolas:

Una vez cumplido con los requisitos documentarios, SENASA verificará mediante inspección lo siguiente:

- ✓ Aislamiento de la granja respecto a otros establecimientos.
- ✓ Cerco perimétrico o barreras naturales.
- ✓ Control de ingreso de personas y vehículos.
- ✓ Desinfección de vehículos, equipos y materiales antes de ingresar a la granja.
- ✓ Registros de ingreso de personas y vehículos.
- ✓ Viviendas ubicadas antes del área de duchas del personal y visitas.
- ✓ Programa con sus vecinos medidas de bioseguridad conjunta en su zona.
- ✓ Duchas para el personal y visitas.
- ✓ Disponibilidad de agua caliente.
- ✓ Cambio de ropa para ingreso a granja (personal y visitas).
- ✓ Instalaciones de fácil higienización y conforme a la condición climatológica de la zona y permitan una fácil higienización.
- ✓ Los galpones, fuentes de agua y alimento se encuentran protegidos del ingreso de aves (solo si se encuentran < 10 Km de humedales reservorios de aves silvestres).
- ✓ Crianza de aves de edades múltiples.
- ✓ Presencia de otras aves dentro de granja.
- ✓ Presencia de otras especies domésticas o silvestres dentro del área de crianza.
- ✓ Programa de control integrado de plagas (moscas, roedores, alphitobius, otros).
- ✓ Programa de limpieza y desinfección.
- ✓ Agua limpia y libre de microorganismos patógenos. Se realiza manejo sanitario y control de calidad del agua.

- ✓ Mesa de necropsia.
- ✓ Existe infraestructura adecuada para eliminación de aves muertas u otros desechos. Puede ser un crematorio, pozo séptico o cualquier otro sistema que permita la eliminación del riesgo sanitario derivado principalmente de la presencia de aves muertas u otros desechos.
- ✓ Buenas prácticas de manejo de aves muertas, plumas y guano en el establecimiento y para su traslado.
- ✓ Servicios higiénicos limpios y conservados para el personal y visitas.
- ✓ El personal está capacitado y aplica las buenas prácticas de sanidad.
- ✓ Los materiales empleados para el transporte de aves vivas y huevos son descartables o higienizables.
- ✓ Fumigación de huevos fértiles. (reproductoras).
- ✓ Condiciones adecuadas para almacén de huevos fértiles. (reproductoras y postura comercial).
- ✓ Plan de bioseguridad común o equivalente.
- ✓ El N.º de Registro se encuentra visible al ingreso del establecimiento avícola y en guías de remisión (para renovación).
- ✓ Se cuenta con documentación sobre el destino de la población de aves.
- ✓ Cuenta con un registro de ocurrencias sanitarias.
- ✓ Aves sin signos clínicos compatibles a Newcastle e Influenza aviar.
- ✓ Programa de vacunación.
- ✓ El pago efectuado corresponde a la capacidad instalada según Tasa del TUPA vigente.

2.11 Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades

La empresa pertenecerá el Régimen Tributario MYPE, como pequeña empresa y para la obtención del RUC (Registro Único de Contribuyente) debemos acercarnos a cualquier Centro de Servicios al Contribuyente cercano a su domicilio fiscal y presentar los siguientes documentos:

- ✓ Un recibo de luz, agua, teléfono fijo del local donde funcionará la empresa.
- ✓ Elegir un régimen tributario.
- ✓ Pedir autorización para imprimir los comprobantes de pago; para obtener esta autorización hay que presentar el documento entregado por la SUNAT, que contiene el número de RUC, y los formularios; de preferencia se deberá elegir aquella imprenta conectada con la SUNAT.

REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN PARA EMPRESAS		
PERSONA NATURAL CON NEGOCIO		PERSONA JURÍDICA
SI LA DIRECCIÓN QUE VA A REGISTRAR ES LA MISMA QUE FIGURA EN EL DNI	SI LA DIRECCIÓN QUE VA A REGISTRAR NO ES LA MISMA QUE FIGURA EN EL DNI	DNI del Representante Legal
Exhibir el original del DNI	Exhibir el original del DNI	Ficha o partida electrónica certificada por Registros Públicos, con una antigüedad no mayor a treinta (30) días calendario
	Cualquier documento privado o público en el que conste la dirección del domicilio fiscal que se declara.	

Figura N° 12. Requisitos de Inscripción para empresas
Fuente: SUNAT

2.12 Registro de Planillas Electrónicas (PLAME)

Es el documento llevado a través de los medios informáticos desarrollados por la SUNAT, en el que se encuentra la información de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación, modalidad formativa laboral y otros (practicantes), personal de terceros y derechohabientes.

PLANILLA ELECTRÓNICA	DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN	MEDIO DE ACCESO
T – REGISTRO	Registro de Información Laboral	Es el Registro de Información Laboral de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación – modalidad formativa laboral y otros (practicantes), personal de terceros y derechohabientes.	A través de la Clave SOL, OPCIÓN MI RUC Y OTROS REGISTROS
PLAME	Planilla Mensual de Pagos	Comprende información laboral, de seguridad social y otros datos sobre el tipo de ingresos de los sujetos registrados, trabajadores y derechohabientes	Se descarga el programa en www.sunat.gov.pe , se elabora, genera archivo y envía en SUNAT Operaciones en Línea.

Figura N°13. Planilla electrónica
Fuente: SUNAT



Figura N°14. Composición de la Planilla electrónica
Fuente: SUNAT

2.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral

Los trabajadores y las MYPE, cuentan con un Régimen Laboral Especial, no obstante, pueden pactar mejores condiciones laborales con sus empleadores MYPE. La permanencia en este Régimen Laboral especial puede variar si la MYPE supera por dos años consecutivos sus niveles máximos de ventas.

Tabla N° 21.

Cuadro de diferencias entre el Régimen Laboral General y el Régimen Laboral Especial

DIFERENCIAS ENTRE EL RÉGIMEN LABORAL GENERAL Y EL RÉGIMEN LABORAL ESPECIAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA			
BENEFICIOS DE LOS TRABAJADORES	RÉGIMEN LABORAL GENERAL O COMÚN	MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
VACACIONES	El trabajador tiene derecho a 30 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio. Estas pueden reducirse de 30 días	El trabajador tiene derecho a 15 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio.	El trabajador tiene derecho a 15 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio.
JORNADA NOCTURNA (Entre las 10:00 p.m. a 6:00 a.m.)	Su remuneración no puede ser inferior a la Remuneración Mínima Vital más una sobretasa equivalente al 35% de esta.	Si la jornada habitualmente es nocturna, no se aplicará la sobre tasa del 35%	Su remuneración no puede ser inferior a la Remuneración Mínima Vital más una sobretasa equivalente al 35% de esta.
COMPENSACIÓN POR TIEMPO DE SERVICIOS (CTS)	Una remuneración mensual, depositadas en dos oportunidades semestrales (mayo y noviembre).	No.	15 remuneraciones diarias depositadas en dos oportunidades semestrales (mayo y noviembre).

GRATIFICACIONES	Se otorga dos veces al año, una por Fiestas Patrias y otra por Navidad, en razón a una remuneración completa por cada oportunidad, y se pagará por mes calendario completo laborado.	No.	Se otorgará dos veces al año, una por Fiestas Patrias y otra por Navidad, en razón a media remuneración por cada oportunidad, siempre y cuando laboren el semestre completo, caso contrario percibirán la parte proporcional.
SEGURO DE SALUD	ESSALUD 9% de la remuneración – lo aporta en su integridad el empleador.	Seguro Integral de Salud (SIS) El empleador deberá realizar un aporte mensual equivalente al 50% del aporte mensual total del régimen semi-contributivo del SIS, el otro 50% será completado por el Estado.	ESSALUD 9% de la remuneración – lo aporta en su integridad el empleador.
INDEMNIZACIÓN POR DESPIDO ARBITRARIO	En el caso de que un trabajador sea despedido sin causa legal, tiene derecho a percibir como indemnización una remuneración y media por cada mes dejado de laborar, en caso sea un contrato a plazo determinado, y le tocará una remuneración y media por cada año de trabajo en caso sea un contrato indeterminado; en ambos casos con un máximo de 12 remuneraciones.	En el caso de que un trabajador sea despedido sin causa legal, tiene derecho a percibir como indemnización el equivalente a 10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de noventa (90) remuneraciones diarias. Las fracciones de año se abonan por dozavos.	En el caso de que un trabajador sea despedido sin causa legal, tiene derecho a percibir como indemnización el equivalente a 20 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de ciento veinte (120) remuneraciones diarias. Las fracciones de año se abonan por dozavos.
ASIGNACIÓN FAMILIAR	10% de la remuneración mínima vital, tengan a su cargo uno o más hijos menores de 18 años y hasta 24 años en caso de que el hijo al cumplir la mayoría de edad este cursando estudios superiores.	No.	No.

Fuente: Ministerio del Trabajo.

2.14 Modalidades de Contratos Laborales

La empresa escogió utilizar el tipo de contrato de Plazo fijo determinado (Temporal) por las siguientes razones:

- ✓ Porque la empresa requiere colaboradores estables que ayuden a lograr los objetivos empresariales.
- ✓ Porque la empresa asume una inversión en dinero y tiempo de capacitar a un colaborador.
- ✓ Porque el trabajador desarrollará un sentido de laboriosidad y se esforzará un poco más a fin de lograr los objetivos propuestos.

Existen tres subdivisiones para este tipo de contrato:

- ✓ *Temporal*: Se puede dar por lanzamiento o inicio de actividad; por la necesidad de mercado, por ejemplo, en campañas del Día de la Madre o Día del Padre donde se exige una mayor cantidad de producción; y la reconversión empresarial que se produce cuando se afrontan cambios importantes dentro de ella.

- ✓ *Ocasional*: Puede darse por suplencia, como reemplazo por vacaciones o descanso, pero o post natal; y emergencia, cuyo fin es cubrir necesidades imprevistas y graves.

- ✓ *Accidental*: Puede ser específico, que permite actividades cuyo inicio y fin estén claramente predeterminados; intermitente, que es para necesidades permanentes pero discontinuas; y el contrato de temporada, que solo es para servicios puntuales que no son frecuentes.

2.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.

Los socios de la empresa deberán redactar el modelo de Constitución de la Sociedad Anónima Cerrada, para que el notario lo eleve a Escrituras Públicas. El modelo de la Constitución de GRUPO CRISTINA S.A.C se puede apreciar en el ANEXO 1.

CAPÍTULO III. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Descripción del Entorno del Mercado

Análisis PEST del Negocio

Tabla N°22.
Matriz de Dimensión Política

Ítem	Dimensión Política	Prioridad	Ponderación	Calificación	Contribución
		Importancia (1 al 9)	Peso de factores (%)	(1 al 4)	
1	Estabilidad Política	9	50%	4	2
2	Estabilidad Tributaria	8	20%	4	0.8
3	Estabilidad de Normas Laborales	7	10%	3	0.3
4	Convenios Internacionales	5	10%	1	0.1
5	Riesgo País	7	10%	2	0.2
TOTAL % DE CONTRIBUCIÓN			100%		3.4
TOTAL DIMENSIÓN					$3.4 \times 10\% = 0.34$

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°23.
Matriz de Dimensión Económica

Ítem	Dimensión Económica	Prioridad	Ponderación	Calificación	Contribución
		Importancia (1 al 9)	Peso de factores (%)	(1 al 4)	
1	PBI	3	5%	2	0.1
2	Inflación	4	10%	3	0.3
3	Precios internacionales (maíz, alimentos balanceados y petróleo)	9	60%	4	2.4
4	Canasta básica familiar	5	15%	3	0.45
5	Consumo per cápita de pollo	7	10%	4	0.4
TOTAL % DE CONTRIBUCIÓN			100%		3.65
TOTAL DIMENSIÓN					3.65 x 45% = 1.64

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°24.
Matriz de Dimensión Social

Ítem	Dimensión Social	Prioridad	Ponderación	Calificación	Contribución
		Importancia (1 al 9)	Peso de factores (%)	(1 al 4)	
1	Ingreso per cápita	9	40%	4	1.6
2	Disp. Mano de Obra	8	20%	3	0.6
3	Apertura de negocios avícolas	7	20%	3	0.6
4	Crecimiento de la Población	8	10%	4	0.4
5	Normas y regulaciones de seguridad ambiental y laboral	7	10%	3	0.3
TOTAL % DE CONTRIBUCIÓN			100%		3.5
TOTAL DIMENSIÓN					3.5 x 35% = 1.23

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°25.
Matriz de Dimensión Tecnológica

Ítem	Dimensión Tecnológica	Prioridad	Ponderación	Calificación	Contribución
		Importancia (1 al 9)	Peso de factores (%)	(1 al 4)	
1	Tecnología para la purificación del agua	8	40%	4	1.6
2	Automatización de la granja	8	20%	3	0.6
3	Sistemas de Información	7	10%	3	0.3
4	Innovación en procesos	7	10%	3	0.3
5	Maquinaria especializada	6	20%	4	0.8
TOTAL % DE CONTRIBUCIÓN			100%		3.5
TOTAL DIMENSIÓN					$3.6 \times 10\% = 0.36$

Fuente: Elaboración Propia

TOTAL Σ DE DIMENSIONES = $0.34 + 1.23 + 1.64 + 0.36 = 3.57$

Análisis de la Dimensión Política:

La política en nuestro país tuvo un inicio de año 2018 complicado, debido a las tensiones entre los grupos políticos y problemas en algunos sectores (Minería, Hidrocarburos y Construcción) que afectaron negativamente el desempeño de las actividades económicas. Y es que después de la crisis por la vacancia presidencial y el tema del indulto humanitario para Alberto Fujimori, se generaba una situación de incertidumbre en la estabilidad política, por ello, se esperaba un impacto en las inversiones pública y privada por las expectativas de confianza que hay en los agentes de mercado. De acuerdo al Banco Continental (2018) la nueva administración del presidente Martin Vizcarra enfrentara retos importantes a corto y largo plazo, como

reactivar la economía y adoptar medidas para asegurar la sostenibilidad fiscal. A largo plazo, continua pendiente la agenda para impulsar la productividad nacional.

Otro punto importante es la estabilidad tributaria, ya que es un tema que sigue siendo de preocupación para el país, según SUNAT (2018) el año pasado la recaudación de tributos a nivel nacional cayó en 1.3% llegando a S/ 90,706 millones, la variación anual se ha ido ralentizando hasta acumular cifras negativas en los últimos 3 años. Esta disminución en la recaudación tributaria se debe principalmente a la fuerza que ha ganado la evasión, que muestra una tendencia creciente desde el 2013. De acuerdo a SUNAT (2018) entre el 2013 y 2016 la tasa de incumplimiento del Impuesto a la Renta creció consecutivamente en siete puntos porcentuales de 50.1% a 57.3%, se estima que para el 2016 la evasión tributaria fue de S/. 35,270.1 millones, lo que represento el 39% de lo que efectivamente se recaudó en dicho periodo.

Odar J. (2018) “aunque no es una tarea sencilla ni inmediata, los esfuerzos del estado deberían estar orientados a mejorar la recaudación a través de la formalidad y la generación de una cultura tributaria a todo nivel, en la medida que la percepción sea que el Estado (a cualquier nivel) va a hacer un mal uso de los recursos que reciba, menos disposición va a haber a pagar”.

Otro factor importante en el análisis de la dimensión política del Perú es el riesgo país, este EMBI Perú se mide en función de la diferencia del rendimiento promedio de los títulos soberanos peruanos frente al rendimiento del bono del Tesoro estadounidense. JP Morgan (2018) reporto que el riesgo país cerro en el mes de Abril en 1.24 puntos porcentuales, considerándose el más bajo de la región seguido de Colombia (1.80) y México (1.94). Colocando al Perú como uno de los países

latinoamericanos con menor riesgo político para cumplir con sus obligaciones de pago a sus acreedores internacionales.

Asimismo, el elevado precio de los productos sustitutos como la carne de vacuno y porcino y el inestable abastecimiento de productos sustitutos como el pescado fresco, cuya oferta depende de las condiciones climáticas normales; seguirán siendo uno de los factores que impulsen la producción avícola.

Otro factor importante para el análisis de la dimensión económica del proyecto es el precio internacional del maíz, según Gestión (2018) este año el sector avícola no enfrentaría presiones significativas al alza en su principal insumo; el maíz, debido a que la elevada oferta mundial de este insumo, reduce la probabilidad de un mayor incremento en la cotización internacional. El Banco Central de Reserva del Perú (2018) proyecta que la cotización promedio del maíz en el 2018 alcance US\$ 145 por TM, precio por encima de lo registrado en el 2017 (US\$ 131 por TM), mientras que para el 2018 proyecta un precio promedio de US\$ 157 por TM.

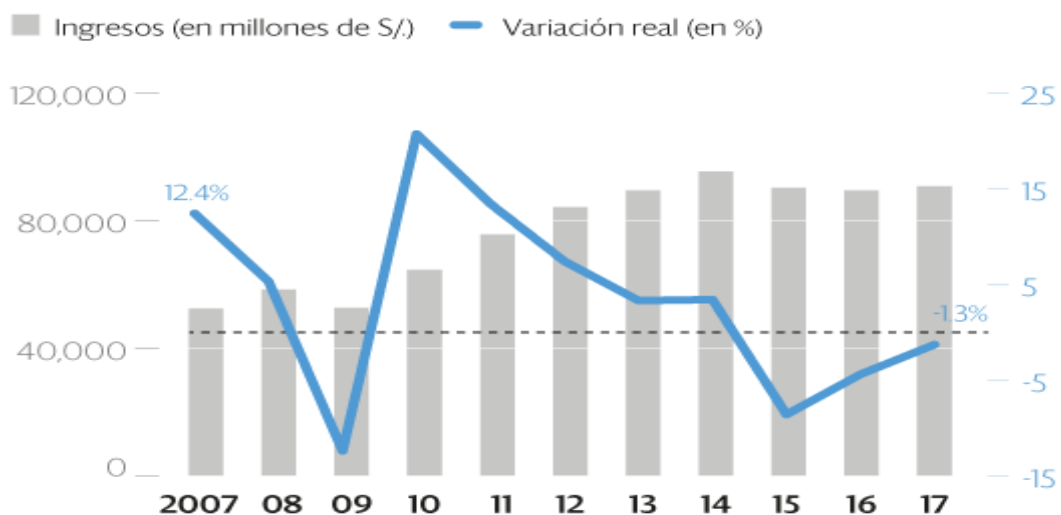


Figura N° 15. Evolución de los Ingresos Tributarios del Gobierno Central
Fuente: SUNAT

Análisis de la Dimensión Económica:

En el análisis de la dimensión económica los expertos de FocusEconomics Consensus Forecast (2018) afirmaron que este año el PBI peruano tendrá un crecimiento de 3.7% con lo cual nuevamente el país registrará un avance mayor al de América Latina (2.3%) y del mundo (3.4%). Según Gestión (2018) sostiene que se espera un crecimiento constante y sólido del crédito, condiciones monetarias adaptables y un sector minero más fuerte para estimular las inversiones privadas, las cuales, junto con el creciente gasto en inversión pública deberían apoyar la inversión fija.

El PBI sectorial nos indica que el sector pecuario creció en 2.6 por ciento durante el 2017, por la mayor oferta de productos orientados al mercado externo (café y arándanos) e interno (papa y carne de ave), revirtiendo el impacto de las anomalías climáticas ocasionadas por el déficit hídrico de 2016 y por el Niño Costero de 2017 en la costa norte, lo cual afectó los rendimientos y áreas cosechadas de cultivos permanentes como uva, banano orgánico, limón y cultivos temporales como paprika y arroz según el Banco Central de Reserva del Perú (2018).

De acuerdo al Banco Scotiabank (2018) la producción avícola en el Perú crecería alrededor del 4% al finalizar el 2018, esta evolución sería explicada por la esperada mejora del poder adquisitivo de la población, vinculada al incremento de empleo formal y el dinamismo del consumo de alimentos fuera del hogar (Pollerías, restaurant y chifas), ello dado a la continua expansión de restaurantes especializados y cadenas de pollerías a nivel nacional, algunas de las cuales aprovechan el avance del

segmento retail para inaugurar nuevos locales en centros comerciales, patios de comidas y entre otras zonas de alto tránsito.

Asimismo, el aún elevado precio de productos sustitutos como la carne de vacuno y porcino, y el inestable abastecimiento de productos sustitutos económicos como el pescado fresco, cuya oferta depende de condiciones climáticas normales, seguirían siendo factores que impulsarían la producción avícola en el país, según el Banco Scotiabank (2018)

La industria avícola está conformada por cerca de 40 empresas formales, estas empresas proveen alrededor del 80% de la oferta avícola en el país y el porcentaje restante provendría de productores informales, los cuales operan sin normas de sanidad adecuadas, según la Asociación Peruana de Avicultura (APA).

Scotiabank (2018) para un sector dinámico y creciente, se ha podido estimar que el promedio de consumo de pollo en el Perú se encuentra entre los más altos de Latinoamérica, solo en Lima el consumo estuvo cerca de los 65 kg anuales en el 2017 y 59 kg en provincias.

Durante el año 2017 la producción de pollos para engorde se incrementó en 4% a nivel nacional, este incremento se vio reflejado en algunos departamentos, entre ellos, Lima, Arequipa y Ancash, a excepción del departamento de Junín, que tuvo un decrecimiento de -42,2% de la producción de pollo de engorde respecto al año 2016.

Región	Saca (miles de unidades)				Producción (toneladas)				Rendimiento (kg/animal)			Precio al productor (S/ / kg)		
	2016 ^f	2017	Var. %	Part. % 2016	2016 ^f	2017	Var. %	Part. % 2016	2016 ^f	2017	Var. %	2016 ^f	2017	Var. %
Nacional	164 264,4	170 493,3	3,8	100,0	436 584	461 124	5,6	100,0	2,7	2,7	1,8	4,93	4,88	-1,0
Amazonas	228,2	62,5	-72,6	0,0	606	168	-72,3	0,0	2,7	2,7	1,2	4,91	4,85	-1,3
Ancash	2 768,0	4 416,9	59,6	2,6	7 322	11 802	61,2	2,6	2,6	2,7	1,0	4,95	4,75	-4,2
Arequipa	16 986,7	17 097,5	0,7	10,0	45 153	45 850	1,5	9,9	2,7	2,7	0,9	4,97	4,94	-0,5
Ayacucho	0,0	4,7	-	0,0	0	13	-	0,0	0,0	2,7	-	0,00	4,83	-
Cajamarca	89,6	101,5	13,3	0,1	238	272	14,4	0,1	2,7	2,7	0,9	4,95	4,86	-1,7
Callao	49,1	67,4	37,3	0,0	128	174	35,7	0,0	2,6	2,6	-1,2	4,83	4,68	-3,0
Cusco	282,3	280,0	-0,8	0,2	749	752	0,3	0,2	2,7	2,7	1,2	5,48	4,96	-9,4
Huánuco	8,1	0,9	-88,4	0,0	22	3	-88,1	0,0	2,7	2,7	2,1	4,92	4,78	-2,8
Ica	6 082,9	6 818,3	12,1	4,0	16 174	18 281	13,0	4,0	2,7	2,7	0,8	4,95	4,82	-2,6
Junín	1 944,5	1 115,9	-42,6	0,7	5 173	2 992	-42,2	0,6	2,7	2,7	0,8	4,99	4,84	-3,0
La Libertad	30 834,0	30 563,2	-0,9	17,9	81 939	82 044	0,1	17,8	2,7	2,7	1,0	4,96	4,96	0,0
Lambayeque	2 352,6	2 336,5	-0,7	1,4	6 250	6 290	0,6	1,4	2,7	2,7	1,3	4,97	4,93	-0,9
Lima (excluye LM)	75 193,0	79 589,0	5,8	46,7	198 300	216 098	9,0	46,9	2,6	2,7	3,0	4,81	4,89	1,5
Lima Metropolitana	13 523,0	13 495,3	-0,2	7,9	37 512	37 388	-0,3	8,1	2,8	2,8	-0,1	4,91	4,57	-6,9
Loreto	2 505,6	2 731,5	9,0	1,6	6 662	7 324	9,9	1,6	2,7	2,7	0,8	5,64	5,11	-9,3
Madre de Dios	893,0	951,7	6,6	0,6	2 375	2 552	7,4	0,6	2,7	2,7	0,8	5,65	5,15	-8,8
Moquegua	1,0	0,5	-50,5	0,0	3	1	-49,3	0,0	2,6	2,7	2,4	4,86	4,72	-2,9
Pasco	79,1	3,0	-96,2	0,0	210	8	-96,1	0,0	2,7	2,7	0,9	4,93	4,83	-2,0
Piura	3 164,4	3 207,3	1,4	1,9	8 409	8 595	2,2	1,9	2,7	2,7	0,8	4,96	4,76	-4,1
Puno	4,4	2,3	-48,4	0,0	12	6	-47,3	0,0	2,6	2,7	2,1	5,20	4,93	-5,2
San Martín	4 130,8	4 213,5	2,0	2,5	10 983	11 298	2,9	2,5	2,7	2,7	0,8	5,61	5,01	-10,7
Tacna	2 162,8	2 284,0	5,6	1,3	5 750	6 127	6,6	1,3	2,7	2,7	0,9	4,94	4,82	-2,4
Tumbes	1,0	2,7	181,4	0,0	3	7	189,7	0,0	2,6	2,7	3,0	4,89	4,56	-6,8
Ucayali	980,3	1 147,5	17,1	0,7	2 611	3 080	18,0	0,7	2,7	2,7	0,8	5,78	5,23	-9,6

Figura N° 16. Producción agrícola y ganadera IV Trimestre 2017

Fuente: MINAGRI

Análisis de la Dimensión Social:

Según Gestión (2017) el ingreso per cápita de los peruanos ha experimentado un salto en los últimos años, se han dejado atrás los ingresos de 2,000 dólares en el año 2000 y han aumentado tres veces. El Perú obtuvo un ingreso per cápita de 6,506 dólares al cierre del año 2017, este incremento es muestra de las expectativas de crecimiento económico, a pesar de los casos de corrupción, el niño costero y la informalidad en el país, la nueva administración tiene una gran labor para alcanzar las cifras de los países desarrollados para poder mejorar la calidad de vida de la población y que se reduzcan la desigualdad que existe en el país.

La lucha contra la informalidad es uno de los problemas sociales más endémicas, ya que ha pasado a formar parte de la cultura nacional, originado por la combinación de diferentes elementos, entre los cuales están los deficientes servicios públicos, el exceso de impuestos, normas y costos que enfrentan a las empresas formales.

En el sector avícola se estima que al menos un 30% de los pollos que se consumen a nivel nacional, provienen de productores informales, por ello, la informalidad que impera en el país es uno de las amenazas más grandes que tiene el sector avícola.

Para el presente proyecto se revisó la proyección del crecimiento poblacional al año 2023, de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística e Informática (2001) pronostico a través de un modelo estadístico, que el crecimiento poblacional del departamento de Junín al año 2023 será de 1,423,587 habitantes.

Este crecimiento poblacional sumado al incremento del consumo per cápita de pollo y al crecimiento del poder adquisitivo incrementara de manera exponencial la demanda del producto en la región, siempre en cuando se luche contra las principales amenazas del sector, entre ellas, conflictos sociales agrarios que pueden tener un efecto paralizador en la actividad productiva o el tránsito de mercadería avícola, causando costos a las empresas avícolas; y la informalidad que compite en el mercado deslealmente con los productores formales, al reducir sus costos por no pagar impuestos y no aplicar las normas ambientales y de calidad para la producción de pollo engorde.

Análisis de la Dimensión Tecnológica:

La tecnología es un factor importante que ayuda a asegurar que el pollo sea óptimo para el consumo humano, por ello, los productores de pollo engorde deben asegurar una buena calidad microbiológica del agua, puesto que es un medio ideal para la proliferación de microorganismos, la calidad del agua es fundamental para mantener el buen estado de salud de las aves y obtener una buena performance productiva.

Según la revista Actualidad Avípecuaria (2017) los bebederos abiertos que aún se utilizan en el engorde de pollos en el país se contaminan muy fácilmente con el material de cama, alimento, plumas y heces, presentes en los galpones avícolas, por ello, es importante realizar un análisis microbiológico de calidad del agua, para asegurar el suministro de agua potable, apta para el consumo de pollos.

Los productores de pollo cada día apuestan más por la automatización de las granjas, para ello tienen un ambiente controlado para el crecimiento del pollo, con ello se debe tener un adecuado control de la temperatura, a través del uso de extractores y paneles evaporativos, el sistema de ambiente controlado busca acercarse a la temperatura óptima en base a la programación que se le haga, otro aspecto es la sensación térmica, donde el sistema de ambiente controlado genera una velocidad de viento que influye en la temperatura y confort de las aves.

El intercambio de aire es otro aspecto importante debido a que el ambiente controlado proporciona una alta calidad de aire que incluye el contenido de oxígeno, amoníaco y dióxido de carbono que hay dentro del galpón, con la automatización de la granja, es necesario contar con un sistema de ambiente controlado basado en la evaporación del agua, el sistema debe contar con la posibilidad de limitar el % de humedad relativa óptimo para los galpones.

Para la automatización de la granja debe haber una preocupación por la humedad de la cama para los pollos, el problema de la humedad de la cama, depende de cómo se cuidó en las primeras tres semanas del pollo, si la cama ya está muy mojada al día 21, no se logrará mucho tratando de bajar el límite de % de humedad en las siguientes semanas.

Para concluir, parte importante del éxito de una granja para la crianza de pollos es también una adecuada planeación general y acciones de bioseguridad como; el funcionamiento de arcos de desinfección, pocetas activas a la entrada de galpones limpios, diligenciamiento de planillas para el control de visitas, registros de seguimiento (aislamiento, alojamiento, insumos, agua, alimento, temperatura, desempeño, peso, compostaje, sanitización, control de plagas y ayuno) y todos aquellos procesos para la eliminación de los riesgos para alcanzar los mejores resultados

Tabla N°26.
Matriz de Estrategia

Calificación	Condiciones del Entorno	Enfoque estratégico	Endeudamiento
3.57	<i>Se proyecta que las condiciones del entorno son favorables y representan un riesgo tolerable para la inversión y los negocios del sector avícola.</i>	<i>Se orienta a emprender mayores inversiones en la dimensión económica y social para ganar una mayor participación en el mercado</i>	<i>Se estima razonable tener un endeudamiento mayor que el capital propio de la empresa</i>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°27.

Análisis FODA de la Empresa GRUPO CRISTINA S.A.C

	Fortalezas	Debilidades
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Participación en el sector avícola de Junín 2. Alta calidad de la producción de pollo en pie 3. Se cuenta con una cartera de clientes que reconocen la calidad, el precio y buen servicio de la empresa (imagen de la empresa). 4. Cultura organizacional que apuesta por la innovación y el cuidado del medio ambiente. 5. Personal administrativo capacitado y con habilidades de dirección. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Altos costos para asegurar la calidad de los pollos y a la vez competir en precios con los otros productores (Lima, Trujillo, Cañete, etc). 2. Altos costos que se incurrirá en el traslado de la materia prima por no contar con Proveedores cercanos. 3. Perdida de producción debido a enfermedades aviales. 4. Mano de obra poco calificada para la óptima crianza de pollos.
Oportunidades	Estrategia fo	Estrategia do
<ol style="list-style-type: none"> 1. Alta demanda insatisfecha de pollos producidos en Junín, debido a que la oferta de los productores de la región no alcanza a cubrir la demanda total, por ello, otros productores (Lima, Trujillo, Cañete, etc) ofrecen pollos a un mayor costo. 2. Creciente apertura de avícolas Mayoristas y Minoristas en la región. 3. Aprovechamiento del desabastecimiento de pollos en la región cuando las carreteras del centro del País (Chanchamayo-Lima, Chanchamayo-Trujillo) estén bloqueadas por: Desastres naturales (enero-abril) y Huelgas y paros (Todo el año). 4. Facilidad para acceder a préstamos bancarios con tasas de interés menor que el promedio por el excelente récord crediticio de la empresa. 5. Poca presencia de productores de pollo en la región 6. Incremento del consumo per cápita de pollo en la región 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ F1. O2: Alta inversión en Publicidad sobre la empresa y el producto, para ganar la confianza de los potenciales clientes. ➤ F2. O1. O2. O6: Gestión logística eficiente, que evalúe y califique periódicamente (semestralmente) el trabajo de los proveedores con la empresa. ➤ F5. O1. O2. O6: Desarrollo de alianzas estratégicas con proveedores clave para la empresa. ➤ F1. F2. F3. F4. O1. O2. O5. O6: Ampliar el alcance de ventas a otras provincias de la región. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ D1. O1. O2: Se optimizará costos y procesos a través de la eliminación de desperdicios para actividades que no agregan valor. (Enfoque Lean) ➤ D3. D4. O2: Capacitar a los trabajadores en el cumplimiento de las normas de Bioseguridad para asegurar la calidad e inocuidad de los pollos para la venta. ➤ D2. O3: Se mapeará y proyectará los desabastecimientos de pollo en la región a partir de información histórica y seguimiento del contexto político y social.
Amenazas	Estrategia fa	Estrategia da
<ol style="list-style-type: none"> 1. Alto porcentaje de avícolas minoristas informales 2. Huelgas nacionales de agricultores y desastres naturales. 3. Competencia con más de 20 años en el mercado. 4. Aparición de nuevas competencias directas. 5. Robos y asaltos planificados a la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ F2. A3. A4: Inversión en la producción de alta calidad de pollos en pie para hacer frente a la competencia. ➤ F5. A5: Implementar un sistema de vigilancia a través de cámaras de vigilancia que se ubiquen entre los 4 galpones, la oficina administrativa y la zona de ingreso de los vehículos. ➤ F5. A2: Desarrollo de un Plan de Compras semestral, basado en las compras de las necesidades reales de las áreas alineadas con los objetivos de la empresa, que cuenten con un enfoque de prevención en riesgos. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ D3. A3. A4: Trabajo constante para alcanzar la mayor eficiencia y reducción de costos operativos. ➤ D4. A4: Incentivar el compromiso de los colaboradores para cumplir las buenas prácticas de producción avícola.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°28.
Panorama interno – EFI

Matriz de evaluación de factores internos			
Factores críticos del éxito	Peso	Calificación	Ponderado
Fortalezas			
1. Participación en el sector avícola de Junín	0.2	4	0.8
2. Alta calidad de la producción de pollo en pie	0.15	3	0.45
3. Se cuenta con una cartera de clientes que reconocen la calidad, el precio y buen servicio de la empresa (imagen de la empresa).	0.1	4	0.4
4. Cultura organizacional que apuesta por la innovación y el cuidado del medio ambiente	0.08	3	0.24
5. Personal administrativo capacitado y con habilidades de dirección.	0.05	2	0.1
Debilidades			
1. Altos costos para asegurar la calidad de las aves y a la vez competir en precios con productores de la zona y otros productores (Lima, Trujillo, Cañete, etc).	0.15	3	0.45
2. Altos costos que se incurrirá en el traslado de la materia prima por no contar con Proveedores cercanos	0.12	4	0.48
3. Perdida de producción debido a enfermedades aviales	0.1	3	0.3
4. Mano de obra poco calificada para la óptima crianza de pollos	0.05	3	0.15
Total	1		3.37

Fuente: Elaboración Propia

La evaluación de factores internos ha obtenido una ponderación de 3.37 superior al de la media, por ende, se considera que las fortalezas tienen mayor incidencia porque al ser una empresa que atiende la demanda insatisfecha en el mercado, cuenta con un precio justo, alta calidad del producto y una cartera de clientes que ya conocen la credibilidad de la empresa en el sector avícola, así que la empresa podrá insertarse en el mercado como productor de pollo en pie con algunas ventajas.

Tabla N°29.

Panorama externo – EFE

Matriz de evaluación de factores externos				
Factores críticos del éxito		Peso	Calificación	Ponderado
Oportunidades				
1. Alta demanda insatisfecha de pollos producidos en Junín, debido a que la oferta de los productores de la región no alcanza a cubrir la demanda total, por ello, otros productores (Lima, Trujillo, Cañete, etc) ofrecen pollos a un mayor costo.		0.2	4	0.8
2. Creciente apertura de avícolas Mayoristas y Minoristas en la región.		0.1	3	0.3
3. Aprovechamiento del desabastecimiento de pollos en la región cuando las carreteras del centro del País (Chanchamayo-Lima, Chanchamayo-Trujillo) estén bloqueadas por: Desastres naturales (enero-abril) y Huelgas y paros (Todo el año).		0.1	4	0.4
4. Facilidad para acceder a préstamos bancarios con tasas de interés menor que el promedio por el excelente récord crediticio de la empresa.		0.08	3	0.24
5. Poca presencia de productores de pollo en la región		0.02	2	0.04
6. Incremento del consumo per cápita de pollo en la región		0.1	3	0.3
Amenazas				
1. Alto porcentaje de avícolas minoristas informales		0.1	3	0.3
2. Huelgas nacionales de agricultores y desastres naturales.		0.1	4	0.4
3. Competencia con más de 20 años en el mercado.		0.1	4	0.4
4. Aparición de nuevas competencias directas.		0.05	4	0.2
5. Robos y asaltos planificados a la empresa		0.05	2	0.1
Total		1		3.48

Fuente: Elaboración Propia

El análisis ponderado ha obtenido como resultado 3.48, ello significa que las oportunidades tienen mayor incidencia en la empresa que las amenazas, es por ello que se debe de desarrollar actividades que ayuden aprovechar dichas oportunidades, ya que existe una demanda insatisfecha, creciente apertura de pollerías y avícolas, y en ocasiones desabastecimiento en la región por desastres naturales que imposibilitan las vías de acceso, o huelgas que imposibilitan a los mayoristas en abastecer el mercado interno.

Tabla N° 30.
Matriz Interna – Externa

			EFI		
			Fuerte	Promedio	Débil
			3.00 a 4.00	2.00 a 2.99	1.00 a 1.99
EFE	Alto	3.00 a 4.00	I	II	III
	Medio	2.0 a 2.99	IV	V	VI
	Bajo	1.00 a 1.99	VII	VIII	IX

	CRECER Y CONSTRUIR
	PROTEGER Y MANTENER
	COSECHAR O REDUCIR

Fuente: Elaboración Propia

Considerando los ponderados de las matrices EFI y EFE que fueron 3.37 y 3.48 respectivamente, por lo que en la matriz interna y externa se ubica en el cuadrante I “crecer y construir” siendo esta la estrategia óptima, iniciando desde el ingreso al mercado hasta el posicionamiento de la marca. Esta matriz, nos dice que si queremos desarrollar una integración vertical hacia atrás debemos implementar estrategias intensivas de penetración de mercado y desarrollo del producto.

De acuerdo a lo visto en el gráfico de la Matriz FODA se han establecido medidas que van a permitir a la empresa adoptar ciertas estrategias de acuerdo a los factores internos y externos, siendo las más representativas las que se detallan a continuación.

Principales Estrategias Ofensivas (F.O.)

1. Alta inversión en Publicidad sobre la empresa y el producto, para ganar la confianza de los potenciales clientes.

Se considerará una alta inversión en publicidad que incentive el incremento del consumo de pollo producido en la región, además se implementará una red de marketing virtual a través de una página web de la empresa que permita conocer campañas publicitarias virtuales y el compromiso social y ambiental de la empresa con la comunidad.

2. Gestión logística eficiente, que evalúe y califique periódicamente (semestralmente) el trabajo de los proveedores con la empresa.

La junta general de socios revisará y dará su visto bueno a una Lista de Proveedores aprobados, donde previamente el área de Logística haya evaluado y calificado el trabajo de los proveedores, por tipos de productos o servicios que brindan, por ejemplo; proveedores que brindan servicios de capacitación, consultorías y asesorías, proveedores de productos químicos,

proveedores de productos y servicios generales y proveedores de productos y servicios críticos.

3. Desarrollo de alianzas estratégicas con proveedores clave para la empresa.

El área de Logística junto con el Gerente General continuamente buscaran el desarrollo de alianzas estratégicas con proveedores clave para la empresa, a través de acuerdos que beneficien a ambos, GRUPO CRISTINA S.A.C buscara trabajar con proveedores que puedan ofrecer líneas de crédito, calidad del producto y bajos costos por altos volúmenes de compra, de esta manera se le otorga al proveedor un papel de socio estratégico para la empresa, por ello, debe ser cuidadosamente elegido.

4. Ampliar el alcance de ventas a otras provincias de la región.

La empresa para el año 3 ampliara su alcance de ventas a todas las provincias del departamento de Junín, para ello, invertirá en desarrollar un producto de alta calidad a un precio justo que pueda competir en el mercado, incrementará la fuerza de ventas e implementará un sistema de compensaciones por objetivos para el área de ventas y producción, esto se medirá a través de (Indicadores de desempeño, cuota mínima de ventas mensuales) y para el área de producción (Indicadores de desempeño, nivel de mortalidad de los pollos por ciclo de producción, etc).

Principales Estrategias de Reorientación (D.O.)

1. Se optimizará costos y procesos a través de la eliminación de desperdicios para actividades que no agregan valor. (Enfoque Lean).

La empresa desarrollara una cultura basada en el enfoque Lean Manufacturing, para ello, realizara planes de trabajo con sus jefaturas y en ocasiones consultorías externas que ayuden en la reducción o eliminación de los 7 desperdicios (Sobre producción, tiempo de espera, transporte, sobre procesamiento o procesos inapropiados, inventarios innecesarios, defectos y movimientos innecesarios).

2. Capacitar a los trabajadores en el cumplimiento de las normas de Bioseguridad para asegurar la calidad e inocuidad de los pollos para la venta.

La empresa invertirá en la capacitación continua del personal operativo y administrativo para asegurar el conocimiento sobre las normas de Bioseguridad e inocuidad para la producción de pollos de calidad y la prevención de enfermedades avíales.

3. Se mapeará y proyectará los desabastecimientos de pollo en la región a partir de información histórica y seguimiento del contexto político y social.

Se identificará y mapeará las temporadas con mayores problemas de abastecimiento debido a las condiciones climáticas que bloqueen las carreteras en la Selva y Sierra Central a través de la app DEVIANDES.

Principales Estrategias Defensivas (F.A.)

1. Inversión en la producción de alta calidad de pollos en pie para hacer frente a la competencia.

La empresa invertirá en la crianza de pollos de alta calidad a través de un Plan de Crianza Óptima, que sea liderado por los responsables de producción y que se enfoque en asegurar la calidad del agua, la alimentación y el cuidado de los pollos a través de protocolos de trabajo que estén claramente definidos y sean cumplidos por todos los colaboradores de la empresa.

2. Implementar un sistema de vigilancia a través de cámaras de vigilancia que se ubiquen entre los 4 galpones, la oficina administrativa y la zona de ingreso de los vehículos.

Para enfrentar la amenaza de potenciales robos y asaltos a la empresa, se implementará un sistema de vigilancia a través de 6 cámaras de seguridad, que registren las actividades de los 4 galpones, la oficina administrativa y la zona de ingreso de vehículos y clientes las 24 horas del día, los 365 días del año.

3. Desarrollo de un Plan de Compras semestral, basado en las compras de las necesidades reales de las áreas alineadas con los objetivos de la empresa, que cuenten con un enfoque de prevención en riesgos.

El gerente general y las jefaturas desarrollaran un Plan de Compras semestral que refleje las necesidades reales de las áreas, verificando que esas compras se encuentren dentro del presupuesto asignado, que contribuyan al logro de los objetivos de la empresa, y que prevean los posibles desabastecimientos de materiales e insumos por posibles huelgas o desastres naturales que imposibiliten el normal tránsito de las carreteras e imposibiliten el abastecimiento oportuno para las operaciones de la empresa.

Principales Estrategias de Supervivencia (D.A.)

1. Trabajo constante para alcanzar la mayor eficiencia y reducción de costos operativos.

Se formará un equipo de trabajo, conformado por los jefes de las distintas áreas de la empresa, para identificar e implementar oportunidades de mejora en los procesos clave de la empresa.

2. Incentivar el compromiso de los colaboradores para cumplir las buenas prácticas de producción avícola.

Se realizarán capacitaciones y talleres liderados por el Coordinador de Sanidad y Bioseguridad en alianza con SENASA, para capacitar a todos los colaboradores de la empresa en temas de sanidad y bienestar animal, bioseguridad, control de plagas, trazabilidad, personal, comunidades, uso de medicamentos veterinarios y alimentación y nutrición de pollos.

Tabla N°31.

Matriz General Electric de la Posición Competitiva del producto de la empresa

Posición Competitiva del Producto de la Empresa	Ponderación	Valor	Total
<i>Cuota de mercado</i>	0.20	5	1.00
<i>Poder de negociación con el cliente</i>	0.12	4	0.48
<i>Canales de distribución</i>	0.15	4	0.60
<i>Capacidad productiva</i>	0.15	4	0.60
<i>Fortalezas y debilidades</i>	0.10	4	0.40
<i>Nivel tecnológico</i>	0.10	3	0.30
<i>Calidad del producto</i>	0.18	5	0.90
Total			4.28

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°32.

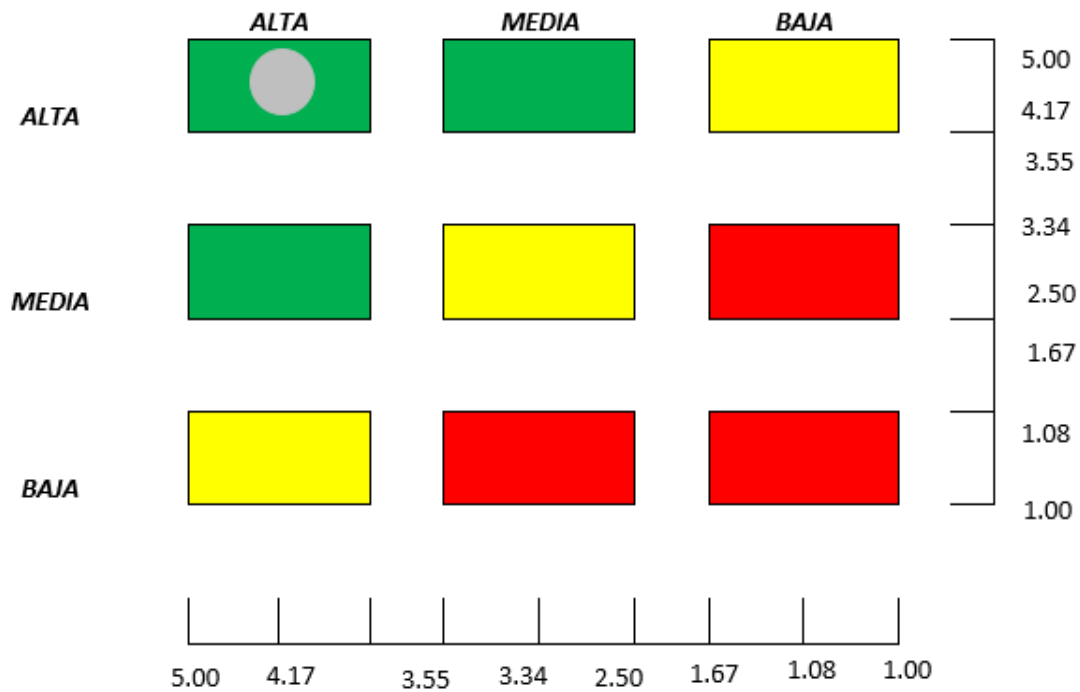
Matriz General Electric del Atractivo del mercado en la industria

Atractivo del mercado	Ponderación	Valor	Total
<i>Tamaño del mercado</i>	0.11	5	0.55
<i>Tasa de crecimiento</i>	0.10	4	0.4
<i>Precios</i>	0.28	5	1.4
<i>Intensidad de la competencia</i>	0.10	3	0.3
<i>Rentabilidad de la industria</i>	0.15	4	0.6
<i>Impacto ambiental</i>	0.12	5	0.6
<i>Entorno político, económico, social y tecnológico</i>	0.14	4	0.56
Total			4.41

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N° 33.

Matriz General Electric Atractivo del mercado en la industria y Posición competitiva de del producto de la empresa



Fuente: Elaboración Propia

Estrategia:

Según la Tabla N°33, nos indica que se tiene una posición competitiva y un atractivo de mercado alto, ubicada en el cuadrante Invertir/Crece, esto requiere enfocar la mayor inversión posible para alcanzar un rápido crecimiento. La empresa deberá enfocar todos sus recursos posibles a publicitar e invertir en I+D para crecer lo más rápido posible

Análisis:

El entorno al cual nos enfrentamos es favorable, a nivel nacional por un PIB sostenible y en desarrollo, un bajo índice de inflación en el país, la confianza en que los precios del maíz y petróleo no subirán descomunadamente en los próximos años por la gran cantidad de oferta que hoy existe en el mercado mundial y el crecimiento del consumo per cápita de pollo, que ubica a Perú en el puesto 16 en el ranking mundial de consumo anual por habitante.

A nivel regional, el departamento de Junín reúne características ventajosas para el sector avícola, tales como la proyección del crecimiento de la población del 2018 al 2023 en 3%, el incremento de consumo per cápita de pollo, la apertura de locales de consumo de pollo (pollerías, restaurant, chifa, etc.), la poca presencia de competidores productores de la zona y el acceso a una mano de obra barata; debido al bajo costo de vida y la menor oferta de trabajo que existe en la zona.

A nivel de la empresa, se cuenta con ventajas y desventajas competitivas. Al ser una empresa avícola mayorista de pollos que va a dejar su actividad de comprador y distribuidor para convertirse en una empresa productora y comercializadora de pollos en pie, sus principales ventajas son, el contar con un volumen de ventas en kilogramos del 1% del total de la oferta de otros productores (Productores de Lima y Trujillo), tener una cartera de clientes con 28 años de antigüedad que la reconocen como una empresa que ofrece calidad, precio y buen servicio, la facilidad para acceder a préstamos bancarios con tasas de interés menor que el promedio por el excelente récord crediticio que la empresa ha mantenido en todos estos años; y los costos de flete y merma que la empresa le ahorrara a las avícolas mayoristas para que ya no

tengan que viajar grandes distancias, asumir costos de flete, enfrentar desastres naturales, paralizaciones en la carretera o pérdidas económicas debido a la mortalidad de pollos que no resisten el viaje por las condiciones climáticas. Las principales desventajas competitivas para la empresa serán los costos que deberá incurrir para asegurar la calidad del producto y a la vez competir en precios con los productores de la zona y otros productores (Lima, Trujillo, Cañete, etc.), la mano de obra poco calificada para la óptima crianza de los pollos, el control de las enfermedades avícolas y los costos que se incurrirán en el flete de la materia prima, debido a que no se cuenta con proveedores cercanos a la zona.

3.1.2 Análisis de las 5 Fuerzas de Porter

De acuerdo a lo visto en la teoría de las cinco fuerzas de Porter, se ha podido identificar que los componentes que afectan el macroentorno de la Granja avícola de pollos en pie en el departamento de Junín son:

3.1.2.1 Poder de negociación de los proveedores

Impacto de los Insumos

La empresa GRUPO CRISTINA S.A.C priorizara la calidad de los insumos adquiridos de los proveedores, para contar con un producto de alta calidad para los clientes. Uno de los principales insumos, es el maíz Amarillo Duro (MAD), el cual es combinado con harina de pescado y otros ingredientes para elaborar los alimentos

balanceados que se dan a las aves. Este MAD es importado principalmente de Argentina, Brasil y Estados Unidos, ya que la producción nacional no es suficiente para abastecer la demanda del sector, la cantidad importada fue superada a la producida localmente, situación que se agravó desde el 2010 a consecuencia del aumento en la demanda. Las importaciones han llegado a representar más del 60% del consumo anual de MAD en el Perú (MINAGRI, 2014). Estas importaciones, que para el año 2013 superaron las dos mil toneladas, provienen principalmente de Argentina el 66%, Brasil con 12%, Estados Unidos que representa el 11%, y Paraguay con el 10%.

Otro insumo importante para estos alimentos balanceados es la soya, la cual también es importada, principalmente de Bolivia, Paraguay y Argentina.

Ante el gran tamaño de las empresas avícolas nacionales el poder de negociación de los proveedores es bajo, por lo que usualmente se efectúan las compras a futuro, y con esos precios establecidos es que las avícolas calculan sus costos.

Costo de cambio

Se tendrá el costo de cambio mínimo puesto que los proveedores serán escogidos a través de una matriz de priorización que asigne valores de mayor peso a la calidad, capacidad de línea de crédito, cumplimiento de los pedidos según las características solicitadas y precio del proveedor respecto al mercado.

3.1.2.2 Poder de negociación de los compradores

Concentración de compradores

Se ha identificado que la empresa tiene canales de distribución que consisten en vender a dos tipos de clientes (minoristas y mayoristas). En la región existen 485 compradores avícolas mayoristas y minoristas entre las 9 provincias del departamento que compran pollo en pie mínimo 4 veces por semana, estos intermediarios venden los pollos al consumidor final, que usualmente es el ama de casa para el consumo en el hogar y los dueños de pollerías, chifas, restaurantes o comedores, quienes demandan carne de pollo a diario.

Consumo de pollo en la región

El consumo de carne de pollo en la región se ha incrementado en los últimos diez años, siendo adquirido principalmente a través de los mercados de abastos, donde se comercializa el 77% del volumen vendido, seguido por pollerías, chifas, restaurantes y hoteles.

Es importante mencionar que el 15% de la carne de pollo producida en Junín es comprada por las pollerías, quienes tienen alto poder de negociación debido a los volúmenes que manejan de acuerdo con el MINAGRI (2013).

Precio del producto

El precio se fija diariamente en función de la oferta y la demanda, ya sea para las aves en pie o en carne (vivo o beneficiado). Dado que son pocas empresas las que controlan la producción y abastecimiento, son capaces de controlar el precio y lo establecen en función de la variación en los costos, donde el que sufre mayores variaciones es el maíz amarillo duro. Ante esta situación se establece que el consumidor tiene bajo poder de negociación, lo que beneficia a las avícolas; aunque este poder tiende a bajar, cuando se trata de las pollerías ya que ellas compran en grandes volúmenes, pero solo representan el 15% de las unidades vendidas.

3.1.2.3 Amenaza de los sustitutos

Disponibilidad y precio de los productos sustitutos

Los productos sustitutos de la carne de pollo son la carne de pescado, vacuno, porcino, ovino y caprino, algunos de ellos, como la carne de pescado, vacuno y porcino se venden frecuentemente en los mercados. El consumo de productos sustitutos de la carne de pollo constituye una amenaza baja, el aún elevado precio de los productos sustitutos y el inestable abastecimiento de productos sustitutos, como el pescado fresco cuya oferta depende de condiciones climáticas normales, seguirían siendo factores que impulsarían la producción avícola. Estos factores son muy importantes en la toma de decisión de los consumidores, lo cual ha hecho que el pollo se establezca como la carne preferida en los hogares peruanos. En cambio, los huevos

constituyen una amenaza media, pues si bien no se consideran una carne, su precio es muy bajo y los consumidores reconocer su alto valor proteico y nutricional. (Becerra, M; Llosa, G. & Paico, J, 2015).

Tabla N°34.

Consumo per cápita de los principales productos pecuarios, 2013

Carne	Kg/Hab/Año
Todas las aves	40.0
Pollo	37.0
Pescado	18.4
Huevo	11.4
Vacuno	6.3
Porcino	4.3
Ovino	1.1
Caprino	0.2

Fuente: Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI)

3.1.2.4 Amenaza de los entrantes

Requisitos de capital, infraestructura y tecnología

El ingreso de nuevos productores de pollos en el Perú es poco probable, al menos no de manera formalizada. Esto se debe a que las barreras de entrada son elevadas, debido al acceso a los insumos, como el maíz amarillo duro, infraestructura especial para la crianza de pollos, transporte para llegar a todos los puntos de abastecimiento, altos niveles de inversión, conocimiento profundo del sector avícola, competencia

agresiva y elevada inversión en la imagen de la empresa ante los consumidores finales. Este último punto lo han trabajado las dos empresas líderes del mercado, San Fernando y Redondos, con publicidad constante y pollos empacados con su logo, por lo tanto, la amenaza de los entrantes es baja. (Becerra, M; Llosa, G. & Paico, J, 2015).

3.1.2.5 Rivalidad de los competidores

Diversidad de Competidores

En la industria avícola existen diferentes actores competidores, entre los cuales hay alta rivalidad ya que compiten en base a costos para generar volumen, con muy poca diferenciación entre sus productos. Las empresas líderes atienden más del 70% del mercado (MINAGRI, 2014) y están integradas verticalmente, buscando garantizar sus insumos, pero también controlar los costos. Por lo tanto, la rivalidad se demuestra desde la lucha por acceder a los insumos locales, que suelen tener menor precio que los importados, luego compiten por reducir sus costos de producción, aumentando la eficiencia y el rendimiento. (Becerra, M; Llosa, G. & Paico, J, 2015).

Redes de Distribución de los competidores

La rivalidad se pone en evidencia en tratar de llegar a los consumidores, con amplias redes de distribución, cubriendo todo el país y atendiendo diversos tipos de puntos de venta, tanto en el canal tradicional como en el canal moderno. (Becerra, M; Llosa, G. & Paico, J, 2015).

Competitividad en el sector avícola de Junín

En el sector avícola de Junín, la rivalidad entre los competidores es alta, debido a que existen **Otros productores** que producen grandes volúmenes de pollo en pie a un menor costo, esto se debe a que los productores de la región no tienen la capacidad de producción e inversión necesaria para hacerle frente a la competencia y abastecer el cien por ciento del mercado interno.

3.1.3 Cadena de Valor:

La Cadena de Valor de la empresa GRUPO CRISTINA S.A.C presentan 2 tipos de actividades, las actividades primarias y las actividades secundarios o de soporte, las primeras se relacionan con la creación del bien mientras que las actividades secundarias, permiten mejorar la eficiencia y eficacia del trabajo, agregando una ventaja competitiva si son adecuadamente gestionadas.

Además, se muestra una Cadena de Valor desde una perspectiva sistémica de sus componentes, donde se incluye la descripción, que contiene información resumida de los actores clave que lo componen, junto con un análisis breve de los tipos de gobernanza que predominan, para entender mejor como son las relaciones de poder entre los actores. Para la presente Cadena de Valor se ha diseñado la siguiente estructura:

Tabla N° 35.

Tabla Resumen de la Cadena de Valor con Presupuesto para el Año 5

Criterio	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Actividades Primarias						
Infraestructura	S/.478,200	S/.478,200	S/.630,000	S/.735,000	S/.735,000	S/.945,000
Financiamiento (El préstamo bancario representa el 60.8% de la inversión total)	S/.1,939,254.40	S/516,054.65	S/676,909.07	S/746,290.68	0	0
Adm. de Recursos Humanos	S/. 224,553	S/. 224,553	S/. 224,553	S/. 224,553	S/. 224,553	S/. 224,553
Innovación y Tecnología	S/.53,852	S/.53,852	S/.53,852	S/.53,852		
Actividades de Soporte						
Logística de entrada	S/.1,931,000	S/.1,931,000	S/3,282,700.00	S/5,580,590.00	S/9,487,003.00	S/16,127,905.10
Operación	S/76,779.88	S/76,779.88	S/130,525.80	S/221,893.85	S/377,219.55	S/641,273.24
Logística de salida	S/6,311.20	S/6,311.20	S/7,058.10	S/7,805.00	S/8,551.90	S/9,298.80
Marketing	S/.5,400.00	S/.5,400.00	S/.6,480.00	S/.7,776.00	S/.9,331.00	S/.11,197.44

Fuente: Elaboración Propia

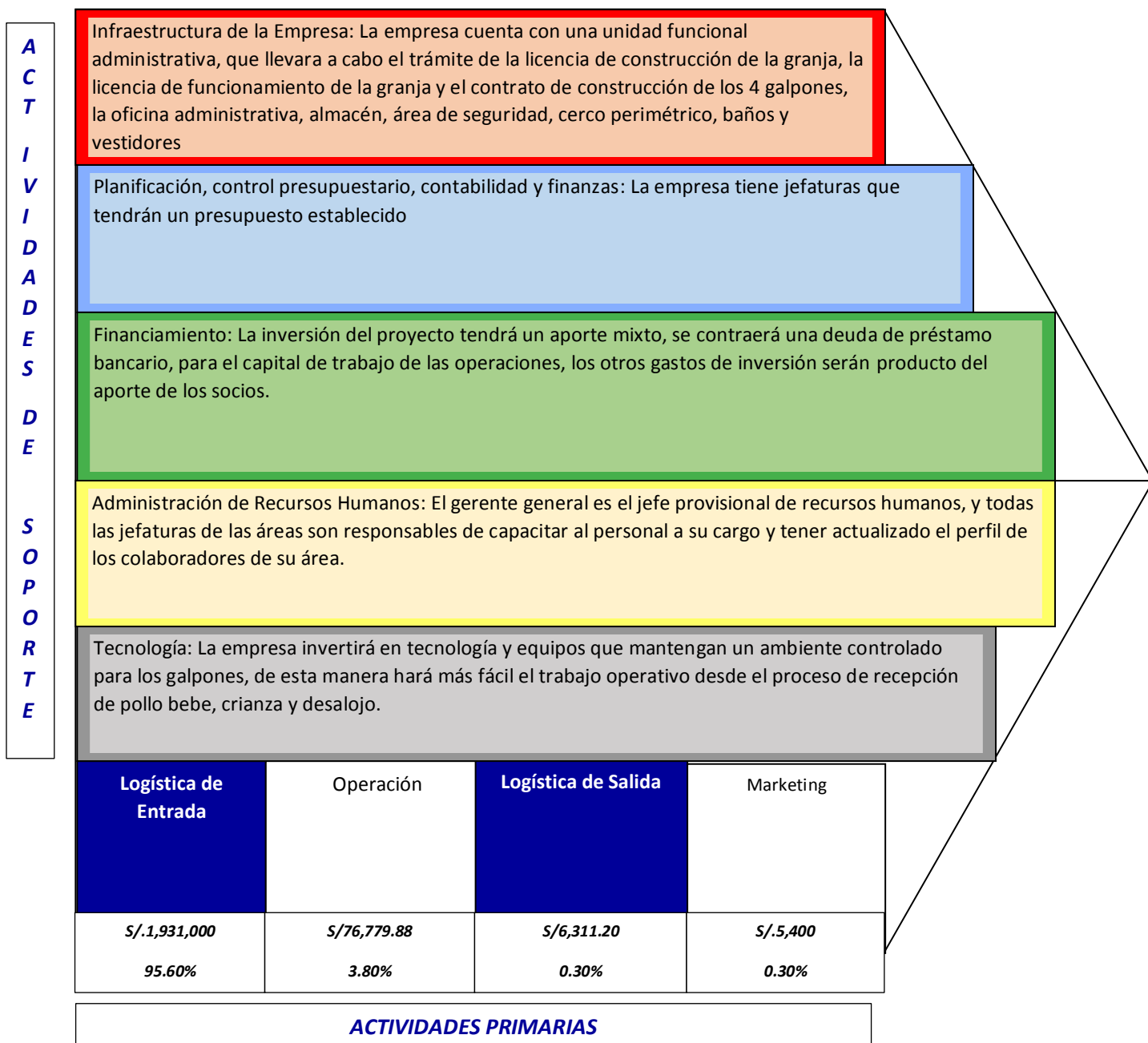


Figura N°17. Cadena de Valor de la empresa GRUPO CRISTINA S.A.C
Fuente: Elaboración Propia

3.2 Ámbito de acción del negocio

El mercado de Junín sigue prefiriendo a la carne de pollo como la proteína de origen animal de mayor consumo en la región. La producción avícola en esta región se basa en la cría de gallinas ponedoras y de corral, pollos de engorde, pollos parrilleros y otras aves criadas al pastoreo. De acuerdo con las estadísticas de la Dirección Regional de Agricultura, la producción de carne de pollo en la región de Junín se va incrementando. A manera de comparación la producción de pollos de engorde vivos en la región fue de 21,182 toneladas en 2016 y 12,174 toneladas en 2015 (aumento del 74%). A nivel nacional, de acuerdo con el Ministerio de Economía y Finanzas (2011). Si hay un sector que refleja el mejor crecimiento económico del país en los últimos años, es el avícola, que registro el 75% de la producción de carnes del país, seguida del vacuno con 13%, el porcino con 8%, y el ovino con solo 2%. Los canales de comercialización en Junín corresponden a mercado de abastos, avícolas, pollerías, restaurantes, hoteles y público general. Las granjas instaladas en la región Junín no han podido abastecer al mercado interno debido en gran parte a la pobre calidad de sus pollos, los precios poco competitivos que ofrecen a sus clientes y la falta de capacidad productiva para abastecer la demanda interna. Es por ello que se ha visto la oportunidad de mercado, realizando una integración vertical hacia atrás, para producir pollo vivo de engorde raza Cobb 500, aprovechando la demanda insatisfecha en el mercado regional.

3.3 Descripción del bien o del servicio

GRUPO CRISTINA S.A.C tiene como objetivo la producción y comercialización de pollo en pie raza Cobb 500, que se caracterizara por su alta calidad y precio justo en el mercado. La empresa realizara sus ventas a través de la programación de pedidos con un día de anticipación vía telefónica o correo electrónico, asimismo los vendedores de la empresa ofrecerán pollos a los minoristas y mayoristas que se encuentren dentro de su jurisdicción. Los pedidos se atenderán previamente a la confirmación del depósito en la cuenta bancaria o el pago directo en la oficina de tesorería. El punto de entrega de los pollos se efectuará en las instalaciones de la granja, delimitadas para la espera de los camiones y la carga de los pollos. Además, se cuenta con 01 camión con capacidad para cargar 340 jabas y repartir la mercadería entre los clientes minoristas y mayoristas.

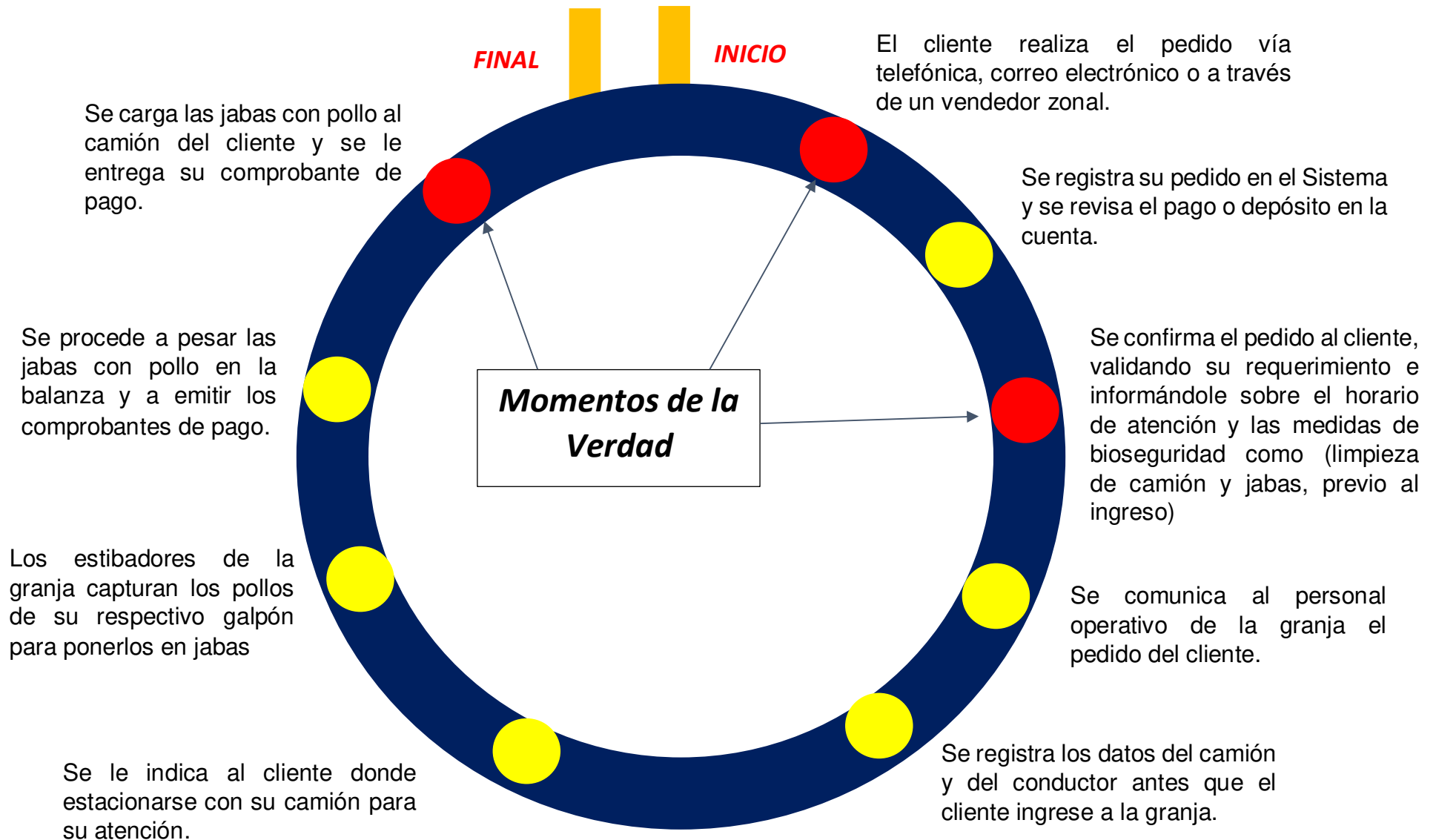



Figura N°18. Ciclo del Servicio – Momentos de Verdad
Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°36.
 Ficha Técnica del Producto Pollo Bebe

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO	
NOMBRE DEL PRODUCTO:	Pollo bebe hembra
RAZA DEL PRODUCTO:	Cobb 500
CARACTERISTICAS:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pollo con gran habilidad para convertir el alimento en carne. ✓ Bien seco y plumaje largo. ✓ Ojos prominentes y brillantes. ✓ Cuerpo ancho y pechuga abundante. ✓ Movimientos ágiles y posición erguida sobre las patas. ✓ Las patas deben verse brillantes, bien hidratadas y ser cerosas al tacto. ✓ No tener las articulaciones tibiotarsianas enrojecidas. ✓ Ombligos limpios y bien cicatrizados. ✓ Los pollitos no deben tener deformidades (patas torcidas, cuellos
CONDICIONES CLIMATICAS DE CRIANZA:	
TEMPERATURA:	32 °C
HUMEDAD RELATIVA:	50%
CAPACIDAD POR GALPON:	12 pollos por M2
EDAD/DÍAS	7 días
PESO BRUTO:	164 gramos
DISEÑO GRÁFICO:	

Aprobado por : Jefe de Calidad	Versión : 01 Fecha: 26/03/2018

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°37.

Ficha Técnica del Producto Pollo engorde

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	
NOMBRE DEL PRODUCTO:	Pollo engorde hembra
RAZA DEL PRODUCTO:	Cobb 500
CARACTERÍSTICAS:	<ul style="list-style-type: none">✓ Contextura fuerte.✓ Apreciable resistencia al calor y al frío.✓ Rápido engorde.✓ Desarrollo precoz.✓ Facilidad de conversión de alimento en carne.✓ Buen desarrollo corporal.✓ Predominio de pluma blanca✓ Patas grandes y bien desarrolladas.
CONDICIONES CLIMÁTICAS DE CRIANZA:	
TEMPERATURA:	18 °C a 20 °C
HUMEDAD RELATIVA:	50%
CAPACIDAD POR GALPON:	10 pollos por M2
EDAD/SEMANAS:	6 Semanas
PESO BRUTO:	1.90 Kg a 2.20 Kg
DISEÑO GRÁFICO:	
----- Aprobado por : Jefe de Calidad	
Versión : 01 Fecha: 26/03/2018	

Fuente: Elaboración Propia

3.4 Estudio de la Demanda

3.4.1 Segmentación del Mercado

➤ **Variable Geográfica**

- Departamento de Junín

➤ **Variable Demográfica**

- Hombres y mujeres entre los 18 y 60 años de edad.
- Ingresos mensuales por hogares entre S/ 2,500 y S/ 350,000
- Este emprendimiento se encuentra dirigido a las personas pertenecientes a los niveles socioeconómicos “A” y “B”
- En el 2017 APEIM informó que en toda la población de Junín el 7.1% es de NSE “AB” y el 92.9% pertenecen a la NSE “C”, “D” y “E”.

DEPARTAMENTO	HOGARES - NIVEL SOCIOECONÓMICO - URBANO+RURAL (%)						
	TOTAL	AB	C	D	E	MUESTRA	ERROR (%)*
Amazonas	100%	2.7	11.2	19.3	66.8	1,183	2.9
Ancash	100%	7.3	20.4	23.9	48.4	1,246	2.9
Apurímac	100%	2.7	6.6	13.3	77.3	947	3.2
Arequipa	100%	18.5	29.7	31.9	19.8	1,351	2.7
Ayacucho	100%	2.9	7.3	16.4	73.4	1,137	3.0
Cajamarca	100%	3.2	10.4	18.1	68.4	1,299	2.8
Cusco	100%	8.9	12.1	19.9	59.2	1,187	2.9
Huancavelica	100%	0.9	6.2	10.2	82.7	1,021	3.1
Huanuco	100%	4.2	11.1	17.2	67.5	1,223	2.8
Ica	100%	12.8	36.0	36.0	15.2	1,407	2.7
Junín	100%	7.1	16.8	26.4	49.7	1,511	2.7
La Libertad	100%	9.3	17.6	26.3	46.8	1,272	2.8

Figura N°19. Distribución de Hogares según NSE 2017- Departamento (Urbano+ Rural)
Fuente: APEIM 2017

➤ Variable Psicográfica

- De acuerdo a los estudios nacionales de Arellano Marketing (2013) las tendencias del consumidor peruano indican que la importancia de bienes está conformada por comida (38%), ropa (6%), educación (5%), educación, salud y transporte en (7%) cada uno, estética (3%) y cuidado personal (9%).
- Según el Congreso Anual de Marketing Perú (2014) el incremento de la oferta ha ocasionado en los consumidores una reducción de las lealtades a determinadas marcas, al nuevo consumidor peruano no le importaría mucho si desaparecieran para siempre y no pudieran comprar.
- Otro aspecto importante, según Ipsos la presencia de la mujer en la economía es cada vez más importante en las decisiones de compra, existe una jefa de familia por cada tres cabezas del hogar. Las mujeres van adquiriendo mayor protagonismo.
- Los minoristas y mayoristas de la zona selva se caracterizan por preferir precios bajos y mediana calidad de pollos, además alrededor del 85% de los negocios del sector avícola es informal (No pagan impuestos a la SUNAT) y no tienen el adecuado control de seguridad e inocuidad en sus procesos, debido a que existe una falta de fiscalización y control de las entidades gubernamentales como los Municipios Distritales y SENASA.

- El consumidor en la zona sierra se caracteriza por buscar precios competitivos, buena calidad de pollo y disponibilidad diaria del pollo. Este mercado está mejor controlado y fiscalizado por las instituciones competentes. Los minoristas y mayoristas cuentan con un abanico amplio de posibles proveedores, es por ello que tienen un poder de negociación mayor que sus pares en la zona selva.

➤ **Universo**

Según la información de CPI (2017) el Perú tiene 31'826,000 habitantes y en el Departamento de Junín existen 1,370,200 habitantes (que equivale al 4.30% de la población total).

*Tabla N° 38.
Habitantes de Junín 2017.*

Área	Superficie	Población 2017
Perú Total	1,285,215.60	31,826,000
Junín	44,328.80	1,370,200

Fuente: CPI 2017

➤ **Población**

Según la Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública, el departamento de Junín tiene 9 Provincias y 124 distritos, cuenta con 1,370,200 habitantes, el 7.1% pertenece al NSE “A” y “B” y existen 394,900 hogares.

*Tabla N°39.
Habitantes de las Provincias de Junín 2017*

Ubigeo	Provincia	Capital	Distritos	Superficie km ²	Población 2017	Altitud msnm
1201	Huancayo	Huancayo	28	3,561.3	513,300	3,245
1202	Concepción	Concepción	15	3,075.3	57,400	3,286
1203	Chanchamayo	La Merced	6	4,725.5	206,100	775
1204	Jauja	Jauja	34	3,749.1	85,500	3,389
1205	Junín	Junín	4	2,487.3	25,900	4,113
1206	Satipo	Satipo	9	19,219.5	275,600	628
1207	Tarma	Tarma	9	2,749.2	109,600	3,059
1208	Yauli	La Oroya	10	3,617.4	43,000	3,725
1209	Chupaca	Chupaca	9	1,144.3	53,800	3,281

Fuente: Compañía peruana de estudios de mercados y opinión pública

➤ **Mercado Potencial**

La venta de pollos vivos raza Cobb 500 se encuentra dirigida para las avícolas minoristas (que están en contacto directo con el consumidor final a través de sus avícolas en los mercados de abasto) y avícolas mayoristas (distribuidores de pollo vivo y beneficiado a restaurantes, pollerías y avícolas) repartidos entre los 9 Provincias del Departamento de Junín.

Tabla N° 40.

Matriz del Mercado Potencial

<i>Departamento:</i>	Junín
<i>Provincias:</i>	Chanchamayo, Satipo, Tarma, Yauli, Huancayo, Concepción, Jauja, Chupaca y Junín.
<i>Sexo:</i>	Masculino y Femenino.
<i>Edad:</i>	Entre 18 a 60 años.
<i>Público objetivo:</i>	Avícolas minoristas y mayoristas
<i>Número de Avícolas mayoristas de pollo en el departamento de Junín:</i>	30
<i>Número de Avícolas minoristas de pollo en el departamento de Junín:</i>	455
<i>Ingresos:</i>	Entre S/ 2,500 y S/ 350,000
<i>Nivel socioeconómico:</i>	“A” y “B”.

Fuente: Elaboración Propia en base al INEI (2017)

3.4.2 Muestra

Se utilizó el programa NETQUEST.COM 2018 para poder calcular la muestra, para ello, el tamaño del universo fue de 485 avícolas mayoristas y minoristas, se tuvo un nivel de confianza del 95%, margen de error del 5%, heterogeneidad del 50%.

La muestra obtenida para el presente proyecto es de 215 entre avícolas mayoristas y minoristas en el Departamento de Junín, estos cumplen con la descripción del mercado potencial para la empresa.

Calculadora de muestra para proporciones

Calcula el tamaño de muestra que necesitas cuando tu encuesta mide un porcentaje o proporción (por ejemplo, el % de personas que fuman en la población). En esta calculadora avanzada podrás ver cómo se relacionan margen de error, nivel de confianza y tamaño de muestra. Más información sobre las fórmulas empleadas aquí.

Para usar la calculadora:

- Indica el tamaño del universo y qué grado de heterogeneidad hay en la población.
- Indica 2 de los 3 parámetros restantes. Por ejemplo, si indicas la muestra y el nivel de confianza, podrás calcular el margen de error.
- Pulsa en CALCULAR. El valor calculado quedará destacado.

485

TAMAÑO DEL UNIVERSO

Número de personas que componen la población a

5

MARGEN DE ERROR %

Menor margen de error requiere mayor muestra.

215

MUESTRA

Personas a encuestar.

50

HETEROGENEIDAD %

Es la diversidad del universo. Lo habitual es usar 50%, el peor

95

NIVEL DE CONFIANZA %

Mayor nivel de confianza requiere mayor muestra. Lo habitual es entre 95% y 99%.

The previous result reads as:

If you survey 215 people, the real data you are looking for will be the 95% of the times in the interval $\pm 5\%$ in relation to the data you observe in the survey.

Calcular

Figura N°20. Cálculo de la muestra de clientes finales
Fuente: Elaboración Propia en base a NETQUEST 2018

3.4.3 Sondeo

Se realizó un sondeo presencial a 215 avícolas mayoristas y minoristas, para ello se escogió encuestar a 4 Provincias que debido a su mayor densidad poblacional representan a la población de la Sierra y la población de ceja de Selva del departamento de Junín. El sondeo fue diseñado con 15 preguntas estructuradas.

Tabla N° 41.
Características del Sondeo

PROYECTO DE NEGOCIO	GRUPO CRISTINA S.A.C
<i>Período de recojo de información a través de sondeo</i>	<i>del 01 al 13 de abril del 2018</i>
<i>Grupo Objetivo</i>	<i>Avícolas mayoristas y minoristas ubicados entre las Provincias de Huancayo, Tarma, Chanchamayo y Satipo.</i>
<i>Nivel socio económico</i>	<i>A y B</i>
<i>Tamaño de la Muestra:</i>	<i>215 avícolas mayoristas y minoristas</i>
<i>Número de avícolas mayoristas:</i>	<i>16</i>
<i>Número de avícolas minoristas:</i>	<i>199</i>
<i>Metodología</i>	<i>Sondeo de preguntas presenciales</i>
<i>Tamaño del universo:</i>	<i>485</i>
<i>Margen de error:</i>	<i>5%</i>
<i>Nivel de Confianza:</i>	<i>95%</i>
<i>Heterogeneidad:</i>	<i>50%</i>

Fuente: Elaboración Propia.

3.4.4 Factores que afectan la Demanda de pollos en la región

Los factores que afectan la demandan son:

- Precios de Bienes relacionados: La cantidad de pollos en pie que los consumidores planean comprar depende en parte de los precios de los bienes sustitutos del pollo, como la carne de res, carne de cerdo, atún, pescado o pavita, que pueden satisfacer una necesidad similar a la carne de pollo, en caso el precio de un bien sustituto aumentara, la gente comprara menos unidades de ese bien sustituto y compraría más pollo y en caso el precio del pollo aumentara sería a la inversa, en conclusión, este es un factor importante para el aumento o disminución de la demanda de pollos en el mercado.
- Ingresos económicos de la familia: Este es otro factor importante, ya que influye en la decisión de compra de los consumidores, en caso los ingresos económicos de la familia se reduzcan, ellos reducirán la cantidad de sus compras en las avícolas, restaurantes y pollerías.
- Población: La demanda también depende del tamaño y la distribución de la población y el mercado objetivo de la empresa (minoristas y mayoristas del sector avícola). Se considera que cuanto más grande sea la población, mayor será la demanda y cuanto menos numerosa sea la población menor será la demanda. De acuerdo Compañía peruana de

estudios de mercados y opinión pública (2017) las 4 provincias seleccionados en el departamento de Junín cuentan con 1,104,600 habitantes, y existen 485 establecimientos entre avícolas mayoristas y minoristas.

- Enfermedades a los cultivos de los agricultores: El departamento de Junín se caracteriza porque la mayoría de los habitantes se dedican a la actividad agrícola de productos como piñas, paltas, cítricos, café, kion, plátano, etc. Una enfermedad a las plantas tiene como consecuencia una reducción en las compras habituales de los hogares, llevando a la mayoría de comercios a tener un menor movimiento de sus mercaderías.

3.4.5 Comportamiento de la Demanda

Como no existen datos estadísticos sobre la demanda histórica de pollos en la región, se modelará una demanda histórica estimada empleando hasta 2 fuentes de información, que luego serán comparadas entre sí, estas son:

- Información de fuentes primarias: Provenientes de información documental de compras y ventas de la empresa AVES CRISTINA S.A.C e información del sondeo aplicado a las 215 avícolas minoristas y mayoristas de las 4 Provincias seleccionadas.

- Información de fuentes secundarias: Procedentes de INEI (Crecimiento de la Población y consumo per cápita de pollo, Minagri (Producción anual de pollo en pie en el Departamento de Junín) y SENASA.

A continuación, se procede a presentar y explicar los resultados de los sondeos aplicados a las 215 avícolas minoristas y mayoristas de las 4 Provincias seleccionadas.

Primera Pregunta: ¿Cuánto tiempo tiene laborando en el sector avícola?

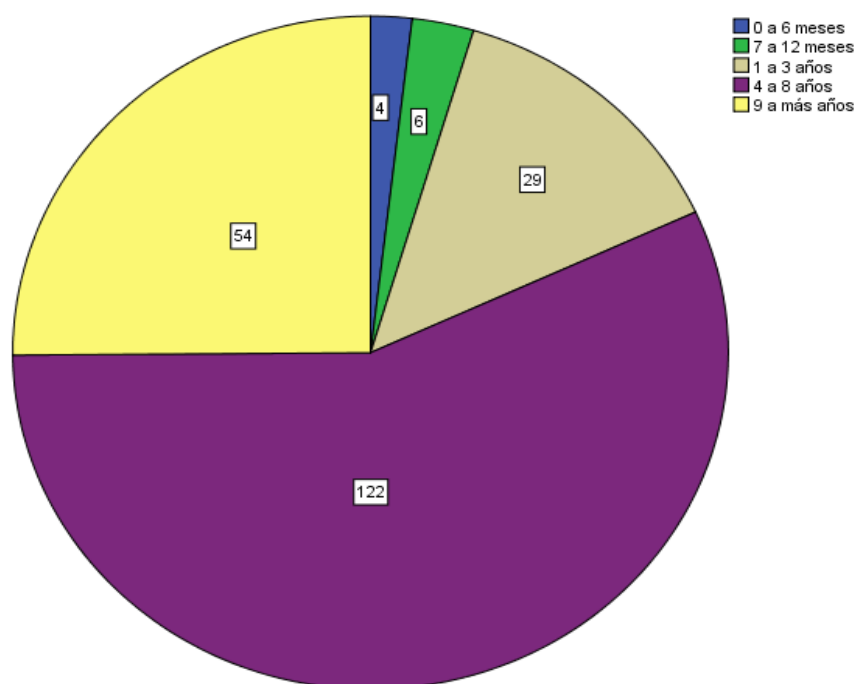


Figura N°21. Tiempo laborando en el sector avícola
Fuente: Elaboración Propia

En la figura N°21. El 56.7% de los encuestados tiene laborando de 4 a 8 años en el sector avícola el 13.5% tiene laborando de 0 a 3 años y el 25.1% viene laborando de 9 a más años en el mercado avícola.

Segunda y Tercera Pregunta: ¿Dónde se ubica su negocio? / Señale el tipo de intermediario con el que usted se identifica.

Tabla N°42
Datos del minorista/mayorista

¿Dónde se ubica su negocio?		Señale el tipo de intermediario con el que usted se identifica		Total	%
		Mayorista	Minorista		
		Recuento	Recuento		
Huancayo		6	59	65	30.20 %
Tarma		3	31	34	15.80 %
Chanchamayo		3	48	51	23.70 %
Satipo		4	61	65	30.30 %
<i>Total</i>		16	199	215	100 %

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N°42. Los clientes minoristas y mayoristas en la zona selva representan el 54% y los clientes en la zona sierra son el 46%.

Cuarta Pregunta: ¿A cuántos proveedores le compra pollo?

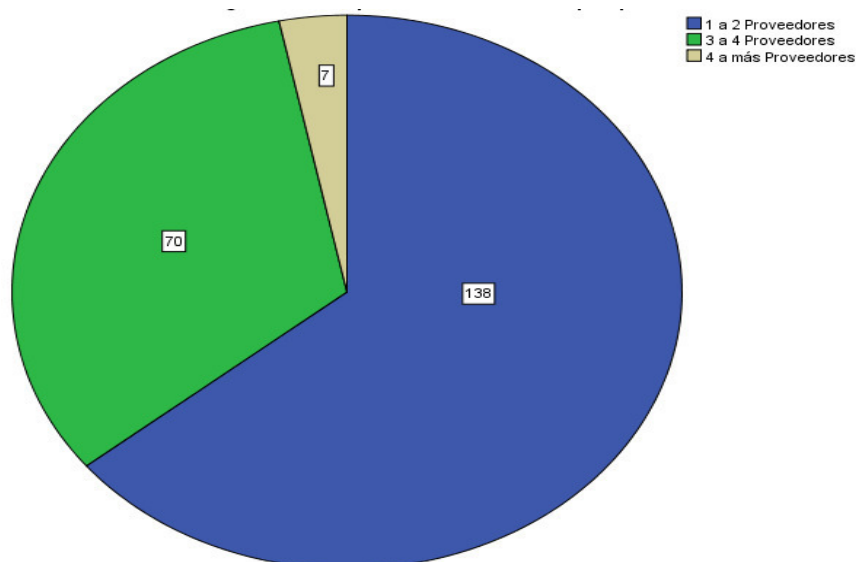


Figura N°22. Número de Proveedores de los clientes
Fuente: Elaboración Propia.

En la figura N°22. El 64.2% de las avícolas minoristas y mayoristas encuestadas tiene entre 1 a 2 proveedores, el 32.6% tiene entre 3 a 4 proveedores y el 3.3% tiene de 4 a más proveedores de pollo en pie.

Quinta y Sexta Pregunta: ¿En promedio cuantas veces a la semana compra pollos vivos? / ¿En promedio cuantos pollos vivos compra a la semana?

Tabla N°43.
Demanda de pollos vivos en unidades

		¿En promedio cuantos pollos vivos compra a la semana?					Total	%
		50 a 100 pollos	101 a 200 pollos	201 a 300 pollos	301 a 500 pollos	501 a más pollos		
¿En promedio cuantas veces a la semana compra pollos vivos?	1 a 2 veces a la semana	1	4	3	1	0	9	4.2%
	3 a 4 veces a la semana	0	6	54	34	15	109	50.7%
	5 a 6 veces a la semana	0	0	18	28	6	52	24.2%
	Todos los días	2	5	18	10	10	45	20.9%
Total		3	15	93	73	31	215	100%

Fuente: Elaboración Propia.

En la Tabla N°43. El 54.9% de los clientes minoristas y mayoristas compra en promedio de 1 a 4 veces a la semana y el 45.1% compra pollos vivos de 5 a todos los días. Además, el 51.6% de los mayoristas y minoristas compra entre 50 a 300 pollos vivos y el 48.4% compra de 301 a más pollos.

Séptima Pregunta: ¿En promedio cuantas jabas de pollo vivo compra a la semana?

Tabla N° 44.
Demanda de pollos vivos en jabas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 5 a 30 jabas	86	40,0	40,0	40,0
31 a 60 jabas	81	37,7	37,7	77,7
61 a 100 jabas	13	6,0	6,0	83,7
101 a 250 jabas	13	6,0	6,0	89,8
251 a 340 jabas	5	2,3	2,3	92,1
341 a más jabas	17	7,9	7,9	100,0
<i>Total</i>	215	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N° 44. El 77.7% de los clientes minoristas y mayoristas compra en promedio de 5 a 60 jabas de pollos vivos y el 22.3% compra de 61 a más jabas de pollo vivo.

Octava Pregunta: ¿Qué raza de pollo vivo compra?

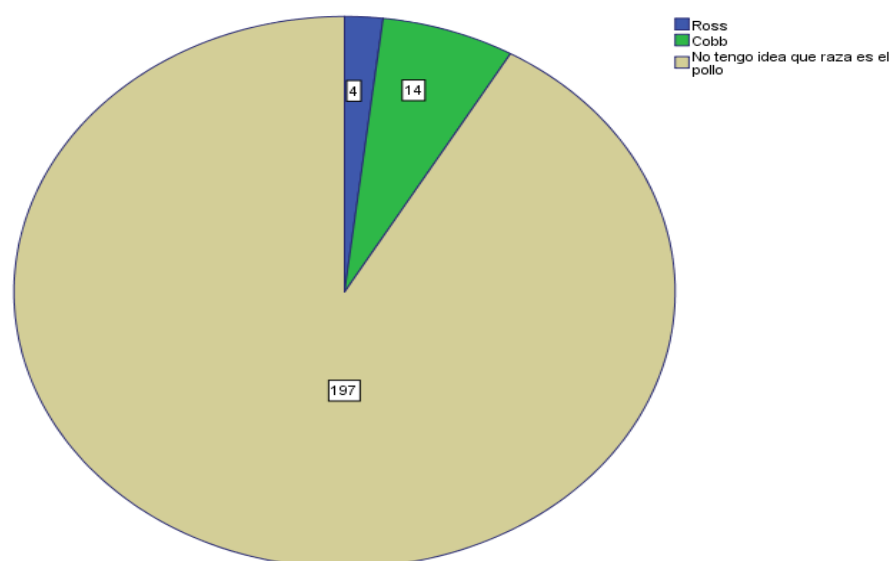


Figura N° 23. Producto
Fuente: Elaboración Propia

En la figura N°23. El 91.6% de los encuestados no tiene idea de la raza de pollos vivos que compra y solo el 8.4% de los encuestados conoce la raza de pollo que compra, de ello, el 1.9% compra raza Ross y el 6.5% compra raza Cobb.

Novena Pregunta: De acuerdo con la preferencia de sus clientes. ¿Cuál es el color de piel de pollo más solicitado y por qué?

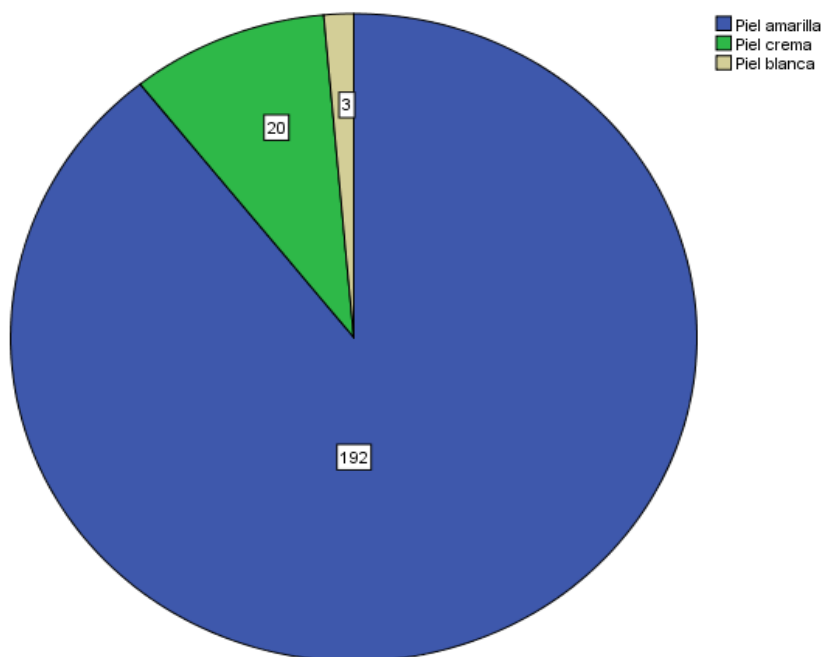


Figura N°24. Preferencias de los clientes
Fuente: Elaboración Propia.

En la figura N°24. El 89.3% de los encuestados prefiere comprar pollo de color de piel amarilla, esto debido a que los encuestados asocian el color de piel amarillo con una mejor calidad y sabor del pollo, por pensar que tiene una alimentación más natural y que su alimentación de mayor concentración de maíz se refleja en el color de la piel y el 9.3% de los encuestados prefiere el pollo de color crema y el 1.4% prefiere pollo de color de piel blanca.

Decima Pregunta: ¿Pollo de que peso le gustaría que le entregue su proveedor?

Tabla N° 45.
Preferencia de peso de pollo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1.50 a 1.90 Kg	10	4,7	4,7	4,7
	1.90 a 2.10 Kg	115	53,5	53,5	58,1
	2.10 a 2.30 Kg	89	41,4	41,4	99,5
	2.30 a 2.50 Kg	1	,5	,5	100,0
	Total	215	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N°45. El 58.2% de los encuestados compra pollo vivo de 1.50 a 2.10 Kg y el 41.8% compra de 2.10 a 2.50 Kg.

Décimo Primera Pregunta: ¿Si un nuevo proveedor le ofertara carne de pollo con todas las características por usted señaladas, le compraría el producto?

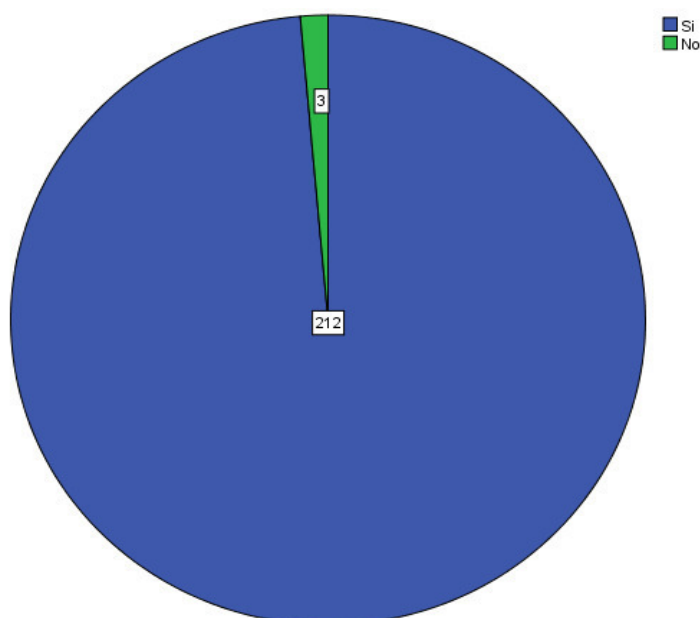


Figura N°25. Nuevos Proveedores
Fuente: Elaboración Propia.

En la figura. N°25. El 98.6% de las avícolas minoristas y mayoristas encuestados **SI** le compraría a un nuevo proveedor y solo el 1.4% **NO** le compraría a un nuevo proveedor productor que ingrese al mercado avícola.

Décimo Segunda Pregunta: ¿Qué diferencia tiene el precio de su proveedor con relación al precio promedio del mercado?

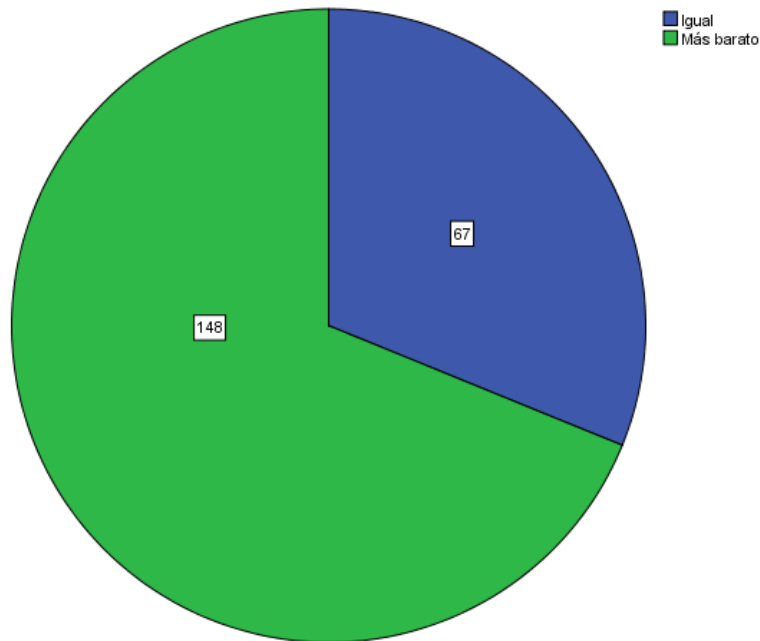


Figura N°26. Precio
Fuente: Elaboración Propia.

En la figura. N°26. El 68.8% de las avícolas minoristas y mayoristas considera más barato el precio que le vende su proveedor en relación al promedio del mercado y solo el 31.2% considera que el precio de sus proveedores es igual respecto al precio en el mercado.

Décimo Tercera Pregunta: Como le gustaría enterarse de la existencia de este nuevo proveedor.

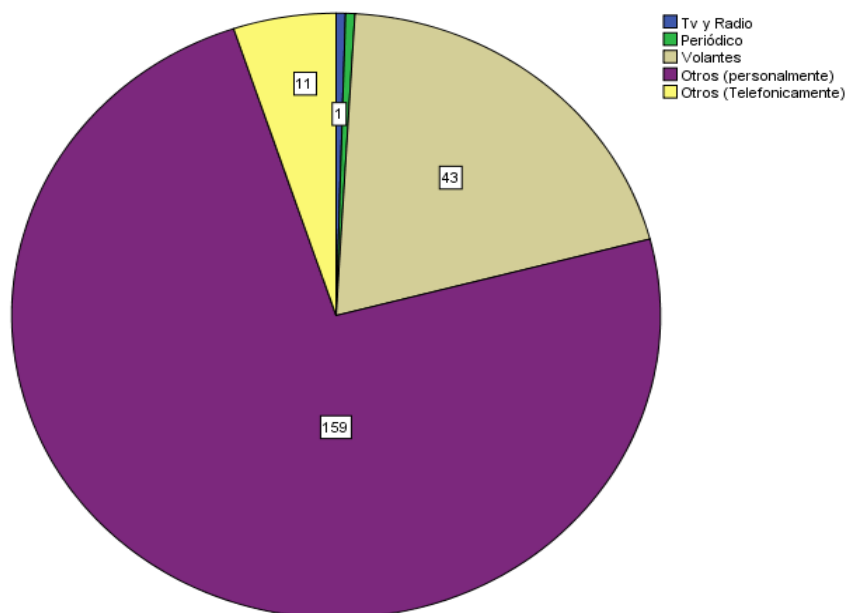


Figura N°27. Publicidad
Fuente: Elaboración Propia.

En la figura. N°27. El 74% de las avícolas minoristas y mayoristas preferirían enterarse de la existencia de un nuevo proveedor personalmente, el 20% a través de volantes y el 15% a través de medios de comunicación como (Tv, radio, periódico y teléfono).

A continuación, se procede a presentar y explicar la información documental de compras de la empresa AVES CRISTINA S.A.C.

Tabla N°46.

Compras de pollo en pie por Proveedores de la empresa AVES CRISTINA S.A.C del 2016 al 2017 en kilogramos

Cantidad de compras por proveedores (kg)	2016	2017	Crecimiento de las compras (%)
Chimú Agropecuaria S.A.	10,815.10	51,289.59	
El Rocio S.A.	498,008.39	551,945.05	
Los Abedules	12,679.00	65,904.80	
San Fernando S. A	5,431.20		
Total general	526,933.69	669,139.44	27%

Fuente: Elaboración Propia en base a la información documental de AVES CRISTINA S.A.C

De acuerdo a la Tabla N°46. Las compras de pollo en pie de la empresa AVES CRISTINA S.A.C del 2016 al 2017 se incrementó en 27%. Además, se observa en la figura N°28 y N°29, que las mayores compras se realizaron entre los meses de mayo, julio y diciembre con 78,917.1 kg, 71,824.2 kg y 76,530.80 kg respectivamente esto se debe principalmente a días festivos como la celebración del día de la madre, el día de la independencia del país y fiestas navideñas.

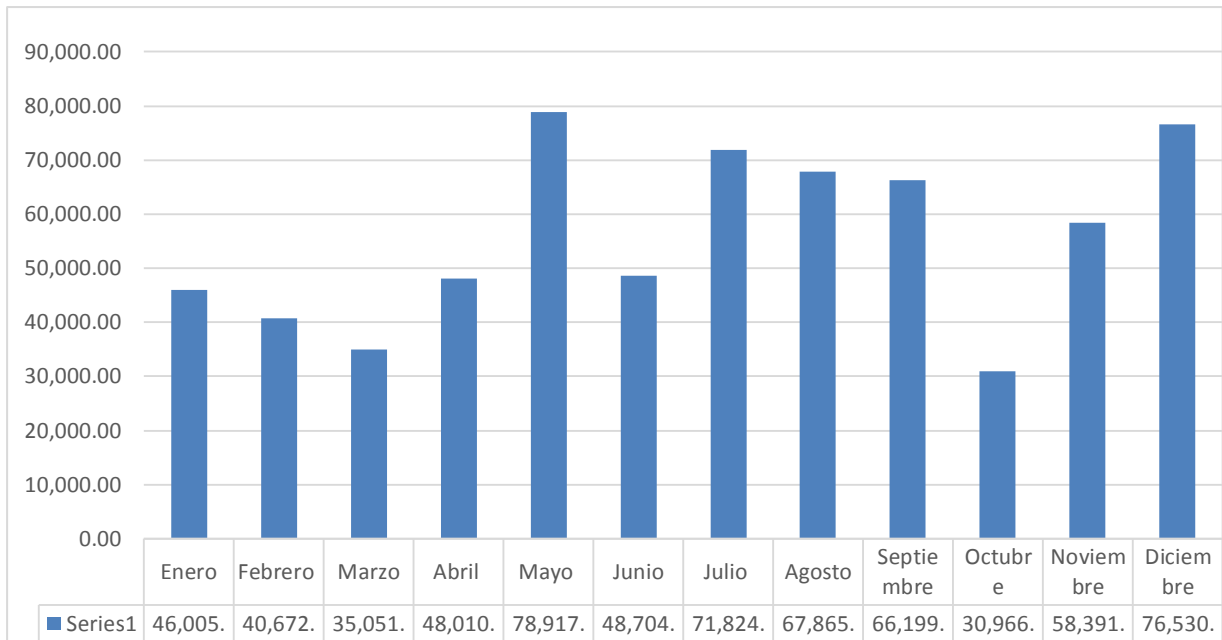


Figura N°28. Compras Mensuales de la empresa AVES CRISTINA S.A.C (2017) en kilogramos.

Fuente: Elaboración Propia en base a la información documental de AVES CRISTINA S.A.C

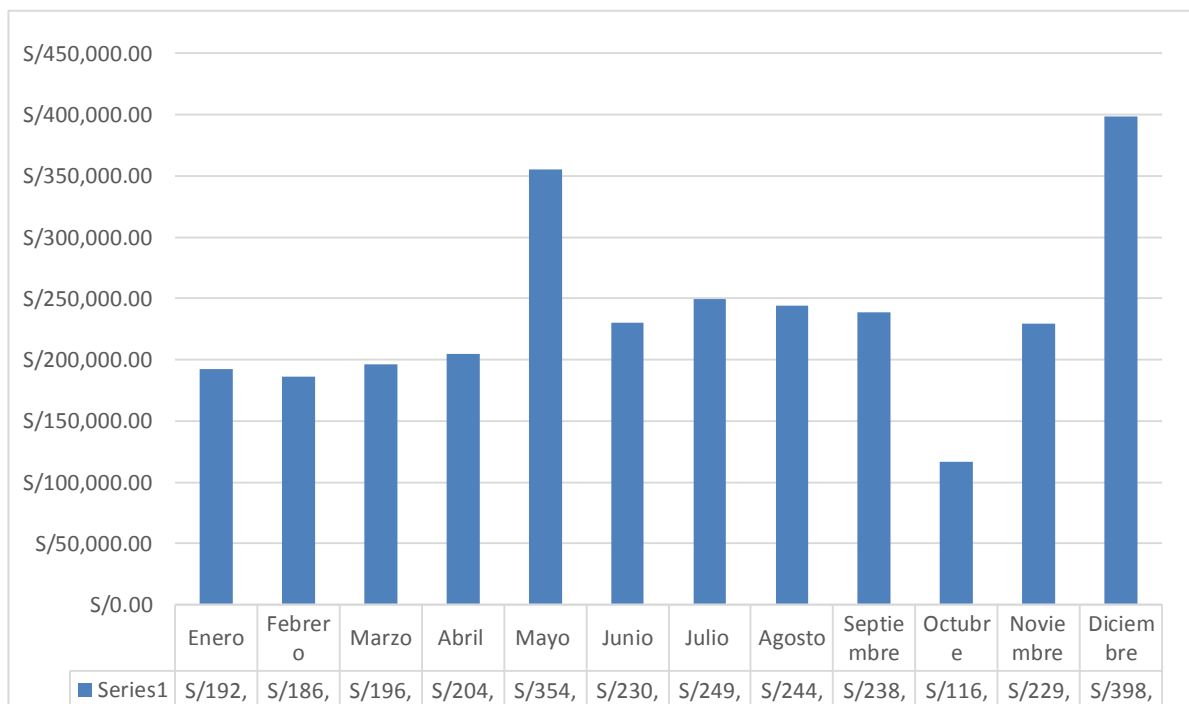


Figura N°29. Compras Mensuales de la empresa AVES CRISTINA S.A.C (2017) en soles.

Fuente: Elaboración Propia en base a la información documental de AVES CRISTINA S.A.C

Tabla N° 47.

Ventas de pollo en pie de la empresa AVES CRISTINA S.A.C del 2016 al 2017 en soles.

Características	2016	2017	Crecimiento de las Ventas (%)
Peso total (kg)	526,933.69	669,139.44	
Merma (3%)	511,125.68	649,065.25	
Precio promedio (S/.)	6.20	6.50	
Ventas (S/.)	3,168,979.21	4,218,924.14	33.1%

Fuente: Elaboración Propia en base a la información documental de AVES CRISTINA S.A.C

De acuerdo a la Tabla N°47. Las ventas de pollo en pie de la empresa AVES CRISTINA S.A.C del 2016 al 2017 se incrementó en 33.1% con ventas de S/. 3,168,979.21 y S/. 4,218,924.14 respectivamente. Además, se observa que tuvieron una merma del 3% por año en promedio.

A continuación, se modela una demanda histórica de pollos en el departamento de Junín utilizando información de fuentes secundarias, como INEI y Minagri (Crecimiento de la Población y Consumo per cápita de pollo).

Tabla N° 48.

Demanda histórica en función del crecimiento poblacional y el consumo per cápita del año 2012 al 2017 en kilogramos

Año	Población	Consumo Per cápita	Demanda (kg)
2012	1,321,407	36.3	47,967,074
2013	1,331,253	37.0	49,256,361
2014	1,341,064	45.9	61,554,838
2015	1,350,783	49.3	66,638,628
2016	1,360,506	54.1	73,648,725
2017	1,370,200	58.9	80,750,453

Fuente: Elaboración Propia en base a la información del INEI

Como muestra la tabla N°48. En el departamento de Junín la demanda de pollo se ha incrementado en un 59% desde el año 2012 con 47,967,074 kg hasta el año 2017 con 80,750,453 kg, debido al crecimiento de la población y el incremento del consumo per cápita de pollo en la región.

3.4.6 Proyección de la Demanda

Para la proyección de la demanda de pollo en pie de los próximos 5 años, se utilizará la proyección del crecimiento poblacional al 2023 brindado por INEI y para pronosticar el consumo per cápita de pollo en la región al 2023, se utilizará el modelo de pronóstico de mínimos cuadrados a partir de la información histórica brindada por INEI y MINAGRI.

*Tabla N°49.
Pronóstico del Consumo Per Cápita con el Método de Mínimos Cuadrados*

Año	Consumo per cápita en Kg	X	Y	X²	XY
2012	36.3	1	36.3	1	36.3
2013	37.0	2	37.0	4	74.0
2014	45.9	3	45.9	9	137.7
2015	49.3	4	49.3	16	197.3
2016	54.1	5	54.1	25	270.7
2017	58.9	6	58.9	36	353.6
2018	63.7	21	281.6	91	1069.6

Fuente: Elaboración Propia

$$A = \frac{3164}{105} = 30.13$$

$$B = \frac{504}{105} = 4.8$$

$$Y = A + B(x)$$

$$Y = 30.13 + 4.8(7) = 63.73$$

Tabla N° 50.

Pronóstico del Consumo Per Cápita con Mínimos Cuadrados hasta el año 2023.

Año	Pronóstico de Consumo Per Cápita
2018	63.7
2019	68.5
2020	73.3
2021	78.1
2022	82.9
2023	87.7

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N° 51.

Demanda proyectada en función a la proyección del crecimiento poblacional y el consumo per cápita del año 2018 al 2023 en kilogramos

Año	Población	Consumo Per cápita	Demanda (kg)
2018	1,379,937	63.7	87,947,985
2019	1,389,349	68.5	95,216,718
2020	1,398,361	73.3	102,546,473
2021	1,407,037	78.1	109,936,491
2022	1,415,479	82.9	117,390,392
2023	1,423,587	87.7	124,896,033

Fuente: Elaboración Propia en base a la información del INEI

Para el estudio de la demanda en la región se consideraron 02 factores clave vinculados al incremento de la demanda, tales como la proyección del crecimiento poblacional y la proyección del consumo per cápita.

Como muestra la tabla N°51. Para la demanda proyectada de pollos, se consideró el factor de crecimiento en la población del departamento de Junín, de acuerdo al INEI proyectan que al 2023 la región alcanzará a tener una población de 1,423,587 habitantes y la proyección del consumo per cápita de pollo en la región al 2023 es de 87.7 kilogramos, esto indica que la demanda de pollos en pie al 2023 será de 124,896,033 kilogramos. Sin embargo, para un estudio completo y exacto del comportamiento de la demanda, existen otros factores que por su naturaleza son complicados de calcular, entre ellos:

- ✓ Ingresos económicos reales proyectado al 2023
- ✓ Precio del pollo en relación con las otras carnes proyectado al 2023
- ✓ Preferencias alimentarias
- ✓ Canasta básica familiar proyectado al 2023

3.5 Estudio de la Oferta

3.5.1 Clasificación de la Oferta

Según Parkin, M. (2009) una oferta implica más que solo contar con los recursos y la tecnología para producir algo, es posible muchas cosas útiles, pero éstas no serán fabricadas a menos que hacerlo resulte lucrativo, por ello la oferta refleja la decisión acerca de que productos son rentables y tecnológicamente factibles para producir.

- 1. Oferta de Competencia Perfecta:** Este mercado tiene dos características principales, los bienes y servicios que se ofrecen en venta son todos iguales, los productores tienen libre competencia, debido a que los compradores y vendedores son tan numerosos que ningún comprador o vendedor puede influir en el precio del mercado, la participación del mercado se determinara por la calidad, el precio y el servicio que ofrecen al consumidor, además ningún productor domina totalmente el mercado.
- 2. Oferta Monopolista:** Es el mercado en el que solo hay una empresa en la industria que fabrica y comercializa un producto totalmente diferente al de cualquier otro producto, por tal motivo, domina totalmente el mercado imponiendo cantidad, precio y calidad. Las principales causas son las barreras de entrada debido a varios orígenes, entre ellos, un recurso clave (la materia prima), es propiedad de una única empresa, las autoridades que conceden el derecho exclusivo a una única empresa y los costes de producción que pueden hacer que un único productor sea más eficiente que el resto de productores.

3. Oferta de Oligopolio: Es el mercado donde existen solo unos cuantos productores y muchos compradores, la oferta de oligopolio puede ser perfecto; cuando unas pocas empresas venden un producto homogéneo, también puede ser la oferta de oligopolio imperfecto, cuando unas cuantas empresas venden productos heterogéneos.

A nivel regional, el departamento de Junín, se consideraría al mercado de pollos de engorde como una oferta de oligopolio perfecto debido a que existen pocos productores que venden pollo vivo con características similares (color de piel, peso, precio, raza y calidad) y muchos compradores que al no ser cubierta su demanda compran al mercado nacional de pollos, a granjas que se ubican en otros departamentos del país.

A nivel nacional el mercado de pollos de engorde se consideraría como un mercado de competencia perfecta, debido a que los bienes y servicios que se ofrecen al cliente son de características similares (raza, peso, color, calidad, precio). En este mercado los productores de pollo y compradores son numerosos, es por ello que el precio del pollo está en función a diversos factores externos como (precio de la materia prima, cantidad de pollos producidos, preferencias del cliente, crecimiento de la población, precios internacionales del combustible y maíz, enfermedades avíales, etc).

La oferta de pollos en pie que existe en el departamento de Junín se compone por 02 tipos de ofertas:

- ✓ Oferta de pollo en pie de Productores de Junín.
- ✓ Oferta de pollo en pie de Otros productores (Lima, Trujillo, Cañete, etc)

Tabla N° 52.

Productores que tienen presencia en el mercado avícola de Junín

<i>Productor de Junín</i>	<i>Otros Productores</i>
<i>Hermanos Orihuela S.A.C.</i>	<i>Chimú Agropecuaria S.A.</i> <i>El Rocio S.A.</i> <i>Agropecuaria Pluma Blanca S.A.C</i> <i>Agro Inversión Los Abedules SCRL</i> <i>Redondos S.A.</i> <i>San Fernando S.A.</i> <i>Avigan S.A.</i> <i>Avícola Río Azul S.A.</i> <i>Corporación Gramobier S.A.</i>

Fuente: Elaboración Propia en base a la información del Minagri

Tabla N° 53.

Matriz de Crecimiento y Participación de Productores que cubren la demanda de pollos en el Departamento de Junín.

PRODUCTORES	2016				2017				Part Relativa	T/C
	Kilogramos	%	Ventas	%	Kilogramos	%	Ventas	%		
HERMANOS ORIHUELA S.A.C	17,092,819	23.21%	94,010,503	26.27%	13,364,819	16.55%	76,847,710	19.52%	0.71	-18.26%
AGRO INVERS LOS ABEDULES SCRL	7,229,390	9.82%	33,255,192	9.29%	5,638,924	6.98%	32,532,253	8.26%	0.30	-2.17%
AGROPECUARIA CHIMU S. A	17,167	0.02%	62,145	0.02%	45,500	0.06%	155,610	0.04%	0.001	150.40%
AGROP.PLUMA BLANCA S.A.C.	11,089,677	15.06%	51,456,101	14.38%	12,420,438	15.38%	56,388,790	14.32%	0.52	9.59%
AVICOLA RIO AZUL S.A.	2,902,006	3.94%	13,755,506	3.84%	3,482,407	4.31%	15,740,478	4.00%	0.15	14.43%
CORPORACIÓN GRAMOBIER S.A.	4,353,008	5.91%	19,675,598	5.50%	6,385,420	7.91%	27,776,577	7.06%	0.26	41.17%
AVIGAN S.A.	8,882,636	12.06%	41,481,910	11.59%	6,674,852	8.27%	34,709,232	8.82%	0.32	-16.33%
EL ROCIO S.A.	1,483,178	2.01%	7,623,535	2.13%	4,583,755	5.68%	22,918,774	5.82%	0.21	200.63%
REDONDOS S.A.	3,109,292	4.22%	15,173,343	4.24%	3,668,964	4.54%	18,895,166	4.80%	0.18	24.53%
SAN FERNANDO S. A	17,489,553	23.75%	81,326,421	22.73%	24,485,374	30.32%	107,735,646	27.36%	1.40	32.47%
TOTAL	73,648,725	100.00%	357,820,254	100.00%	80,750,453	100.00%	393,700,236	100.00%		10.03%

Fuente: Elaboración Propia en base a la información del Minagri

De acuerdo a la Tabla N°53. En la matriz se puede observar que en el año 2017 la demanda de pollos en el Departamento de Junín fue cubierta en un 17% por el productor de pollos en pie “Hermanos Orihuela S.A.C” (único productor de pollo en Junín) y el 82% de la demanda por Otros Productores, provenientes de Lima, Trujillo, Cañete, Ica, etc.

De acuerdo a la matriz, se determina que la empresa San Fernando S.A es el productor líder en el sector avícola de Junín, durante los años 2016 y 2017 con un 23.75% y 27.36% de participación en las ventas por kilogramos respectivamente. Para obtener la participación relativa de mercado de San Fernando S.A, se deberá dividir el porcentaje de la participación en ventas de la empresa líder San Fernando S.A y la segunda empresa con mayor porcentaje de participación en ventas “Hermanos Orihuela S.A.C”, obtendremos que la PMR es 1.40.

Además, se puede deducir que la empresa Agropecuaria Chimú S.A tiene un débil desarrollo en el mercado avícola de Junín y se observa que en el caso de las empresas Hermanos Orihuela S.A.C, Agro Inversiones Los Abedules SCRL y Avigan S.A. han tenido un decrecimiento en participación durante el último año.

Concluimos que la industria avícola de Junín ha crecido en un 10.03%, estos resultados nos llevan a determinar que el producto puede crecer a un ritmo muy superior al crecimiento de la industria, la forma en crecer o decrecer está fundamentada principalmente en la capacidad que tiene una empresa de tomar decisiones correctas y de llevar a cabo buenas estrategias comerciales, de marketing o de negocios. Como se observa la industria o mercado ha crecido en un 10.03% y se

tiene a empresas que han crecido de un año a otro en un nivel superior al crecimiento de la industria.

3.5.2 Factores que afectan la Oferta de pollos en la región.

Cuando cualquiera de estos factores influye en los planes de venta, se genera un cambio en la oferta, estos factores son:

- **Número de Proveedores:** En el departamento de Junín existen muy pocas granjas que se dediquen a la crianza y venta de pollos vivos, esto se debe por varias razones, entre ellas, la alta inversión del negocio, la falta de conocimiento de este sector, las plagas y enfermedades potenciales que pueden afectar a toda la producción, los altos costos de alimentación de los pollos, los precios bajos de la competencia, etc. La oferta y abastecimiento de pollos a la región proviene en una cantidad importante de granjas de diferentes departamentos, entre ellas, Lima, Cañete y Trujillo. En su mayoría las avícolas mayoristas compran la mercadería a las granjas anteriormente señaladas para abastecer la demanda insatisfecha del mercado interno.
- **El desarrollo de la tecnología:** El empleo de una tecnología que cuide, mantenga y controle el óptimo ambiente de los pollos será muy importante, debido a que significara una optimización en los costos de producción, es decir que generaran mayores ingresos a la empresa y

ayudaran a implementar las estrategias de mercado para cumplir con la venta de la producción total del pollo a un precio justo.

- **Precios de los recursos productivos:** Los precios de los recursos productivos utilizados en la fabricación de un bien influyen en la oferta. En el sector avícola el precio de las materias primas de origen agroindustrial y agrícola son muy importantes, ya que será parte estructural de los costos de producción, entre estos recursos se encuentran el maíz amarillo, sorgo, soya, torta de soya, yuca, entre otros productos básicos para la elaboración del alimento para los pollos.

3.5.3 Comportamiento de la Oferta

Tabla N°54

Productor de Junín” Hermanos Orihuela S.A.C”: Oferta histórica de pollo en pie desde el año 2012 al año 2017 en kilogramos y unidades

Año	Producción de Pollo vivo en Kg	Producción de Pollo vivo en Unidades
2012	7,971,551	3,961,195
2013	8,829,735	4,271,229
2014	10,664,084	4,281,485
2015	11,218,146	4,935,952
2016	17,092,819	6,892,729
2017	13,364,819	4,998,896

Fuente: MINAGRI

De acuerdo a la Tabla N°54. La oferta de pollo en pie en el departamento de Junín se ha incrementado en un 68% desde el año 2012 con 7,971,551 kilogramos hasta el año 2017 con 13,364,819.18 kilogramos de tal manera que concluimos que junto con el crecimiento de la población también crece la oferta de los productores de pollo en la región.

3.5.4 Proyección de la Oferta

Para calcular la proyección de la oferta de pollo en el departamento de Junín al año 2023 se utilizará un software estadístico SPSS statistic, utilizando la función de predicciones que analiza las series temporales. Se considera esta técnica como la mejor opción porque permite descubrir patrones en los datos transformándolos en información útil y fiable para predecir futuras tendencias, riesgos, oportunidades y tomar decisiones más acertadas.

Tabla N° 55.

Productor de Junín: Oferta proyectada de pollos entre el año 2018 al 2023 en kilogramos y unidades

Año	Producción de Pollo vivo en Kg	Producción de Pollo vivo en Unidades
2018	15,984,923	6,275,578
2019	17,052,272	6,769,482
2020	18,190,148	7,274,698
2021	19,403,774	7,817,583
2022	20,698,446	8,400,986
2023	22,079,700	9,027,952

Fuente: Elaboración propia en base a la función de predicciones del SPSS Statistic

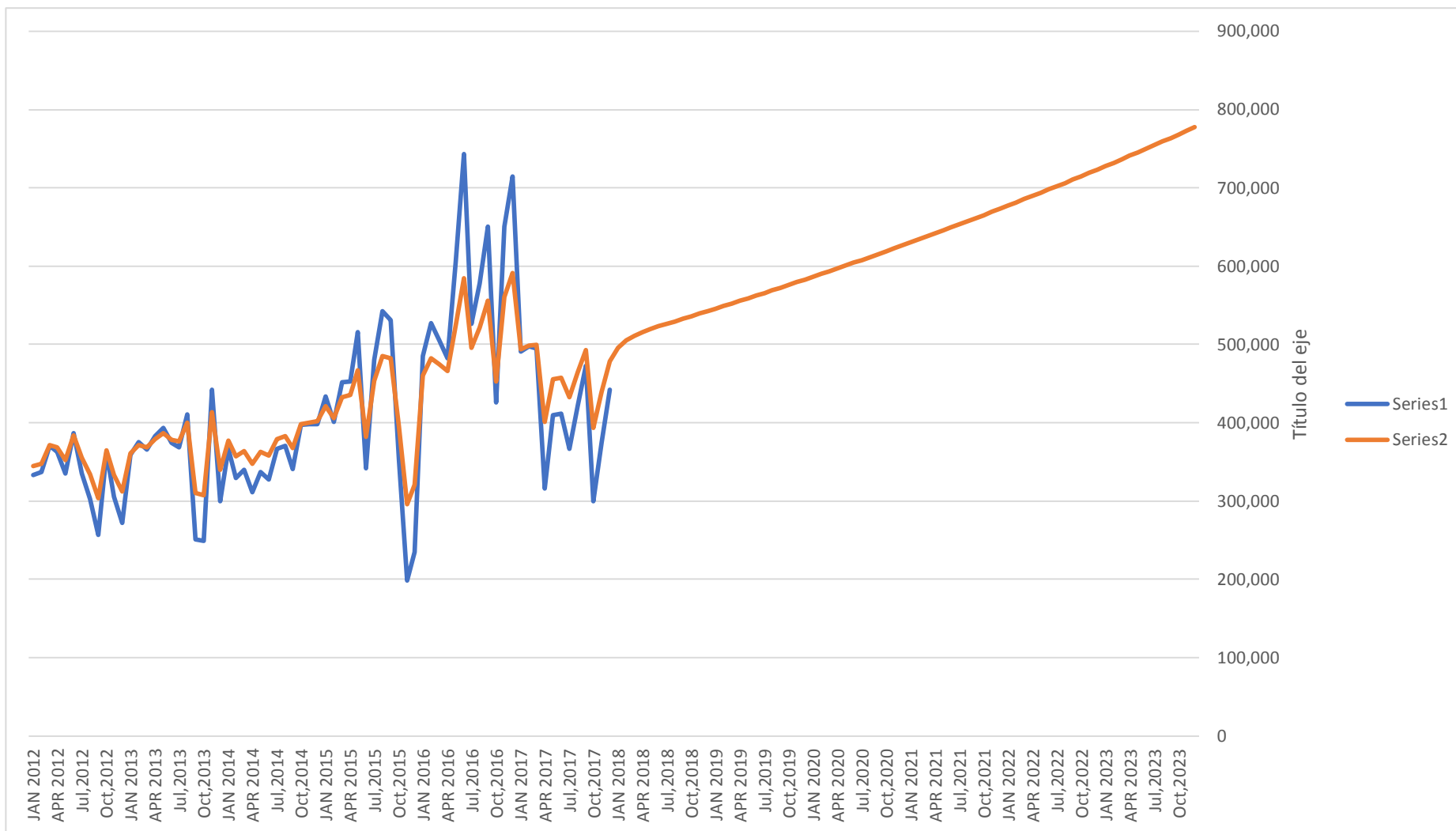


Figura N°30. Proyección de la Oferta de pollo en pie en el departamento de Junín 2018-2023 (Unidades)
 Fuente: Elaboración propia utilizando SPSS statistic

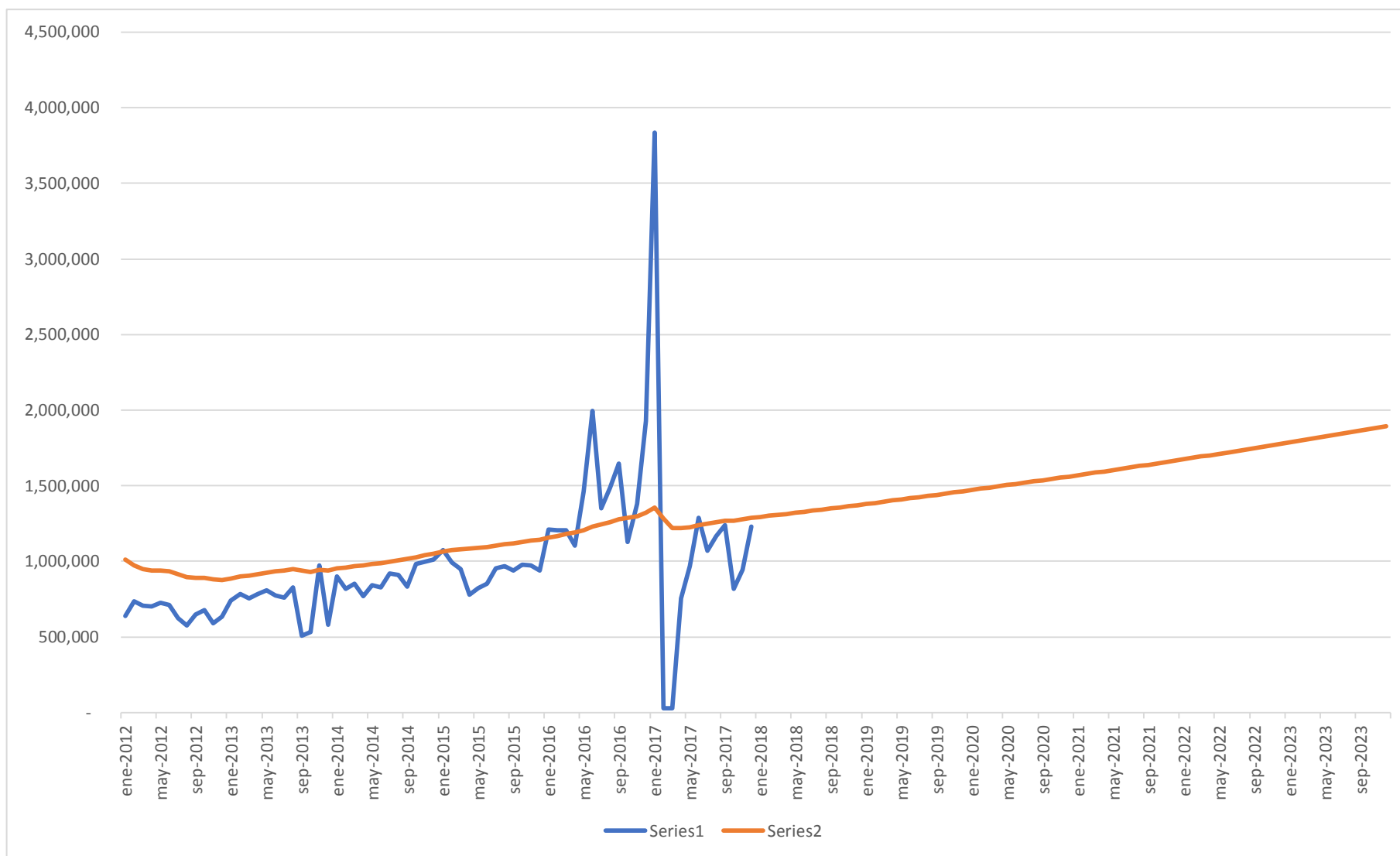


Figura N°31. Proyección de la Oferta de pollo en pie en el departamento de Junín 2018-2023 (Kilogramos)

Fuente: Elaboración propia utilizando SPSS statistic

Como muestra la tabla N°55 y los figuras N°30 y N°31. Para el estudio de la oferta proyectada de pollos en pie, se consideró al factor de crecimiento de la población del departamento de Junín, que según INEI al año 2023 la región alcanzará a tener una población de 1,423,587 habitantes, mostrando un crecimiento del 3.16% al respecto del 2018. Para la estimación de la oferta proyectada de pollos en la región se ha utilizado el método de predicciones de SPSS statistic, dando como resultado que del 2018 respecto al 2023 habrá un incremento de la oferta del 44% en las unidades ofertadas al mercado local.

3.6 Determinación de la demanda insatisfecha

Se conoce a la demanda insatisfecha como la demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que puede ser cubierta por una mayor oferta. El objetivo de haber determinado la demanda y la oferta proyectada para los siguientes 5 años, fue identificar la brecha existente que se expresa en la demanda insatisfecha, la cual será la primera condición para determinar la capacidad de la producción de pollos de la empresa. El cálculo de la demanda insatisfecha será uno de los aspectos que justifique el proyecto de inversión.

Tabla N° 56.
Matriz de la demanda insatisfecha

Año	Oferta Proyectada de Productores de Junín (Kilogramos)	Demanda Proyectada (Kilogramos)	Oferta Proyectada de Productores de Junín (Unidades)	Demanda Proyectada (Unidades)	Demanda Insatisfecha (Kilogramos)	Demanda Insatisfecha (Unidades)
2018	15,984,923	87,947,985	6,275,578	39,976,357	-71,963,062	-33,700,779
2019	17,052,272	95,216,718	6,769,482	43,280,326	-78,164,446	-36,510,844
2020	18,190,148	102,546,473	7,274,698	46,612,033	-84,356,325	-39,337,335
2021	19,403,774	109,936,491	7,817,583	49,971,132	-90,532,717	-42,153,549
2022	20,698,446	117,390,392	8,400,986	53,359,269	-96,691,946	-44,958,283
2023	22,079,700	124,896,033	9,027,952	56,770,924	-	-47,742,972

Fuente: Elaboración propia en base a la información de Minagri

Tabla N° 57.
Matriz de la Composición de la Oferta proyectada (Productores de Junín y Otros Productores)

Año	Demanda en (kg)	Oferta de Productores de Junín (kg)	Oferta de Otros productores (kg)
2018	87,947,985	15,984,923	71,963,061
2019	95,216,718	17,052,272	78,164,446
2020	102,546,473	18,190,148	84,356,325
2021	109,936,491	19,403,774	90,532,717
2022	117,390,392	20,698,446	96,691,946
2023	124,896,033	22,079,700	102,816,333

Fuente: Elaboración propia en base a la información de Minagri

Como muestra la tabla N°57. Existe una demanda de pollos que no es cubierta al 100 por ciento por la oferta de los **productores de Junín**, por ello, para satisfacer esa demanda insatisfecha las avícolas mayoristas optan por comprar pollo en pie a **otros productores** y envían sus camiones a transportar el pollo de las granjas ubicadas principalmente en Lima, Trujillo y Cañete al departamento de Junín. Esto encarece el precio del pollo en el mercado regional, debido a que las avícolas mayoristas deben enfrentar costos de flete, costos asociados a la mortalidad de pollos en el viaje, merma por pérdida de peso, y el alto riesgo a la pérdida de la mercadería por desastres naturales o huelgas en la carretera.

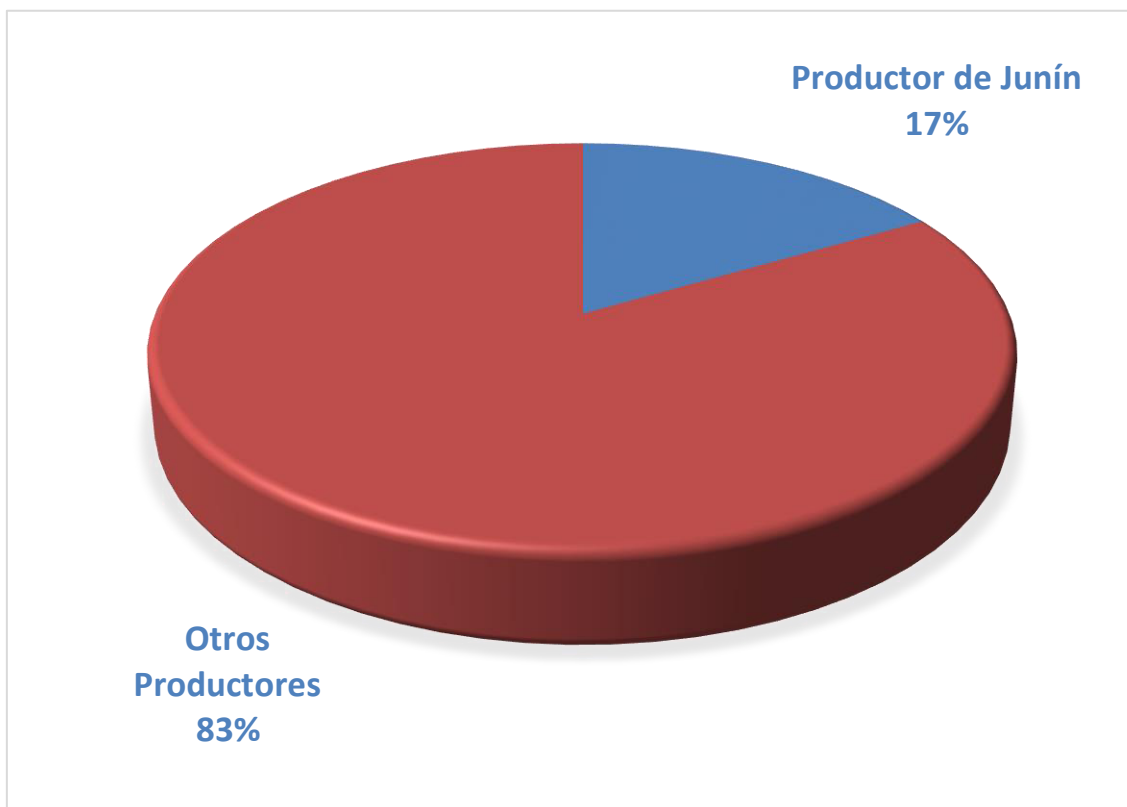


Figura N°32. Porcentaje de participación en el mercado avícola de Junín 2017
Fuente: Elaboración Propia en base a la información del Minagri

Esta información indica la ventaja competitiva del proyecto para la producción y comercialización de pollos en pie. La empresa tiene una ventaja al tener un mercado con demanda insatisfecha, pero deberá trabajar en estrategias agresivas para incrementar su participación en el mercado avícola de Junín.

3.7 Proyecciones y provisiones para comercializar

Las provisiones para comercializar son un sistema compuesto por actividades empresariales, encaminadas a planificar, fijar precios, promover el producto y distribuirlos de manera eficiente, para satisfacer las necesidades de los consumidores actuales o potenciales.

De acuerdo a los sondeos realizados a las avícolas minoristas y mayoristas de las 4 provincias de Junín, las características más importantes, que a su criterio; requieren de su proveedor de pollos son el precio justo, peso justo, buena calidad, entrega a tiempo y disponibilidad del producto.

3.7.1 Estrategia del Producto

- **Producto:** La línea del producto que manejara la empresa es el pollo de raza Cobb500, considerado el pollo de engorde más eficiente, posee la más alta conversión alimenticia, la mejor tasa de crecimiento y viabilidad en una alimentación de baja densidad y menor costo; esto le permite

mayor ventaja competitiva, debido a su costo de producción más bajo por kilogramo de peso vivo.



Figura N°33. Pollo raza Cobb500
Fuente: Boletín mensual: Insumos y factores asociados a la producción agropecuaria



Figura N°34. Ración para alimentar un pollo de 2.5 Kg
Fuente: Boletín mensual: Insumos y factores asociados a la producción agropecuaria



Figura N°35. Mejoras del pollo engorde a los 42 días de edad
 Fuente: Boletín mensual: Insumos y factores asociados a la producción agropecuaria

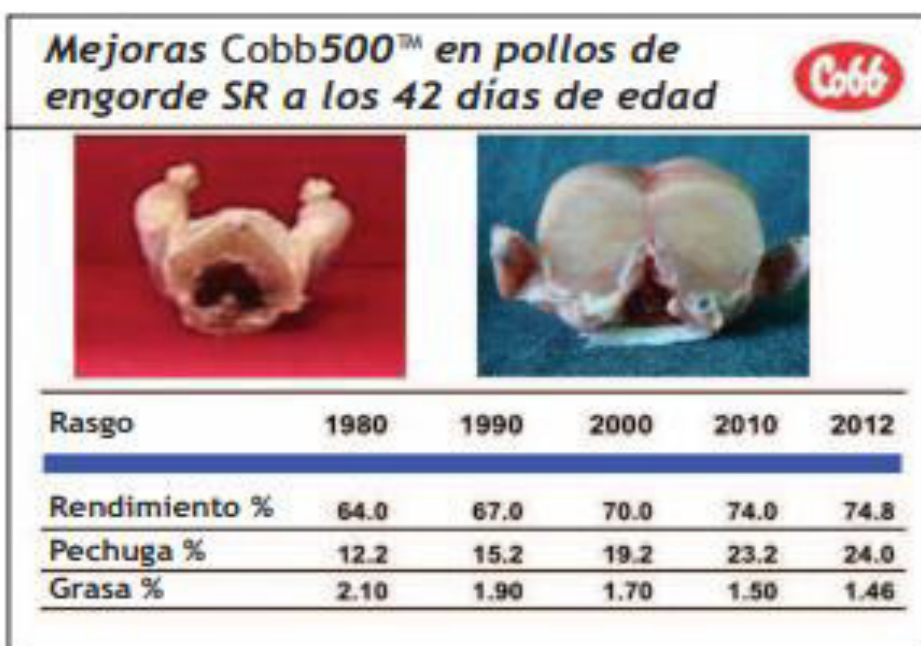


Figura N°36. Mejoras en el % de rendimiento, % de pechuga y % de grasa
 Fuente: Boletín mensual: Insumos y factores asociados a la producción agropecuaria

- **Empaque:** La empresa utilizara jabas transportadoras de pollo vivo para abastecer a sus clientes minoristas y mayoristas.



Figura N°37. Jaba Transportadora de pollo vivo
Fuente: Aviplast

- ✓ Capacidad: De 8 a 12 Pollos, según el peso del animal (para un total de 25 kg).
- ✓ Características:
 - Estibado fácil
 - Mayor seguridad de transportación del pollo.
 - Mejor aprovechamiento de espacio tanto en el transporte de los pollos, como en su almacenamiento.
- ✓ Dimensiones:
 - Largo: 97.0 cm.
 - Ancho: 57.0 cm.
 - Altura: 27.0 cm.

- ✓ Sistema de Limpieza: Alta tecnología en diseño (ligeras, resistentes e irrompibles). Incremento a la sanidad del pollo al ser fácil de desinfectar y limpiar.

- ✓ Material: Polietileno de alta densidad reforzado con protección contra rayos UV, UVR y antioxidantes.

- **Propuesta de valor del producto y/o servicio:** La empresa ha formulado tácticas para agregar valor al producto y al servicio, estos son:
 - Implementar tecnología de punta en los galpones.

 - Recoger las sugerencias de los clientes para conocer si el producto (peso, calidad, precio, entrega a tiempo, disponibilidad del producto), son las mejores para ellos y si no es así recoger las sugerencias que tengan para mejorar el producto y servicio.

 - Aliarse con universidades locales y nacionales para desarrollar investigaciones.

 - Implementar sistemas de sanidad avícola adecuados a estándares mundiales.

- Realizar campañas promocionales para incentivar el consumo de pollo en la región.

3.7.2 Estrategia de Precio

- Precio del pollo: El precio del pollo es variable, porque no solo depende de la oferta y la demanda, también depende de los precios de sus materias primas, precios internacionales del combustible y maíz, la inflación, potenciales enfermedades avícolas que merman la cantidad ofrecida a los clientes, etc. el precio del pollo se establece a diario en los principales mercados mayoristas del país, aún cuando las empresas productoras guían este precio en la medida en que controlan la oferta, ya que cuando los precios están bajos por varios días consecutivos, los productores desalientan y reducen la cantidad de pollos que ofrecen, ocasionando un incremento inmediato en el precio. en el pasado se ha observado incrementos de precio de hasta 50% en solo algunas semanas, como consecuencia del oligopolio de las avícolas San Fernando y redondos, en la producción y comercialización de pollo vivo y beneficiado.
- Promoción: Para la promoción o publicidad de aves Junín, esta tendrá las siguientes características:
 - De acuerdo con los sondeos realizados a los clientes minoristas y mayoristas, en su mayoría prefieren enterarse de la existencia de un

nuevo proveedor personalmente, por ello, los vendedores, visitaran sus negocios para conocer sus demandas y preferencias.

- Se entregará volantes de propaganda en los principales mercados de abasto del departamento de junín.
- Se participará en ferias y congresos sobre avicultura para relacionarse con potenciales proveedores y clientes.
- Se promoverá una campaña a través de la radio, pagina web y redes sociales para fomentar el consumo del pollo en la población.
- Se promoverá una campaña para convencer a los minoristas y mayoristas de comprar pollo producido en la región, mostrando los beneficios que esto trae para el crecimiento de la población (creación de empleos, pagos de impuestos que se quedan en la región, donativos de la empresa en apoyo al deporte y la educación)
- Se creará una imagen de empresa responsable con sus partes interesadas (comunidad, medio ambiente, instituciones financieras, estado, proveedores, clientes, etc.)

- Canal de Distribución: La empresa cuenta con 02 canales de distribución para entregar el producto, estos son:

- Atención de los clientes en la granja de producción, en una zona destinada exclusivamente para la estiba y carga de pollos en pie, los clientes que ingresen con sus camiones o vehículos deberán de registrar sus datos personales y los datos del vehículo en un registro especial para el control del ingreso.
- Distribución de pollos vivos en los locales o corrales destinados de los clientes para el abastecimiento de los pollos, utilizando un 01 camión con capacidad de carga de 340 jabas.

3.8 Descripción de la Política comercial

GRUPO CRISTINA S.A.C tiene como política comercial:

- ✓ El cliente siempre será escuchado y atendido de la mejor manera.
- ✓ El cliente tendrá una atención personalizada.
- ✓ Todos los clientes serán tratados de la misma manera, sin discriminación o favoritismo por su condición socioeconómico o física.

3.9 Cuadro de la demanda proyectada para el negocio.

La proyección de la demanda para la empresa GRUPO CRISTINA S.A.C se realizará en base al crecimiento proyectado de la población, la demanda insatisfecha,

los recursos económicos y tecnológicos con los que se cuentan, la capacidad instalada y productiva de la empresa.

Tabla N° 58.

Proyección de la demanda de pollos vivos de la empresa Aves Junín para los periodos 2019 al 2023

<i>Criterio/Año</i>	<i>2019</i>	<i>2020</i>	<i>2021</i>	<i>2022</i>	<i>2023</i>
<i>Unidades</i>	<i>470,400</i>	<i>1,165,301</i>	<i>1,998,845</i>	<i>2,934,760</i>	<i>3,973,965</i>
<i>Kilogramos</i>	<i>1,034,880</i>	<i>2,563,662</i>	<i>4,397,460</i>	<i>6,456,472</i>	<i>8,742,722</i>
<i>Participación de mercado</i>	<i>1%</i>	<i>2.5%</i>	<i>4.0%</i>	<i>5.5%</i>	<i>7.0%</i>

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla N° 59.

Matriz de perfil estratégico de la empresa GRUPO CRISTINA S.A.C

	2019	2020	2021	2022	2023
Producción de pollos en Unidades	470,400	1,165,301	1,998,845	2,934,760	3,973,965
Participación de mercado	1%	2.5%	4.0%	5.5%	7.0%
Producto	<p>1. Implementar tecnología de punta en los galpones.</p> <p>2. Recoger las sugerencias de los clientes para conocer mejor el producto a ofrecer (peso, calidad, entrega a tiempo, disponibilidad del producto).</p> <p>3. Se promoverá una campaña para convencer a los minoristas y mayoristas de comprar pollo producido en la región, mostrando los beneficios que esto trae para el crecimiento de la población (creación de empleos, pagos de impuestos que se quedan en la región, donativos de la empresa en apoyo al deporte y la educación)</p>	<p>1. Aliarse con universidades locales y nacionales para desarrollar investigaciones.</p> <p>2. - Implementar sistemas de sanidad avícola adecuados a estándares mundiales.</p> <p>3. Se promoverá una campaña para convencer a los minoristas y mayoristas de comprar pollo producido en la región, mostrando los beneficios que esto trae para el crecimiento de la población (creación de empleos, pagos de impuestos que se quedan en la región, donativos de la empresa en apoyo al deporte y la educación)</p>	<p>1. Realizar campañas promocionales para incentivar el consumo de pollo en la región.</p> <p>2. Invertir en tecnología para mejorar la calidad del producto</p> <p>3. Se promoverá una campaña para convencer a los minoristas y mayoristas de comprar pollo producido en la región, mostrando los beneficios que esto trae para el crecimiento de la población (creación de empleos, pagos de impuestos que se quedan en la región, donativos de la empresa en apoyo al deporte y la educación)</p>	<p>1. Realizar campañas promocionales para incentivar el consumo de pollo en la región.</p> <p>2. Participar en ferias y congresos del sector avícola para actualizarnos en buenas prácticas de crianza de pollos y contactar potenciales clientes y proveedores</p>	<p>1. Realizar campañas promocionales para incentivar el consumo de pollo en la región.</p> <p>2. Mejorar el porcentaje de rendimiento de conversión alimenticia y la tasa de crecimiento del pollo para obtener una ventaja competitiva.</p>
Plaza	Huancayo, Tarma, Chanchamayo y Satipo	Huancayo, Tarma, Chanchamayo y Satipo	Todo el departamento de Junín	Todo el departamento de Junín	Todo el departamento de Junín
Precio	S/. 5.84	S/. 4.09	S/. 4.15	S/. 4.85	S/. 6.07
Promoción	S/5,400	S/6,480	S/7,776	S/9,331.20	S/11,197.44

Fuente: Elaboración Propia.

CAPITULO IV. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Tamaño del negocio, factores determinantes

Para el presente proyecto tiene como muestra 215 avícolas mayoristas y minoristas ubicados entre las 4 Provincias del departamento de Junín (Huancayo, Tarma, Chanchamayo y Satipo). Entre hombres y mujeres que pertenecen a los niveles socioeconómicos “A” y “B” entre los 18 y 60 años de edad. Luego de realizar el estudio de mercado, se identificó que el 98.6% de las avícolas consultadas **SI** le compraría a un nuevo proveedor, siempre en cuando el nuevo proveedor cumpla con las características que son apreciadas por las avícolas minoristas y mayoristas, como el precio justo, peso justo, calidad, entrega a tiempo y disponibilidad del producto; solo 1.4% **NO** le compraría a un nuevo proveedor que ingrese al mercado avícola.

Tabla N° 60.

Proyección de la Producción de Pollos en pie de la empresa GRUPO CRISTINA S.A.C para los periodos 2019-2023

	2019	2020	2021	2022	2023
<i>Unidades</i>	470,400	1,165,301	1,998,845	2,934,760	3,973,965
<i>Kilogramos</i>	1,034,880	2,563,662	4,397,460	6,456,472	8,742,722

Fuente: Elaboración Propia.

4.2 Proceso y tecnología

4.2.1 Descripción y diagrama de los procesos

El presente proyecto involucra 3 grandes procesos y 8 sub procesos, estos son:

➤ Proceso: Abastecimiento (Logística de entrada)

Sub Proceso: Compras y Almacenamiento

Objetivo:

- a) Contar con un programa semestral de compras que satisfaga las necesidades de las áreas.
- b) Supervisar que los materiales tengan las condiciones adecuadas de almacenamiento (temperatura, espacio y volumen), cumpliendo con el adecuado registro de las entradas de los materiales y buscando un manejo eficiente de los espacios.

➤ Proceso: Producción

Sub Proceso: Preparación de galpones, Recepción de pollo bebe y Crianza

Objetivo:

- a) Evitar riesgos sanitarios mediante el procedimiento recomendado por SENASA, con el objetivo de reducir la presencia de microorganismos patógenos en las instalaciones y equipo avícola de granja.
- b) Recibir a los pollitos bebe Cobb 500 en un ambiente adecuado con las recomendaciones adecuadas de temperatura, espacio, disponibilidad de agua y alimento para que se desarrollen de acuerdo a su potencial genético.

- c) Manejo apropiado del pollo, asegurándose de cumplir los estándares de calidad, con la finalidad de obtener un buen peso corporal y un óptimo estado sanitario.

➤ Proceso: Comercialización y Distribución (Logística de salida)

Sub Proceso: Ventas, Desalojo de pollos en pie y Distribución.

Objetivo:

- a) Mantener los clientes actuales y captar nuevos clientes mostrándoles la ventaja competitiva que la empresa ofrece frente a otros productores.
- b) Despachar los pollos al cumplir el periodo de crianza, asegurándose que se realice en condiciones óptimas para satisfacer los requerimientos de los clientes.
- c) Distribuir los pollos utilizando eficientemente los recursos y con el mayor cuidado posible, asegurando que los pollos no tengan moretones y alas rotas.

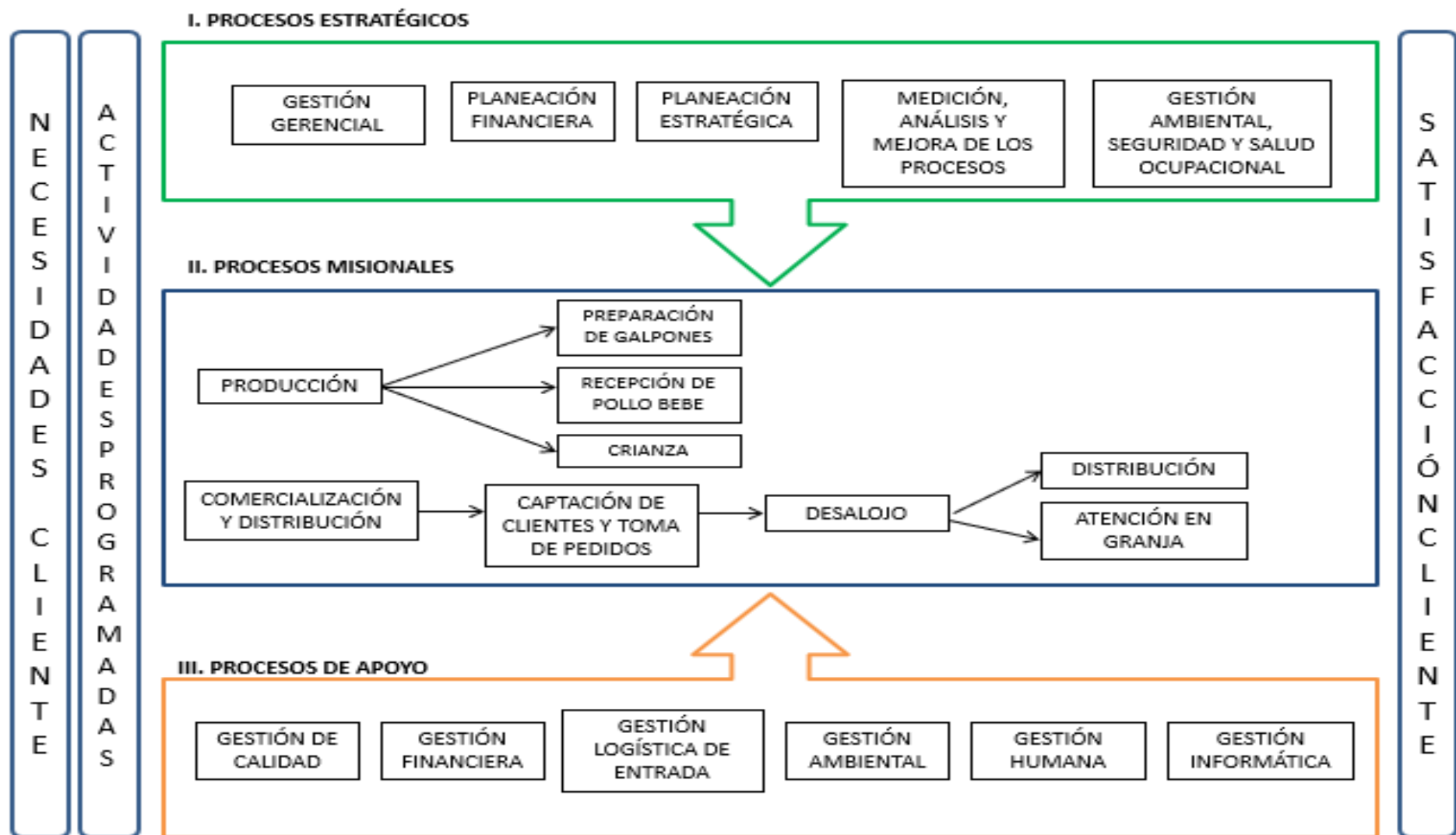


Figura N°38. Mapa de procesos de la empresa GRUPO CRISTINA S.A.C
 Fuente: Elaboración Propia.

FLUJOGRAMA DE LOS PROCESOS Y SUB PROCESOS DE LA EMPRESA GRUPO CRISTINA S.A.C

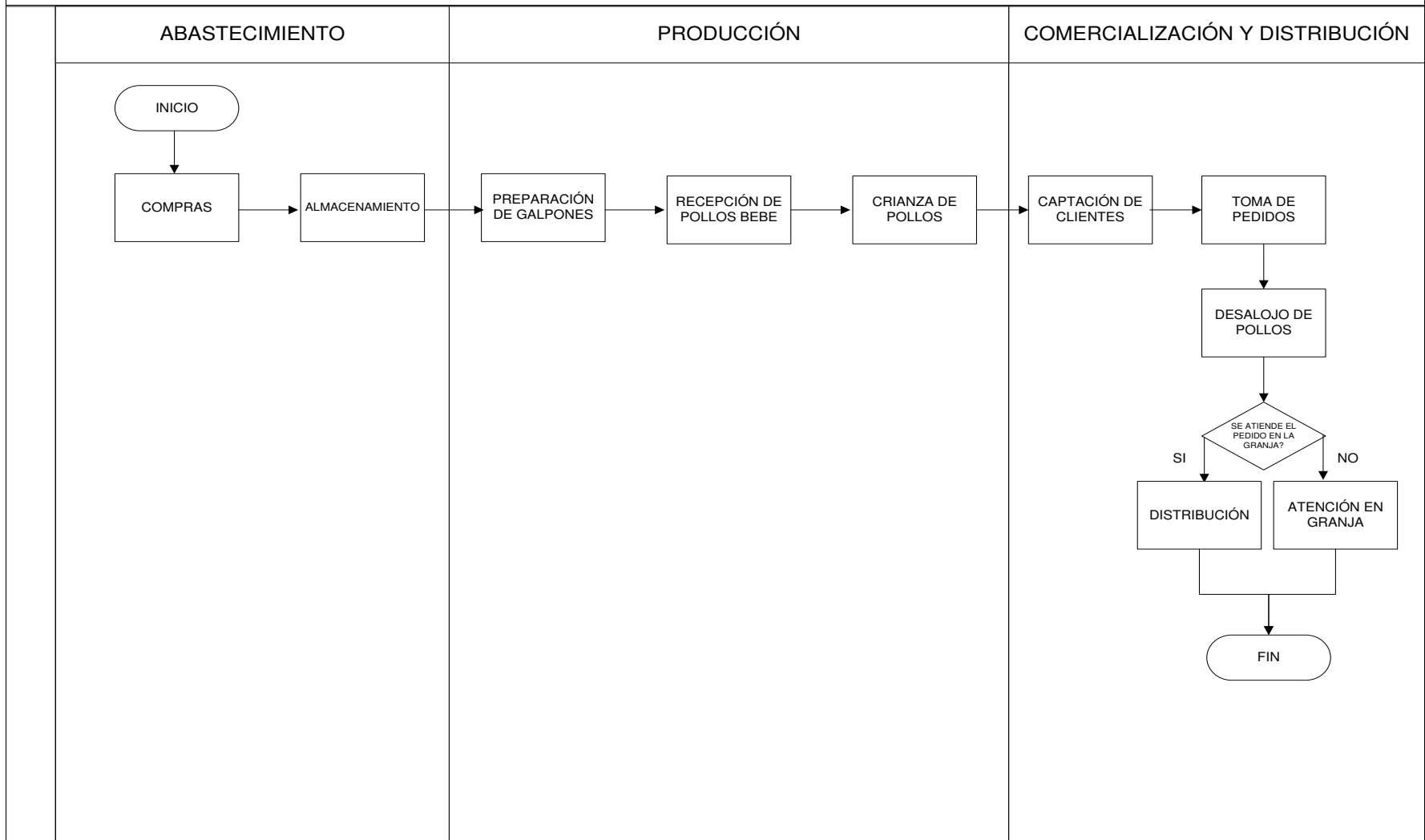


Figura N°39. Flujograma de los Procesos y Sub Procesos de la Empresa GRUPO CRISTINA S.A.C
 Fuente: Elaboración Propia

PROCESO: ABASTECIMIENTO
SUB PROCESO: COMPRAS

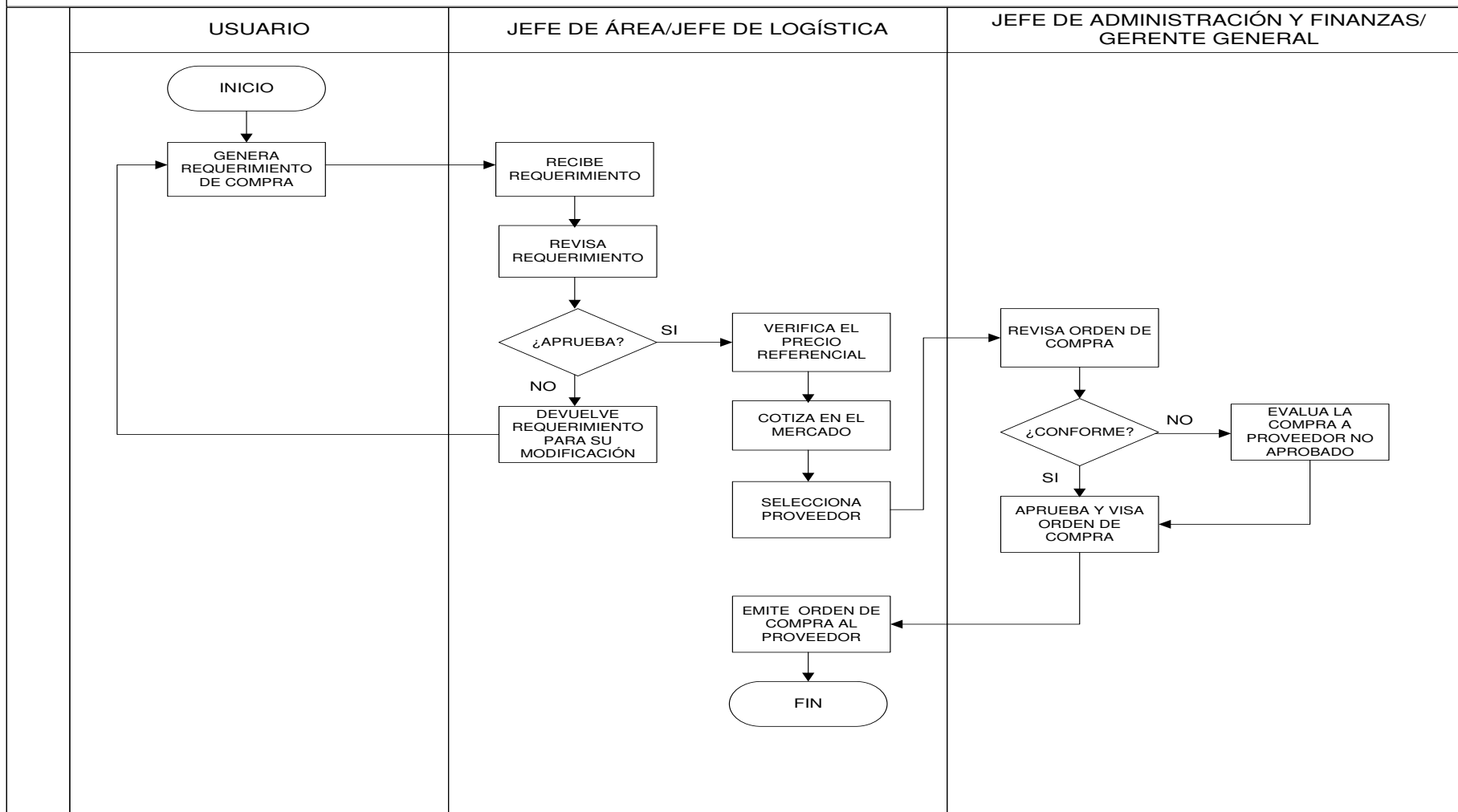


Figura N°40. Flujograma del Sub Proceso de Compras.
 Fuente: Elaboración Propia

*PROCESO DE COMPRAS
(proceso por día)*

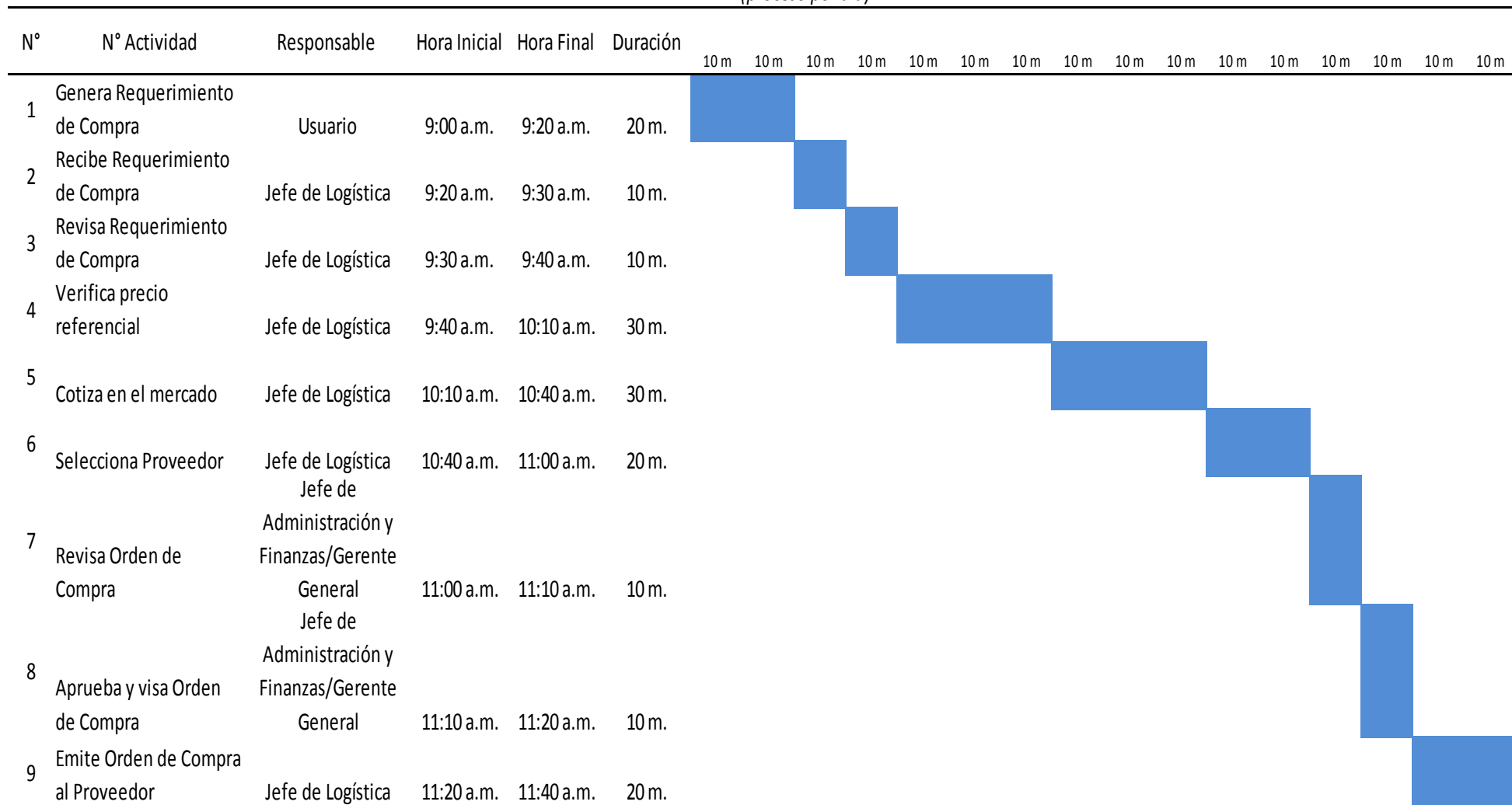


Figura N°41. Diagrama de Gantt del Proceso de Compras
Fuente: Elaboración Propia

PROCESO: ABASTECIMIENTO
SUB PROCESO: ALMACENAMIENTO

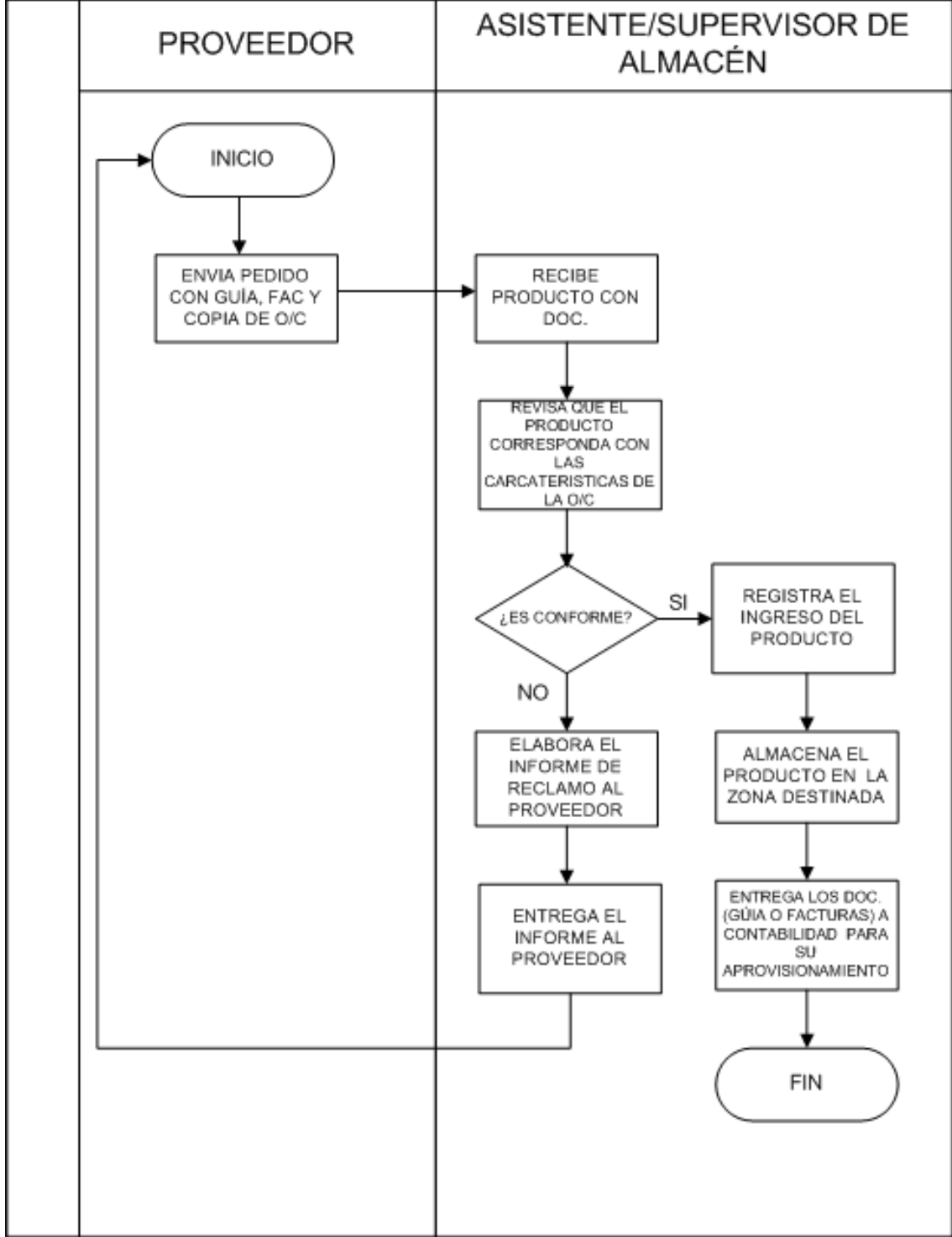


Figura N°42. Flujograma del Sub Proceso de Almacenamiento
 Fuente: Elaboración Propia

*PROCESO DE ALMACENAMIENTO
(proceso por día)*

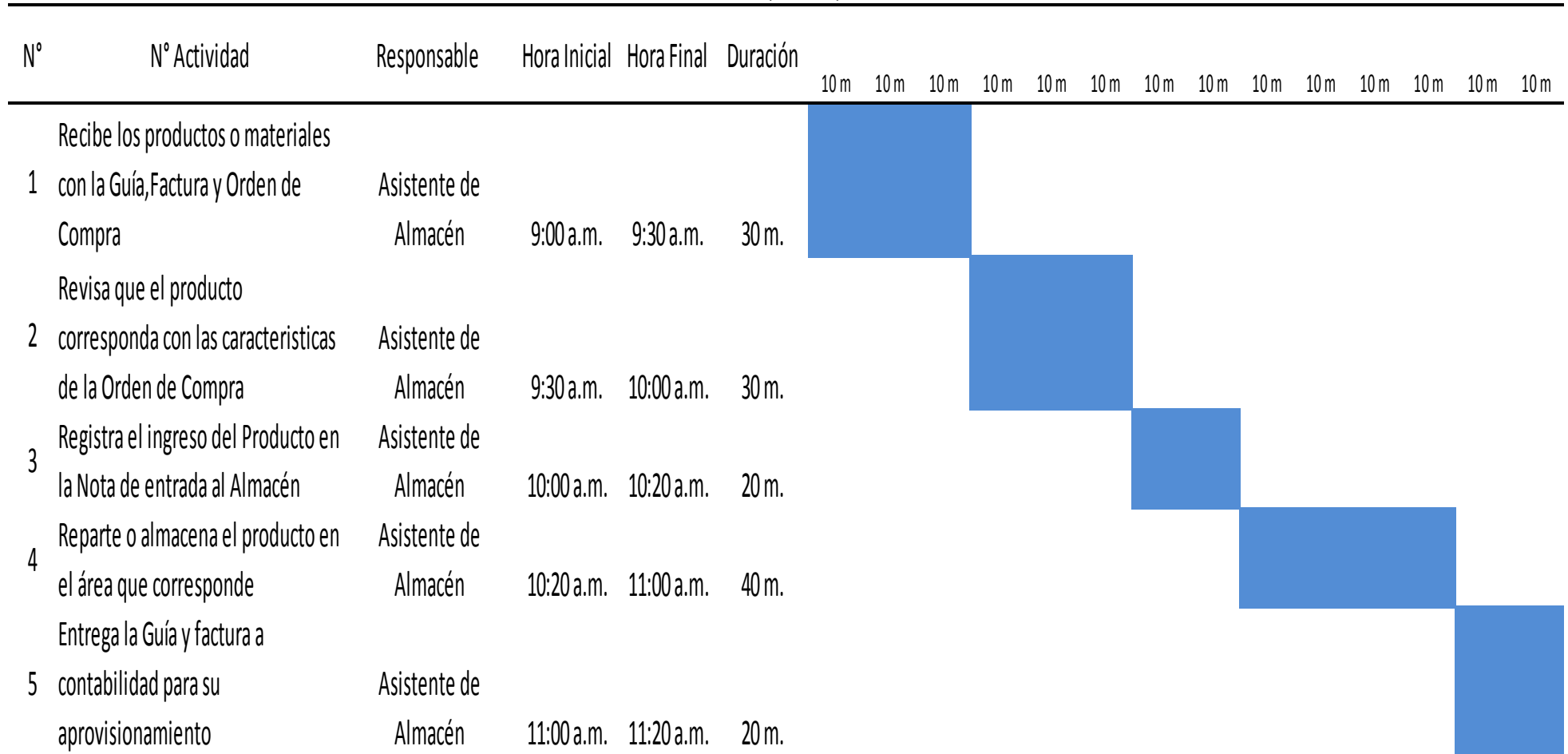


Figura N°43.Diagrama de Gantt del Sub Proceso de Almacenamiento
Fuente: Elaboración Propia

PROCESO: PRODUCCIÓN
 SUB PROCESO: PREPARACIÓN DE GALPONES

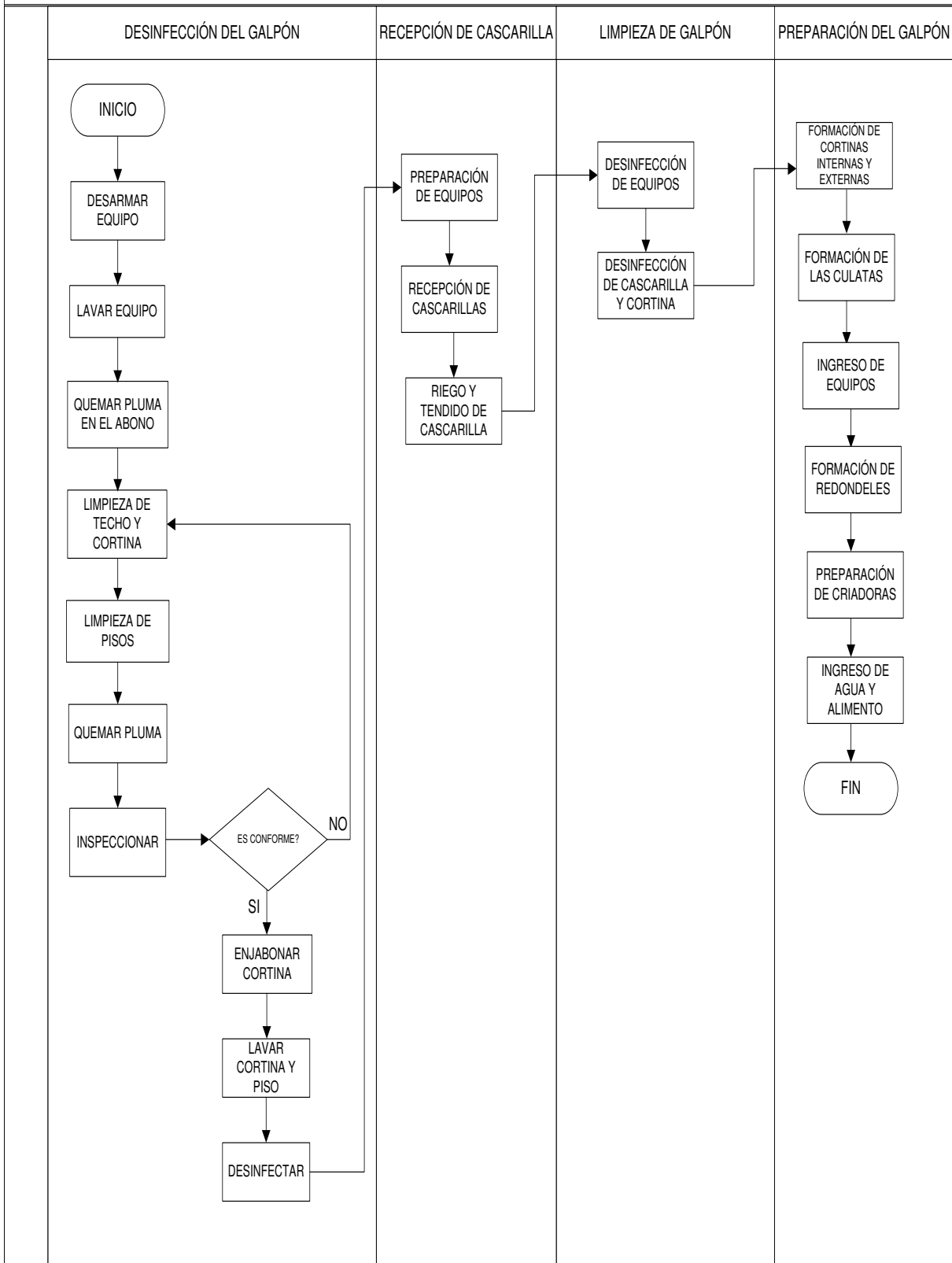


Figura N°44. Flujograma del Sub Proceso de Preparación de Galpones
 Fuente: Elaboración Propia

PROCESO DE PREPARACIÓN DE GALPONES
(proceso por día)

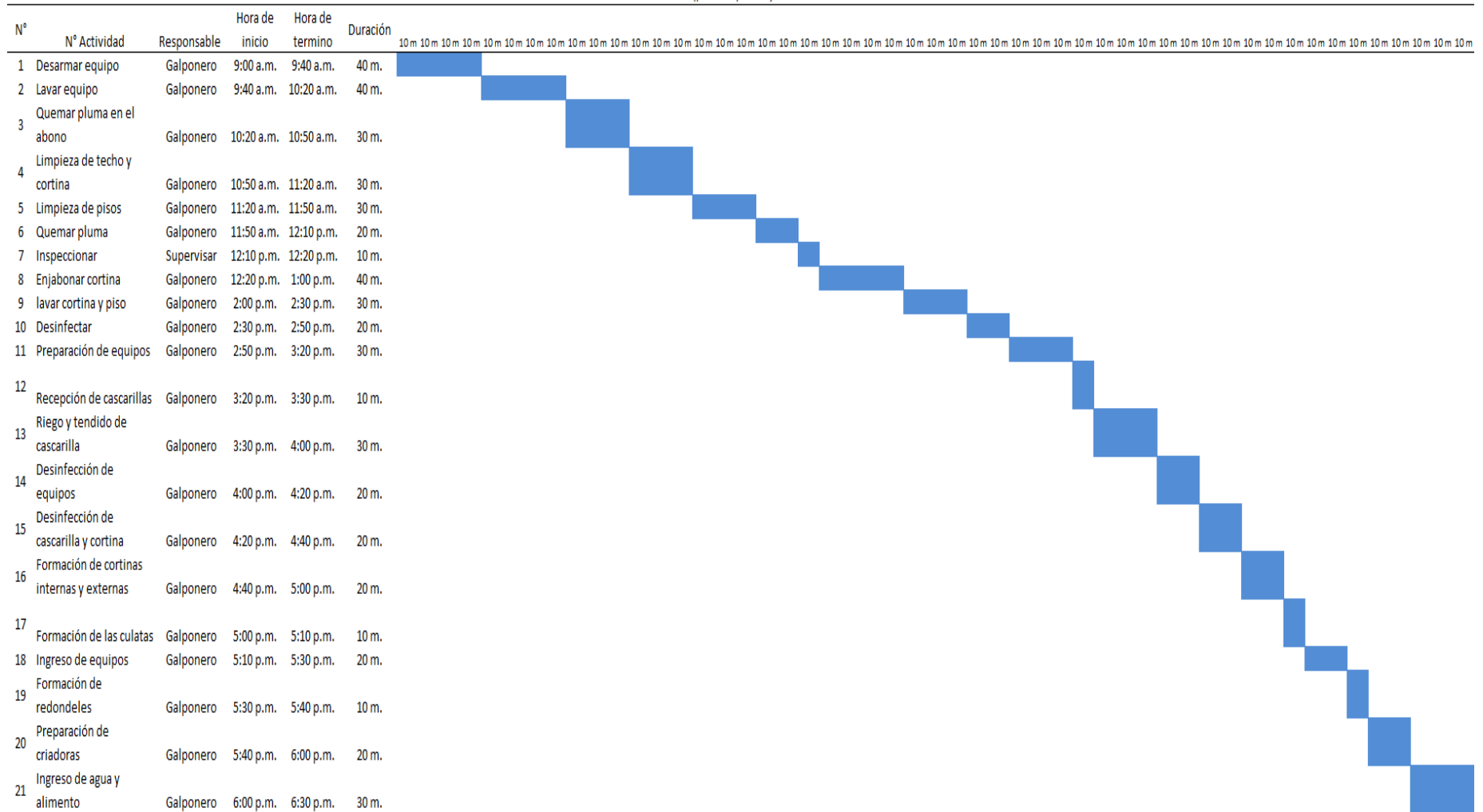


Figura N°45. Diagrama de Gantt del Sub Proceso de Preparación de Galpones
Fuente: Elaboración Propia

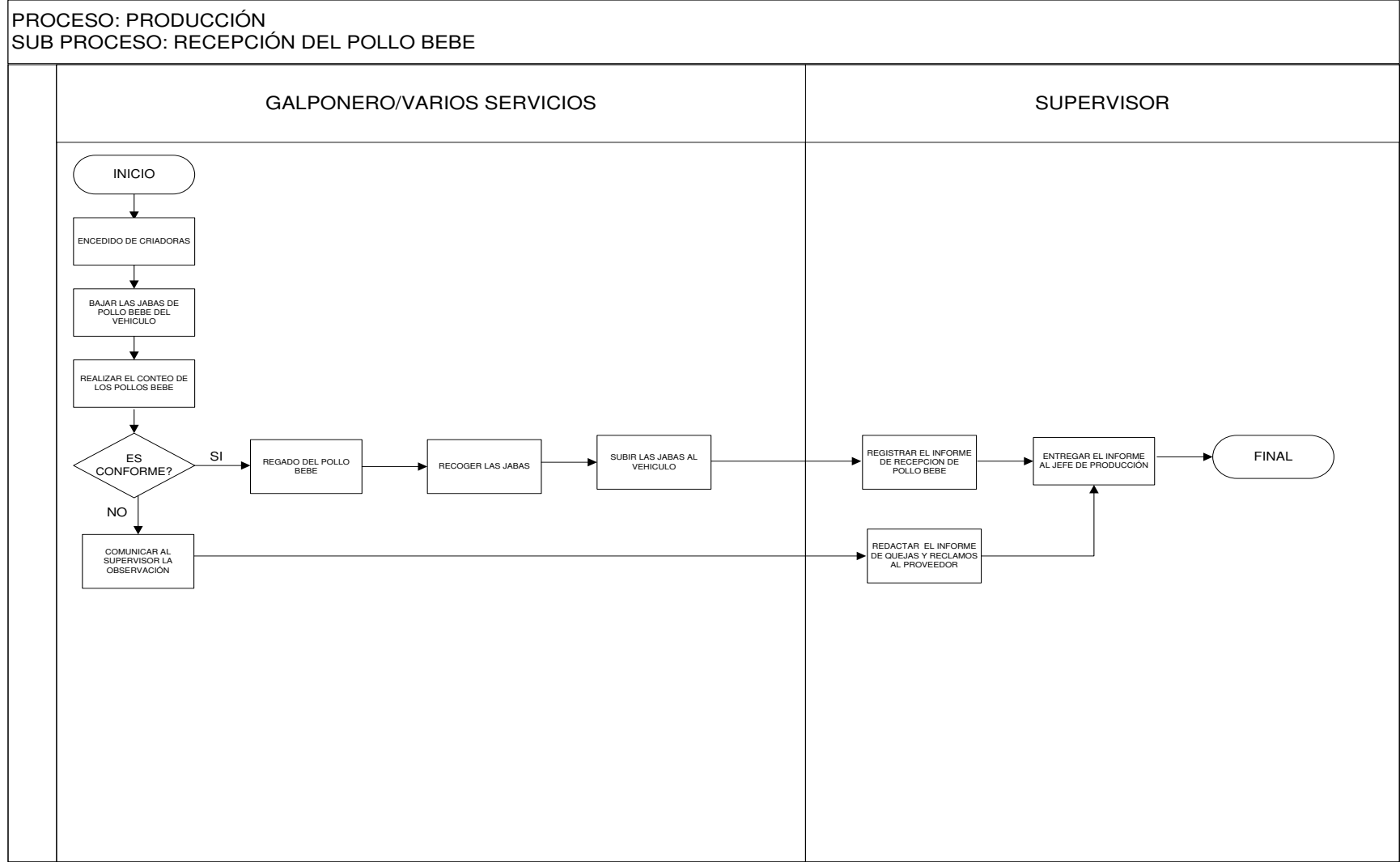


Figura N°46. Flujograma del Sub Proceso de Recepción del pollo bebe
Fuente: Elaboración Propia

PROCESO: PRODUCCIÓN
SUB PROCESO: CRIANZA DE POLLOS EN PIE

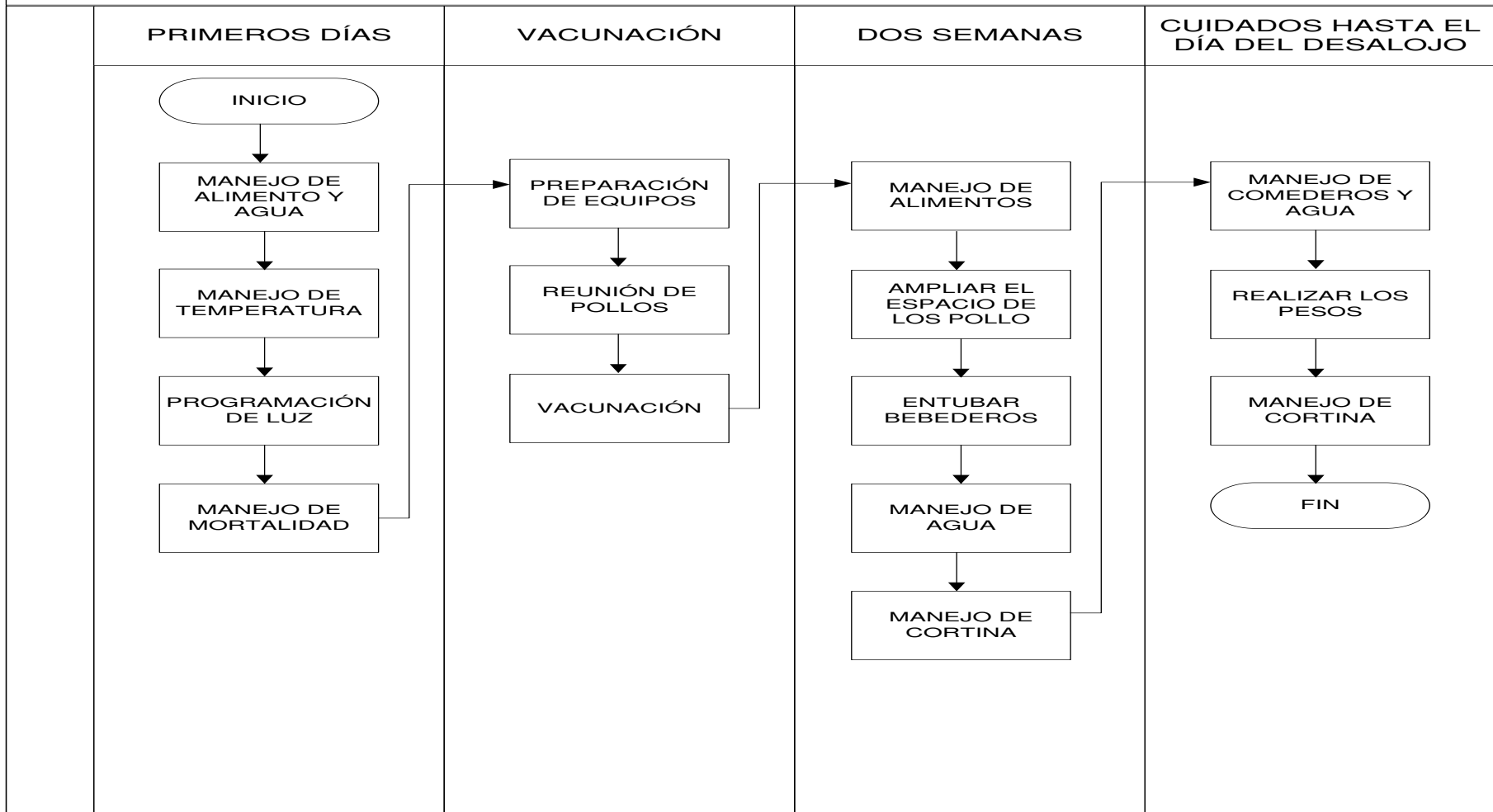


Figura N°48. Flujograma del Sub Proceso de Crianza de Pollos en pie
 Fuente: Elaboración Propia

PROCESO DE CRIANZA DE POLLOS EN PIE
(proceso por 40 días)

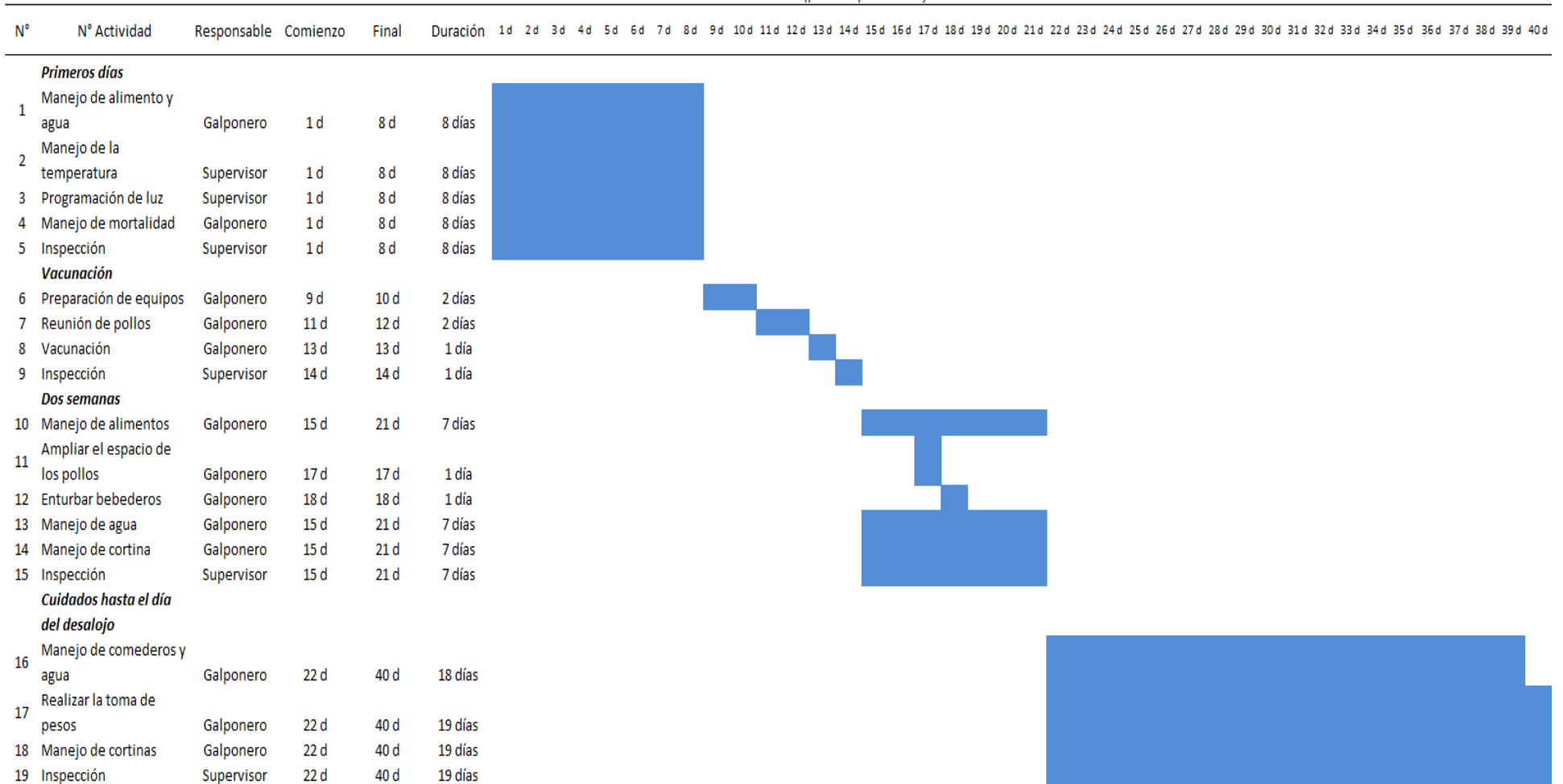


Figura N°49. Diagrama de Gantt del Sub Proceso de Crianza de Pollos en pie.
Fuente: Elaboración Propia

PROCESO: COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN
SUB PROCESO: VENTAS

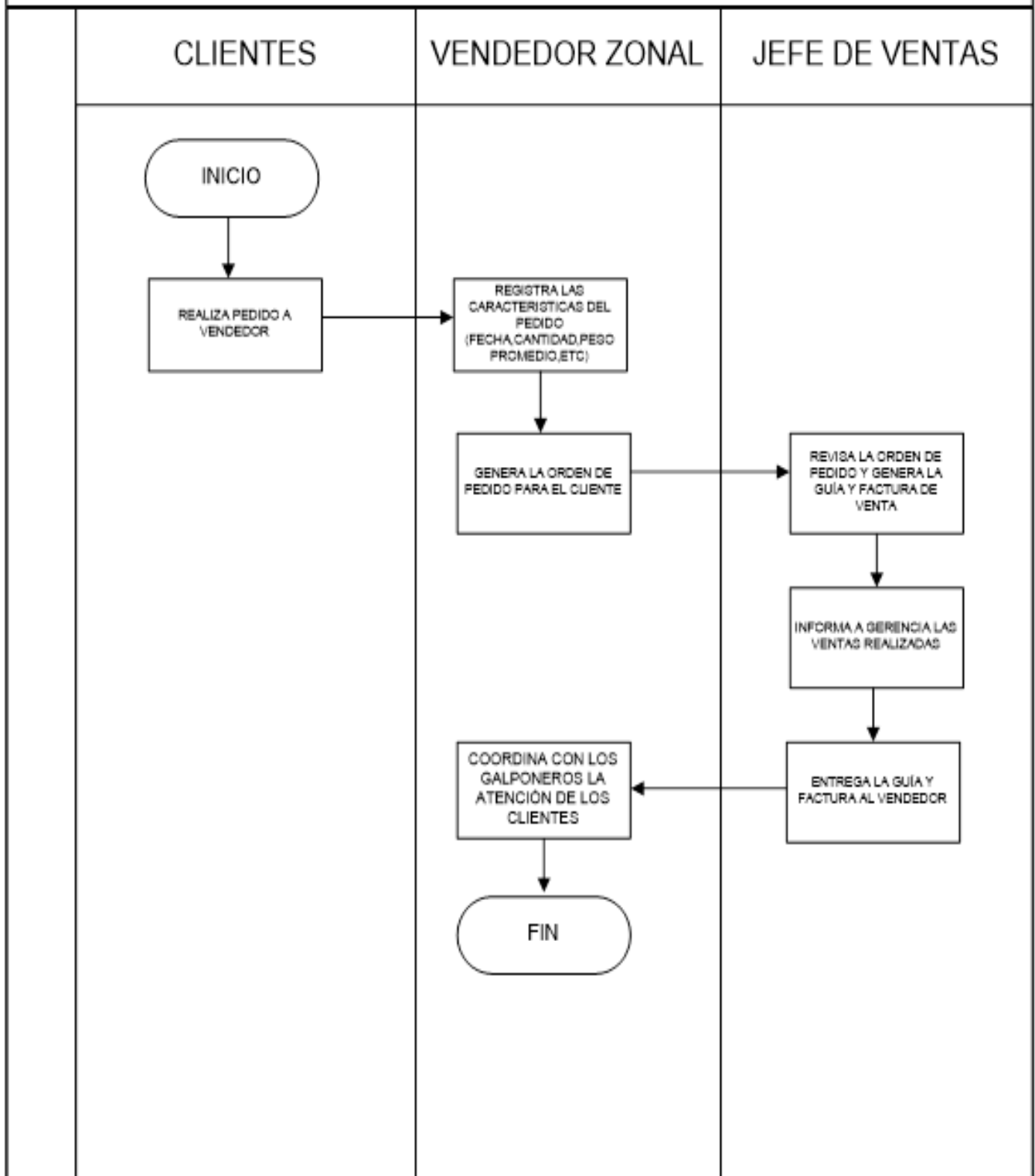


Figura N°50. Flujograma del Sub Proceso de Ventas
 Fuente: Elaboración Propia

PROCESO: COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN
SUB PROCESO: DESALOJO DE POLLOS

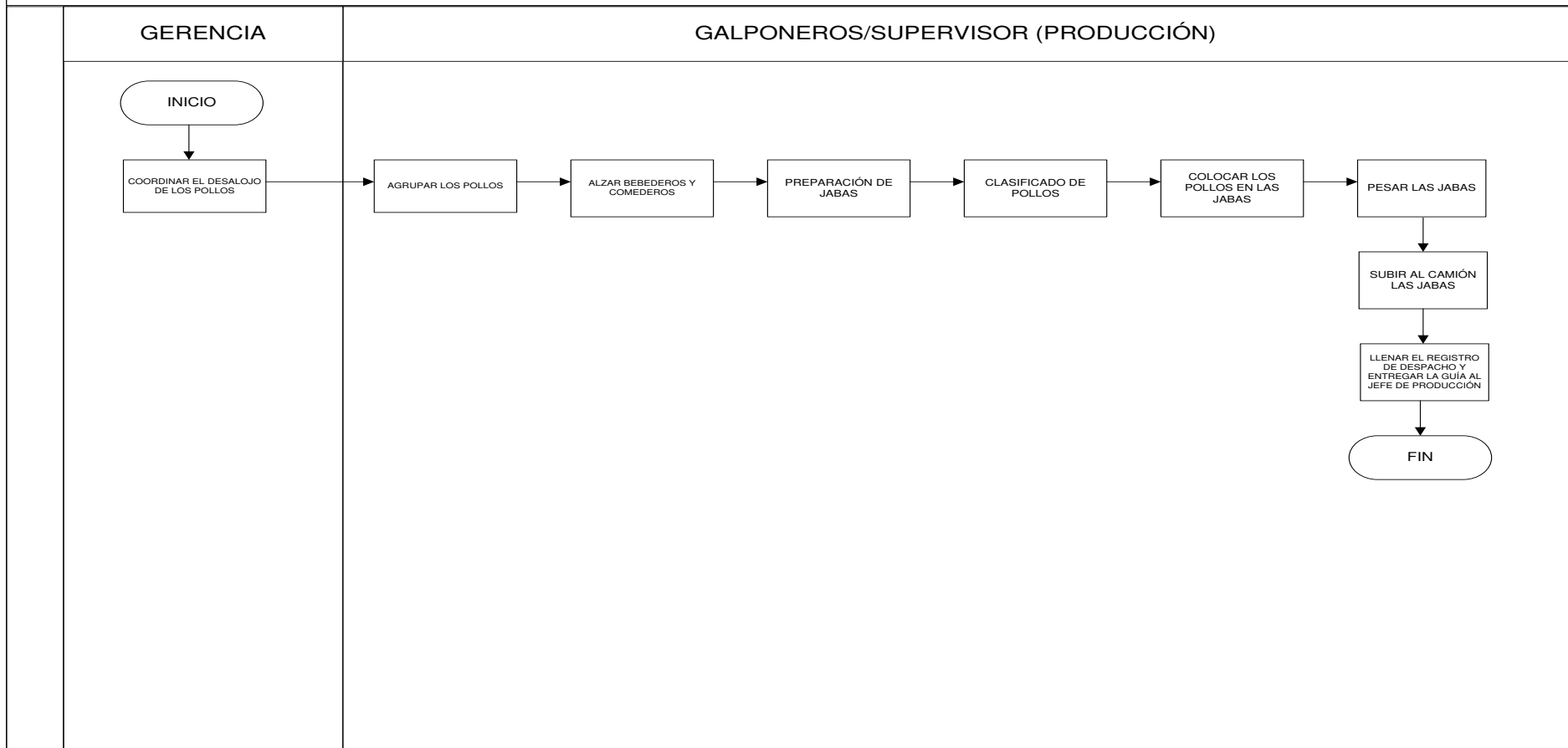


Figura N°52. Flujograma del Sub Proceso de Desalojo de pollos
 Fuente: Elaboración Propia

*PROCESO DE DESALOJO
(proceso por día)*

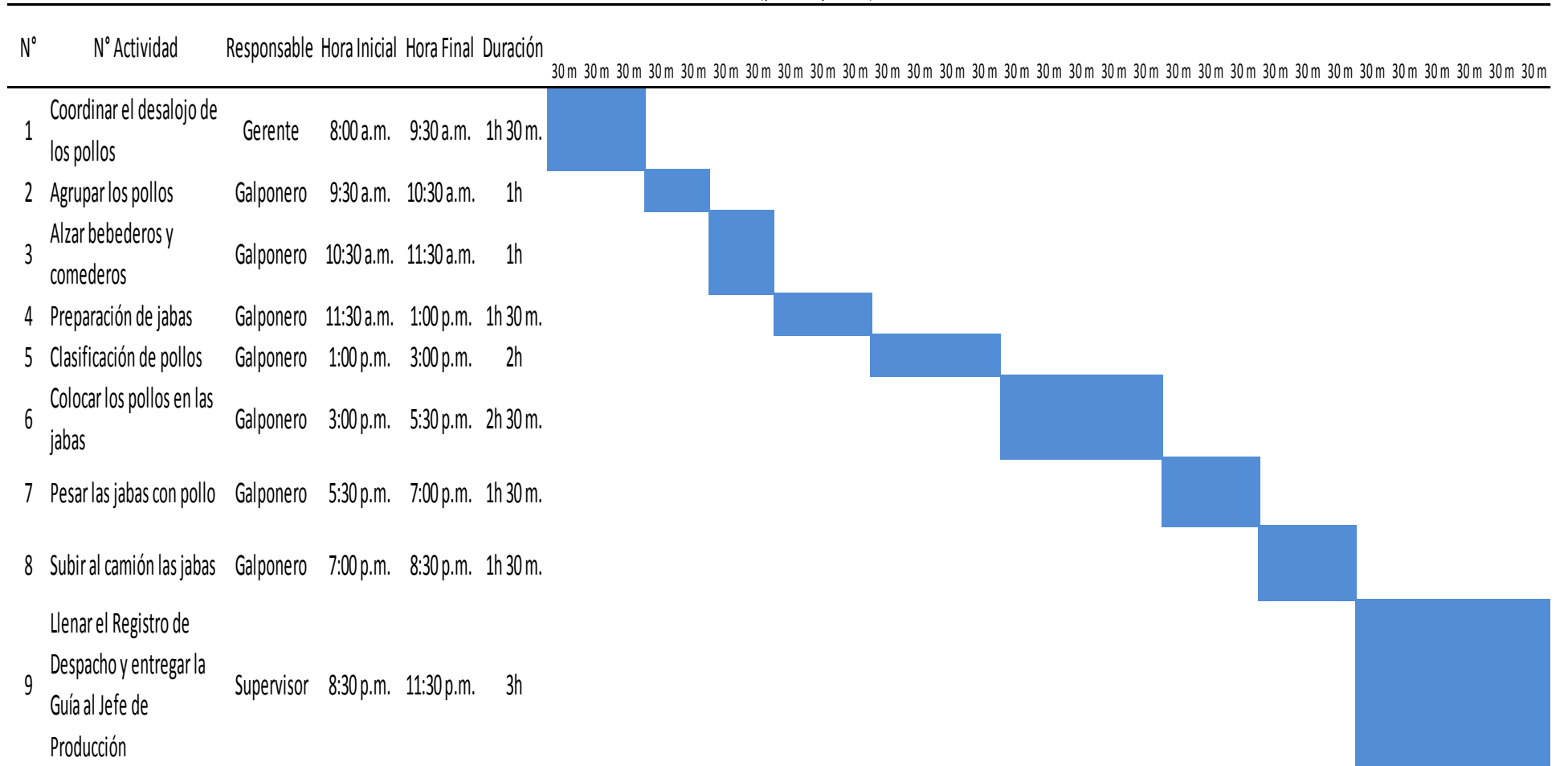


Figura N°53. Diagrama de Gantt del Sub Proceso de Desalojo de Pollos en pie
Fuente: elaboración propia

PROCESO: COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN
SUB PROCESO: DISTRIBUCIÓN

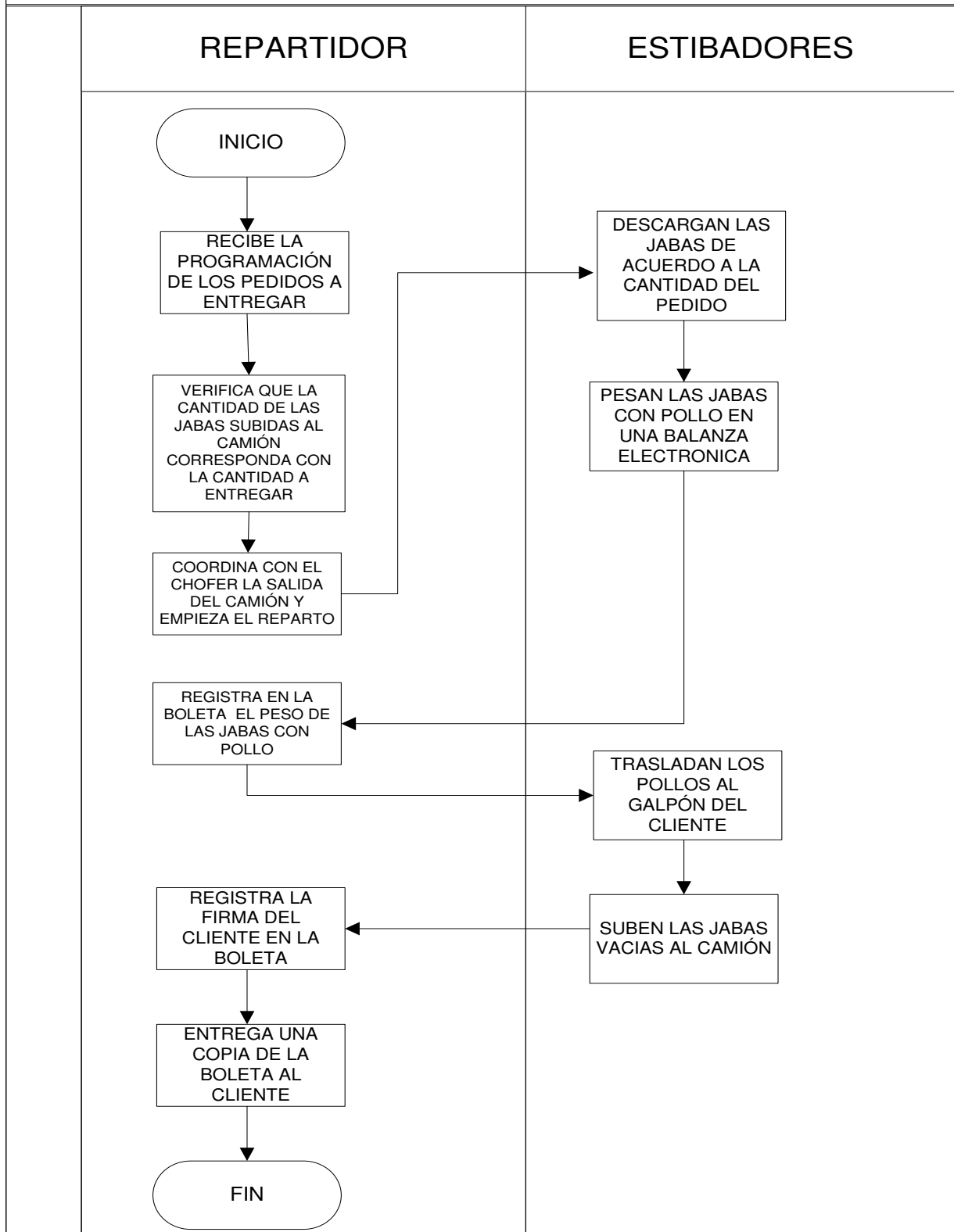


Figura N°54. Flujograma del Sub Proceso de Distribución
 Fuente: Elaboración Propia

*PROCESO DE DISTRIBUCIÓN
(proceso por día)*

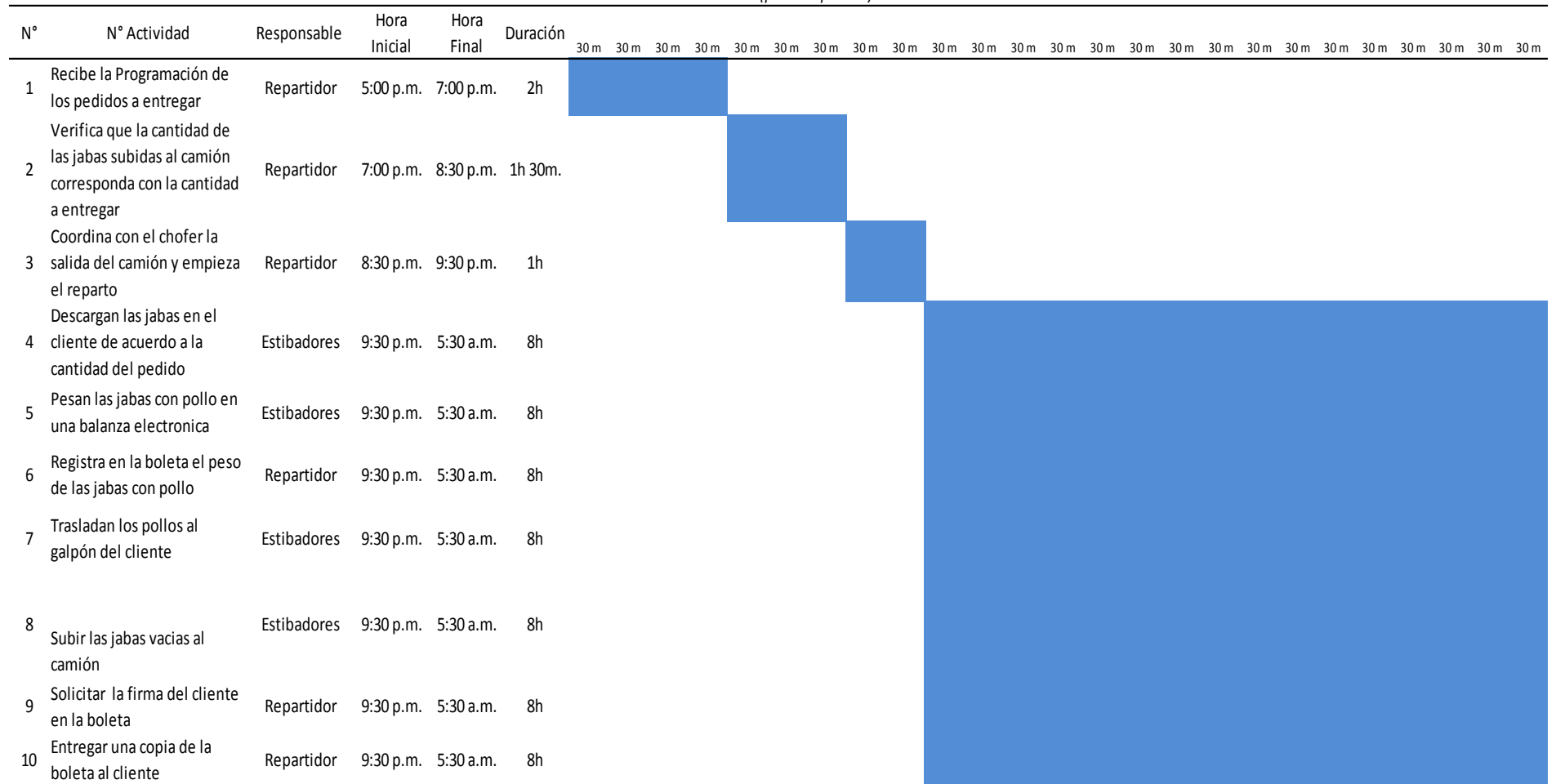


Figura N°55. Diagrama de Gantt del Sub Proceso de Distribución
Fuente: Elaboración Propia.

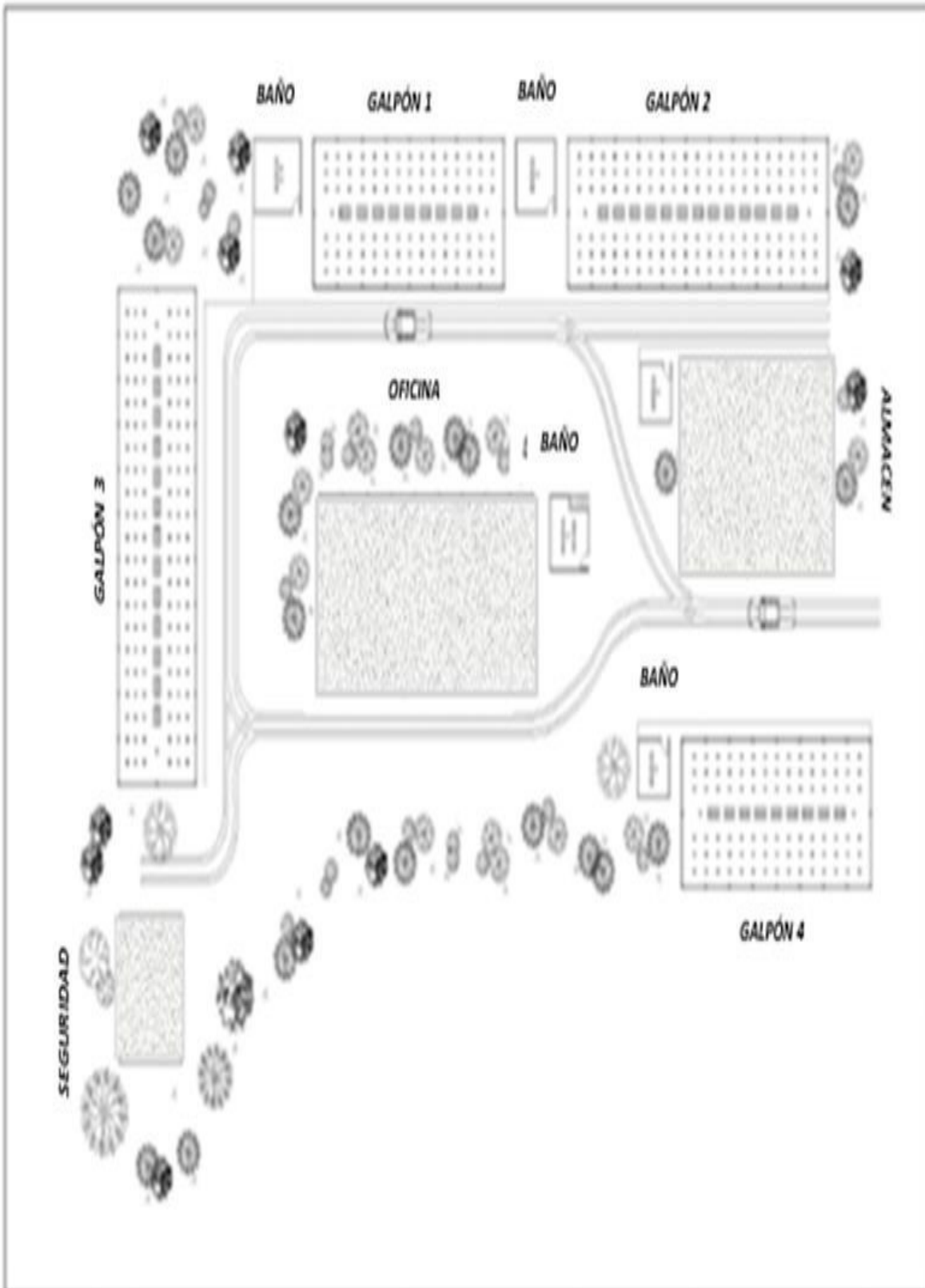


Figura N°56.Plano –Distribución de la empresa
 Fuente: Elaborado por el Diseñador de galpones (John Quinto).

4.2.2 Capacidad instalada y operativa

La capacidad instalada de la empresa GRUPO CRISTINA S.A.C es de acuerdo a la cantidad de pollos que se producirá en el primer año, para ello debe considerarse que la duración del pollo engorde es de 6 semanas (42 días), el pollo podrá alcanzar su peso ideal de 2.20 kg en promedio, por ello, para el presente proyecto el primer año se producirá 470,400 pollos, para ello se requerirá de 4 galpones, cada uno con un área de 1500 m2, donde la capacidad máxima por m2 es de 10 pollos.

*Tabla N° 61.
Datos de las dimensiones de la granja*

<i>Granja</i>	<i>Superficie promedio de la granja (hectáreas)</i>	<i>N° de galpones</i>	<i>Área promedio por galpón (m2)</i>	<i>Capacidad máxima de pollos por m2</i>
GRUPO CRISTINA S.A.C	3	4	1,500	10 pollos

Fuente: Elaboración Propia.

*Tabla N° 62.
Capacidad Productiva Instalada*

<i>Descripción</i>	<i>N° de galpones</i>	<i>Capacidad por galpón</i>	<i>Capacidad instalada de Producción por ciclo (6 semanas)</i>	<i>Capacidad instalada anual de Producción</i>	<i>Producción real por ciclo (6 semanas)</i>	<i>Producción real del primer año</i>
Producción de pollo en pie	4	15,000 pollos	60,000 pollos	480,000 pollos	58,800 pollos	470,400 pollos

Fuente: Elaboración Propia.

*Tabla N° 63.
Merma estimada de Producción*

<i>Merma de la producción (5%)</i>	<i>Total de pollos después de merma por ciclo</i>	<i>Merma total</i>	<i>Total de pollos después de merma anual</i>
2,940 pollos	55,860 pollos	23,520 pollos	446,880 pollos

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la Tabla N°61, N°62 y N°63. La granja cuenta con una capacidad instalada de producción de 480,000 pollos el primer año, sin embargo, se comenzará produciendo durante el primer año de operación 470,400 pollos. Esto quiere decir que del 100% de la capacidad instalada para la producción, el porcentaje de la capacidad instalada utilizada será del 98 %. Además, se contempla una merma del 5% de la producción, lo que equivale a 23,520 pollos en pie el primer año.

4.2.3 Cuadro de requerimientos de bienes de capital, personal e insumos

Para que la empresa GRUPO CRISTINA S.A.C cumpla en su primer año de operaciones con la producción programada de 470,400 pollos raza Cobb 500 hembra, primero se deben conocer los requerimientos de producción (alimentación, agua, temperatura, luz y vacunación necesarias para el engorde óptimo del pollo), requerimientos de bienes de capital y requerimientos de personal.

Datos sobre los requerimientos de alimentación:

Tabla N°64.

Tipo de alimentación según días de vida del pollo

Fases	Tipo de alimentación	Días	Peso
1	<i>Inicio</i>	<i>1 a 21 días</i>	<i>748 g 430 mg por pollo</i>
2	<i>Crecimiento</i>	<i>De 21 a 32 días</i>	<i>1 kg 233 g 770 mg por pollo</i>
3	<i>Engorde</i>	<i>De 32 a 42 días</i>	<i>2 kg 20 g 170 mg por pollo</i>

Fuente: Guía de manejo de pollo engorde Cobb 500

Tabla N°65.

Requerimiento semanal de consumo de alimentos

N° de Semanas de vida	Consumo diario de alimentos en kg
<i>Primera semana</i>	<i>Consumo diario de 0.022 Kg.</i>
<i>Segunda semana</i>	<i>Consumo diario de 0.045 Kg.</i>
<i>Tercera semana</i>	<i>Consumo diario de 0.072 Kg.</i>
<i>Cuarta semana</i>	<i>Consumo diario de 0.117 Kg.</i>
<i>Quinta semana</i>	<i>Consumo diario de 0.158 Kg.</i>
<i>Sexta semana</i>	<i>Consumo diario de 0.172 Kg.</i>

Fuente: Guía de manejo de pollo engorde Cobb 500

Datos sobre los requerimientos de Agua:

Tabla N° 66.

Consumo de agua según semanas de vida del pollo (lit/día/1,000 pollos)

<i>Semanas</i>	<i>Consumo de agua (lit/día/1,000 pollos)</i>
<i>1 Semana</i>	<i>50</i>
<i>2 Semana</i>	<i>110</i>
<i>3 Semana</i>	<i>210</i>
<i>4 Semana</i>	<i>280</i>
<i>5 Semana</i>	<i>440</i>
<i>6 Semana</i>	<i>600</i>

Fuente: Guía de manejo de pollo engorde Cobb 500

Datos sobre los requerimientos de Temperatura:

Tabla N° 67.

Temperaturas óptimas para la crianza y engorde de pollo

<i>Edad (días)</i>	<i>Temperatura (°C)</i>
<i>1 a 7</i>	<i>27 a 30 °C</i>
<i>8 a 14</i>	<i>25 a 27 °C</i>
<i>15 a 21</i>	<i>23 a 25 °C</i>
<i>21 a 28</i>	<i>21 a 23 °C</i>
<i>28 a 42 días</i>	<i>21 a 23 °C</i>

Fuente: Guía de manejo de pollo engorde Cobb 500

Datos sobre los requerimientos de Luz:

Tabla N° 68.

Programa de luz

Edad (días)	Horas luz	Horas de oscuridad
1 a 3	22	2
4 a 7	20	4
8 a 14	18	6
15 a 21	18	6
22 a 28	16	8
29 a 42	16	8

Fuente: Guía de manejo de pollo engorde Cobb 500

Datos sobre los requerimientos de vacunación:

Tabla N° 69.

Programa de vacunación

Edad (días)	Vacuna
1 día de edad	Marek y Bronquitis (Se coloca en la incubadora)
2 a 3 días de edad	Gumboro I (Se aplica en el agua)
7 días de edad	Bronquitis B1 (Se aplica en el agua)
10 a 12 días de edad	Gumboro II (Se aplica en el agua)
17 días de edad	New Castle Lasota (Se aplica en el agua)

Fuente: Guía de manejo de pollo engorde Cobb 500

4.2.3.1 Requerimientos de bienes de capital, personal e insumos

La empresa GRUPO CRISTINA S.A.C clasifica sus requerimientos de bienes de capital, personal e insumos de acuerdo a sus 3 principales Procesos, estos son:

1. Proceso de Abastecimiento
2. Proceso de Producción
3. Proceso de Comercialización y Distribución

Requerimiento de bienes de capital, personal e insumos para el Proceso de Abastecimiento

Tabla N° 70.

Matriz de Requerimiento de bienes de capital, personal e insumos del Proceso de Abastecimiento

Detalle	Presentación	Cantidad por cada 6 semanas	Unidad de medida	Abastecimiento	
				Costo unitario	Costo Total
Materia Prima					
Pollos bebe Cobb 500 hembra	1 jaba x 100 pollos	58,800	Unidad	S/.1.00	S/. 58,800.00
Alimento: Fase 1: Nutrimax Inicio	Sacos x 35Kg	1,635	Sacos	S/.29.00	S/. 47,415.00
Fase 2: Nutrimax Crecimiento	Sacos x 40 Kg	2,830	Sacos	S/.30.50	S/. 86,315.00
Fase 3: Nutrimax Engorde.	Sacos x 40 Kg	1,770	Sacos	S/.30.50	S/. 53,985.00
Vacunas	Gumboro I 250 ml Bronquitis B1 250 ml Gumboro II 250 ml New Castle Lasota 250 ml	2 ml por cada pollo	Unidad		S/15,200.00
Total Materia Prima					S/. 261,715.00
Mano de Obra					
Sueldo del Jefe de Logística		1	Persona	S/. 1,350	S/. 1,350.00
Sueldo de Almacenero		1	Persona	S/. 950	S/. 950.00
Total Mano de Obra					S/. 2,300.00
Total Σ					S/. 264,015.00

Fuente: Elaboración Propia.

Requerimiento de Bienes de capital, Personal e Insumos para el Proceso de Producción

Tabla N°71.

Matriz de Requerimiento de bienes de capital, personal e insumos del Proceso de Producción

Detalle	Presentación	Cantidad por cada 6 semanas	Unidad de medida	Producción	
				Costo unitario	Costo Total
Insumos para el galpón					
Viruta	Sacos x 25 Kg	180	Sacos	S/.4.00	S/.720.00
Gas propano	Balón x 40 Kg	24	Balón	S/.112.00	S/. 2,688.00
Papel de azúcar	Papel de 30 cm x 40 cm	600	Unidad	S/. 0.50	S/.300.00
Cal viva	Sacos x 30 Kg	48	Sacos	S/.10.00	S/.480.00
Cortinas	Cortina de 4 m x 6 m	84	Unidad	S/.35.00	S/. 2,940.00
Total Insumos para el galpón S/. 7,128.00					
Equipos					
Tetinas para pollo bebe + adaptador	Tetinas Ziggity antigoteo para pollos bebe con adaptador para tubo cuadrado o tubo redondo	1,200	Unidad	S/.12.80	S/. 15,360.00
Tetinas para pollo engorde + adaptador	Tetinas Ziggity antigoteo para pollos de engorde con adaptador	1,200	Unidad	S/.13.80	S/. 16,560.00

	para tubo cuadrado o tubo redondo				
Bomba de agua	Bomba Max Flo 1 HP Hayward 1100 W	6	Unidad	S/. 2,099.00	S/. 12,594.00
Motor panel humidificador	Humidificador Industrial Aire Fuente Vapor De Agua - humedad 250 w	6	Unidad	S/.1864.50	S/. 11,187.00
Ventilador gran caudal	Ventilador industrial gran caudal 16" Recco 750 W	6	Unidad	S/.99.90	S/.599.40
Ventilador pequeño	Bomba Max Hayward Flo 1 HP 480 W	6	Unidad	S/.79.90	S/.479.40
Toma corriente	Tomacorriente triple oval Bticino 2200 W	12	Unidad	S/.14.90	S/.178.80
Alumbrado granja	Foco PAR38 Led E27 luz amarilla Lightech 2880 W	36	Unidad	S/.59.90	S/. 2,156.40
Alumbrado almacén	Foco Vintage Florence E27 luz amarilla Home Collection 756 W	10	Unidad	S/.29.90	S/.299.00
Silos	Silos Para Alimento y Maíz De 6 Toneladas	6	Unidad	S/3,500.00	S/. 21,000.00
Comederos para pollo bebe	Comedero de pollitos bebe 100% virgen Largo: 4.8 cm Ancho: 34.7 cm y Altura: 53.3 cm	480	Unidad	S/12.00	S/. 5,760.00
Comederos para pollo de engorde	Comederos Tolva 15 Kilos Para Pollos	600	Unidad	S/.16.00	S/. 9,600.00

Pallet Exp 1500	Pallet insertable de una sola pieza de 101.6 x 121.9cm y una altura de 13cm.	30	Unidad	S/.180.00	S/. 5,400.00
Tubos	Tubo de PVC 2" x 5 m	20	Unidad	S/85.50	S/. 1,710.00
Protectores para cables	Protectores para Cables de 5 canales con 35 mm	12	Unidad	S/.125.00	S/. 1,500.00
Contadores para la medida de energía eléctrica	Contador de energía monofásico 230V, 32A, medida directa	6	Unidad	S/.454.50	S/. 2,727.00
Balanza electrónica	Balanza electrónica Modelo SAP con Plataforma de acero inoxidable Compacta 60 x 46 cm Nacional	2	Unidad	S/. 1,850.00	S/. 3,700
Total Equipos de Producción					S/. 110,811.00
Mano de Obra					
Gerente General		1	Persona	S/. 1,300	S/. 1,300
Coordinador de Sanidad y Bioseguridad		1	Persona	S/. 1,500	S/. 1,500
Jefe de Producción		1	Persona	S/. 1,500	S/. 1,500
Galponero		3	Persona	S/. 950	S/. 2,850
Veterinario		1	Persona	S/. 1,500	S/. 1,500
Total Mano de Obra					S/. 9,650.00
Total Σ					S/. 127,589.00

Fuente: Elaboración Propia

Requerimiento de bienes de capital, personal e insumos para el Proceso de Comercialización y Distribución

Tabla N° 72.

Matriz de Requerimiento de bienes de capital, personal e insumos del Proceso de Comercialización y Distribución

Detalle	Presentación	Cantidad por cada 6 semanas	Unidad de medida	Comercialización y Distribución	
				Costo unitario	Costo Total
Vehículo de Transporte del Producto y Materiales indirectos					
Camión 10 TN	Volvo FH12 2 ejes	1	Unidad	S/. 132,000.00	S/. 132,000.00
Combustible	Combustible Diesel	70	Galones	S/.10.67	S/.746.90
SOAT del Vehículo	SOAT	1	Unidad	S/.600	S/.600
Total Vehículo de transporte y Materiales indirectos					S/. 133,346.90
Mano de Obra					
Sueldo de vendedor zona Sierra		1	Persona	S/. 1,650	S/. 1,650
Sueldo de vendedor zona Selva		1	Personas	S/. 1,650	S/. 1,650
Sueldo del Chofer encargado de la distribución		1	Personas	S/. 950	S/. 950
Sueldo del encargado del desalojo, despacho y transporte de pollos		1	Persona	S/. 950	S/. 950
Sueldo del Contador		1	Persona	S/. 1,500	S/. 1,500
Total Mano de Obra					S/. 6,700.00
Total Σ					S/. 140,046.90

Fuente: Elaboración Propia.

Requerimiento de Equipos y Materiales de Oficina

Tabla N° 73.

Matriz de Requerimiento de muebles, equipos y útiles de oficina

Detalle	Presentación	Cantidad por cada 6 semanas	Unidad de medida	Costo unitario	Costo Total
Equipos y Materiales de oficina					
Computadora	Lenovo all in one idea centre aio 520 21.5" amd a6 1tb 8gb	6	Unidad	S/. 1,450.00	S/. 8,700.00
Estante	Estante Xangai marca mica Alto: 204,2 cm y Ancho: 90 cm	4	Unidad	S/.299.00	S/. 1,196.00
Impresora multifuncional	Impresora Multifuncional L575 EcoTank	3	Unidad	S/.999.00	S/. 2,997.00
Escritorio para computadora	Escritorio Montilla Tabaco: 1.50 x 1.30 x 0.75.	6	Unidad	S/.399.00	S/. 2,394.00
Silla giratoria ejecutiva	Silla Giratoria Haworth de cuero color café	1	Unidad	S/ 3,699.00	S/ 3,699
Silla giratoria	Silla giratoria ziyaz kuries - negro	8	Unidad	S/.429.00	S/. 3,432.00
Teléfono fijo	Teléfono AURI2020 2.4GHZ Negro	4	Unidad	S/.139.00	S/.556.00
Teléfono celular	MAXWEST Celular 5" 4G +HSPA Nitro 5M Azul	6	Unidad	S/.319.00	S/. 1,914.00
Mouse	Mouse Wireless Z3700 Negro	6	Unidad	S/.64.90	S/.389.40
Impresora	Impresora Todo en Uno Deskjet Ink Advantage 2675	3	Unidad	S/.199.00	S/.597.00
Archivador	Archivador Milton Sal	6	Unidad	S/.899.00	S/. 5,394.00
Total					S/. 31,268.40

Fuente: Elaboración Propia

Requerimientos legales / municipales

- Permiso de Construcción de la Granja Avícola
- Licencia de Funcionamiento
- Permiso de Defensa Civil (INDECI)
- Autorización Sanitaria para la Apertura y Funcionamiento de Granjas Avícolas y Plantas de Incubación
- Cargas sociales de los empleados

4.2.3 Infraestructura y características físicas

*Tabla N° 74.
Matriz de Infraestructura de la empresa*

Infraestructura	Cantidad	Detalle
Galpones	4	Infraestructura para la crianza de pollos de engorde
Oficinas Administrativa	1	Áreas administrativas de la empresa
Almacén de insumos y medicamentos	1	Incluye alimentos, equipo y materiales básicos y medicamentos en general
Área de Seguridad	1	Área de vigilancia
Almacén de equipos	1	Incluye equipos y materiales para el cuidado de pollos
Baños y vestidores	5	Incluye baños, lavaderos y duchas

Fuente: Elaboración Propia

4.3 Localización del negocio, factores determinantes

Para la localización del presente proyecto se utilizará la matriz de factores determinantes de localización, cabe mencionar que las alternativas para la ubicación de la granja de producción de los pollos raza Cobb 500 son: Chanchamayo, Tarma o Satipo ya que son las provincias que cuentan con áreas aisladas de establecimientos y viviendas, cercanía a clientes actuales y potenciales, y costo de vida barato a diferencia de otras provincias. Para la elección de la ubicación del local se utilizará el método de Ranking de factores. Se emplea una calificación de 1 a 5, donde: 1 = Muy bajo, 2 = Bajo, 3 = Medio, 4 = Alto, 5 = Muy alto.

Tabla N° 75.

Matriz de Factores para la ubicación de la Granja de pollos en pie

Factores	Chanchamayo	Tarma	Satipo
Factores Comerciales			
Posición estratégica	5	4	4
Ubicación comercial	5	4	5
Cultura y horario de servicio	4	4	4
Disponibilidad del espacio físico	5	2	2
Costo del arriendo	5	1	1
Total ponderado	24	15	16
Factores estratégicos			
Facilidad de traslado	4	3	3
Cantidad de proveedores cercanos	4	3	5
Servicios básicos	5	5	5
Seguridad	5	3	3
Total ponderado	18	14	16
Factor Legal			
Ordenanzas municipales	4	3	4
Impuestos fiscales	2	2	2
Normas Sanitarias y Medio ambientales	3	3	3
Total ponderado	9	8	9
Total Final Ponderado	51	37	41

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla N° 76.

Matriz de ponderación de factores para la ubicación de la granja de pollos

Factores	%	Chanchamayo	Tarma	Satipo
Factores Comerciales				
Posición estratégica	10%	0.49	0.39	0.39
Ubicación comercial	10%	0.49	0.39	0.49
Cultura y horario de servicio	7%	0.31	0.31	0.31
Disponibilidad del espacio físico	10%	0.49	0.20	0.20
Costo del arriendo	10%	0.49	0.10	0.10
Total ponderado	47%	2.27	1.39	1.49
Factores estratégicos				
Facilidad de traslado	8%	0.31	0.24	0.24
Cantidad de proveedores cercanos	7%	0.31	0.24	0.39
Servicios básicos	10%	0.49	0.49	0.49
Seguridad	10%	0.49	0.29	0.29
Total ponderado	35%	1.61	1.26	1.41
Factor Legal				
Ordenanzas municipales	8%	0.31	0.24	0.31
Impuestos fiscales	4%	0.08	0.08	0.08
Multas de tránsito	6%	0.18	0.18	0.18
Total ponderado	18%	0.57	0.49	0.57
Total Final Ponderado	100%	4.45	3.14	3.47

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla N° 77.

Matriz de factores determinantes para la ubicación de la granja de pollos en pie. "A": Chanchamayo, "B": Tarma y "C": Satipo

Factores Determinantes	100%	"A"	"B"	"C"	A	B	C
1. Distancia de la carretera	10	4	2	3	40	20	30
2. Aislamiento de la granja respecto a otros establecimientos	20	5	3	4	100	60	80
3. Cercanía a los clientes	10	4	3	2	40	30	20
4. Presencia de otras especies domesticas o silvestres dentro del área de crianza	10	4	2	3	40	20	30
5. Clima de la Zona	20	5	4	3	100	80	60
6. Infraestructura vial y disponibilidad de energía y agua a un bajo costo.	5	4	2	2	20	10	10
7. Disponibilidad de la mano de obra	10	3	3	2	30	30	20
8. Disponibilidad de servicios	10	4	3	2	40	30	20
9. Costo de vida	5	3	2	3	15	10	15
Total					425	290	285

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la Tabla N°76 y N°77. Se determina que la ubicación de la granja para la producción de los pollos en pie debe de ser en la Provincia de Chanchamayo porque se tiene ventaja en los factores comerciales, estratégicos y legales, así mismo esto se corrobora en la ponderación de los factores donde se ha obtenido un 4.45 puntos siendo este mayor al promedio.

Además de acuerdo a la Tabla N° 77. Donde se tiene en cuenta otros factores determinantes como la infraestructura vial, la disponibilidad de la mano de obra, el aislamiento de la granja respecto a otros establecimientos, cercanía a los clientes, etc., la mayor calificación la obtiene la Provincia de Chanchamayo con 425 puntos, esto quiere decir que esta provincia es la más conveniente para ubicar la granja de pollos en pie.

Ubicación escogida: Provincia de Chanchamayo, Distrito de Yurinaki

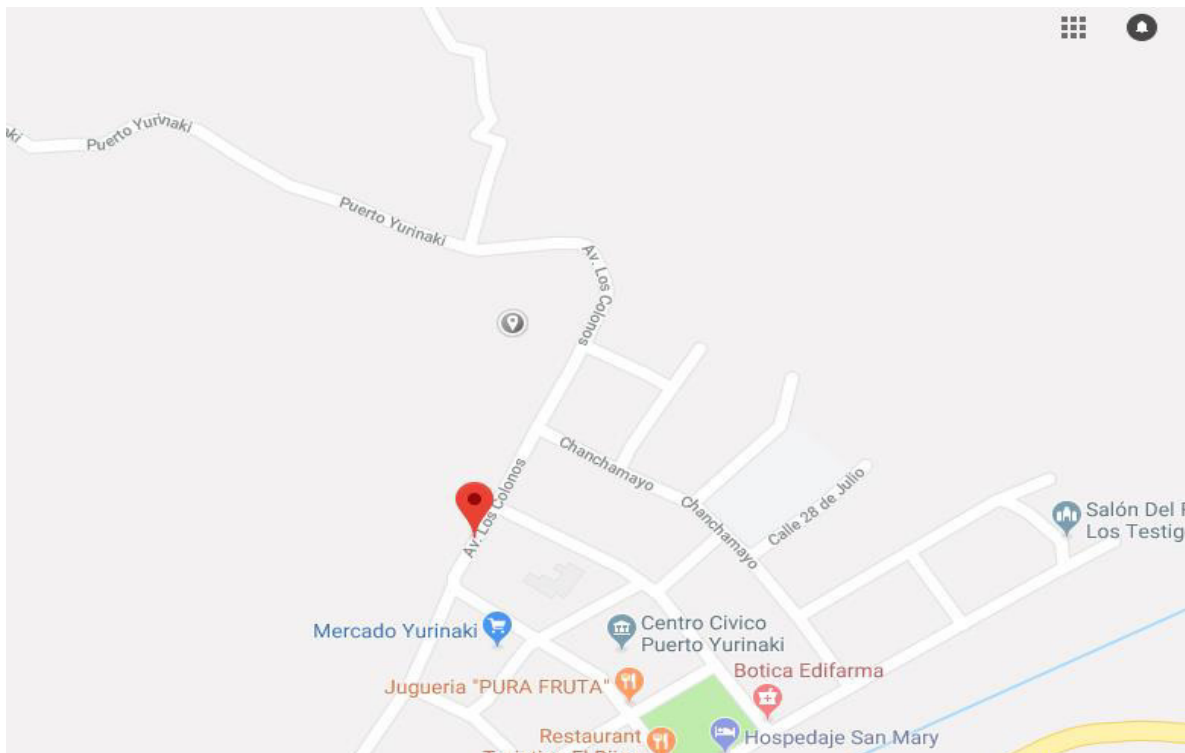


Figura N°57. Ubicación de la Granja avícola
Fuente: Google Maps

CAPÍTULO V: ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

5.1 Inversión Fija

Para el presente proyecto la inversión fija se agrupa en una parte tangible y la otra intangible, los montos estimados que se presenta a continuación, se basan en cotizaciones de bienes y servicios que se usarán en la operatividad del proyecto.

5.1.1 Inversión Tangible

Tabla N° 78.

Valor del Terreno para la producción de pollos en pie en Junín

Bien	Cantidad en hectáreas	Cantidad en m ²	Costo unitario por m ²	Costo Total
Terreno	3 Ha	30,000 m ²	S/. 4.0	S/. 120,000

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N° 79.

Costo de la construcción del terreno

Descripción	Número de ambientes	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario por S/. x m ²	Costo Total (S/.)
Galpón	4	m ²	1,500	S/. 70.00	S/. 420,000
Oficinas Administrativas	1	m ²	65	S/380.00	S/. 24,700
Almacén de insumos y medicamentos	1	m ²	55	S/.280.00	S/. 15,400
Área de seguridad	1	m ²	15	S/.300.00	S/. 4,500
Cerco perimétrico del terreno	1	m ²	400	S/.10.00	S/. 4,000
Baños y vestidores	5	m ²	6	S/.320.00	S/. 9,600
Total					S/. 478,200

Fuente: Elaboración en base a la Tesis de Gonzales J. (2012). Cálculo y Diseño de las Instalaciones de una Granja Avícola)

Tabla N° 80.

Valor del vehículo de transporte del producto

Bien	Marca	Cantidad	Costo Total
Camión 10 TN	Volvo FH12 2 ejes	1	S/. 132,000.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N° 81.

Valor de muebles, equipos y útiles de oficina

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Computadora	6	S/. 1,450.00	S/. 8,700.00
Estante	4	S/.299.00	S/. 1,196.00
Impresora multifuncional	3	S/.999.00	S/. 2,997.00
Escritorio para computadora	6	S/.399.00	S/. 2,394.00
Silla giratoria ejecutiva	1	S/ 3,699.00	S/ 3,699
Silla giratoria	8	S/.429.00	S/. 3,432.00
Teléfono fijo	4	S/.139.00	S/.556.00
Teléfono celular	6	S/.319.00	S/. 1,914.00
Mouse	6	S/.64.90	S/.389.40
Impresora	3	S/.199.00	S/.597.00
Archivador	6	S/.899.00	S/. 5,394.00
Total			S/.
31,268.40			

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N° 82.
Equipos de seguridad

Detalle	Cant.	U. Medida	Precio Unitario	Precio Total
Extintores Tipo "A" en polvo de 01 kg	5	und.	S/. 80.00	S/. 400.00
Cámara de seguridad	6	und.	S/. 100.00	S/. 600.00
Señaléticas	10	und.	S/. 10.00	S/. 100.00
Total				S/. 1,100.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N° 83.
Matriz de Inversión Tangible

Detalle	Precio Total
Terreno	S/. 120,000
Costo de la construcción del terreno (Galpón, oficina, almacén, área de seguridad, cerco perimétrico y baños y vestidores)	S/. 478,200
Muebles, equipos y útiles de oficina	S/. 31,268.40
Vehículo	S/. 132,000.00
Equipos de seguridad	S/. 1,100.00
Total	S/. 762,568.40

Fuente: Elaboración propia

5.1.2 Inversión Intangible

Tabla N° 84.
Inversión intangible

Detalle	Costo
Autorización de Construcción de la Granja avícola	S/.256
Licencia Sanitaria de Funcionamiento	S/.384
Autorización de Defensa Civil	S/.220
Registro de marca (INDECOPI)	S/.535
Constitución de empresa	S/.330
Legalización de Libros Contables	S/.200
Total	S/. 1,925

Fuente: Elaboración propia

5.2 Capital de Trabajo

Son los recursos que requiere la empresa para poder producir, en el presente proyecto son la materia prima, insumos, equipos para la producción de pollo, mano de obra, gastos de venta y gastos administrativos.

Tabla N° 85.
Costos de materiales directos

Descripción	U. Medida	Cantidad	Precio Unitario	Total por 6 semanas	Total Anual
Agua	litros	695,604	S/.2.36 (Por cada mil litros)	S/. 3,283.24	S/19,699.44
Electricidad	Kw	14,996.4	S/. 0.45	S/. 13,496.76	S/. 80,980.56
Total				S/. 16,781.00	S/. 100,680

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 86.
Materia prima

Detalle	Cantidad	U. Medida	Precio Unitario	Precio Total
Pollos bebe Cobb 500 hembra	58,800	Unidad	S/.1.00	S/. 58,800.00
Alimento: Fase 1: Nutrimax Inicio	1,635	Sacos	S/.25.00	S/. 40,875.00
Fase 2: Nutrimax Crecimiento	2,830	Sacos	S/.27.50	S/. 77,825.00
Fase 3: Nutrimax Engorde.	1,770	Sacos	S/.27.50	S/. 48,675.00
Vacunas	2 ml por cada pollo	Unidad de 100 ml cada botella		S/15,200.00
Total Materia Prima por ciclo de producción				S/. 241,375.00
Total Materia Prima anualizado (8 ciclos de producción)				S/.1,931,000

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 87.
Insumos para galpones

Detalle	Presentación	Cantidad	U. Medida	Precio Unitario	Precio Total
Viruta	Sacos x 25 Kg	180	Sacos	S/.4.00	S/.720.00
Gas propano	Balón x 40 Kg	24	Balón	S/.112.00	S/. 2,688.00
Papel de azúcar	Papel de 30 cm x 40 cm	600	Unidad	S/. 0.50	S/.300.00
Cal viva	Sacos x 30 Kg	48	Sacos	S/.10.00	S/.480.00
Cortinas	Cortina de 4 m x 6 m	84	Unidad	S/.35.00	S/. 2,940.00
Total Insumos para el galpón por ciclo de producción				S/. 7,128.00	
Total Insumos para galpón anualizado (8 ciclos de producción)				S/.57,024.00	

Fuente: Elaboración propia

Tabla N°88.
Equipos para la Producción de pollos en pie

Detalle	Cantidad por cada 6 semanas para los 6 galpones	Unidad de medida	Costos	
			Costo unitario	Costo Total
Tetinas para pollo bebe + adaptador	1,200	Unidad	S/.12.80	S/. 15,360.00
Tetinas para pollo engorde + adaptador	1,200	Unidad	S/.13.80	S/. 16,560.00
Bomba de agua	6	Unidad	S/. 2,099.00	S/. 12,594.00
Motor panel humidificador	6	Unidad	S/.1864.50	S/. 11,187.00
Ventilador gran caudal	6	Unidad	S/.99.90	S/.599.40
Ventilador pequeño	6	Unidad	S/.79.90	S/.479.40
Toma corriente	12	Unidad	S/.14.90	S/.178.80
Alumbrado granja	36	Unidad	S/.59.90	S/. 2,156.40
Alumbrado almacén	10	Unidad	S/.29.90	S/.299.00
Silos	6	Unidad	S/3,500.00	S/. 21,000.00
Comederos para pollo bebe	480	Unidad	S/12.00	S/. 5,760.00
Comederos para pollo de engorde	600	Unidad	S/.16.00	S/. 9,600.00
Pallet Exp 1500	30	Unidad	S/.180.00	S/. 5,400.00
Tubos	20	Unidad	S/85.50	S/. 1,710.00
Protectores para cables	12	Unidad	S/.125.00	S/. 1,500.00
Contadores para la medida de energía eléctrica	6	Unidad	S/.454.50	S/. 2,727.00
Balanza electrónica	2	Unidad	S/. 1,850.00	S/. 3,700.00
Total Equipos de Producción			S/. 110,811.00	

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 89.
Mano de Obra

item	Cargo	Cantidad	Remuneración básica	Remuneración neta por pagar mensual	Remuneración neta por pagar anual
1	Gerente General	1	1,300	1,250.21	15,653
2	Jefe de Ventas	1	1,000	961.70	12,040
3	Coordinador de Calidad, Sanidad y Bioseguridad	1	1,500	1,442.55	18,061
4	Jefe de Producción	1	1,500	1,442.55	18,061
5	Galponero 1	1	950	913.62	11,438
6	Galponero 2	1	950	913.62	11,438
7	Galponero 3	1	950	913.62	11,438
8	Veterinario	1	1,500	1,442.55	18,061
9	Jefe de Logística	1	1,350	1,298.30	16,255
10	Vendedor zona Sierra	1	1,650	1,586.81	19,867
11	Vendedor zona Selva	1	1,650	1,586.81	19,867
12	Chofer encargado de la distribución	1	950	913.62	11,438
13	Encargado del desalojo, despacho y transporte de pollos	1	950	913.62	11,438
14	Coordinador de Contabilidad y Costos	1	1,500	1,442.55	18,061
15	Almacenero	1	950	913.62	11,438
Total		15	18,650	17,935.71	224,553

Fuente: Elaboración propia

Tabla N°90.
Matriz del Capital de Trabajo Anualizado

Detalle	Precio Total
Materiales Directos	S/. 100,680
Materia Prima	S/. 1,931,000
Insumos para el galpón	S/. 57,024
Equipos para la producción de pollos en pie	S/. 110,811
Mano de Obra	S/. 224,553
Total	S/. 2,424,068

Fuente: Elaboración propia

5.3 Inversión Total

Tabla N°91.
Inversión total

Descripción	Total
Inversión Tangible	S/. 762,568.40
Inversión Intangible	S/. 1,925
Capital del Trabajo	S/. 2,424,068
Total	S/. 3,188,561.40

Fuente: Elaboración propia

5.4 Estructura de la inversión y financiamiento

La estructura de la inversión está conformada por la inversión tangible, intangible y capital de trabajo, por ello, del total de la inversión para el proyecto, el 40% de la inversión será de aporte propio y el 60% financiado a través de un préstamo bancario.

Tabla N°92.
Estructura de inversión y financiamiento

Inversión total	Aporte propio	Préstamo	Total	%
Inversión tangible	S/. 762,568.40		S/. 762,568.40	23.92%
Inversión intangible	S/. 1,925		S/. 1,925	0.06%
Capital de trabajo	S/. 484,813.60	S/. 1,939,254.40	S/. 2,424,068	76.02%
Total	S/. 1,249,307	S/. 1,939,254.40	S/. 3,188,561.40	100%
Porcentaje	39.2%	60.8%	100%	

Fuente: Elaboración propia

5.5 Fuentes financieras

Se ha optado por financiar el préstamo con el Banco BBVA Continental, ya que actualmente tiene programas de ayuda a las MYPE, como es el financiamiento para capital de trabajo, de esta manera el BBVA Continental otorga liquidez, acordando la forma de pago, en base a los flujos proyectados, por más variados que estos sean. Además, según la Figura N°85. La Superintendencia de Banca, Seguros y AFP el BBVA ofrece la tasa de interés más baja que existe en el sistema bancario.

Este financiamiento favorece mucho al presente proyecto porque a diferencia de otros bancos el BBVA Continental te da flexibilidad para ajustar los pagos según el flujo de caja y la estacionalidad de ventas de la empresa. Asimismo, acepta prepagos para amortizar parcial o totalmente el capital de la deuda. Los requisitos para acceder son:

- Copia del DNI del representante legal
- Escritura pública de constitución de la empresa
- Certificado de vigencia de poderes
- Copia de la ficha RUC
- Acreditar domicilio estable
- Buena experiencia crediticia en el sistema financiero
- Tres últimos pagos de IGV / Renta a SUNAT.
- Situación de Estados Financieros (antigüedad no mayor a 3 meses).

5.6 Condiciones de crédito

Las condiciones de crédito constan de los siguientes puntos:

- Importe de crédito: S/ 1,939,254.40
- Tasa efectiva anual (TEA): 10.10%
- Cantidad de cuotas: 36 meses
- Importe seguro desgravamen: S/ 989.02
- Cuota: S/. 66,538.05
- Fecha de Solicitud: 08/12//2018
- Días de pago: 15
- Periodo de gracia: 2 meses (Enero-Febrero)
- TCEA referencial de operación: 11.22%

Acorde a la simulación del Banco BBVA Continental el cronograma de pago será el siguiente:

Tabla. N°93.
Cronograma de pago de cuota

NRO	VENC TO	AMORTIZAC.	INTERESES	COMISION(ES) + SEGUROS	SUBVENC	CUOTA	SALDO
1	15/03/2019	50,973.31	50,933.80	2975.56	0	104,882.67	1,888,281.09
2	15/04/2019	49,830.16	15,710.37	997.52	0	66,538.05	1,838,450.93
3	15/05/2019	50,740.14	14,800.39	997.52	0	66,538.05	1,787,710.79
4	17/06/2019	49,703.07	15,837.46	997.52	0	66,538.05	1,738,007.72
5	15/07/2019	52,485.03	13,055.50	997.52	0	66,538.05	1,685,522.69
6	15/08/2019	51,517.09	14,023.44	997.52	0	66,538.05	1,634,005.60
7	16/09/2019	51,505.29	14,035.24	997.52	0	66,538.05	1,582,500.31
8	15/10/2019	53,226.97	12,313.56	997.52	0	66,538.05	1,529,273.34
9	15/11/2019	52,817.08	12,723.45	997.52	0	66,538.05	1,476,456.26
10	16/12/2019	53,256.51	12,284.02	997.52	0	66,538.05	1,423,199.75
11	15/01/2020	54,083.10	11,457.43	997.52	0	66,538.05	1,369,116.65
12	17/02/2020	53,411.43	12,129.10	997.52	0	66,538.05	1,315,705.22
13	16/03/2020	55,657.27	9,883.26	997.52	0	66,538.05	1,260,047.95
14	15/04/2020	55,396.55	10,143.98	997.52	0	66,538.05	1,204,651.40
15	15/05/2020	55,842.52	9,698.01	997.52	0	66,538.05	1,148,808.88
16	15/06/2020	55,982.52	9,558.01	997.52	0	66,538.05	1,092,826.36
17	15/07/2020	56,742.76	8,797.77	997.52	0	66,538.05	1,036,083.60
18	17/08/2020	56,361.79	9,178.74	997.52	0	66,538.05	979,721.81
19	15/09/2020	57,917.24	7,623.29	997.52	0	66,538.05	921,804.57
20	15/10/2020	58,119.57	7,420.96	997.52	0	66,538.05	863,685.00
21	16/11/2020	58,121.94	7,418.59	997.52	0	66,538.05	805,563.06
22	15/12/2020	59,272.38	6,268.15	997.52	0	66,538.05	746,290.68
23	15/01/2021	59,331.44	6,209.09	997.52	0	66,538.05	686,959.24
24	15/02/2021	59,825.08	5,715.45	997.52	0	66,538.05	627,134.16
25	15/03/2021	60,829.65	4,710.88	997.52	0	66,538.05	566,304.51
26	15/04/2021	60,828.91	4,711.62	997.52	0	66,538.05	505,475.60
27	17/05/2021	61,198.76	4,341.77	997.52	0	66,538.05	444,276.84
28	15/06/2021	62,083.58	3,456.95	997.52	0	66,538.05	382,193.26
29	15/07/2021	62,463.69	3,076.84	997.52	0	66,538.05	319,729.57
30	16/08/2021	62,794.22	2,746.31	997.52	0	66,538.05	256,935.35
31	15/09/2021	63,472.08	2,068.45	997.52	0	66,538.05	193,463.27
32	15/10/2021	63,983.06	1,557.47	997.52	0	66,538.05	129,480.21
33	15/11/2021	64,463.26	1,077.27	997.52	0	66,538.05	65,016.95
34	15/12/2021	65,016.95	523.42	997.52	0	66,537.89	0

Fuente: Simulador de Préstamo BBVA Continental

TASA DE INTERÉS PROMEDIO DEL SISTEMA BANCARIO																	
Tasas Activas Anuales de las Operaciones en Moneda Nacional Realizadas en los Últimos 30 Días Útiles Por Tipo de Crédito al 08/05/2018																	
Tasa Anual (%)	Continental	Comercio	Crédito	Financiero	BIF	Scotiabank	Citibank	Interbank	Mibanco	GNB	Falabella	Santander	Ripley	Azteca	Cencosud	ICBC	Promedio
Corporativos	2.87	-	3.84	6.30	4.47	4.33	6.46	3.76	-	5.94	-	6.29	-	-	-	4.30	3.89
Descuentos	3.80	-	3.37	4.25	6.10	3.61	-	4.55	-	-	-	6.63	-	-	-	-	4.86
Préstamos hasta 30 días	3.11	-	3.95	-	5.40	2.93	4.80	3.23	-	5.41	-	-	-	-	-	-	3.55
Préstamos de 31 a 90 días	2.65	-	3.00	-	4.01	4.64	7.31	3.91	-	-	-	4.42	-	-	-	4.30	3.54
Préstamos de 91 a 180 días	2.76	-	2.57	8.10	5.44	2.84	6.34	3.82	-	5.41	-	5.18	-	-	-	-	2.81
Préstamos de 181 a 360 días	4.28	-	7.12	-	-	2.80	-	2.65	-	-	-	9.50	-	-	-	-	6.54
Préstamos a más de 360 días	-	-	4.71	-	-	4.80	-	7.45	-	6.70	-	5.56	-	-	-	-	4.86
Grandes Empresas	6.77	9.60	5.81	7.39	6.79	5.14	5.78	6.32	-	6.91	-	7.34	-	-	-	-	6.13
Descuentos	8.84	8.93	4.15	7.47	7.20	5.82	-	7.28	-	9.63	-	7.72	-	-	-	-	6.21
Préstamos hasta 30 días	4.20	-	5.96	6.94	5.54	4.43	4.38	4.84	-	6.20	-	8.43	-	-	-	-	5.37
Préstamos de 31 a 90 días	6.60	9.21	6.81	7.74	6.58	5.70	6.14	5.91	-	6.45	-	6.51	-	-	-	-	6.58
Préstamos de 91 a 180 días	6.81	9.79	5.59	6.91	6.90	4.84	7.45	5.37	-	7.04	-	6.45	-	-	-	-	6.20
Préstamos de 181 a 360 días	6.31	-	5.14	9.27	7.10	2.96	-	7.59	-	8.04	-	8.18	-	-	-	-	6.29
Préstamos a más de 360 días	6.19	-	6.52	-	6.96	4.56	5.97	7.30	-	-	-	-	-	-	-	-	6.20
Medianas Empresas	10.44	9.97	9.74	8.32	8.54	10.88	5.13	9.87	16.00	10.31	-	8.60	-	-	-	-	9.94
Descuentos	12.95	9.23	6.58	7.65	8.73	9.22	-	8.98	-	9.60	-	7.96	-	-	-	-	8.62
Préstamos hasta 30 días	9.90	-	11.42	10.54	9.59	9.65	6.15	5.49	-	13.00	-	-	-	-	-	-	10.25
Préstamos de 31 a 90 días	10.14	12.89	9.91	8.11	9.56	9.99	4.90	9.32	-	10.80	-	6.60	-	-	-	-	9.74
Préstamos de 91 a 180 días	10.96	10.50	11.78	8.52	9.06	10.34	-	9.66	18.26	8.69	-	7.83	-	-	-	-	10.78
Préstamos de 181 a 360 días	11.10	8.00	10.12	10.26	10.44	10.66	-	11.90	17.67	19.00	-	6.84	-	-	-	-	10.86
Préstamos a más de 360 días	8.71	-	10.24	8.30	7.41	12.51	-	14.19	15.20	15.64	-	11.30	-	-	-	-	10.04
Pequeñas Empresas	13.90	15.00	16.48	20.71	11.69	17.94	-	16.88	23.16	15.00	-	-	-	-	-	-	19.27
Descuentos	17.34	-	7.34	11.19	12.79	13.37	-	9.46	-	-	-	-	-	-	-	-	10.97
Préstamos hasta 30 días	14.81	-	10.33	40.00	-	17.75	-	14.41	36.91	-	-	-	-	-	-	-	13.34
Préstamos de 31 a 90 días	15.11	-	11.44	15.97	13.38	16.86	-	15.15	31.73	10.00	-	-	-	-	-	-	15.56
Préstamos de 91 a 180 días	15.81	15.00	22.20	19.73	7.82	14.34	-	19.01	30.56	19.18	-	-	-	-	-	-	20.93
Préstamos de 181 a 360 días	16.55	-	21.79	22.35	-	17.06	-	12.11	25.84	-	-	-	-	-	-	-	23.77
Préstamos a más de 360 días	12.21	-	14.66	21.35	14.12	18.35	-	17.07	22.01	15.08	-	-	-	-	-	-	18.68
Microempresas	25.42	-	23.93	33.03	13.00	18.75	-	18.75	38.22	13.25	-	-	-	-	-	-	35.39
Tarjetas de Crédito	35.86	-	25.90	44.45	-	30.62	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	27.30
Descuentos	13.03	-	9.37	-	-	12.00	-	10.50	-	-	-	-	-	-	-	-	10.79
Préstamos Revolventes	15.41	-	-	-	-	-	-	20.11	-	-	-	-	-	-	-	-	18.88
Préstamos a cuota fija hasta 30 días	24.00	-	-	-	-	13.22	-	-	62.90	-	-	-	-	-	-	-	16.42
Préstamos a cuota fija de 31 a 90 días	14.53	-	24.95	36.71	-	13.36	-	20.00	57.06	-	-	-	-	-	-	-	50.21
Préstamos a cuota fija de 91 a 180 días	11.91	-	20.29	37.95	-	10.07	-	24.61	54.95	-	-	-	-	-	-	-	47.47
Préstamos a cuota fija de 181 a 360 días	16.15	-	13.33	42.22	-	-	-	-	45.63	-	-	-	-	-	-	-	45.18
Préstamos a cuota fija a más de 360 días	11.98	-	16.59	31.90	13.00	15.49	-	16.51	31.08	13.25	-	-	-	-	-	-	29.96
Consumo	38.61	17.14	30.93	41.94	19.93	26.69	-	40.84	53.13	27.91	53.30	-	64.61	144.17	83.81	-	41.32
Tarjetas de Crédito	53.20	22.91	37.17	43.96	30.00	30.62	-	43.79	-	32.57	53.33	-	71.82	150.91	83.81	-	47.46
Préstamos Revolventes	14.83	-	-	-	-	115.00	-	20.11	-	-	-	-	-	-	-	-	15.03
Préstamos no Revolventes para automóviles	11.13	-	11.04	8.99	11.25	9.88	-	10.94	-	11.50	9.57	-	-	-	-	-	10.86
Préstamos no Revolventes para libre disponibilidad hasta 360 días	4.39	14.35	51.18	30.48	14.38	10.57	-	19.59	65.86	-	14.03	-	46.82	150.58	-	-	51.31
Préstamos no Revolventes para libre disponibilidad a más de 360 días	16.55	17.11	15.54	38.94	16.00	16.78	-	19.04	42.48	14.14	11.38	-	29.91	139.38	-	-	20.20
Créditos pignoraticios	-	65.13	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	65.13
Hipotecarios	7.04	9.50	7.16	9.55	9.00	7.43	-	7.15	15.56	8.27	-	-	-	-	-	-	7.42
Préstamos hipotecarios para vivienda	7.04	9.50	7.16	9.55	9.00	7.43	-	7.15	15.56	8.27	-	-	-	-	-	-	7.42

Figura N° 58. Cuadro comparativo de Tasas de Interés del Sector Bancario
Fuente: Super Intendencia de Bancas y Seguros

CAPÍTULO VI: ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS

6.1 Presupuesto de los costos

Según la demanda y la capacidad instalada, se presenta a continuación los presupuestos de costos de las materias primas e insumos para la producción de los pollos en pie, raza Cobb 500 (hembras), cabe mencionar que los costos presentados son por ciclo de producción de 6 semanas, con 58,800 pollos entre los 4 galpones.

6.1.1 Presupuesto de Materia Prima e Insumos

La producción por cada ciclo (6 semanas) entre los 4 galpones se producirá 58,800 pollos en pie y anualmente 470,400 pollos, es necesario considerar los siguientes insumos y los costos en que se incurrirían al comprarlos.

Tabla N°94.

Presupuesto de Materia Prima e Insumos

Detalle	Cant.	U. Medida	Precio Unitario	Precio Total por cada 6 semanas	Precio Total Anual
Pollos bebe Cobb 500 hembra	58,800	Unidad	S/.1	S/.58,800	S/.470,400
Fase 1: Nutrimax Inicio	1,635	Sacos	S/.25.00	S/.40,875.00	S/.327,000
Fase 2: Nutrimax Crecimiento	2,830	Sacos	S/.27.50	S/. 77,825.00	S/.622,600
Fase 3: Nutrimax Engorde.	1,770	Sacos	S/.27.50	S/. 48,675.00	S/.389,400
Vacunas: (2 ml por cada pollo) Gumboro I Bronquitis B1 Gumboro II New Castle Lasota I	2 ml por cada pollo	Unidad de 100 ml cada frasco	S/.3.2	S/.15,200	S/.121,600
Viruta	180	Sacos x 25 Kg	S/.4.0	S/.720	S/.5,760
Gas propano	24	Balón x 40 Kg	S/.112.0	S/.2,688	S/.21,504
Papel de azúcar	600	Papel de 30 cm x 40 cm	S/.0.5	S/.300	S/.2,400
Cal viva	48	Sacos x 30 Kg	S/.10.0	S/.480	S/.3,840
Cortinas	84	Cortina de 4 m x 6 m	S/.35.0	S/.2,940	S/.23,520
Total				S/.248,503	S/.1,988,024
<i>*Costo de insumo para la producción de 58,800 pollos entre los 4 galpones</i>					
<i>*Número de veces que se produce al año: 8</i>					

Fuente: Elaboración Propia

6.1.2 Presupuesto de Maquinarias y Equipos

A continuación, se detallan los costos estimados de las máquinas y equipos necesarios para la producción de pollos en pie

Tabla N° 95.

Presupuesto de Costo de máquinas y equipos para la producción de pollo en pie

Detalle	Cant.	U. Medida	Precio Unitario	Precio Total
Tetinas para pollo bebe + adaptador	1,200	Unidad	S/.12.8	S/.15,360
Tetinas para pollo engorde + adaptador	1,200	Unidad	S/.13.8	S/.16,560
Bomba de agua	6	Unidad	S/.2,099.00	S/.12,594
Motor panel humidificador	6	Unidad	S/.1864.5	S/.11,187
Ventilador gran caudal	6	Unidad	S/.99.9	S/.599
Ventilador pequeño	6	Unidad	S/.79.9	S/.479
Toma corriente	12	Unidad	S/.14.9	S/.179
Alumbrado granja	36	Unidad	S/.59.9	S/.2,156
Alumbrado almacén	10	Unidad	S/.29.9	S/.299
Silos	6	Unidad	S/.3500	S/.21,000
Comederos para pollo bebe	480	Unidad	S/.12	S/.5,760
Comederos para pollo de engorde	600	Unidad	S/.16	S/.9,600
Pallet Exp 1500	30	Unidad	S/.180	S/.5,400
Tubos	20	Unidad	S/.85.5	S/.1,710
Protectores para cables	12	Unidad	S/.125	S/.1,500
Contadores para la medida de energía eléctrica	6	Unidad	S/.454.5	S/.2,727
Balanza electrónica	2	Unidad	S/.1,850.00	S/.3,700
Total				S/.53,852
<i>*Costo de máquinas y equipos para los 4 galpones</i>				

Fuente: Elaboración propia

6.1.3 Presupuesto de Equipos y Útiles de oficina

Para desarrollar el presente proyecto es necesario contar con los siguientes equipos y útiles de oficina.

Tabla N° 96.
Presupuesto de Costo de Equipos y Útiles de oficina

<i>Detalle</i>	<i>Cant.</i>	<i>U. Medida</i>	<i>Precio Unitario</i>	<i>Precio Total</i>
Computadora	6	Unidad	S/. 1,450.00	S/. 8,700.00
Estante	4	Unidad	S/.299.00	S/. 1,196.00
Impresora multifuncional	3	Unidad	S/.999.00	S/. 2,997.00
Escritorio para computadora	6	Unidad	S/.399.00	S/. 2,394.00
Silla giratoria ejecutiva	1	Unidad	S/ 3,699.00	S/ 3,699
Silla giratoria	8	Unidad	S/.429.00	S/. 3,432.00
Teléfono fijo	4	Unidad	S/.139.00	S/.556.00
Teléfono celular	6	Unidad	S/.319.00	S/. 1,914.00
Mouse	6	Unidad	S/.64.90	S/.389.40
Impresora	3	Unidad	S/.199.00	S/.597.00
Archivador	6	Unidad	S/.899.00	S/. 5,394.00
Total				S/. 31,268.40

Fuente: Elaboración propia

6.1.4 Presupuesto del Vehículo y Distribución de pollos

El proyecto contara con un vehículo para el transporte de materia prima y la distribución de los pollos entre las provincias.

Tabla N°97.
Presupuesto del Costo del Vehículo y Distribución

Detalle	Cant.	U. Medida	Precio unitario	Precio Total
Costo del Vehículo				
Camión 10 TN Volvo FH12 2 ejes	1	Unidad	S/. 132,000.00	S/. 132,000.00
SOAT del Vehículo	1	Unidad	S/.600	S/.600
Costo de Distribución de los pollos				
Combustible	70	Galones	S/.10.67	S/.746.90
Pagos de Peaje	4	S/. x eje	S/.14.00	S/.56
Viáticos del chofer	1	S/.	S/.30	S/.30
Estibadores	5	S/.	S/.50	S/.250
Total				S/.1082.90
<i>*Costo de Distribución de los pollos entre las 4 Provincias</i>				

Fuente: Elaboración propia

6.1.5 Presupuesto de equipos de seguridad

Para la obtención del certificado de Defensa Civil es necesario contar con todas las medidas de seguridad, es por ello que es muy importante considerar los siguientes equipos de seguridad para cuidar la salud y seguridad de los trabajadores.

Tabla N°98.
Presupuesto de equipos de seguridad

Detalle	Cant.	U. Medida	Precio Unitario	Precio Total
Extintores Tipo "A" en polvo de 01 kg	5	und.	S/. 80.00	S/. 400.00
Cámara de seguridad	6	und.	S/. 100.00	S/. 600.00
Señaléticas	10	und.	S/. 10.00	S/. 100.00
Total				S/. 1,100.00

Fuente: Elaboración propia

6.2 Punto de Equilibrio

Para identificar el punto de equilibrio del presente proyecto (monto mínimo a producir para no tener pérdidas ni ganancias) es necesario identificar el precio de venta, por ende, a continuación, se presenta el cálculo de precio de venta.

Datos

- Costo de Venta: S/. 4.44 x Kg
- Margen deseado: 24%

$$\begin{aligned} & \textit{Fórmula: Precio de Venta} \\ & Pv = CV / (1 - \% \textit{ Margen deseado}) \\ & Pv = S/.4.44 / (1 - 0.24) \\ & Pv = S/.5.84 \times Kg \end{aligned}$$

Para hallar el punto de equilibrio se debe de identificar los costos fijos y los costos variables unitarios en la producción de pollos en pie. A continuación, se presenta los cuadros detallados.

Tabla N° 99.
Cálculo del Costo Fijo de Operación

<i>Calculo del Costo Fijo de Operación Total</i>	<i>Costo de Operación Fijo por Ciclo de Producción</i>	<i>Costo de Operación Fijo Anual</i>
Costo Fijo Variable		
Servicio de Luz	S/13,496.76	S/80,980.56
Servicio de Agua	S/3,283.24	S/19,699.44
Servicio de Internet	S/360.00	S/2,160.00
Pago de arbitrios	S/200.00	S/1,200.00
Emisión de Boletas y facturas	S/300.00	S/1,800.00
Mantenimiento de Instalaciones	S/550.00	S/3,300.00
Gasto Financiero		
Monto de la Cuota de Amortización de Financiamiento	S/171,420.72	S/703,725.12
Gasto Administrativo		
Sueldos	S/17,935.71	S/224,553.00
Gasto de Ventas		
Publicidad	S/850.00	S/5,100.00
Redes Sociales	S/50.00	S/300.00
Gastos de Distribución de la mercadería		
Combustible	S/746.90	S/5,975.20
Pagos de Peaje	S/56.00	S/448.00
Viáticos del chofer	S/30.00	S/240.00
Estibadores	S/250.00	S/2,000.00
Total	S/230,468.58	S/1,051,481.32

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N° 100.
Calculo del Costo Fijo Proyectado

Calculo del Costo Fijo de Operación Total	Costo Fijo de Operación por ciclo de producción	Costo Fijo de Operación Anual	Costo Fijo Variable del Año 0	Año 0	Costo Fijo Variable del ciclo de producción Año 1	Año 1	Costo Fijo Variable del Ciclo de Producción Año 2	Año 2	Costo Fijo Variable del Ciclo de Producción Año 3	Año 3	Costo Fijo Variable del Ciclo de Producción Año 4	Año 4	Costo Fijo Variable del Ciclo de Producción Año 5	Año 5
Costo Fijo Variable														
Servicio de Luz	S/13,496.76	S/80,980.56	S/450.00	S/5,400.00	S/13,496.76	S/80,980.56	S/20,245.14	S/121,470.84	S/30,367.71	S/182,206.26	S/45,551.57	S/273,309.39	S/68,327.35	S/409,964.09
Servicio de Agua	S/3,283.24	S/19,699.44	S/250.00	S/3,000.00	S/3,283.24	S/19,699.44	S/4,924.86	S/29,549.16	S/7,387.29	S/44,323.74	S/11,080.94	S/66,485.61	S/16,621.40	S/99,728.42
Servicio de Internet	S/360.00	S/2,160.00	S/360.00	S/4,320.00	S/360.00	S/2,160.00	S/360.00	S/2,160.00	S/360.00	S/2,160.00	S/360.00	S/2,160.00	S/360.00	S/2,160.00
Pago de arbitrios	S/200.00	S/1,200.00	S/200.00	S/2,400.00	S/200.00	S/1,200.00	S/200.00	S/1,200.00	S/200.00	S/1,200.00	S/200.00	S/1,200.00	S/200.00	S/1,200.00
Emisión de Boletas y facturas	S/300.00	S/1,800.00	S/300.00	S/3,600.00	S/300.00	S/1,800.00	S/600.00	S/3,600.00	S/1,200.00	S/7,200.00	S/2,400.00	S/14,400.00	S/4,800.00	S/28,800.00
Mantenimiento de Instalaciones	S/550.00	S/3,300.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/550.00	S/3,300.00	S/550.00	S/3,300.00	S/1,100.00	S/6,600.00	S/1,100.00	S/6,600.00
Gasto Financiero														
Monto de la Cuota de Amortización de Financiamiento	S/171,420.72	S/703,725.12	S/0.00	S/0.00	S/171,420.72	S/703,725.12	S/133,076.10	S/798,456.60	S/133,076.10	S/798,456.44	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Gasto Administrativo														
Sueldos	S/35,871.42	S/224,553.00	S/0.00	S/0.00	S/35,871.42	S/224,553.00	S/35,871.42	S/224,553.00	S/35,871.42	S/224,553.00	S/35,871.42	S/224,553.00	S/35,871.42	S/224,553.00
Gasto de Ventas														
Publicidad	S/850.00	S/5,100.00	S/0.00	S/0.00	S/850.00	S/5,100.00	S/1,030.00	S/6,180.00	S/1,246.00	S/7,476.00	S/1,505.20	S/9,031.20	S/1,816.24	S/10,897.44
Redes Sociales	S/50.00	S/300.00	S/0.00	S/0.00	S/50.00	S/300.00	S/50.00	S/300.00	S/50.00	S/300.00	S/50.00	S/300.00	S/50.00	S/300.00
Gastos de Distribución de la mercadería														
Combustible	S/746.90	S/5,975.20	S/0.00	S/0.00	S/746.90	S/5,975.20	S/1,493.80	S/11,950.40	S/2,987.60	S/23,900.80	S/5,975.20	S/47,801.60	S/11,950.40	S/95,603.20
Pagos de Peaje	S/56.00	S/448.00	S/0.00	S/0.00	S/56.00	S/448.00	S/56.00	S/448.00	S/56.00	S/448.00	S/56.00	S/448.00	S/56.00	S/448.00
Viáticos del chofer	S/30.00	S/240.00	S/0.00	S/0.00	S/30.00	S/240.00	S/30.00	S/240.00	S/30.00	S/240.00	S/30.00	S/240.00	S/30.00	S/240.00
Estibadores	S/250.00	S/2,000.00	S/0.00	S/0.00	S/250.00	S/2,000.00	S/250.00	S/2,000.00	S/250.00	S/2,000.00	S/250.00	S/2,000.00	S/250.00	S/2,000.00
Total			S/1,560.00		S/226,915.04	S/1,048,181.32	S/198,737.32	S/1,205,408.00	S/213,632.12	S/1,297,764.24	S/104,430.32	S/648,528.80	S/141,432.81	S/882,494.14

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla N° 101.

Calculo del Costo de MP, MD E INSUMOS Proyectado

<i>Criterio</i>	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>
Materiales Directos	S/100,680.00	S/151,020.00	S/226,530.00	S/339,795.00	S/509,692.50
Materia Prima	S/1,931,000.00	S/3,282,700.00	S/5,580,590.00	S/9,487,003.00	S/16,127,905.10
Insumos para el galpón	S/57,024.00	S/96,940.80	S/164,799.36	S/280,158.91	S/476,270.15
Total	S/2,088,704.00	S/3,530,660.80	S/5,971,919.36	S/10,106,956.91	S/17,113,867.75

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N° 102.

Punto de Equilibrio Bimensual en Kilogramos y Soles

<i>Criterio</i>	<i>Ciclo de Producción del Año 0</i>	<i>Ciclo de Producción del Año 1</i>	<i>Ciclo de Producción del Año 2</i>	<i>Ciclo de Producción del Año 3</i>	<i>Ciclo de Producción del Año 4</i>	<i>Ciclo de Producción del Año 5</i>
Costo Fijo Total Bimensual	S/1,560	S/226,915.04	S/198,737.32	S/213,632.12	S/104,430.32	S/141,432.81
Margen Deseado	0%	24%	26%	28%	29%	29%
Precio Venta Unitario	S/0.00	S/5.84	S/4.09	S/4.15	S/4.85	S/6.07
Costo Variable Unitario	S/0.00	S/4.44	S/3.03	S/2.99	S/3.44	S/4.31
Pto Eq. Bimensual en Kg	0	162,082.17	187,488.04	184,165.62	74,064.06	80,359.55
Pto Eq. Bimensual en Soles	S/0.00	S/946,559.88	S/766,826.07	S/764,287.33	S/359,210.68	S/487,782.48

Fuente: Elaboración Propia

Considerando las ventas y costos por cada 6 semanas (tiempo de crecimiento mínimo del pollo para alcanzar el peso óptimo para la venta de 2.20 kg). La mínima cantidad que se debe producir de pollos en pie para alcanzar el punto de equilibrio por ciclo de producción en el año 1 es de 162,082.17 kilogramos de pollo en pie aproximadamente. Se observa que se llega al punto de equilibrio a partir del segundo bimestre de operaciones, debido a que en el segundo bimestre o ciclo de producción se ha producido 258,720.00 kilogramos de pollo en pie y el punto de equilibrio que se requiere para empezar a tener ganancias es una producción mayor de 162,082.17 kilogramos.

Tabla N° 103.
Punto de Equilibrio Anual en Kilogramos

Criterio	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Fijo Total Anual	S/1,560	S/1,048,181.32	S/1,205,408.00	S/1,297,764.24	S/648,528.80	S/882,494.14
Margen Deseado	0%	24%	26%	28%	29%	29%
Precio Venta Unitario	S/0.00	S/5.84	S/4.09	S/4.15	S/4.85	S/6.07
Costo Variable Unitario	S/0.00	S/4.44	S/3.03	S/2.99	S/3.44	S/4.31
Pto Eq. Anual	0	748,700.94	1,137,177.36	1,118,762.28	459,949.50	501,417.13
Pto Eq. Anual en Soles	S/0.00	S/4,372,413.51	S/4,651,055.40	S/4,642,863.44	S/2,230,755.09	S/3,043,601.95

Fuente: Elaboración Propia

La mínima cantidad que se debe producir de pollos en pie para alcanzar el punto de equilibrio anual, para el año 1 es de 748,700.94 kilogramos de pollo en pie aproximadamente.

Se observa que se supera el punto de equilibrio a partir del año 1 de operaciones, debido a que en el final del año 1 se produce 1,034,880 kilogramos de pollo en pie y el punto de equilibrio que se requiere para empezar a tener ganancias es una producción mayor de 748,700.94 kilogramos.

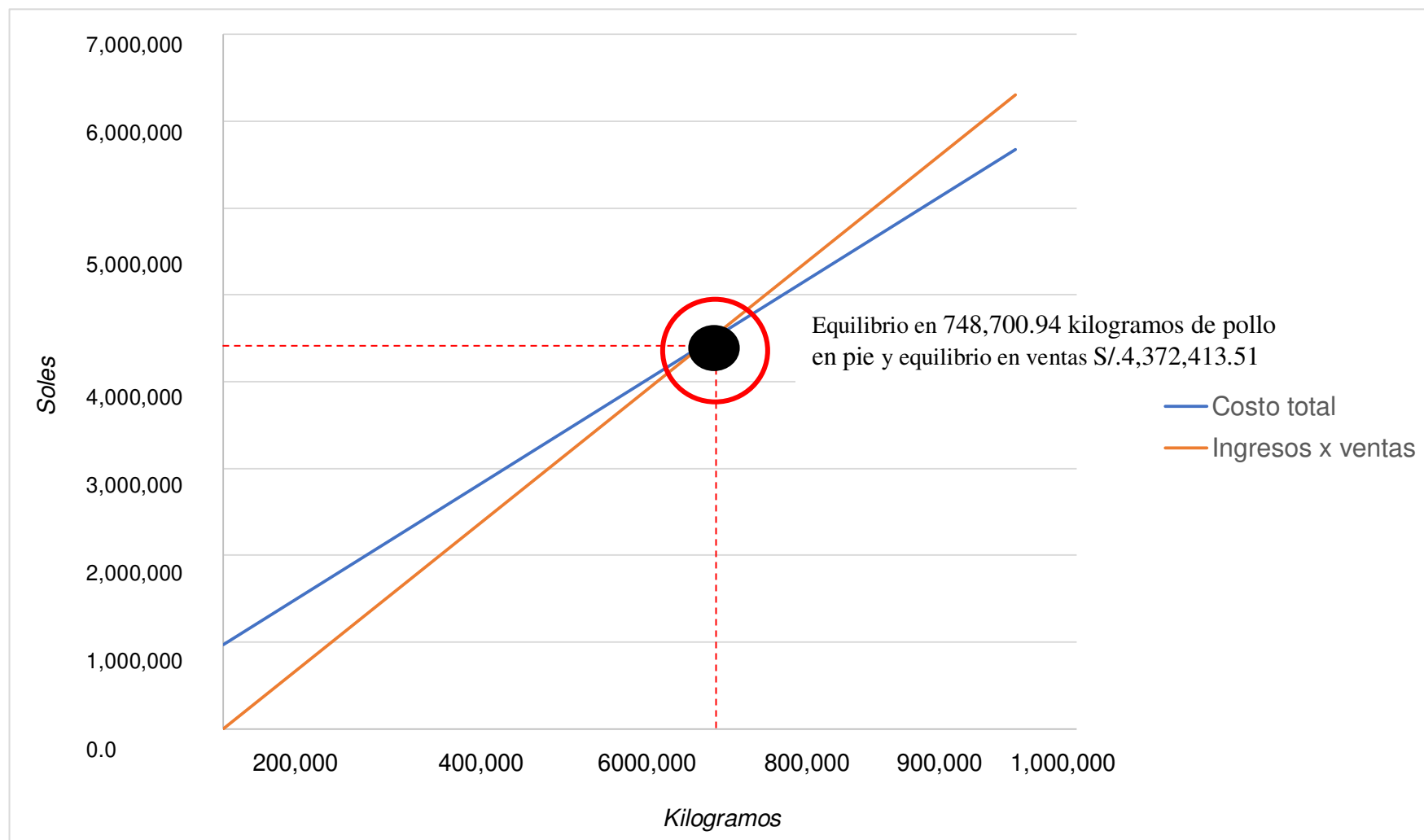


Figura N°59. Punto de equilibrio del Año 1 "GRUPO CRISTINA S.A.C".
 Fuente: Elaboración Propia

6.3 Estado de Ganancias y Perdidas

Tabla N° 104.

Estado de ganancias y pérdidas de GRUPO CRISTINA S.A.C

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total de Ingresos	S/. 5,816,025.60	S/. 14,484,690.30	S/. 25,109,496.60	S/. 37,447,537.60	S/. 51,756,914.24
Producción en Kilogramos	1,034,880.00	2,563,662.00	4,397,460.00	6,456,472.00	8,742,722.00
Precio	S/. 5.84	S/. 4.09	S/. 4.15	S/. 4.85	S/. 6.07
Total de Egresos	S/. 2,232,106.20	S/. 3,817,465.20	S/. 6,402,125.96	S/. 10,680,565.71	S/. 17,830,878.75
Costos Variables	S/. 2,088,704.00	S/. 3,530,660.80	S/. 5,971,919.36	S/. 10,106,956.91	S/. 17,113,867.75
Depreciación de Tangibles	S/. 143,402.20	S/. 286,804.40	S/. 430,206.60	S/. 573,608.80	S/. 717,011.00
Utilidad Bruta	S/. 3,583,919.40	S/. 10,667,225.10	S/. 18,707,370.64	S/. 26,766,971.89	S/. 33,926,035.49
Gastos Administrativos	S/. 224,553.00	S/. 224,553.00	S/. 224,553.00	S/. 224,553.00	S/. 224,553.00
Gastos Fijos de Producción	S/1,048,181.32	S/1,205,408.00	S/1,297,764.24	S/648,528.80	S/882,494.14
Gastos de Venta	S/5,400.00	S/. 6,480.00	S/. 7,776.00	S/. 9,331.20	S/. 11,197.44
Gastos de Distribución	S/. 8,663.20	S/. 14,638.40	S/. 26,588.80	S/. 50,489.60	S/. 98,291.20
Utilidad operativa	S/. 2,297,121.88	S/. 9,216,145.70	S/. 17,150,688.60	S/. 25,834,069.29	S/. 32,709,499.71
Gastos financieros	S/. 703,725.12	S/. 798,456.60	S/. 798,456.44	S/. 0.00	S/. 0.00
Utilidad antes de impuestos	S/. 1,593,396.76	S/. 8,417,689.10	S/. 16,352,232.16	S/. 25,834,069.29	S/. 32,709,499.71
Impuesto a la renta	S/. 457,913.29	2,483,218.28	4,823,908.49	7,621,050.44	9,649,302.41
Utilidad Neta	S/. 1,135,483.47	S/. 5,934,470.82	S/. 11,528,323.67	S/. 18,213,018.85	S/. 23,060,197.30

Fuente: Elaboración Propia

El estado de ganancias y pérdidas o comúnmente llamado Estado de Resultados, se puede visualizar la utilidad neta positiva o negativa de una organización, para este caso la empresa “GRUPO CRISTINA S.A.C” tiene una utilidad neta positiva, en el primer periodo es de S/. S/. 1,135,483.47 y para el quinto periodo se cierra con S/. 23,060,197.30.

6.4 Presupuesto de Ingresos

6.4.1 Ingresos por giro de negocio

Los ingresos anuales por la venta de los pollos en pie de la empresa GRUPO CRISTINA S.A.C se detallan a continuación, cabe mencionar que se tiene un incremento anual positivo.

Tabla N° 105.
Ingresos por giro de negocio

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producción en Kilogramos	1,034,880.00	2,563,662.00	4,397,460.00	6,456,472.00	8,742,722.00
Precio	S/. 5.84	S/. 4.09	S/. 4.15	S/. 4.85	S/. 6.07
Total de Ingresos	S/. 5,816,025.60	S/. 14,484,690.30	S/. 25,109,496.60	S/. 37,447,537.60	S/. 51,756,914.24

Fuente: Elaboración Propia

6.4.2 Ingresos por recuperación de capital de trabajo

En el flujo de caja donde se evalúa la liquidez se considera que la inversión realizada en el capital de trabajo se recupera íntegramente.

Tabla N° 106.
Ingresos por recuperación de Capital de Trabajo

Período	1	2	3	4	5
Recuperación de capital de trabajo					S/. 2,424,068
Total					S/. 2,424,068

Fuente: Elaboración propia

6.5 Presupuesto de Egresos

Corresponde a todas las salidas de dinero que incurrirá la empresa para la producción y comercialización de pollos en pie de GRUPO CRISTINA S.A.C

6.5.1 Costos fijos de Producción

Los otros costos fijos de producción que incurrirá la empresa GRUPO CRISTINA S.A.C corresponden a los implementos de limpieza y desinfección necesarios para cumplir con el programa de bioseguridad y control de plagas, vestuarios para operarios y el mantenimiento de los galpones y equipos.

*Tabla N° 107.
Otros Costos Fijos de Producción*

Período	1	2	3	4	5
Implementos de limpieza y desinfección	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500
Vestuarios para operarios	S/.850	S/.850	S/.850	S/.850	S/.850
Mantenimiento de galpones y equipos	S/.600	S/.600	S/.600	S/.600	S/.600
Total	S/. 2,950	S/. 2,950	S/. 2,950	S/. 2,950	S/. 2,950

Fuente: Elaboración propia

6.5.2 Gastos Administrativos

Los gastos administrativos para el presente proyecto corresponden a los sueldos de los colaboradores.

Tabla N° 108.

Gastos Administrativos

Sueldo	Total Mensual	Total Anual
Sueldos	17,935.71	S/. 224,553.00

Fuente: Elaboración propia

6.5.3 Gastos de Ventas

Los gastos de venta son aquellos que incurrirán la empresa para promocionar el consumo de pollo producido en la región.

Tabla N° 109.

Gastos de Ventas

Período	1	2	3	4	5
Publicidad (radio)	S/5,100.00	S/6,180.00	S/7,476.00	S/9,031.20	S/10,897.44
Redes Sociales	S/300.00	S/300.00	S/300.00	S/300.00	S/300.00
Total	S/5,400.00	S/6,480.00	S/7,776.00	S/9,331.20	S/11,197.44

Fuente: Elaboración propia

6.5.4 Gastos de Distribución

Son los gastos que incurre la empresa para la repartición de pollos en pie a sus clientes.

Tabla N° 110.
Gastos de Distribución

Período	1	2	3	4	5
Combustible	S/5,975.20	S/11,950.40	S/23,900.80	S/47,801.60	S/95,603.20
Peajes	S/448.00	S/448.00	S/448.00	S/448.00	S/448.00
Viáticos del chofer	S/240.00	S/240.00	S/240.00	S/240.00	S/240.00
Pago de estibadores	S/2,000.00	S/2,000.00	S/2,000.00	S/2,000.00	S/2,000.00
Total	S/8,663.20	S/14,638.40	S/26,588.80	S/50,489.60	S/98,291.20

Fuente: Elaboración Propia.

6.5.5 Gastos financieros

Corresponde a los intereses u otros gastos financieros que se incurren cuando se pide préstamos bancarios, estos son los gastos que debe de incurrir la organización, para este caso será hasta el tercer periodo, ya que el préstamo bancario aprobado es por 36 meses.

Tabla N° 111.
Gastos financieros

Período	1	2	3	4	5
Intereses y otros gastos financieros	S/. 703,725.12	S/. 798,456.60	S/. 798,456.44	S/. 0.00	S/. 0.00
Total	S/. 703,725.12	S/. 798,456.60	S/. 798,456.60	S/. 0.00	S/. 0.00

Fuente: Elaboración propia.

6.6 Flujo de caja proyectado

6.6.1 Flujo de caja económico

Tabla N°112.

Flujo económico proyectado de GRUPO CRISTINA S.A.C

<i>Detalle</i>	<i>0</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
Ingresos						
Kilogramos		1,034,880.00	2,563,662.00	4,397,460.00	6,456,472.00	8,742,722.00
Precio		S/5.84	S/4.09	S/4.15	S/4.85	S/6.07
Total Ingresos	S/0.00	S/6,043,699.20	S/10,485,377.58	S/18,249,459.00	S/31,313,889.20	S/53,068,322.54
Egresos						
Materia Prima	S/0.00	S/1,931,000.00	S/3,282,700.00	S/5,580,590.00	S/9,487,003.00	S/16,127,905.10
Insumos para galpones		S/57,024.00	S/96,940.80	S/164,799.36	S/280,158.91	S/476,270.15
Mano de obra	S/0.00	S/224,553.00	S/224,553.00	S/224,553.00	S/224,553.00	S/224,553.00
Depreciación de Tangibles		S/143,402.20	S/286,804.40	S/430,206.60	S/573,608.80	S/717,011.00
Costos directos de Producción		S/100,680.00	S/151,020.00	S/226,530.00	S/339,795.00	S/509,692.50
Costos fijos de Producción	S/0.00	S/1,048,181.32	S/1,205,408.00	S/1,297,764.24	S/648,528.80	S/882,494.14
Gastos de ventas	S/0.00	S/5,400.00	S/6,480.00	S/7,776.00	S/9,331.20	S/11,197.44
Otros Gastos administrativos (Se incrementa en 5%)	S/0.00	S/4,560.00	S/4,788.00	S/5,027.40	S/5,278.77	S/5,542.71
Gastos de Distribución	S/0.00	S/8,663.20	S/14,638.40	S/26,588.80	S/50,489.60	S/98,291.20
Gastos Financieros		S/703,725.12	S/798,456.60	S/798,456.44	S/0.00	S/0.00
Impuestos	S/0.00	S/457,913.29	S/2,483,218.28	S/4,823,908.49	S/7,621,050.44	S/9,649,302.41
Total Egresos	S/0.00	S/4,685,102.13	S/8,555,007.48	S/13,586,200.33	S/19,239,797.52	S/28,702,259.65
Capital						
Inversión activo fijo e intangible	S/764,493.40	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Valor Residual		S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Capital de trabajo	S/2,424,068.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Recuperación de capital de trabajo	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/2,424,068.00
Flujo de capital	S/3,188,561.40	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/2,424,068.00
Flujo de caja económico	-S/3,188,561.40	S/1,358,597.07	S/1,930,370.10	S/4,663,258.67	S/12,074,091.68	S/26,790,130.89

Fuente: Elaboración Propia

6.6.2. Flujo de caja financiero

Tabla N° 113.

Flujo financiero proyectado de GRUPO CRISTINA S.A.C

Detalle	0	1	2	3	4	5
Ingreso						
Kilogramos		1,034,880.00	2,563,662.00	4,397,460.00	6,456,472.00	8,742,722.00
Precio (Incremento 0.5% a todos los años)		S/5.84	S/4.09	S/4.15	S/4.85	S/6.07
Total Ingresos		S/6,043,699.20	S/10,485,377.58	S/18,249,459.00	S/31,313,889.20	S/53,068,322.54
Egresos						
Materia Prima	S/. 0.00	S/1,931,000.00	S/3,282,700.00	S/5,580,590.00	S/9,487,003.00	S/16,127,905.10
Insumos para galpones		S/57,024.00	S/96,940.80	S/164,799.36	S/280,158.91	S/476,270.15
Mano de obra	S/. 0.00	S/224,553.00	S/224,553.00	S/224,553.00	S/224,553.00	S/224,553.00
Depreciación de Tangibles		S/143,402.20	S/286,804.40	S/430,206.60	S/573,608.80	S/717,011.00
Costos directos de Producción		S/100,680.00	S/151,020.00	S/226,530.00	S/339,795.00	S/509,692.50
Costos fijos de Producción	S/. 0.00	S/1,048,181.32	S/1,205,408.00	S/1,297,764.24	S/648,528.80	S/882,494.14
Gastos de ventas	S/. 0.00	S/5,400.00	S/6,480.00	S/7,776.00	S/9,331.20	S/11,197.44
Otros Gastos administrativos (Se incrementa en 5%)	S/. 0.00	S/4,560.00	S/4,788.00	S/5,027.40	S/5,278.77	S/5,542.71
Gastos de Distribución	S/. 0.00	S/8,663.20	S/14,638.40	S/26,588.80	S/50,489.60	S/98,291.20
Gastos Financieros		S/703,725.12	S/798,456.60	S/798,456.44	S/0.00	S/0.00
Impuestos	S/. 0.00	S/457,913.29	S/2,483,218.28	S/4,823,908.49	S/7,621,050.44	S/9,649,302.41
Total Egresos	S/0.00	S/4,685,102.13	S/8,555,007.48	S/13,586,200.33	S/19,239,797.52	S/28,702,259.65
Capital						
Inversión activo fijo e intangible	S/764,493.40	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Valor Residual		S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Capital de trabajo	S/2,424,068.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Recuperación de capital de trabajo	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/2,424,068.00
Flujo de capital	S/3,188,561.40	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/2,424,068.00
Servicio de la deuda						
Préstamo	S/1,939,254.40	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Amortización		S/516,054.65	S/676,909.07	S/746,290.68	S/0.00	S/0.00
Gastos financieros		S/187,670.47	S/121,547.53	S/52,165.76	S/0.00	S/0.00
Flujo de caja financiero	-S/1,249,307.00	S/654,871.95	S/1,131,913.50	S/3,864,802.23	S/12,074,091.68	S/26,790,130.89

Fuente: Elaboración Propia.

Según la Tabla N°112. El flujo de caja económico se visualiza en el año 0 un monto negativo, pero es debido a que representa a la inversión y no a un déficit económico. Cabe mencionar que el flujo económico nos permitirá conocer la viabilidad y rentabilidad del negocio.

6.7 Balance General

El balance general es el estado financiero que le permite a la organización revisar su situación financiera, verificar contablemente los activos propios de la organización, así mismo las deudas y pasivos que maneja.

*Tabla N°114.
Balance general de GRUPO CRISTINA S.A.C*

Activo		Pasivo	
Caja y bancos	S/153,324.00	Préstamo bancario	S/1,939,254.40
Inventarios	S/2,150,744.00	Total Pasivo	S/1,939,254.40
Inmuebles	S/120,000.00	Patrimonio	
Maquinaria y equipo tangible	S/762,568.40	Capital	S/. 484,813.60
Activos intangibles	S/1,925.00	Total Patrimonio	S/1,249,307
Total Activo	S/3,188,561.40	Total Pasivo y Patrimonio	S/3,188,561.40

Fuente: Elaboración Propia.

CAPITULO VII: EVALUACIÓN

7.1 Evaluación Económica, Parámetros de Medición

Determinación del WACC

Datos:

D: Deuda financiera = S/. 1,939,254.40

E: Capital aportado por los accionistas = S/. 1,249,307

Kd: Coste de la deuda financiera, es el coste que tiene la empresa para desarrollar un proyecto de inversión a través de su financiación en forma de créditos o préstamos = 10.10%

T: El impuesto pagado sobre las ganancias = 29.5%

Ke (COK): Rentabilidad exigida por los accionistas (También llamada coste de las acciones) es la rentabilidad que esperan obtener los accionistas para sentirse suficientemente remunerados, la rentabilidad exigida a las acciones dependerá de la suma de la tasa de interés financiero de la deuda y el costo de oportunidad de invertir en este proyecto) = 10.10%+ 4.60% = 14.70%

Formula Ke:

Ke = Interés de la deuda financiera + Costo de Oportunidad (Invertir el dinero en un depósito a plazo fijo)

Donde:

Interés de la deuda financiera: 10.10%

Costo de Oportunidad: Nuestro costo de oportunidad en caso de no realizar la inversión en el proyecto, sería 4.60%, esto debido a que se podría invertir el dinero en un banco a través de un depósito a plazo fijo de 360 días, comparando las tasas de interés bancarias y revisando su clasificación de riesgo, indicadores y la trayectoria de sus servicios, se ha escogido al banco Interbank porque presenta los indicadores de solvencia y rentabilidad más altos del sistema bancario, con 16.07% y 21.86% respectivamente.













Producto	Tasa de Interés (TEA / TREA) ↕	Ganancia Total ↕	Plazo (en días) ↕	Monto Mínimo de Apertura ↕	Más Info
 Depósito a Plazo	4.75%	S/ 38,000.00	360 a 539	S/ 30,000.00	ver  SOLICITAR >
 Depósitos a Plazo Fijo Campaña	6.25%	S/ 50,000.00	360 a 360	S/ 1,000.00	ver 
 Campaña Especial Inversión	5.25%	S/ 42,000.00	360 a 360	S/ 10,000.00	ver 
 Depósitos a Plazos Campaña	4.60%	S/ 36,800.00	360 a 360	S/ 500,001.00	ver 
 Plazo Fácil	4.50%	S/ 36,000.00	360 a 539	S/ 500.00	ver 
 Ahorro a Plazo Preferencial	4.25%	S/ 34,000.00	360 a 360	S/ 30,000.00	ver 

Figura N°60. Comparación de tasas de interés entre bancos
Fuente: Comparabien.com

Tabla N°115.

Indicadores Financieros por empresa Bancaria al 31 de Marzo de 2018 (En porcentaje)

	B. Continental	B. De Comercio	B. De Crédito del Perú (con sucursales en el exterior)	B. Financiero	B. Interamericano de Finanzas	Scotiabank Perú	Citibank	Interbank (con sucursales en el exterior)
SOLVENCIA								
Ratio de Capital Global (al 31/12/2017)	14.20	12.13	15.05	13.13	13.28	15.47	26.02	16.07
Pasivo Total / Capital Social y Reservas (N° de veces)	10.92	5.85	8.78	10.17	15.53	7.14	3.69	9.52
CALIDAD DE ACTIVOS								
Créditos Atrasados (criterio SBS)* / Créditos Directos	2.83	3.44	2.86	3.76	3.16	3.26	-	2.74
Créditos Atrasados con más de 90 días de atraso / Créditos Directos	2.59	3.22	2.32	3.11	2.97	2.83	-	2.57
Créditos Refinanciados y Reestructurados / Créditos Directos	2.17	0.59	0.91	3.26	1.84	1.06	1.26	0.94
Créditos Atrasados MN (criterio SBS)* / Créditos Directos MN	2.63	2.88	3.71	3.29	2.51	3.47	-	2.71
Créditos Atrasados ME (criterio SBS)* / Créditos Directos ME	3.20	8.02	1.50	5.23	4.42	2.88	-	2.82
Provisiones / Créditos Atrasados	165.57	149.76	143.67	125.37	150.64	134.42	-	182.91
EFICIENCIA Y GESTIÓN								
Gastos de Administración Anualizados / Activo Productivo Promedio	2.15	4.04	2.79	4.23	2.21	2.45	2.63	3.37
Gastos de Operación / Margen Financiero Total	39.28	50.44	36.63	56.60	47.14	36.33	39.07	37.13
Ingresos Financieros / Ingresos Totales	81.99	95.51	79.27	89.23	82.93	83.86	59.22	81.29
Ingresos Financieros Anualizados / Activo Productivo Promedio	7.17	12.40	7.92	11.26	6.94	7.85	4.99	9.69
Créditos Directos / Personal (S/ Miles)	8,795	2,007	3,875	3,828	6,984	7,388	4,867	4,222
Depósitos / Número de Oficinas (S/ Miles)	150,950	80,325	184,688	81,998	124,046	159,165	3,597,158	105,276
RENTABILIDAD								
Utilidad Neta Anualizada / Patrimonio Promedio	19.29	12.94	21.64	4.04	9.88	15.61	13.28	21.86
Utilidad Neta Anualizada / Activo Promedio	1.86	1.77	2.49	0.35	0.71	2.11	2.84	2.31
LIQUIDEZ								
Ratio de Liquidez MN (Promedio de saldos del mes)	36.00	41.62	43.85	22.65	25.59	25.14	87.84	29.95
Ratio de Liquidez ME (Promedio de saldos del mes)	37.34	65.66	39.44	32.54	52.65	34.16	103.33	71.70
Caja y Bancos MN / Obligaciones a la Vista MN (N° de veces)	0.21	1.26	0.17	0.88	0.37	0.12	-	0.24
Caja y Bancos en ME / Obligaciones a la Vista ME (N° de veces)	1.22	4.40	1.20	2.38	1.89	1.31	0.87	1.79

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros

Desarrollo:

$$K_e = 10.10\% + 4.6\%$$

$$K_e = 14.70\%$$

Formula WACC:

$$WACC = (K_d * D (1-T) + K_e * E) / (E+D)$$

Desarrollo:

$$WACC = (10.10\% * 1,939,254.40 (1-29.5\%) + 14.70\% * 1,249,307) / (1,249,307 + 1,939,254.40)$$

$$WACC = 10.10\%$$

De acuerdo a la operación se obtiene un WACC de 10.10%, esto significa que la empresa GRUPO CRISTINA S.A.C tiene que rendir no menos de 10.10%, es decir, que debe superar esa valla de rentabilidad para crear valor para los accionistas.

Determinación del VAN

Datos:

$Q_1, 2, 3, \dots =$ Flujos final de caja (Ingresos – Egresos)

$K =$ Tasa de descuento seleccionada

$A =$ desembolso inicial

Formula VAN:

$$VAN = -A + Q_1/(1+K)^1 + Q_2/(1+K)^2 + Q_3/(1+K)^3 + \dots + Q_n/(1+K)^n$$

Tabla N°116.
Evaluación económica

Tasa de actualización

14.70%

AÑO	INGRESOS	COSTOS	FLUJO DE CAJA ECONOMICO	TASA $(1+t)^{-n}$	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
0	S/0.00	S/3,188,561.40	-S/3,188,561.40	1.00	S/0.00	S/3,188,561.40
1	S/6,043,699.20	S/4,685,102.13	S/1,358,597.07	0.87	S/5,269,136.18	S/4,084,657.48
2	S/10,485,377.58	S/8,555,007.48	S/1,930,370.10	0.76	S/7,969,980.12	S/6,502,697.60
3	S/18,249,459.00	S/13,586,200.33	S/4,663,258.67	0.66	S/12,093,715.30	S/9,003,425.19
4	S/31,313,889.20	S/19,239,797.52	S/12,074,091.68	0.58	S/18,091,865.02	S/11,115,956.17
5	S/53,068,322.54	S/28,702,259.65	S/26,790,130.89	0.50	S/26,731,188.63	S/14,457,693.03
TOTAL	S/119,160,747.52	S/77,956,928.52	S/41,203,819.00		S/70,155,885.26	S/48,352,990.87

<i>COK</i>	14.70%
<i>VANE</i>	S/21,802,894.39
<i>TIRE</i>	102.89%
<i>B/C</i>	S/1.45

Fuente: Elaboración propia

El proyecto obtuvo una TIRE de 102.89% anual, lo que significa que anualmente, en promedio, rinde esa rentabilidad. Cuando los inversionistas de este proyecto, necesitaban como mínimo, que rinda 14.70% anual y encuentran que la rentabilidad es superior con 102.89%, se decide obviamente aceptar el proyecto. Además, como la relación costo-beneficio es mayor que 1, podemos afirmar que nuestra empresa seguirá siendo rentable en los próximos 5 años. A modo de interpretación de los resultados, podemos decir que por cada S/.1 que invertimos en la empresa, obtenemos 0.45 centavos de sol.

7.2 Evaluación Financiera, Parámetros de Medición

Tabla N° 117.
Evaluación Financiera

Tasa de actualización **10.10%**

AÑO	INGRESOS	COSTOS	FLUJO DE CAJA FINANCIERO	TASA $(1+t)^{-n}$	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
0	S/0.00	S/3,188,561.40	-S/1,249,307.00	1.00	S/0.00	S/3,188,561.40
1	S/6,043,699.20	S/4,685,102.13	S/654,871.95	0.91	S/5,489,281.74	S/4,255,315.29
2	S/10,485,377.58	S/8,555,007.48	S/1,131,913.50	0.82	S/8,649,867.13	S/7,057,416.62
3	S/18,249,459.00	S/13,586,200.33	S/3,864,802.23	0.75	S/13,673,762.66	S/10,179,725.26
4	S/31,313,889.20	S/19,239,797.52	S/12,074,091.68	0.68	S/21,310,210.26	S/13,093,363.39
5	S/53,068,322.54	S/28,702,259.65	S/26,790,130.89	0.62	S/32,801,882.24	S/17,741,057.12
TOTAL	S/119,160,747.52	S/77,956,928.52	S/43,266,503.24		S/81,925,004.03	S/55,515,439.08

WACC	10.10%
VANF	S/26,409,564.96
TIRF	151.57%
B/C	S/1.48

Fuente: Elaboración propia

El proyecto obtuvo una TIRF de 151.57% anual, lo que significa que anualmente, en promedio, rinde esa rentabilidad. Cuando los inversionistas de este proyecto, necesitaban como mínimo, que rinda 10.10% anual y encuentran que la rentabilidad es superior con 151.57% se decide aceptar el proyecto. Además, como la relación costo-beneficio es mayor que 1, podemos afirmar que nuestra empresa seguirá siendo rentable en los próximos 5 años. Sobre la relación Beneficio/Coste podemos decir que por cada S/.1 que invertimos en la empresa, obtenemos 0.48 centavos de sol.

7.3 Evaluación Social

La empresa GRUPO CRISTINA S.A.C. busca construir y mantener una excelente relación con sus grupos de interés, esto se logrará a través de la estrategia GANAR-GANAR. Para con sus socios, generando riquezas que superen la rentabilidad mínima exigida, para con sus trabajadores, ofreciendo empleos bien remunerados con los beneficios de acuerdo a ley y el pago puntual de sus haberes, para con sus proveedores, negociando acuerdos justos y cumpliendo con sus pagos en fecha, para con sus clientes, ofreciendo una excelente calidad del producto a un precio justo, de manera que las avícolas mayoristas (distribuidores) puedan reducir considerablemente sus costos de flete, merma, mortalidad y riesgos de transporte de la mercadería, de manera que se pueda concientizar a los compradores a adquirir pollos producidos en la región, para con la comunidad, contribuyendo con el crecimiento de la población a través de programas como acuerdos con Universidades e Institutos para el reclutamiento de talentos pre-profesionales, que realicen sus prácticas en las diversas áreas de la empresa y se buscara una alianza con la municipalidad para crear un centro de incubación de emprendimientos que brinde asesoría técnica y administrativa en los planes de negocio de sus pobladores.

La empresa se compromete a realizar campañas publicitarias, mediante radio y redes sociales, donde se muestren los beneficios económicos (reducción de costos en flete, merma, mortalidad y riesgos de transporte) y beneficios sociales (incremento del empleo para los pobladores de la región, programa de talentos para practicantes, apertura del centro de incubación de emprendimientos y apoyo a los pequeños agricultores, a través de la donación del 40% de la producción total de pollinaza para la

fertilización de sus campos agrícolas), todo esto, con el objetivo de incrementar el consumo de pollo producido en la región.

Además, la empresa contara con una cultura de inversión enfocada en la mejora de procesos e innovación tecnológica para producir más a un menor coste, sin tener que sacrificar la calidad para ello.

7.4 Impacto Ambiental

La empresa GRUPO CRISTINA S.A.C es consciente que sus operaciones generaran un impacto ambiental, alguno de estos son; residuos de pollinaza, aves muertas, desechos orgánicos e inorgánicos de las aves, emisiones gaseosas, sólidas y líquidas, consumo de energía, emisión de ruidos y olores, utilización de productos biológicos y domosanitarios, desechos de transporte y la propia actividad humana; por ello, la empresa alineara sus planes de producción con los programas de bioseguridad e inocuidad del pollo en pie.

La empresa tiene como parte de sus políticas institucionales, la adecuada gestión de sus residuos avícolas y la preservación del medio ambiente, el objetivo principal es la implementación del Programa de manejo de residuos en la granja y el Programa de limpieza y desinfección de los galpones para la crianza de pollos en pie; todo ello contribuirá con un alto valor, ya que aseguran que los pollos sanos que se reciben en la granja, mantengan el mejor performance de crianza, con los mejores parámetros y técnicas de crianza que permitan generar un excelente producto de calidad. Por otro

lado, el seguimiento y control de las medidas de bioseguridad, otorgaran beneficios de forma continua, que aseguraran la calidad del producto.

A través del Programa de manejo de residuos avícolas se buscará gestionar adecuadamente los residuos como, el guano (pollinaza) y la cama, que se utilizara de forma directa (sin procesar), vendiéndose el 60% y donando el 40% a los pequeños agricultores de la región, en el caso de las aves muertas, si la mortalidad fue por razones zoonóticas, se enterrarán en forma apropiada y en caso la mortalidad fuera por causas naturales, se procesarán de forma amigable con el medio ambiente para venderlo como alimento para cerdos. Es importante tratar adecuadamente los residuos, ya que, si no lo hacemos, en algún momento no se podrá continuar produciendo, pues la presión de la comunidad a las autoridades, podrían obligar al cierre de las operaciones en la granja.

CAPITULO VIII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1 Conclusiones

De lo que se ha podido investigar, se concluye que la instalación de una granja para la producción y comercialización de pollos en pie en la región de Junín es rentable y viable, debido a las siguientes razones:

1.De la Organización y Aspectos Legales

1.1 Que el marco legal del Régimen MYPE, otorga ventajas tributarias ya que permiten pagar los tributos de acuerdo a la utilidad y no a un monto fijo como otros regímenes, este régimen beneficia a la empresa porque los primeros 15UIT (S/. 62,250) de la utilidad se aplica una tasa del 10% y el monto restante de la utilidad se le aplica una tasa de 29.5%, lo que equivale a S/. 457,913.29 a diferencia del Régimen General de Renta que aplica el 29.5% a toda la utilidad, lo que equivale a S/. 470,052.04. Lo que significa que se puede ahorrar en impuesto a la renta S/. 12,138.75 durante el primer año de operaciones, lo que ayuda a rentabilizar más el negocio.

1.2 Que al ser clasificada como pequeña empresa se obtienen ventajas financieras en el sistema bancario donde la obtención de un crédito PYME para el proyecto es menos onerosa por que la tasa que cobra es de 10.10% frente al 12.20% habitualmente.

1.3 Que al haberse escogido a la Sociedad Anónima Cerrada, (SAC), permite a los 3 socios de la empresa GRUPO CRISTINA S.A.C responder a sus acreedores sin

afectar el patrimonio personal de los socios, participar en forma activa y directa en la administración, gestión y representación, lo cual la hace una figura más dinámica y la más recomendable para una empresa familiar.

1.4 Que la ubicación de la granja en “Chanchamayo” hace factible una ventaja comercial, legal y estratégica por la cercanía a su mercado meta, el cumplimiento de los requisitos exigidos por SENASA, el bajo costo del terreno respecto a otros lugares, la disponibilidad de la energía y agua a un bajo costo y su clima tropical, óptimo para la crianza de pollos Cobb500.

1.5 Que la estructura orgánica se ajusta a las necesidades reales de la empresa, con el diseño de las responsabilidades claras en cada función, garantizando que la empresa cuente con colaboradores que cumplen el perfil del puesto, permitiendo establecer sinergias y un adecuado flujo de información que hacen que la implementación de estrategias operativas y comerciales sean efectuadas a un menor coste, ya que la planilla tiene un impacto en los ingresos del negocio en un 4.27%.

2. Del Estudio de Mercado

2.1 Que se ha podido determinar que, en el aspecto cuantitativo de la oferta de pollos, el 17% proviene del único productor local en Junín “Hermanos Orihuela”, debido a que la oferta de producción de la región no alcanza a cubrir la demanda total, por ello, el 83% de la oferta proviene de “Otros productores” (Lima, Trujillo, Cañete, etc.)

2.2 Que se ha podido determinar que en el aspecto cuantitativo de la demanda de pollos en pie hay mucha insatisfacción, donde la demanda potencial de los pollos producidos en Junín versus la “demanda insatisfecha” (pseudo demanda insatisfecha porque el mercado no puede estar desabastecido, busca cubrir su demanda por Otros Productores) en el año 2019 es de 36,510,844 unidades de pollo en pie.

2.3 Que en el primer año de las operaciones, la capacidad productiva de la empresa GRUPO CRISTINA S.A.C estaría cubriendo el 1% de la oferta en el sector avícola de Junín y se tendría como objetivo cubrir el 7% de la oferta total al quinto año de operaciones.

2.4 Que una de las grandes ventajas comparativas que se tiene frente a la empresa “Hermanos Orihuela” es que el pollo que se pretende producir (raza Cobb500), posee la más alta conversión alimenticia, la mejor tasa de crecimiento y viabilidad en una alimentación de baja densidad y menor costo; esto le permite a la empresa un costo de producción más bajo por kilogramo de peso vivo, llegando a obtener un costo de producción de S/4.44 por cada pollo de 6 semanas de vida durante el primer año de operaciones.

2.5 Que una de las grandes ventajas competitivas es la diferenciación del producto, el pollo en pie que se pretende ofrecer es de buena calidad, excelente sabor, cuenta con la pigmentación de piel preferida por los clientes (piel amarilla) y el peso más solicitado por los compradores (2.20 kg), lo que explica obtener una participación de mercado en un sector competitivo.

2.6 Que las proyecciones de la demanda de pollo en pie en Junín para el año 2023, crece a una tasa del 42% lo que significa que las ventas de la empresa GRUPO CRISTINA S.A.C crecerán en proporción de 1.5% año tras año.

3. Del Estudio Técnico

3.1 Un aspecto a considerar sensible para lograr ventajas en el sector avícola, es que la capacidad productiva de las instalaciones de la granja puedan incrementarse en 800% debido a que, al comprarse el terreno de 3 hectáreas, se consideraron aspectos como el incremento del número de galpones y la producción de pollos en pie hasta el quinto año del proyecto, esto con el objetivo de aprovechar una economía de escala debido a que la contratación de materiales, insumos y mano de obra permiten afrontar con éxito la demanda insatisfecha.

3.2 Uno de los factores determinantes para optimizar las operaciones de la empresa, es que se utiliza la tecnología adecuada para lograr un ambiente controlado y evitar la mortandad animal, a través de controladores automáticos de ambiente, bebederos, aspersores, luces y sistemas de ventilación para que todo funcione conforme a lo que los pollos necesitan, por otra parte, los bebederos cuentan con tecnología para colocar las dosis de medicamentos, conforme a lo requerido, esto facilita enormemente el trabajo del personal encargado de la crianza de las aves y permite reducir tiempos en los procesos en un 10%.

3.3 La localización del negocio permite acercarnos al mercado meta de clientes de modo que la empresa puede reducir sus costos de distribución.

4. Del estudio de la inversión y financiamiento

4.1 En el proyecto se ha considerado que el capital físico incide positivamente en un 23.92% en el aumento de los costos, debido a que es una inversión tangible con características modernas, y de última generación, que ayudan a mantener las condiciones óptimas para la crianza de pollos en pie.

4.2 La inversión intangible que va realizar la empresa constituye uno de los mayores activos, con un impacto del 0.06% en la inversión total, esto permite a la empresa cumplir con la reglamentación exigida por SENASA, Defensa civil, Indecopi y SUNAT para poder empezar sus operaciones.

4.3 En las fuentes de financiamiento, se ha considerado que el financiamiento propio representa el 39.2% y el 60.8% que proviene de un préstamo financiero a una tasa de 10.10% con un periodo de gracia de dos meses antes de pagar la primera cuota, la obtención de condiciones blandas de crédito representa una ventaja, porque la fecha de pago de la primera cuota calzara con las fechas de desalojo y ventas de pollos en pie.

4.4 En cuanto al capital de trabajo el plan de negocio considera que dada la rotación de ventas permite recuperarlo en 36 meses.

4.5 En las fuentes de financiamiento todas ellas han solicitado los requisitos(s) de Copia del DNI del representante legal, escritura pública de constitución de la empresa, certificado de vigencia de poderes, copia de la ficha RUC, acreditar domicilio estable, buena experiencia crediticia en el sistema financiero, tres últimos pagos de IGV / Renta a SUNAT y situación de Estados Financieros (antigüedad no mayor a 3 meses).

5. Del estudio de costos, ingresos y egresos

5.1 En el balance general se ha determinado que una de las estrategias de inversión fue la adquisición de la compra de activos tangibles por un monto de S/. 762,568.40 que equivale al 23.90% del monto total de lo invertido en bienes de capital.

5.2 Se ha podido apreciar que uno de los factores de éxito que explica la rentabilidad del negocio es la combinación de la estrategia de endeudamiento de largo plazo (3 años), con activos de corto plazo lo que le da liquidez suficiente para las operaciones corrientes de la empresa en una proporción de endeudamiento del 60.8% de la inversión total.

6. De la evaluación económica /financiera

6.1 En la evaluación económica se ha podido determinar que el negocio es rentable porque el TIRE es de 102.89%, el VANE es de S/21,802,894.39 y el B/C es de S/1.45, con una tasa de descuento del 14.70%.

6.2 Por el lado financiero se ha determinado que, al haber utilizado una estructura de financiamiento externo, el TIRF es de 151.57% el VANF es de S/26,409,564.96 y el B/C es de S/1.48, con la tasa de descuento del 10.10%.

6.3 Cabe señalar, que la tasa de descuento COK se ha calculado por medio de la suma de la tasa de interés del préstamo y el costo de oportunidad, en caso de no realizar la inversión en el proyecto, e invertir en un depósito a plazo fijo en el banco interbank, que ofrece una tasa de 4.60%, así se obtendría una tasa de descuento COK del 14.70%

7. De la evaluación social / ambiental

7.1 En la evaluación social, la empresa GRUPO CRISTINA S.A.C genera un impacto positivo, debido a que aplicara la estrategia de Ganar-Ganar con sus partes interesadas, de esta manera, el impacto positivo genera fuentes de trabajo sobre todo a los considerados progresistas (mayoristas) y a los adaptados (colaboradores y proveedores), cuyos ingresos servirán para cubrir sus gastos de

alimentación, vestido, vivienda y educación. Así también esto permitirá el desarrollo de nuevos mercados, lo que incrementa la PEA de Junín, puesto que la demanda de pollo se ha ido incrementando en la última década y se proyecta que esta cifra continuará en aumento.

7.2 En la evaluación ambiental, se concluye que el proyecto genera un alto impacto ambiental por sus residuos avícolas y consumo de energía, para ello, la empresa implementara un Plan de manejo de residuos avícolas eficiente que asegurara el correcto tratamiento y manejo eficiente del consumo de agua y energía eléctrica, para el logro de este objetivo, la empresa seguirá invirtiendo en equipos de automatización avícola y tecnología que promuevan el uso sostenible de los recursos.

8.2 Recomendaciones

1. De la Organización y Aspectos Legales

1.1 Para las personas que recién inician un negocio, se sugiere que sean muy cuidadosos para elegir la forma jurídica y los regímenes tributarios y laboral por que por ese lado se puede aprovechar las ventajas y beneficios que ofrece un marco legal, lo que permite ahorrar costos, obtener préstamos con tasas de interés menores al promedio y tener la flexibilidad de contratar o romper el vínculo laboral con sus colaboradores sin que la empresa se perjudique con liquidaciones.

1.2 Se sugiere que los objetivos de la empresa deben estar alineados rigurosamente con las estrategias del FODA para que se puedan establecer con claridad los costos que irrogan en el flujo de caja.

1.3 Se sugiere realizar un Planeamiento Tributario por el tiempo de vida del proyecto, para poder determinar si con las ventas proyectadas será necesario cambiar de régimen tributario, dividir la empresa, o buscar alternativas para quedarse en el régimen que mejor le convenga a la empresa, con ello se podrá conocer previamente el impacto tributario en las operaciones futuras

2. Del Estudio de Mercado

2.1 En la determinación de la demanda insatisfecha, se sugiere que los sondeos sean ejecutados de manera cuidadosa porque tiene incidencia en los cálculos de las futuras ventas e ingresos.

2.2 Para los investigadores de mercado, se sugiere realizar un estudio del consumo per cápita de pollo en Junín y un estudio del posicionamiento de la producción de las empresas avícolas de pollos en la región.

3. Del Estudio Técnico

3.1 Para los investigadores, quienes se dedican a estudiar el impacto de los procesos y tecnología, deberían considerar que los cuadros de requerimientos de bienes de capital, personal e insumos para este tipo de negocio no se pueden extrapolar para otros planes debido que se efectúan bajo criterios subjetivo en la toma de decisiones.

4. Del estudio de la inversión y financiamiento

4.1 Para los futuros inversionistas, que soliciten préstamos bancarios, se les sugiere que la mejor opción para empezar las operaciones, son los préstamos de capital de trabajo porque tienen una tasa de interés menor al promedio y los pagos se acomodan en función de los flujos de caja.

4.2 Para los futuros inversionistas, se sugiere que sus préstamos bancarios contemplen un periodo de gracia de mínimo 2 meses para empezar a pagar las cuotas, debido a que es el tiempo promedio para que el pollo en pie alcance su peso óptimo para la venta y la empresa pueda generar ingresos.

4.3 Para los futuros inversionistas se recomienda que, con el aumento de la producción y ventas, deben comenzar a diversificar, es decir; vender el guano de pollo, darle un valor agregado al pollo, por ejemplo, enlatar partes del pollo y que pueda ser más fácil su consumo permitiendo ahorro tiempo y dinero.

5. Del estudio de costos, ingresos y egresos

5.1 Para los futuros inversionistas se recomienda consideren que, no puede haber una convincente fundamentación de los costos sin que previamente se elabore un buen estudio técnico de la producción.

5.2 Para los futuros inversionistas se recomienda que utilicen los estados financieros como fuente de información para elaborar futuras estrategias de crecimiento en base a reinversiones que se podría reflejar en el balance general.

5.3 Se recomienda a los futuros inversionistas establecer alianzas estratégicas con proveedores clave para las operaciones y negociar acuerdos de líneas de crédito de 15, 30 y 90 días.

6. De la evaluación económica /financiera

6.1 Un aspecto muy importante que debería ser tomado en cuenta por los nuevos inversionistas es la identificación real de la tasa de descuento, porque puede determinar el éxito o fracaso de un negocio.

6.2 Se recomienda a los futuros inversionistas a firmar alianzas estratégicas con cadenas de consumo masivo, para incrementar las ventas.

7. De la evaluación social / ambiental

- 7.1 Se sugiere a los investigadores no limitar la evaluación social a aspectos que no estén conectados con las operaciones corrientes de contratación de los factores de la producción avícola.
- 7.2 Se recomienda a los futuros inversionistas que la evaluación ambiental debe entenderse según el grado de capitalización de la empresa para evaluar el real impacto de una empresa respecto a su contribución al uso cuidadoso de los recursos.
- 7.3 Se recomienda a los futuros inversionistas capacitar al personal administrativo y operativo, en temas de bioseguridad y control de enfermedades aviales, además de dar charlas de integración donde puedan conocer los objetivos de la empresa y se comprometan a contribuir con el logro de esos objetivos.
- 7.4 Para los futuros inversionistas en el sector avícola, se sugiere que la inversión en tecnología e innovación sea continua en el desarrollo de la empresa, ya que ayudará a reducir el impacto ambiental de sus operaciones, ello contribuirá a tener una buena relación con la comunidad y autoridades.

REFERENCIAS

- ACADEMIA COBB (2005). Guía de Manejo de pollo de engorde. Recuperado de http://geneticanacional.com/files/2914/2783/9517/Guia_de_manejo_de_pollo_cobb_spanish.pdf
- Alcoba, S. (2013). Estudio técnico y financiero para la producción de pollos de engorde en Santa Cruz, Bolivia (Tesis de Licenciatura). Escuela Agrícola Panamericana Zamorano Honduras. Santa Cruz 29pp.
- Arrestegui, P. (2014). Plan de negocio para la instalación de una granja avícola en la provincia de Chachapoyas, Departamento de Amazonas. (Tesis de Licenciatura). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo 59pp.
- ACADEMIA COBB (2015). Suplemento informativo sobre rendimiento y nutrición de pollos de engorde Cobb500. Recuperado de http://www.cobb-vantress.com/languages/guidefiles/fa217990-20c9-4ab1-a54e-3bd02d974594_es.pdf
- ACTUALIDAD AVIPECUARIA (2018). Puntos de mejora en el proceso de limpieza de granjas broilers. Recuperado de <http://www.actualidadavipecuaria.com/articulos/puntos-de-mejora-en-el-proceso-de-limpieza-de-granjas-broilers.html>
- ASOCIACIÓN PERUANA DE AVICULTURA (2018). Indicadores del sector avícola peruano. Recuperado de <http://www.apa.org.pe/html/nuestros-servicios-estadistica.php>
- BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ (2013). Informe económico y social región Junín. Recuperado de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Proyeccion-Institucional/Encuentros-Regionales/2013/junin/ies-junin-2013.pdf>
- Becerra, M; Llosa, G. & Paico, J. (2015). Planeamiento estratégico del sector avícola cárnico en el Perú. (Tesis de Maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima. 40pp.
- BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ (2018) Panorama actual y proyecciones macroeconómicas (2018-2019). Recuperado de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2018/marzo/reporte-de-inflacion-marzo-2018-presentacion.pdf>
- BBVA CONTINENTAL (2018). Préstamo de Capital de Trabajo. Recuperado de <https://www.bbvacontinental.pe/negocios/financiamiento/tarjeta-capital-de-trabajo/>

BBVA CONTINENTAL (2018). Simulador de Préstamos. Recuperado de <https://extranetperu.grupobbva.pe/SimuladorWeb/sw/pantallaDinamicaCtrl/init?OR=PB&GR=CN&SG=PC02>

COMPARABIEN (2018). Préstamos personales. Recuperado de <https://comparabien.com.pe/prestamos-personales>

Diario El Peruano (2007). Reglamento del Sistema Sanitario Avícola. Recuperado de https://www.senasa.gob.pe/senasa/descargasarchivos/jer/SAN_AVI/Peruano%20del%2001%20de%20noviembre%20del%202007.pdf

Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas, DANE (2015). *Boletín Mensual Insumos y Factores Asociados a la Producción Agropecuaria en Junio*,78(36), 1-12. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/index.php/comunicados-y-boletines/agropecuario/insumos>

FOCUS ECONOMICS CONSENSUS FORECAST (2018). Perú Economic Growth. Recuperado de <https://www.focus-economics.com/countries/peru>

González, J. (2012). Cálculo y Diseño de las Instalaciones de una Granja Avícola. (Tesis de Licenciatura). Universidad de Valladolid. España. 45pp.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA E INFORMATICA (2009). Perú: Estimaciones y proyecciones de población por Departamento, sexo y grupos quincenales de edad 1995-2025. Recuperado de <http://proyectos.inei.gob.pe/web/biblioineipub/bancopub/Est/Lib0846/libro.pdf>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA E INFORMATICA (2012). Gastos en Alimentos y Bebidas. Recuperado de <http://iinei.inei.gob.pe/microdatos/>

Mejía, C. (2013). El concepto de la capacidad instalada. Recuperado de http://www.planning.com.co/bd/valor_agregado/Julio2013.pdf

Morales, C. & Castillo, J. (2015). Estudio de pre factibilidad para la instalación de una granja avícola para la crianza de pollos de engorde Cobb500 en la región Amazonas. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas. Chachapoyas. 126pp.

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y RIEGO (2017). Boletín Estadístico Mensual de la Producción y Comercialización Avícola ,8(38), 8-18. Recuperado de <http://siea.minagri.gob.pe/siea/?q=boletin-estadistico-mensual-de-la-produccion-y-comercializacion-avicola-2017>

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y RIEGO (2017). Boletín Estadístico Trimestral de la Producción Agrícola y Ganadera ,85(132), 85-88. Recuperado de <http://minagri.gob.pe/portal/boletin-estadistico-de-produccion-agricola-y-ganadera>

- SCOTIABANK (2018). Sector avícola seguiría siendo impulsado por consumo interno. Recuperado de https://scotiabankfiles.azureedge.net/scotiabank-peru/PDFs/reportes/sectorial/Avicola_Oct16.pdf
- SUPERINTENDENCIA DE BANCA, SEGUROS Y AFP (2018). Información estadística de empresas financieras. Recuperado de http://www.sbs.gob.pe/app/stats_net/stats/EstadisticaBoletinEstadistico.aspx?p=2#
- TÉCNICA AVÍCOLA S.A. (2011). Mejora en el proceso de pesaje de líquidos. Recuperado de http://www.cdi.org.pe/pdf/PNC_2011/RGPM/Informe_TecAvicola.pdf
- UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE (2017). Manual de Procesos Granja Avícola La Gaviota. Recuperado de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/7072/2/MANUAL.pdf>
- Valdez, G. (2017). Estudio socioeconómico para la creación de una empresa avícola de pollos en la región Lambayeque. (Tesis de Licenciatura). Universidad Señor de Sipán. Lambayeque. 104pp.

ANEXOS

ANEXO 1: Acta de Constitución de la Empresa GRUPO CRISTINA S.A.C

SEÑOR NOTARIO:

SIRVASE EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PUBLICAS, UNA CONSTITUCION SIMULTANEA DE **SOCIEDAD ANONIMA CERRADA**, QUE OTORGAN:

ROSA MARIA GUTIERREZ GALLARDO, NACIONALIDAD PERUANA, OCUPACION EMPRESARIO, CON DNI N° 20578363 , ESTADO CIVIL CASADO, DOMICILADA EN JR. EDUARDO BUZZO S/N-PERENE- CHANCHAMAYO.

ESTEBAN ISAAC GUILLERMO CAMACUARI, NACIONALIDAD PERUANA, OCUPACION EMPRESARIO, CON DNI N° 21118716, ESTADO CIVIL SOLTERO. DOMICILIADO EN JR. EDUARDO BUZZO S/N-PERENE-CHANCHAMAYO.

NERIDA CRISTINA GUILLERMO GUTIERREZ, NACIONALIDAD PERUANA, OCUPACIÓN ADMINISTRADORA DE EMPRESAS, CON DNI N°47616218 , ESTADO CIVIL SOLTERA, DOMICILIADA EN AV. LOS RUISEÑORES 465 – SANTA ANITA-LIMA.

TODOS SEÑALANDO EL DOMICILIO DE LA EMPRESA PARA EFECTOS DE ESTE INSTRUMENTO EN FUNDO SANTA ISABEL AVENIDA LOS COLONOS DISTRITO YURINAKI, PROVINCIA DE CHANCHAMAYO Y DEPARTAMENTO DE JUNÍN.

EN LOS TERMINOS SIGUIENTES:

PRIMERO.- POR EL PRESENTE PACTO SOCIAL, LOS OTORGANTES MANIFIESTAN SU LIBRE VOLUNTAD DE CONSTITUIR UNA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA, BAJO LA DENOMINACION DE **GRUPO CRISTINA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA**; PUDIENDO UTILIZAR LA ABREVIATURA S.A.C, SE OBLIGAN A EFECTUAR LOS APORTES PARA LA FORMACION DEL CAPITAL SOCIAL Y A FORMULAR EL CORRESPONDIENTE ESTATUTO.

SEGUNDO.- EL MONTO DEL CAPITAL SOCIAL ES DE S/. 1,249,307 (UN MILLON DOSCIENTOS CUARENTA Y NUEVE MIL TRESCIENTOS SIETE Y 00/100 EN NUEVOS SOLES) REPRESENTADO POR 1,249,307 ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL DE S/.1.00 (1 NUEVO SOL) CADA UNA, SUSCRITAS Y PAGADAS DE LA SIGUIENTE MANERA:

ROSA MARIA GUTIERREZ GALLARDO, SUSCRIBE 500,000 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/.500,000 (QUINIENTOS MIL Y 00/100 NUEVOS SOLES) MEDIANTE APOORTE EN EFECTIVO.

ESTEBAN ISAAC GUILLERMO CAMACUARI, SUSCRIBE 587,307 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/. 587,307 (QUINIENTOS OCHENTA Y SIETE MIL TRECIENTOS SIETE Y 00/100 NUEVOS SOLES) MEDIANTE APOORTE EN EFECTIVO Y S/. 132,000 (CIENTO TREINTA Y DOS MIL Y 00/100 NUEVOS SOLES) MEDIANTE APOORTE EN BIENES MUEBLES.

NERIDA CRISTINA GUILLERMO GUTIERREZ, SUSCRIBE 30,000 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/.30,000 (TREINTA MIL Y 00/100 NUEVOS SOLES) MEDIANTE APOORTE EN EFECTIVO

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO.

TERCERO.- LOS OTORGANTES DECLARAN QUE LOS BIENES MUEBLES APORTADOS A LA SOCIEDAD SON LOS QUE A CONTINUACION SE DETALLA Y QUE EL CRITERIO ADOPTADO PARA LA VALORIZACION, EN CADA CASO, ES EL QUE SE INDICA:

ESTEBAN ISAAC GUILLERMO CAMACUARI APORTA :

DESCRIPCION DE VALOR	CRITERIO EMPLEADO
<u>LOS BIENES</u>	<u>PARA SU VALORIZACION</u> <u>ASIGNADO</u>
CAMIÓN VOLVO S/.132,000.00	10 TN FH12 ROJO DE 2 EJES.

CUARTO .- LA SOCIEDAD SE REGIRA POR ESTATUTO SIGUIENTE Y EN TODO LO NO PREVISTO POR ESTE, SE ESTARA A LO DISPUESTO POR LA LEY GENERAL DE SOCIEDADES - LEY 26887 - QUE EN ADELANTE SE LE DENOMINARA "LA LEY".

ESTATUTO

ARTICULO 1°.- DENOMINACION - DURACION - DOMICILIO: LA SOCIEDAD SE DENOMINA

“GRUPO CRISTINA” SOCIEDAD ANONIMA CERRADA, PUDIENDO UTILIZAR LA ABREVIATURA SAC.

TIENE UNA DURACION INDETERMINADA; INICIA SUS OPERACIONES EN LA FECHA DE ESTE PACTO SOCIAL Y ADQUIERE PERSONALIDAD JURIDICA DESDE SU INSCRIPCION EN EL REGISTRO DE PERSONAS JURIDICAS DE JUNÍN, SU DOMICILIO ES LA PROVINCIA DE JUNÍN Y DEPARTAMENTO DE CHANCHAMAYO; PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES U OFICINAS EN CUALQUIER LUGAR DEL PAIS O EN EL EXTRANJERO.

ARTICULO 2°.- OBJETO SOCIAL.- LA SOCIEDAD TIENE POR OBJETO DEDICARSE A:
PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE POLLO EN PIE

SE ENTIENDE INCLUIDOS EN EL OBJETO SOCIAL LOS ACTOS RELACIONADOS CON EL MISMO, QUE COADYUVEN A LA REALIZACION DE SUS FINES. PARA CUMPLIR DICHO OBJETO PODRA REALIZAR TODOS AQUELLOS ACTOS Y CONTRATOS QUE SEAN LICITOS, SIN RESTRICCION ALGUNA.

ARTICULO 3°.- CAPITAL SOCIAL: EL MONTO DEL CAPITAL SOCIAL ES DE S/. 1,249,307 (UN MILLON DOSCIENTOS CUARENTA Y NUEVE MIL TRESCIENTOS SIETE Y 00/100 NUEVOS SOLES) REPRESENTADO POR 1,249,307 ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL DE S/.1 (UN NUEVO SOL) CADA UNA.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO.

ARTICULO 4°.- TRANSFERENCIA Y ADQUISICION DE ACCIONES: LOS OTORGANTES ACUERDAN SUPRIMIR EL DERECHO DE PREFERENCIA PARA LA ADQUISICION DE ACCIONES, CONFORME A LO PREVISTO EN EL ULTIMO PARRAFO DEL ARTICULO 237° DE LA “LEY”.

ARTICULO 5°.- ORGANOS DE LA SOCIEDAD: LA SOCIEDAD QUE SE CONSTITUYE TIENE LOS SIGUIENTES ORGANOS:

- A) LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS;
- B) LA GERENCIA

ARTICULO 6°.- JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS: LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS ES EL ORGANO SUPREMO DE LA SOCIEDAD. LOS ACCIONISTAS CONSTITUIDOS EN JUNTA GENERAL DEBIDAMENTE CONVOCADA, Y CON EL QUORUM CORRESPONDIENTE, DECIDEN POR LA MAYORIA QUE ESTABLECE LA “LEY” LOS ASUNTOS PROPIOS DE SU COMPETENCIA. TODOS LOS ACCIONISTAS INCLUSO LOS DISIDENTES Y LOS QUE NO HUBIERAN PARTICIPADO EN LA REUNION, ESTAN SOMETIDOS A LOS ACUERDOS ADOPTADOS POR LA JUNTA GENERAL. .

LA CONVOCATORIA A JUNTA DE ACCIONISTAS SE SUJETA A LO DISPUESTO EN EL ART. 245° DE LA “LEY”.

EL ACCIONISTA PODRA HACERSE REPRESENTAR EN LAS REUNIONES DE JUNTA GENERAL POR MEDIO DE OTRO ACCIONISTA, SU CONYUGE, O ASCENDIENTE O DESCENDIENTE EN PRIMER GRADO, PUDIENDO EXTENDERSE LA REPRESENTACION A OTRAS PERSONAS.

ARTICULO 7º.- JUNTAS NO PRESENCIALES.- LA CELEBRACION DE JUNTAS NO PRESENCIALES SE SUJETA A LO DISPUESTO POR EL ARTICULO 246º DE LA "LEY".

ARTICULO 9º.- LA GERENCIA.- LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS PUEDE DESIGNAR UNO O MAS GERENTES. SUS FACULTADES, REMOCION Y RESPONSABILIDADES SE SUJETAN A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 185º Y SIGUIENTES DE LA "LEY".

EL GERENTE GENERAL ESTA FACULTADO PARA LA EJECUCION DE TODO ACTO Y/O CONTRATO CORRESPONDIENTES AL OBJETO DE LA SOCIEDAD, PUDIENDO ASIMISMO REALIZAR LOS SIGUIENTES ACTOS:

- A) DIRIGIR LAS OPERACIONES COMERCIALES Y ADMINISTRATIVAS
- B) REPRESENTAR A LA SOCIEDAD ANTE TODA CLASE DE AUTORIDADES. EN LO JUDICIAL GOZARA DE LAS FACULTADES SEÑALADAS EN LOS ARTICULOS 74,75, 77 Y 436 DEL CODIGO PROCESAL CIVIL, ASI COMO LA FACULTAD DE REPRESENTACION PREVISTA EN EL ARTICULO 10 DE LA

LEY Nº 26636 Y DEMAS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS; TENIENDO EN TODOS LOS CASOS FACULTAD DE DELEGACION O SUSTITUCION.

- C) ABRIR, TRANSFERIR, CERRAR Y ENCARGARSE DEL MOVIMIENTO DE TODO TIPO DE CUENTA BANCARIO, GIRAR, COBRAR, RENOVAR, ENDOSAR, DESCONTAR Y PROTESTAR, ACEPTAR Y REACEPTAR CHEQUES, LETRAS DE CAMBIO, VALES, PAGARES, GIROS, CERTIFICADOS, CONOCIMIENTOS, POLIZAS Y CUALQUIER CLASE DE TITULOS VALORES, DOCUMENTOS MERCANTILES Y CIVILES; OTORGAR RECIBOS Y CANCELACIONES, SOBREGIRARSE EN CUENTA CORRIENTE CON GARANTIA O SIN ELLA, SOLICITAR TODA CLASE DE PRESTAMOS CON GARANTIA HIPOTECARIA, PRENDARIA O DE CUALQUIER FORMA.
- D) ADQUIRIR Y TRANSFERIR BAJO CUALQUIER TITULO; COMPRAR, VENDER, ARRENDAR, DONAR, ADJUDICAR Y GRAVAR LOS BIENES DE LAS SOCIEDAD SEAN MUEBLES O INMUEBLES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS, YA SEAN PRIVADOS O PUBLICOS. EN GENERAL PODRA CELEBRAR TODA CLASE DE

CONTRATOS NOMINADOS E INNOMINADOS VINCULADOS CON EL OBJETO SOCIAL.

EL GERENTE GENERAL PODRA REALIZAR TODOS LOS ACTOS NECESARIOS PARA LA ADMINISTRACION DE LA SOCIEDAD, SALVO LAS FACULTADES RESERVADAS A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.

ARTICULO 10º .- MODIFICACION DEL ESTATUTO, AUMENTO Y REDUCCION DEL CAPITAL: LA MODIFICACION DEL PACTO SOCIAL, SE RIGE POR LOS ARTICULOS 198º Y 199º DE LA "LEY", ASI COMO EL AUMENTO Y REDUCCION DEL CAPITAL SOCIAL, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 201º AL 206º Y 215º AL 220º , RESPECTIVAMENTE, DE LA "LEY".

ARTICULO 11º .- ESTADOS FINANCIEROS Y APLICACION DE UTILIDADES.- SE RIGE POR LO DISPUESTO EN LOS ARTICULOS 40º, 221º AL 233º DE LA "LEY".

ARTICULO 12º .- DISOLUCION, LIQUIDACION Y EXTINCION: EN CUANTO A LA DISOLUCION, LIQUIDACION Y EXTINCION DE LA SOCIEDAD, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 407º, 409º, 410º, 412º, 413º AL 422º DE LA "LEY".

SEXTO.- QUEDA DESIGNADO COMO PRIMER GERENTE GENERAL DOÑA ROSA MARÍA GUTIERREZ GALLARDO CON DNI N° 20578363

CLAUSULA ADICIONAL I.- SE DESIGNA A : NERIDA CRISTINA GUILLERMO GUTIERREZ, CON DNI N° 47616218, **SUB-GERENTE** DE LA SOCIEDAD; QUIEN REEMPLAZARA AL GERENTE GENERAL EN CASO DE AUSENCIA O IMPEDIMENTO CON LAS MISMAS FACULTADES PREVISTAS PARA ESTE.

AGREGUE UD. SEÑOR NOTARIO, LO QUE FUERE DE LEY Y SIRVASE CURSAR LOS PARTES CORRESPONDIENTES AL REGISTRO DE PERSONAS JURIDICAS DE LIMA, PARA LA RESPECTIVA INSCRIPCION.

08 DE JUNIO DEL 2018

.....
ESTEBAN ISAAC GUILLERMO CAMACUARI
ACCIONISTA

.....
ROSA MARÍA GUTIERREZ GALLARDO
ACCIONISTA

.....
NERIDA CRISTINA GUILLERMO GUTIERREZ
ACCIONISTA

DECLARACION JURADA DE RECEPCION DE BIENES

POR EL PRESENTE DOCUMENTO, YO **ROSA MARÍA GUTIERREZ GALLARDO** EN MI CALIDAD DE GERENTE GENERAL DESIGNADO DE LA SOCIEDAD DENOMINADA **GRUPO CRISTINA S.A.C.** QUE SE CONSTITUYE, DECLARO BAJO JURAMENTO HABER RECIBIDO LOS BIENES MUEBLES QUE APARECEN DETALLADOS Y VALORIZADOS EN LA CLAUSULA TERCERA DEL PACTO SOCIAL QUE ANTECEDE.

08 DE JUNIO DEL 2018

ROSA MARÍA GUTIERREZ GALLARDO
GERENTE GENERAL
DNI N°20578363

ANEXO 2: Contrato de compra venta de terrero

CONTRATO DE COMPRA VENTA QUE CELEBRAN POR UNA PARTE LA SRA. ISABEL ROJAS CHAVEZ, QUE EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARA LA PARTE "VENDEDORA", Y POR LA OTRA LA EMPRESA GRUPO CRISTINA S.A.C QUE EN ADELANTE SE LE DENOMINARA LA PARTE "COMPRADORA", RESPECTO DEL TERRENO UBICADO EN FUNDO SANTA ISABEL SECTOR PUERTO YURINAKI, PARCELA 34598 AV. LOS COLONOS S/N- JUNÍN, AL TENOR DE LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLAUSULAS:

DECLARACIONES

DECLARA LA PARTE VENDEDORA:

PRIMERA.- DE NACIONALIDAD PERUANA, CASADA, CON FECHA DE NACIMIENTO 12 DE AGOSTO DE 1964 EN YURINAKY, Y CON DOMICILIO EN AV. LOS COLONOS 465 YURINAKY, CHANCHAMAYO, ENCONTRARSE EN CAPACIDAD LEGAL PARA OBLIGARSE EN LOS TÉRMINOS Y CONDICIONES AQUÍ PACTADOS.

SEGUNDA.- QUE ES LEGITIMA PROPIETARIA DEL TERRENO UBICADO EN FUNDO SANTA ISABEL SECTOR PUERTO YURINAKI, PARCELA 34598 AV. LOS COLONOS S/N- JUNÍN CUYAS MEDIDAS Y COLINDANCIAS SE DESCRIBEN:

AL NORTE: AV.LAS ROSAS
AL ORIENTE: AV. ZEGARRA
MEDIDAS: 3 HECTAREAS

TERCERA.- QUE DICHO TERRENO LA ADQUIRIÓ POR MEDIO DE LA ESCRITURA PÚBLICA NO. 458296387, DE LOS PROTOCOLOS DE LA NOTARÍA PÚBLICA NO. 258 DEL DISTRITO DE YURINAKY DE FECHA 20 DE ABRIL DEL 2008, INSCRITO EN EL REGISTRO PÚBLICO DE LA PROPIEDAD BAJO EL FOLIO REAL NO. 587, TAL Y COMO SE ACREDITA CON LA COPIA DE LA ESCRITURA QUE SE AGREGA A ESTE INSTRUMENTO PARA QUE FORME PARTE INTEGRAL DEL MISMO.

ASÍ MISMO MANIFIESTA QUE DICHO TERRENO SE ENCUENTRA AL CORRIENTE EN EL PAGO DE IMPUESTOS POR CONCEPTO DE PREDIO, AGUA, ENTREGANDO LOS RECIBOS QUE AMPARAN SU PAGO A LA FIRMA DEL PRESENTE INSTRUMENTO.

DECLARA LA PARTE COMPRADORA:

CUARTA.- DECLARAN SER DE NACIONALIDAD PERUANA, BAJO EL RÉGIMEN DE MYPE CON DOMICILIO EN JR. EDUARDO BUZZO S/N PERENE-CHANCHAMAYO, CON, SE DECLARA TENER LA CAPACIDAD LEGAL PARA CONTRATAR Y OBLIGARSE EN LOS TÉRMINOS Y CONDICIONES RESPECTO DEL CLAUSULADO DEL PRESENTE INSTRUMENTO.

QUINTA.- QUE DESEAN ADQUIRIR EL TERRENO DESCRITO EN LA DECLARACIÓN SEGUNDA CORRESPONDIENTE A LAS DE LA PARTE VENDEDORA Y SUJETÁNDOSE PARA ELLO EN LOS TÉRMINOS Y CONDICIONES QUE MÁS ADELANTE SE ESPECIFICAN.

SEXTA.- AMBAS PARTES, CONOCIENDO EL CONTENIDO DE LAS DECLARACIONES VERTIDAS CON ANTERIORIDAD, LAS CUALES RATIFICAN POR CONTENER LA VERDAD, Y SIN EXISTIR ERROR, DOLO, VIOLENCIA, MALA FE O VICIO ALGUNO EN EL CONSENTIMIENTO QUE PUDIERE INVALIDAR AL MISMO, ES QUE CONVIENEN EN SUJETARSE A LAS SIGUIENTES:

CLAUSULAS.

I.- POR MEDIO DE ESTE INSTRUMENTO, LA PARTE VENDEDORA, VENDE A LA PARTE COMPRADORA. QUIEN ADQUIERE LIBRE DE TODO GRAVAMEN, EL TERRENO UBICADO EN FUNDO SANTA ISABEL SECTOR PUERTO YURINAKI, PARCELA 34598 AV. LOS COLONOS S/N- JUNÍN, Y QUE QUEDÓ DETALLADO EN LA DECLARACIÓN SEGUNDA DEL VENDEDOR. LA PRESENTE OPERACIÓN SE REALIZA AD CORPUS, POR LO QUE CUALQUIER DIFERENCIA EN LOS METROS CUADRADOS, NO SERÁ OBJETO DE AJUSTE EN EL PRECIO DE VENTA.

II.- AMBAS PARTES CONVIENEN QUE EL PRECIO DE LA PRESENTE OPERACIÓN SERA DE S/120,000 (CIENTO VEINTE MIL SOLES 00/100 M.N.), MISMA CANTIDAD QUE QUEDARÁ LIQUIDADADA DE LA SIGUIENTE MANERA:

A.- LA CANTIDAD DE S/20,000 (VEINTE MIL Y 00/100 NUEVOS SOLES) QUE RECIBE EN EFECTIVO Y QUE SERVIRA COMO GARANTÍA PARA LA OPERACIÓN DE COMPRAVENTA, OTORGANDO EL RECIBO POR SEPARADO.

B.- EL RESTO, ESTO ES LA SUMA DE S/100,000 (CIEN MIL Y 00/100 NUEVOS SOLES), A LA FIRMA DE LA ESCRITURA DEFINITIVA ANTE NOTARIO PÚBLICO.

III.- LAS PARTES ESTÁN DE ACUERDO QUE LA COMPRADORA SERÁ QUIEN DESIGNARÁ AL NOTARIO PÚBLICO PARA QUE LLEVE A CABO LA ESCRITURACIÓN DEL TERRENO EN CUESTIÓN, OBLIGÁNDOSE LAS PARTES A PRESENTARSE ANTE EL FEDATARIO EL DÍA QUE ÉSTE DESIGNE PARA LA FIRMA DE LA ESCRITURA CORRESPONDIENTE DE COMPRA-VENTA.

IV.- LA PARTE VENDEDORA, SE COMPROMETE A ENTREGAR EL TERRENO, MATERIA DE LA PRESENTE OPERACIÓN, A LA FIRMA DE LA ESCRITURA DEFINITIVA, ENTENDIÉNDOSE QUE DICHA ENTREGA SE HARÁ SIN GRAVAMEN ALGUNO DEL INMUEBLE EN CUESTIÓN.

V.- LAS PARTE CONVIENEN QUE TODOS LOS GASTOS DE ESCRITURACIÓN, ENTRE LOS QUE SE INCLUYEN EN FORMA ENUNCIATIVA Y NO LIMITATIVA, HONORARIOS Y GASTOS NOTARIALES (AVALÚOS, CERTIFICADOS DE NO GRAVAMEN, CERTIFICADO DE NO ADEUDO, ETC..), ASÍ COMO PAGO DE IMPUESTOS TRASLATIVOS DE DOMINIO, SERÁN POR EXCLUSIVA CUENTA Y A CARGO DE LA PARTE COMPRADORA, LOS QUE SE OBLIGA A CUBRIR EN LA FECHA QUE LOS REQUIERA EL NOTARIO PÚBLICO QUE PROTOCOLIZARÁ LA ESCRITURA DEFINITIVA.

VI.- POR LO QUE RESPECTA AL PAGO DE LOS IMPUESTO SOBRE LA RENTA, SERÁN POR EXCLUSIVA CUENTA Y A CARGO DE LA PARTE VENDEDORA, LOS QUE SE OBLIGA A CUBRIR EN SU CASO Y AL NOTARIO PÚBLICO QUE PROTOCOLIZARÁ LA ESCRITURA DEFINITIVA.

VII.- LAS PARTE SEÑALAN COMO DOMICILIO PARA EL CUMPLIMIENTO DE SUS OBLIGACIONES, LAS QUE PREVIAMENTE QUEDARON SEÑALADAS EN EL CAPÍTULO DE DECLARACIONES DE ESTE CONTRATO.

VIII.- EN CASO DE INCUMPLIMIENTO A LAS CLÁUSULAS DE ESTE INSTRUMENTO, LAS PARTES ESTÁN DE ACUERDO EN ESTABLECER COMO PENA CONVENCIONAL LA CANTIDAD DE S/.15,000 (QUINCE MIL Y 00/100 NUEVOS SOLES.), SUMA QUE ENTREGARÁ EL INFRACTOR A SU CONTRAPARTE, ELLO INDEPENDIEMENTE DE LA ACCIÓN QUE SE PUDIERA EJERCITAR, YA SEA EL CUMPLIMIENTO O LA RESCISIÓN DEL CONTRATO EN CUESTIÓN.

IX.- LA PARTE VENDEDORA ENTREGARÁ A LA COMPRADORA EL DÍA DE LA FIRMA DE ESCRITURA TODA LA DOCUMENTACIÓN EN ORIGINAL RELACIONADA CON EL TERRENO QUE EN FORMA ENUNCIATIVA Y NO LIMITATIVA SON: ESCRITURA PÚBLICA, TRASLADO DE DOMINIO, BOLETAS DE IMPUESTO PREDIAL, AGUA, ENERGÍA ELÉCTRICA ETC, ASÍ COMO TAMBIÉN SE COMPROMETE A ENTREGA TODA LA DOCUMENTACIÓN QUE LE REQUIERA EL NOTARIO PÚBLICO PARA LLEVAR A CABO LA ESCRITURACIÓN DEL TERRENO EN CUESTIÓN O AQUELLOS QUE SOLICITE LA INSTITUCIÓN DE CRÉDITO QUE OTORGARÁ EL CRÉDITO HIPOTECARIO.

X.- PARA TODO LO RELATIVO A LA INTERPRETACIÓN Y CUMPLIMIENTO DEL PRESENTE INSTRUMENTO, LAS PARTES SE SOMETEN A LAS LEYES Y TRIBUNALES DEL PAÍS, RENUNCIANDO AL FUERO QUE LE PUDIERE CORRESPONDER, POR RAZÓN DE SU DOMICILIO, TANTO PRESENTE COMO FUTURO.

LEÍDO Y FIRMADO QUE FUE EN EL DISTRITO DE YURINAKY, PROVINCIA DE CHANCHAMAYO, DEPARTAMENTO DE JUNÍN, A LOS 12 DÍAS DEL MES DE ENERO DEL 2019.

ANEXO 4: Cartilla informativa para la obtención de la autorización sanitaria de apertura y funcionamiento de granjas y plantas de incubación

CARTILLA INFORMATIVA PARA EL INTERESADO

Trámite para la autorización sanitaria de apertura y funcionamiento de granjas y plantas de incubación

Sr. Productor, luego de contar con la autorización sanitaria de proyecto de construcción y haber culminado la construcción de la unidad básica a operar (UBO) verificada por el SENASA, deberá cumplir con los siguientes requisitos:

1. Es obligatorio que toda granja avícola y planta de incubación cuente con un médico veterinario autorizado por el SENASA.
2. Para casos de renovación de ASAF, el establecimiento avícola debe haber sido declarado en el informe de afiliación del médico veterinario autorizado.
3. **Composición del Expediente**
 - 3.1. Solicitud según el Formato RSSA-02.
 - 3.2. Boleta de depósito del Banco de la Nación a la cuenta del SENASA N° 0000282499, el monto a pagar corresponderá a lo establecido en el Texto Único del Procedimiento Administrativo (TUPA) vigente del SENASA, según se detalla:
 - Granjas de carne: S/. 0.80 por cada 100 aves, según su capacidad instalada.
 - Granjas de postura comercial o reproductora: S/. 1.70 por cada 100 aves, según su capacidad instalada.
 - Plantas de incubación: S/. 1.70 por cada 100 aves, según su capacidad instalada.
 - 3.3. Copia simple de la ficha RUC del solicitante, debiendo indicar dirección del establecimiento avícola y actividad avícola en establecimiento anexo. (No aplica para renovación)
 - 3.4. Copia simple del Título profesional, certificado de habilidad vigente y del documento de identidad del profesional responsable. (No aplica para renovación)
 - 3.5. Copia simple del distintivo o logotipo de la empresa (opcional)

ANEXO 5: Acta de inspección sanitaria de Apertura y Funcionamiento de Granjas de Avícolas de engorde



REG-0005/PROMASA - 15 ACTA DE INSPECCIÓN SANITARIA DE APERTURA Y FUNCIONAMIENTO DE GRANJAS AVÍCOLAS DE ENGORDE

Dirección Ejecutiva Desconcentrada:

Número de expediente:

Nº de Acta:


Fecha de inspección:

- Apertura
- Renovación
- Supervisión


Hora de inicio de inspección:

01 Nombre de la Granja	02 Nº de Registro	03 Departamento		
04 Provincia	05 Distrito			
06 Dirección	07 Referencia ubicación de la granja			
08 Especie Gallina ponedora: pollos () Fajones () Palcos () Camas () Avenidas () Cedonicos ()				
09 Área total de galpones en m ²	10 Nº de Galpones			
11 Población de aves inicial	12 Población actual de aves	13 Capacidad instalada		
14 Condiciones técnicas sanitarias (según el D.S. 029-2007 AG y D.S. 009-2009-AG)	Puntaje	Cumplimiento		Observaciones
		SI	NO	
1 Aislamiento de centro de levantamiento (Art. 09º Anexo 02)	2,01	()	()	
2 Aislamiento de lavaderos (Art. 09º Anexo 02)	2,57	()	()	
3 Aislamiento de otros animales domésticos, aves de corral, colinas de gallinas (Art. 09º Anexo 02)	2,46	()	()	
4 Aislamiento de laboratorios de patología aviar (Art. 09º Anexo 02)	3,85	()	()	
5 Aislamiento de reteneres sanitarios y lavaderos (Art. 09º Anexo 02)	1,66	()	()	
6 Aislamiento de otra granja (Art. 09º Anexo 02)	1,68	()	()	
7 Aislamiento de escoplos de gansos, chachas, plumas (Art. 09º Anexo 02)	1,21	()	()	
8 Aislamiento de fumigadores botellados o líquidos (Art. 09º Anexo 02)	1,07	()	()	
9 Aislamiento de centros de acopio de aves (Art. 09º Anexo 02)	5,85	()	()	
10 Aislamiento de planta de alimentos (Art. 09º Anexo 02)	0,51	()	()	
11 Aislamiento de planta de incubación (Art. 09º Anexo 02)	0,44	()	()	
12 Aislamiento de establos a 250 metros (Art. 31º)	0,59	()	()	
13 Cerco perimetrico o barreras naturales (Art. 31º)	4,84	()	()	
14 Control de ingreso (Art. 31º)	12,02	()	()	
15 Desinfección de vestimentas, equipos y materiales antes de ingresar a la granja (Art. 31º)	11,22	()	()	

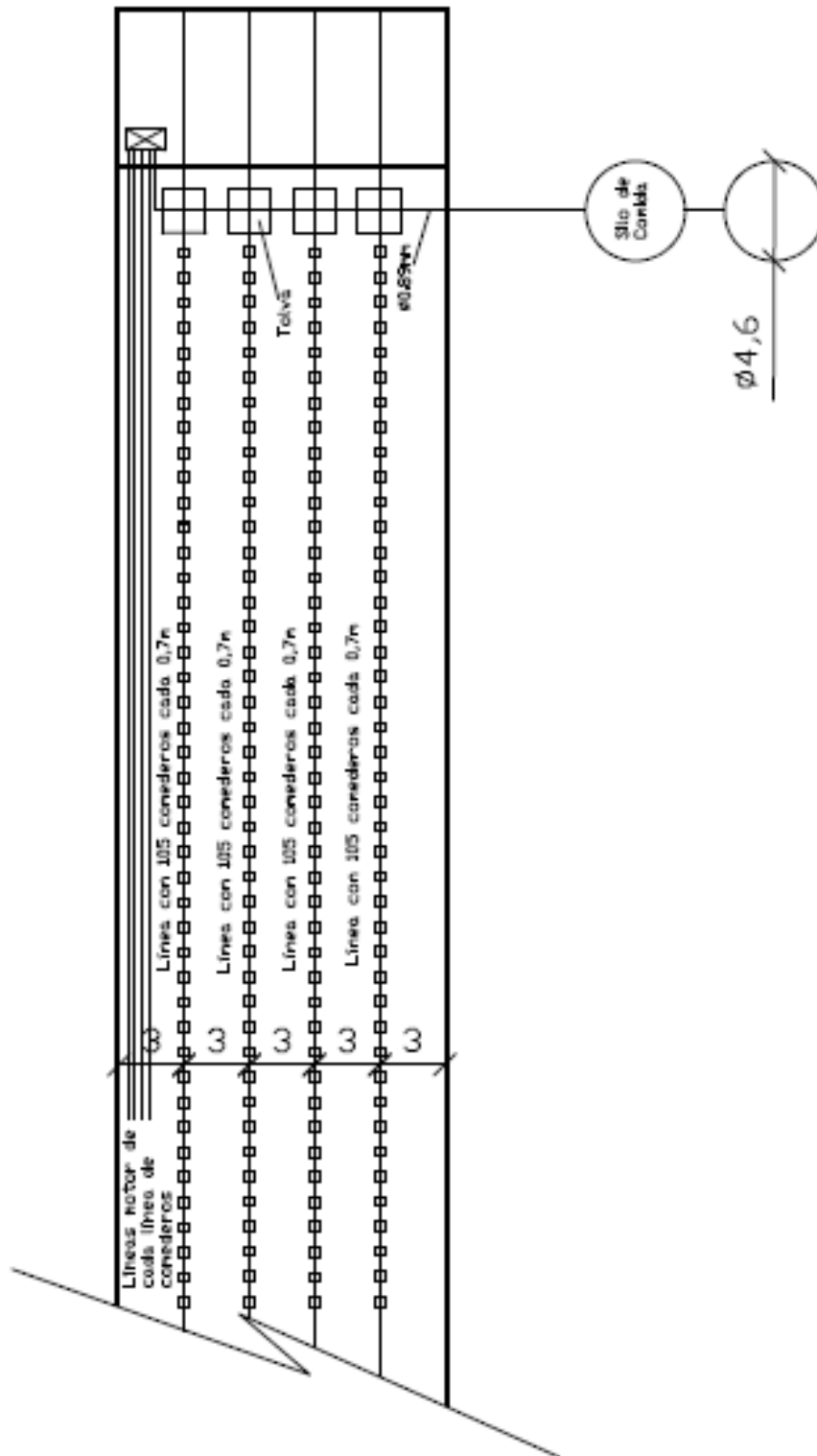
ANEXO 6: Formato de Licencia de Funcionamiento de la Granja Avícola de pollos en pie

	MINISTERIO DE AGRICULTURA SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD AGRARIA	Ministerio de Agricultura SENASA Servicio Nacional de Sanidad Agraria PERU
CERTIFICADO DE AUTORIZACIÓN SANITARIA DE APERTURA Y FUNCIONAMIENTO DE GRANJA AVÍCOLA		
N° ASAF - 00021 N° Registro - 00021		
LA DIRECCIÓN EJECUTIVA DE SENASA LIMACALLAO AUTORIZA LA APERTURA Y FUNCIONAMIENTO DE LA :		
GRANJA AVÍCOLA : PLANTEL 68		
Dirección :	PAMPA SAN JOSE 018	
Distrito :	SANTO DOMINGO DE LOS OLIVEROS	
Provincia :	HUAROC HIRI	
Departamento :	LEMA	
Títular :	GANADERA SANTA ELENA S.A. (LEMA-CALLAO)	
Dirección :	CALLE LAS PONTIADAS LOT 7 URS. SANTA GERONIMA	
Distrito :	LURIN	
Provincia :	LEMA	
Departamento :	LEMA	
RUC :	20155261570	
Propietario del Predio :	COMUNIDAD CAMPESINA DE CUCUYA	
Dirección :	NICOLAS DE PIÉROLA N° 938 INT. 204	
Distrito :	LEMA	
Provincia :	LEMA	
Departamento :	LEMA	
Clase de Producción :	GRANJA DE CARNE	
N° Expediente :	110600018582	Fecha de Emisión : 22/07/2011
AL HABER CUMPLIDO CON LOS REQUISITOS ADMINISTRATIVOS Y SANITARIOS, EN CONFORMIDAD CON EL DECRETO SUPLENTO N° 028-2007-AG Y D.S. N° 020-2008-AG, LA PRESENTE AUTORIZACIÓN RIGE DESDE EL 22/07/2011 HASTA EL 21/07/2012, Y EL ESTABLECIMIENTO ESTARÁ SUJETO A SUPERVISIÓN PERIÓDICA E INOPINADA		
JEFE DE AREA DE SANIDAD ANIMAL		

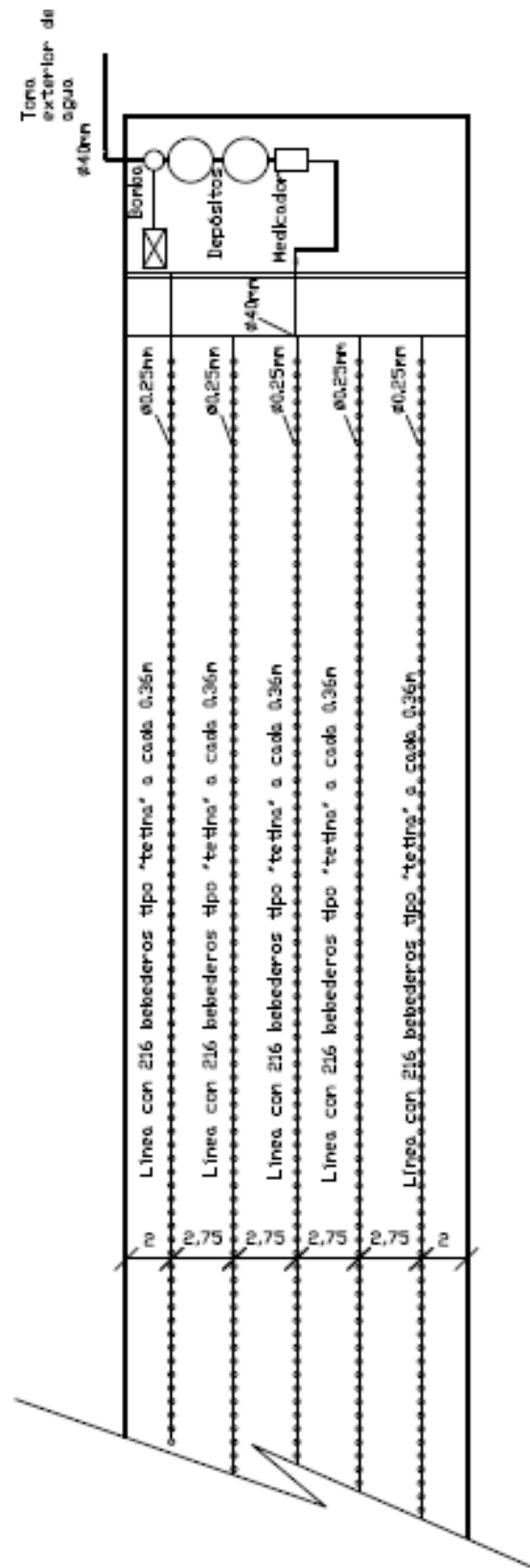
ANEXO 7: Constancia de Registro de Granja Avícola

 MINISTERIO DE AGRICULTURA	MINISTERIO DE AGRICULTURA SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD AGROPECUARIA	 SENASA Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria PERU
CONSTANCIA DE REGISTRO DE GRANJA AVÍCOLA CERTIFICADO DE REGISTRO DE GRANJA AVÍCOLA		N° 00021
LA DIRECCIÓN EJECUTIVA DE SENASA LIMA CALLAO OTORGA EL CERTIFICADO DE REGISTRO AL :		
GRANJA AVÍCOLA : PLANTEL 53		
Dirección :	PAMPA SAN JOSE SN	
Distrito :	SANTO DOMINGO DE LOS COLLEROS	
Provincia :	HUAROCHIRI	
Departamento :	LIMA	
Titular del Registro :	GANADERA SANTA ELENA S.A. (LIMA-CALLAO)	
Dirección :	CALLE LAS PONCIANAS LOTE 7 URB. SANTA GENOVEVA	
Distrito :	LURIN	
Provincia :	LIMA	
Departamento :	LIMA	
RUC :	20155261570	
Propietario del Predio :	COMUNIDAD CAMPESINA DE CUCUYA	
Dirección :	NICOLAS DE PIÉROLA N° 938 INT. 204	
Distrito :	LIMA	
Provincia :	LIMA	
Departamento :	LIMA	
Giro de Producción :	GRANJAS DE CARNE	
N° Expediente :	110600018582	fecha de emisión : 22/07/2011
AL HABER CUMPLIDO CON LOS REQUISITOS ADMINISTRATIVOS Y SANITARIOS, EN CONFORMIDAD CON LOS DECRETOS SUPREMOS N° 023-2007-AG y D.S. N° 020-2009-AG.		
DIRECTOR EJECUTIVO DEL SENASA		

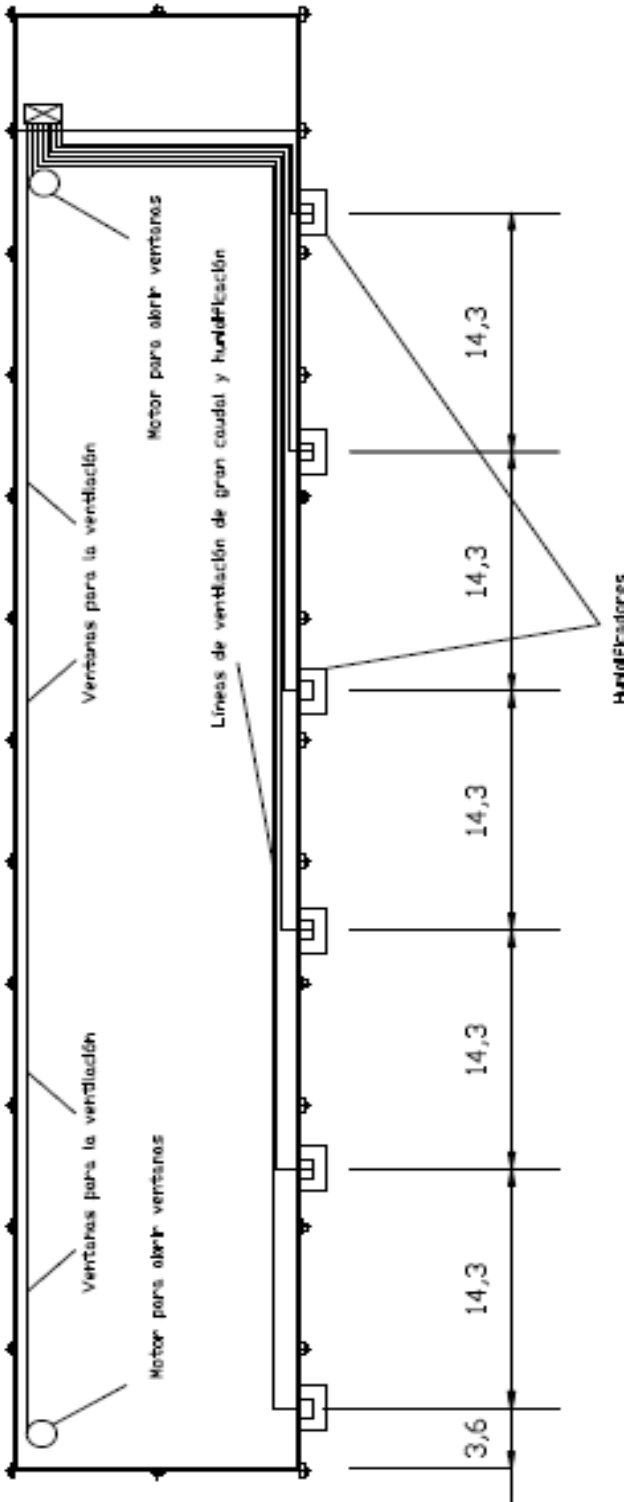
ANEXO 8: Circuito de Ingesta sólida



ANEXO 9: Circuito de Ingesta liquida



ANEXO 10: Circuito de ventilación forzada y Sistema de humidificación



SONDEO PARA AVÍCOLAS MINORISTAS/MAYORISTAS

I. Datos Generales

1. ¿Cuánto tiempo tiene laborando en el sector avícola?

- a) 0 a 6 meses
- b) 7 a 12 meses
- c) 1 a 3 años
- d) 4 a 8 años
- e) 9 a más años

2. ¿Dónde su ubica su negocio?

- a) Zona Sierra (La Oroya, Tarma, Oxapampa o Villa Rica).

Especificar:

.....

- b) Zona Selva (San Ramon, La Merced, Santa Ana, Yurinaki, Pichanacky, Satipo o San Martin de Pangoa)

Especificar:

.....

3. Señale el tipo de intermediario con el que usted se identifica.

- a) Mayorista
- b) Minorista

II. Demanda

1. ¿A cuántos proveedores le compra pollo? Especificar nombre del proveedor/es.

- a) 1 a 2 Proveedores
- b) 3 a 4 Proveedores
- c) 4 a más Proveedores

Especificar los nombres de sus Proveedor/es

.....

2. ¿En promedio cuantas veces a la semana compra pollos vivos?

- a) 1 a 2 veces a la semana
- b) 3 a 4 veces a la semana
- c) 5 a 6 veces a la semana
- d) Todos los días

3. ¿En promedio cuantos pollos vivos compra a la semana?

- a) 50 a 100 pollos
- b) 101 a 200 pollos
- c) 201 a 300 pollos
- d) 301 a 500 pollos
- e) 501 a más pollos

4. ¿En promedio cuantas jabas de pollo vivo compra a la semana?

- a) De 5 a 30 jabas
- b) De 31 a 60 jabas
- c) De 61 a 100 jabas
- d) De 101 a 250 jabas
- e) De 251 a 340 jabas
- f) De 341 a más jabas

III. Producto (Calidad/Precio/Peso/Condiciones de Pago)

1. ¿Qué raza de pollo vivo compra? ¿Especificar la razón?

- a) Ross
- b) Cobb
- c) No tengo idea que raza es el pollo

Especificar porque compra esa raza de pollo:

.....

2. De acuerdo con la preferencia de sus clientes. ¿Cuál es el color de piel de pollo más solicitado y por qué?

- a) Piel amarilla
- b) Piel crema
- c) Piel blanca

Especificar la razón:

.....
.....

3. ¿Pollo de que peso le gustaría que le entregue su proveedor?

- a) 1.50 kg a 1.90 kg
- b) 1.90 kg a 2.10 kg
- c) 2.10 kg a 2.30 kg
- d) 2.30 kg a 2.50 kg

4. Califique del 1 al 5, conociendo que 1 es el menos importante y 5 el más importante, las características que a su criterio requiere de su proveedor de carne de pollo.

CARACTERISTICAS	1	2	3	4	5
Precio Justo					
Peso Justo					
Calidad					
Entrega a Tiempo					
Disponibilidad del producto					
Otros:					

5. ¿Si un nuevo proveedor le ofertara carne de pollo con todas las características por usted señaladas, le compraría el producto?

- a) Si
- b) No

6. ¿Qué diferencia tiene el precio de su proveedor con relación al precio promedio del mercado?

- a) Más caro
- b) Igual
- c) Más barato

7. ¿Sus proveedores le ofrecen crédito?, ¿Cuántos días de crédito le otorgan?

- a) No
- b) Si

Especificar los días de crédito que le otorgan

.....

IV. Promoción

8. Como le gustaría enterarse de la existencia de este nuevo proveedor.

- a) Tv y Radio
- b) Periódico
- c) Volantes
- d) Otros

.....