

UNIVERSIDAD PANAMERICANA

Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Administración de Empresas



“Granja La Fortaleza, engorde, destace y comercialización de pollos” (Práctica Empresarial Dirigida -PED-)

Hermenegildo Maximiliano Roche Gonzalez

Playa Grande, Ixcán, abril 2015

**“Granja La Fortaleza,
engorde, destace y comercialización de pollos”**
(Práctica Empresarial Dirigida -PED-)

Hermenegildo Maximiliano Roche Gonzalez

Lic. Mario Roberto Montenegro, (**Tutor**)

M. Sc. Dora Leonor Urrutia, (**Revisora**)

Playa Grande, Ixcán, abril 2015

Autoridades de la Universidad Panamericana

M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus
Rector

Dra. Alba Aracely Rodríguez de González
Vicerrectora Académica

M. A. César Augusto Custodio Cobar
Vicerrector Administrativo

EMBA. Adolfo Noguera Bosque
Secretario General

Autoridades de la Facultad Ciencias Económicas

M. A. César Augusto Custodio Cobar
Decano

M. A. Ronaldo Antonio Girón Díaz
Vicedecano

Lic. Ovidio Nehemías López Herrera
Coordinador Regional I

Lic. Milward Mandhiver Menchú Chávez
Coordinador de Sede

**Tribunal que practicó el examen general de la
Práctica Empresarial Dirigida –PED-**

Licda. Sermiria Maribel Juárez Isem
Examinador (a)

Lic. Arturo Sanchez Chavarría
Examinador (a)

Lic. Jorge Mario Ical Rax
Examinador (a)

Lic. Mario Roberto Montenegro
Tutor

M. Sc. Dora Leonor Urrutia de Morales
Revisora

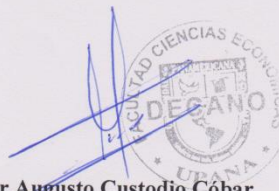


**UNIVERSIDAD
PANAMERICANA**
"Sabiduría ante todo, adquiere sabiduría"

REF.:C.C.E.E.0020-2015

**LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
GUATEMALA, 05 DE MARZO DEL 2015
SEDE PLAYA GRANDE**

De acuerdo al dictamen rendido por el Licenciado Mario Roberto Montenegro, tutor y Licenciada Dora Urrutia de Morales, revisora de la Práctica Empresarial Dirigida, proyecto -PED- titulada "Granja La Fortaleza engorde, destaque y comercialización de pollos", Presentado por él (la) estudiante Hermenegildo Maximiliano Roche González, y la aprobación del Examen Técnico Profesional, según consta en el Acta No.1636, de fecha 08 de noviembre del 2014; **AUTORIZA LA IMPRESIÓN**, previo a conferirle el título de Administrador de Empresas, en el grado académico de Licenciado.



M.A. César Augusto Custodio Cobar
Decano de la Facultad de Ciencias Económicas.

Guatemala, 11 de Marzo de 2014


Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Carrera Licenciatura de Administración de Empresas.
Universidad Panamericana
Guatemala, Guatemala.

Estimados Señores:

En relación a la tutoría de la Práctica Empresarial Dirigida –PED- del tema **“Granja La Fortaleza, engorde, destace y comercialización de pollos”**, realizada por **Hermenegildo Maximiliano Roche Gonzalez**, estudiante de Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la tutoría de la misma, observando que cumple con los requerimientos establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, considero que el informe cumple con los requisitos para ser sometido al Examen Técnico Profesional Privado (ETPP), por lo tanto doy el dictamen de aprobado al tema desarrollado en la Práctica Empresarial Dirigida, con una nota de setenta y nueve puntos (79) de 100 puntos.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.



Lic. Mario Montenegro
Tutor

Mario Roberto Montenegro
CONSULTOR DE INFORMATICA

MSc. Dora Leonor Urrutia Morales de Morales
Maestría en Gerencia Educativa
Licenciada en Pedagogía con Orientación en Administración y Evaluación Educativa

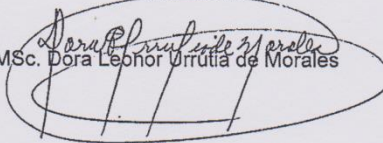
Guatemala, 22 de septiembre de 2014

Señores:
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Ciudad

Estimados Señores:

En relación al trabajo de Práctica Empresarial Dirigida (PED) del Tema: "**Granja La Fortaleza engorde, destaque y comercialización de pollos**" Realizado por: Hermenegildo Maximiliano Roche González, carné No.0807309, estudiante de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la revisión del mismo y se hace constar que cumple con los requerimientos de estilo establecidos en la reglamentación de la Universidad Panamericana. Por lo tanto doy el dictamen de aprobado para realizar el Examen Técnico Profesional (ETP).

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.


MSc. Dora Leonor Urrutia de Morales



UNIVERSIDAD
PANAMERICANA

"Sabiduría ante todo, adquiere sabiduría"

REGISTRO Y CONTROL ACADÉMICO

REF.: UPANA: RYCA: 0463.2015

El infrascrito Secretario General EMBA. Adolfo Noguera Bosque y la Directora de Registro y Control Académico M.Sc. Vicky Sicajol, hace constar que el estudiante Roche Gonzalez, Hermenegildo Maximiliano con número de carné 0807309, aprobó con 75 puntos el Examen Técnico Profesional, de la Licenciatura en Administración de Empresas, en la Facultad de Ciencias Económicas, el día ocho de noviembre del año dos mil catorce.

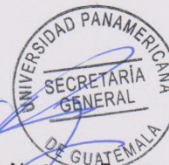
Para los usos que el interesado estime convenientes se extiende la presente en hoja membretada a los veintiún días del mes de marzo del año dos mil quince.

Atentamente,


M.Sc. Vicky Sicajol
Directora
Registro y Control Académico




Vo.Bo. EMBA. Adolfo Noguera Bosque



Luis Alberto Mendoza
cc. Archivo.

DEDICATORIA

A DIOS: Sea la gloria, por lo que ha hecho por mí. Fuente de Fortaleza y Sabiduría para alcanzar esta meta y por ser esa luz que me ha guiado en el inmenso sendero de la vida.

A MIS PADRES: Hermenegildo Roche, Silvia González Morales. Con el respeto y admiración que se merecen, este fuerza para ustedes. Gracias por enseñarme el valor de la vida, por la responsabilidad y el apoyo incondicional que solo como padres pueden dar.

A MIS HERMANOS: Jonás Gil Roche González, Jerber Luciano Roche González, Silvia Roche González, Clara Luz Roche González, Por el apoyo que siempre me han brindado y porque juntos hemos sobrellevado una fuerte lucha.

A MI ESPOSA E HIJO Dora Lily Paredes Castro, Herberth Roberto Roche Paredes. Por su apoyo y paciencia durante los días que duro el proceso.

A MI ASESOR: Ing. Mario Roberto Montenegro, por su apoyo en la realización de este proyecto.

A MIS COMPANER(AS): Por su amistad y apoyo, donde juntos trabajamos en equipo.

A MIS AMIGOS (AS): Por su amistad y apoyo incondicional.

LA UNIVERSIDAD PANAMERICA: Por ser el templo sagrado del saber.

Contenido

Resumen	i
Introducción	ii
Capítulo 1	1
1.1 Antecedentes	1
1.2 Marco Teórico	3
1.3 Selección y presentación de la idea de la empresa	22
1.3.1 Descripción de la empresa:	22
1.3.2 Denominación	22
1.3.3 Eslogan:	22
1.3.4 Tamaño:	22
1.3.5 Mercado objetivo:	22
1.3.7 Producto o servicio:	23
1.4 Presentación de la idea:	23
1.4.1 Selección de la idea	24
1.4.2 Definición de la empresa	24
1.4.3 Nombre comercial:	24
1.4.4 Logotipo:	25
1.5 Misión	25
1.5.1 Visión	26
1.5.2 Objetivos	26
1.5.3 Metas	26
1.5.4 Valores	26
Capítulo 2	28
2.1 Metodología de la investigación	28
2.2 Tipo de investigación	28
2.3 Sujetos de la investigación	28
2.4 Instrumento	29
2.5 Procedimientos	31
2.6 Aporte esperado	31

Capítulo 3	33
3.1 Análisis e interpretación de resultados	33
3.2 Análisis FODA:	33
3.3 Análisis de porter:	34
3.4 Estrategia competitiva:	36
3.4.1 Competidores:	36
3.4.2 Análisis de mercado	37
3.4.3 Crecimiento económico y demográfico	37
3.4.4 Distribución geográfica	38
3.4.5 Demográfico	39
3.4.6 Tamaño de mercado	40
3.4.7 Estrategia competitiva	46
3.4.8 Segmentación de Mercado	47
3.4.9 Mercado Objetivo:	48
3.4.10 Precio:	49
3.5 Estructura de capital:	49
3.5.1 Ubicación:	49
3.5.2 Área de aprovisionamiento e insumos	50
3.5.3 Proveedores	50
3.5.4 Procedimientos (costos de operación)	50
3.5.5 Proyección de producción	51
3.6 Área de comercialización	51
3.6.1 Plan de mercadotecnia	52
3.6.2 Productos y servicios (alternativas, diversificación)	52
3.6.3 Definición del servicio	52
3.6.4 Características comerciales del producto	52
3.6.5 Tamaño del producto	52
3.6.6 Precio (establecimiento del precio)	53
3.6.7 Plaza (canales de distribución)	54
3.6.8 Promoción y publicidad	54
3.6.9 Estrategias de comunicación	55

Capítulo 4	56
4.1 Aspectos legales o legalización de la Empresa	56
4.1.1 Flujo gramas de inscripción de empresa.	58
4.2 Área de organización y recursos humanos	61
4.2.1 Estructura Organizacional de la empresa	61
4.2.2 Organización del recurso humano	61
4.2.3 Estructura Organizacional	61
4.2.4 Estructura lineal	61
4.2.5 Organigrama	62
4.2.6 Organización del recurso humano	62
4.2.7 Descripción y especificación de puestos	63
4.3 Reglamento interno de trabajo	69
4.3.2 Disposiciones generales	69
4.3.3 Condiciones de ingreso	69
4.3.4 Jornada laboral de todo el personal	71
4.3.5 Intereses particulares	71
4.3.6 Peticiones y Reclamos	72
4.3.7 Obligaciones de los trabajadores	72
4.3.8 Obligaciones de la empresa	73
4.4 Estudio económico Financiero	74
4.4.1 Estimación inversión inicial o plan de inversión	74
4.4.2 Crecimiento anual	77
4.4.3 Planilla mensual de pago de la empresa Granja La Fortaleza	78
4.4.4 Estados financieros (proyectados a 5 años)	78
4.4.5 Estado de resultados	79
4.4.6 Balance general	81
4.4.7 Flujo de caja proyectado	82
4.5 Razones Financieras	83
4.5.1 Tiempo de retorno de capital	83
4.5.2 Conceptual (aceptación del producto o servicio)	84
4.5.3 Operacional (logística del proyecto necesario)	84
4.5.4 De mercado (apertura cobertura de mercado)	84

4.5.5 Económica (factibilidad con base a indicadores financieros y económicos)	85
4.6 Estudio de impacto ambiental	85
4.6.1 Entorno físico	85
4.6.2 Entorno social	86
4.6.3 Descripción del entorno ambiental.	86
4.6.4 Metodología aplicada	87
Conclusiones	95
Recomendaciones	96
Referencia bibliográfica	97
Anexos	98

Resumen

La seguridad alimentaria es una de las prioridades de los habitantes del mundo muchas veces esa relación de seguridad decae por la misma población que no se encuentra capacitada para propiciar un nuevo modelo de desarrollo, muchas familias se quejan que viven en la extrema pobreza, tienen propiedades Abandonadas no saben que producir, con técnicas que no dañen la tierra con su producción desgastante y puedan tener seguridad financiera.

La población actual demanda más servicios, al realizar el estudio de mercado se pudo notar grandes baches que deben llenar o satisfacer, existe cierta cantidad de demanda del municipio, hay personas que buscan mejores condiciones de vida, la propuesta es una herramienta para empresarios, personas y familias que tienen terrenos y están en desuso, o quieren diversificar la producción y asegurar una mejor rentabilidad.

En cuanto a las proyecciones de inversión y de venta que se realizaron para tener una idea cómo debe funcionar el ámbito pecuario, que demuestre la factibilidad o la viabilidad de abrir la empresa y producir, hace proyecciones de ingresos que se puedan tener, base de una buena organización. Las proyecciones no están con fin de informativo, sirven para análisis y no cometer errores en la ejecución del proyecto de la empresa.

Una estrategia de velar por la calidad y marca de la empresa, es; la regulación ante las entidades de legalización, obtener el registro de la empresa, da credibilidad para las empresas o negocios grandes quienes son distribuidores directos para el comercio por mayor facilita la comunicación institucional o representante legal, donde se puede obtener resultados prósperos. La legalidad y los procesos de producción brindan seguridad a una empresa.

Introducción

La realidad empresarial en la actualidad es altamente competitividad y demanda calidad de productos, para lograr dicha competitividad se requiere de buena educación, capacitación y recurso económico, componente donde no puede competir la población en pobreza, dicha población en su mayoría posee terreno amplio, no es utilizado porque no saben cómo tecnificar la tierra o diversificar la producción, tener una producción rentable.

Además la demanda actual de productos alimenticios es alta, tiene un alto costo, caso que afecta más a la población del área urbana, seguida por la del área rural, situación que se puede ayudar con la diversificación de la producción en el área rural y tener mejores condiciones de vida.

Es de importancia entender esta realidad y buscar estrategias para lograr una producción de calidad con los pequeños productores a través de la tecnificación del trabajo. En este informe podrá encontrar fundamentación teórica, investigación de mercado, análisis, planes de ejecución, estrategias, descripción de puestos, perfil de puestos, funciones, diagramas organizacionales, presupuesto, costos y proyecciones de gastos, recuperación de inversión y utilidades para poder montar una Granja.

El análisis de mercado es determinante para saber si la empresa puede ser rentable o no, porque en ello se identifican aspectos culturales, económicos, políticos, sociales, religiosos, geográficos, demográficos, étnicos, demanda, gustos, necesidades, inquietudes, propuestas. Una de las estrategias efectivas es identificar cuáles son los productos más buscados por los clientes

Con el presente se quiere llegar a desarrollar y consolidar la empresa en el mercado con una buena parte o cuota de mercado, busca en primer lugar analizar las necesidades de los clientes e identificar las necesidades e inquietudes con relación al producto que se producirá, con el fin de satisfacer las necesidades básicas del ser humano. Y conseguir que estos se conviertan en clientes potenciales.

El objetivo de este proyecto es proveer herramientas para producir aves de engorde, Se hace necesaria la producción constante para tener en existencia y cubrir con la demanda de los posibles clientes.

Otro de los factores es conocer a las personas quienes se encargaran de la administración, ellos son los recursos más importantes para realizar el trabajo, se debe conocer los niveles de preparación y capacitarse de acuerdo al trabajo.

La distribución de los productos en el mercado es uno de los fines de esta empresa para hacerlo deberá fortalecer la comunión y comunicación, a través de promociones y de las estrategias, el fin no es solo distribuir los productos, sino satisfacer a los clientes.

Capítulo 1

1.1 Antecedentes

En los últimos años el municipio ha ido en aumento demográfico sin control y cada día la población necesita satisfacer sus necesidades básicas, pero los costos de la canasta básica están altos y dificultan el desarrollo rural de la población que no ha recibido una capacitación o preparación académica para la explotación y reproducción de los bienes que poseen, situación que preocupa a la OMS la seguridad alimentaria está amenazada por la pobreza que va por falta de preparación técnica de la población. Con esta propuesta de desarrollo económico se pretende obtener rentabilidad en la actividad empresarial, mejorar el nivel de vida social.

La implementación de “Granja La Fortaleza” de engorde, destace y comercialización se convertirá en una oferta laboral, la granja será una mediana-empresa productora y comercial, que se dedicará a engorde y comercialización de pollos.

En el municipio existen varios productores de pollos de engorde y un de gallinas de postura pero no logran abastecer el mercado. En la mayoría del caso, la producción de estos animales es familiar en una escala menor, los consumidores y distribuidores de estos tipos de productos o animales requieren abastecerse con mayor rapidez productos frescos, para hacerlo necesitan traer el producto o la materia prima de otros municipios cercanos, fuera de fronteras a veces de proveedores de dudosa calidad de producción o almacenamiento, se ven afectado para cubrir la demanda de sus clientes. Mientras que en el área de ganado porcino existe por el momento un productor que se dedica al engorde, se puede ver que es un mercado con buena perspectiva abastecer, los carniceros y estos a los clientes consumidores, aunque existen familias que siempre poseen este tipo de producción pero no a una escala considerable sino por unidades mínimas. En el caso del ganado bovino, existen productores que lo manejan en terrenos abiertos, a veces con una sobrepoblación en los potreros, situación que en tiempo de verano se complica, los pastos se secan, el agua se vuelve escasa y la tierra se erosiona, lo que obliga a

productores vender su ganado y en algunos casos dejan de producir. Se tiene información que hay una persona que empieza a trabajar con ganado tecnificando (en establo) para una mejor producción y cuidado del suelo.

✓ Generales.

El municipio de Ixcán del departamento de Quiché, fundado desde 1985 es un municipio en desarrollo que cada día exige cubrir necesidades básicas de la población, en especial los de alimentación, se hace necesario el estudio de la pre-factibilidad y factibilidad de la creación de la granja “La Fortaleza” de engorde destace y comercialización.

Con esta investigación se busca identificar si es pre-factible y factible crear una granja productiva y comercial que busca engordar y comercializar pollos, se realizara una investigación para identificar nichos de mercados, para establecerse en el mercado comunitario, municipal y regional, cubrir las necesidades básicas de la población, que va en aumento constante, el municipio tiene 95,088 habitantes, mientras que a mediados del 2010 habían 82,000 habitantes, es municipio tiene 163 comunidades y su distribución geográfica es de siete microrregiones.

Para llevar a cabo el proyecto de la granja se hace necesario realizar una investigación minuciosa en la cual interviene el estudio económico, ambiental, que se deben establecer las condiciones, los costos, gastos, impuestos, proyecciones financieras, esto se pretende determinar el tamaño de la granja se logra el punto de equilibrio que es muy importante, este tipo de proyectos no se ejecutan en el municipio se considera un proyecto que puede tener auge en la población y para el propietario representaría mejores condiciones económicas.

Este modelo de desarrollo rural es aplicable a una nueva creación y no corresponden a una definición única, que cada área, región o lugar, tiene su propia configuración geográfica y locacional, influirá en la problemática propia de cada área de la granja en lo que respecta a:

suministros en general, caminos de acceso, desarrollo de canales, bordería, estación de bombeo, infraestructura, otros.

Este tipo de empresa requiere de tiempo, trabajo duro, dinero, voluntad para realizar el proceso ejecución.

Para estudiar la factibilidad de creación de la empresa es necesario realizar una investigación de mercado, a la vez realizar la organización de la misma mediante una estructura útil que ordene los conocimientos, se utiliza el proceso administrativo, que consiste en “funciones de administración, permiten un análisis lógico de la organización secuencian y relacionan todos sus componentes en forma natural y congruente, integrado por: planeación, organización, integración, dirección y control”

1.2 Marco Teórico

✓ Empresa

Es una organización económica que se dedica al intercambio comercial de bienes y/o servicios. Estos bienes y servicios estarán siempre vinculados a las necesidades de la sociedad por eso una empresa es un eje de producción; estas compañías poseen fines económicos, objetivos, responsabilidad y riesgo. La definición de empresa indica que los entes se clasifican según la propiedad, el tamaño y el aspecto jurídico; La clasificación según la propiedad dice que las compañías pueden ser privadas (organizada y comandada por propietarios particulares quienes poseen una finalidad lucrativa), públicas (controladas por el estado con una finalidad de bien público), mixtas (intervienen los particulares como el estado) y otras. Según su tamaño (micro empresa no más de 10 trabajadores, Las pequeñas empresas no más de 20 trabajadores, la mediana de 20 a 100 empleados y la gran empresa excede de los 100 empleados. Por último, la definición de empresa dice que las mismas pueden clasificarse según su aspecto jurídico, es decir, individuales, mercantiles, colectivas, en comanditas, comerciales, civiles y anónimas.

La empresa es un universo inmenso y complejo, con mucha frecuencia, es difícil determinar el efecto de una determinada decisión sobre alguno de los tres referentes base. Por ello, es preciso articular un sistema de referencias próximas a la naturaleza de cada una de las decisiones. Surge así un número de "referentes interpuestos", que conforman la contabilidad interna y permiten una cuantificación, con rapidez y criterio, del impacto que sobre ellos tendrá cualquier decisión a tomar en el campo de la gestión empresarial.

La empresa es una sociedad industrial o mercantil. Es la unidad económica de base en que se desenvuelve el proceso productivo. En éste se combinan los factores productivos para conseguir un producto que obtenga el máximo beneficio: económico o social, según los casos.

Las empresas se forman con la finalidad principal de obtener un lucro y una ganancia. El lucro es la causa y fin de las empresas. Una empresa que no obtiene ganancias no cumple con su finalidad (se refiere a las empresas privadas que funcionan en un sistema de mercado). También la función social de la empresa es producir bienes y servicios para la comunidad. Cuando una empresa da a la comunidad más bienes y servicios que aquellos utilizados en el proceso de producción, la empresa cumple con su función social. La función social de las empresas es cumplir con su función económica, que es para lo que son creadas. Cuando una empresa gasta más recursos de los que da a la comunidad, es decir, obtiene pérdidas, no cumple con su función social, no produce riqueza para la colectividad.

Es Jorge Barrera Graf quien opina que la empresa o negociación mercantil es una figura de índole económica, cuya naturaleza intrínseca escapa al derecho y son sus elementos dispares, distintos entre sí que hace de la empresa una institución imposible de definir desde el punto de vista jurídico. Señala que sus elementos personales unos, objetivos o patrimoniales otros, como son su titular (el empresario), que tanto puede ser un individuo, como una sociedad, un organismo estatal o una sociedad controlada por el estado (en las empresas públicas), y un personal heterogéneo y variable, con diferente grado de vinculación con aquél; la presencia de un patrimonio o sea, la hacienda, compuesto de bienes, derechos y obligaciones de índole

variada; la existencia de relaciones propias y exclusivas de ella, como la clientela, la llamada propiedad comercial, el aviamiento, o sea, la actividad intelectual y hasta moral del empresario, así como ciertos derechos como los de la propiedad inmaterial (nombre comercial, patente, marcas), y un régimen tuitivo propio, que prohíbe y sanciona la competencia desleal y que establece límites a su concurrencia en el mercado.

La empresa es un fenómeno económico que responde a una necesidad. Los hombres forman empresas cuando no tienen los suficientes recursos individuales para lograr una producción mayor y eficiente. Un solo hombre puede lograr una producción de bienes y servicios: aporte la tierra, capital, trabajo y coordina la producción. Sin embargo se entiende por empresa, la reunión de varias personas que aportan los diversos recursos necesarios para producir y que esperan obtener una ganancia o lucro, por ello se unen varias personas o empresas quienes aportan todos los factores de producción: unos aportan bienes, otro trabajo, otros coordinan y entre todos logran producir.

✓ Tamaño de empresa

✓ Micro empresa

Una micro empresa o microempresa es una empresa de tamaño pequeño. Su definición varía de acuerdo a cada país, aunque, en general, puede decirse que una microempresa cuenta con un máximo de diez empleados y una facturación acotada. Por otra parte, el dueño de la microempresa suele trabajar en la misma. Una Microempresa, es toda unidad económica constituida por una persona natural (conocida también como conductor, empresa unipersonal o persona natural con negocio) o jurídica.

Puede adoptar cualquier forma u organización o gestión empresarial (E.I.R.L., S.R.L., S.A.), y estar dedicada a la extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. En algunos lugares también son llamadas Small Office, Home Office (Pequeña oficina, oficina en casa)

✓ Pequeña empresa

"La pequeña empresa es una entidad independiente, creada para ser rentable, que no predomina en la industria a la que pertenece, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que la conforma no excede un determinado límite, y como toda empresa, tiene aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras, todo lo cual, le permite dedicarse a la producción, transformación y/o prestación de servicios para satisfacer determinadas necesidades y deseos existentes en la sociedad"

La pequeña y mediana empresa (conocida también por el acrónimo PYME, es una empresa con características distintivas, y tiene dimensiones con ciertos límites ocupacionales y financieros prefijados por los Estados o regiones. Las pymes son agentes con lógicas, culturas, intereses y un espíritu emprendedor específicos.

Por otra parte el Ministerio de Economía tiene otra definición utilizando el criterio de cantidad de empleados. Según estas definiciones se pueden establecer los siguientes esquemas:

Tipo de empresa	Empleados (Criterio de la Cámara de Comercio para el Programa de Bonos)	Empleados (Criterio del Ministerio de Economía)
Microempresa	1-5	1-10
Pequeña empresa	6-50	11-25
Mediana empresa	51-100	26-60

Criterio de la Cámara de la Industria de Guatemala para empresas industriales			
Tipo de empresa	Empleados	Ventas máximas anuales (Q)	Activos totales (Q)
Microempresa	1-10	hasta 60.000	hasta 50.000
Pequeña empresa	11-20	60.001-300.000	50.001-500.000
Mediana empresa	21-50	300.001-3.000.000	500.001-2.000.000

Fuente: Cámara de la industria de Guatemala, cámara de comercio, ministerio de economía

✓ Mediana empresa

Aseguran el mercado de trabajo mediante la descentralización de la mano de obra, tienen un efecto socioeconómico importante permite la concentración de la renta y la capacidad productiva desde un número reducido de empresas hacia uno mayor.

Reducen las relaciones sociales a términos personales más estrechos entre el empleador y el empleado favorecen las conexiones laborales, en general, sus orígenes son unidades familiares. Presentan mayor adaptabilidad tecnológica a menor costo de infraestructura. Obtienen economía de escala a través de la economía interempresaria, de una sola familia o propietario sin tener que reunir la inversión en una sola firma

Características:

- ✓ Cuantitativa: calidad del personal o facturación
- ✓ Cualitativa: El C.E.D por sus siglas en ingles(comitte foreconomic development) indica que una empresa es mediana si cumple con dos o más de las siguientes características:
 - ✓ Administración independiente (los gerentes son también propietarios).
 - ✓ Capital suministrado por propietarios.
 - ✓ Fundamenta en área local de operaciones.
 - ✓ Tamaño pequeño dentro del sector industrial que actúa.
 - ✓ Entre 50 y 500 empleados

- ✓ Empresa Grande

Se compone de la economía de escala, la cual consiste en ahorros acumulados por la compra de grandes cantidades de bienes. Estas corresponden a las grandes industrias metalúrgicas, automovilísticas, distribuidoras y generadoras de energía, compañías de aviación. En su mayoría son inyectadas por el estado y generan una minoría de los empleos de un país. Su número de empleados oscila entre los 300 y 500 a más.

✓ Clasificación de las empresas por el sujeto o forma jurídica

Las empresas pueden ser individuales y jurídicas según la naturaleza de conformación y sus fines de producción; Pueden ser:

Empresa individual

Empresa mercantil

Empresa colectiva

Empresas comanditas

Empresas civiles Social

Empresas de sociedades anónimas

Empresas por cooperativas

Empresas nacionalizadas o estatificadas

Empresas de economía mixtas

✓ Empresa Individual

Es aquella en la que una persona natural, en nombre y por cuenta propia, desarrolla actividades económicas.

✓ Empresa Mercantil

La empresa mercantil es toda aquella que se dedica a la comercialización de productos o servicios para satisfacer las necesidades de los clientes.

✓ Empresa Social

Nacen con personalidad jurídica propia por la unión de las actividades y bienes de varias personas naturales.

✓ Asociación de Cuentas en Participación

Formada por varias personas interesadas en un objetivo común, ante el público aparece como empresa individual, ya que cada uno de los asociados contrata por cuenta propia.

✓ Sociedades Regulares Colectivas

Todos los socios aportan capital y trabajo al fondo social, con ánimo de participar en los beneficios.

Estos socios responden ante terceros en forma solidaria, mancomunada e ilimitada. Se denominan colectivas irregulares cuando existen uno o más socios que no aportan capital, pero sí la colaboración de su trabajo personal.

✓ Compañías Comanditarias

Existen unos socios colectivos que dirigen las actividades sociales teniendo el uso de la firma social y son responsables solidarios e ilimitados de los resultados, en tanto que hay otros socios, los comanditarios, que reducen su aportación a una cantidad determinada de dinero que señala de límite máximo de su responsabilidad por los resultados sociales.

✓ Empresas de forma Anónima

Poseen capital conseguido mediante partes alícuotas, representadas por títulos llamados acciones al valor de sus acciones poseídas. En estas sociedades la administración está encargada a mandatarios de los socios llamados accionistas. Las sociedades de responsabilidad limitada, son personalistas como las colectivas, diferenciándose en que los socios limitan su responsabilidad a los fondos aportados.

✓ Empresas Cooperativas

Los socios cooperadores trabajan armónicamente en la dirección y realización de las tareas que le son propias, asumen todos ellos la responsabilidad y el riesgo económico de las mismas, y participan en sus beneficios.

Las necesidades de la producción contemporánea han exigido la formación de concentraciones y agrupaciones de empresas integradas o relacionadas de modos muy diversos.

✓ Empresas Nacionalizadas o Estatificadas

Son aquellas empresas en que el capital necesario para la explotación económica ha sido aportado por el Estado.

✓ Empresas de Economía Mixta

Son aquellas en que la dirección y riesgo están compartidos por el Estado y la iniciativa privada. Las empresas en las cuales el estado tiene participación y aquellas en las que conceden tutela se denominan paraestatales.

✓ Una empresa se caracteriza por:

- ✓ La existencia de un patrimonio.
- ✓ La combinación de los factores de producción.
- ✓ La distinción entre los sujetos que aportan los factores de producción.
- ✓ La venta en el mercado de los productos obtenidos.
- ✓ La magnificación del beneficio o lucro.

✓ Clasificación de las empresas.

Las empresas pueden ser según la actividad productiva o fin a que estén dedicadas de bienes y servicios, o por el sector en el que sirven, pueden ser:

- ✓ De bienes y servicios: (hostelería y similares, de transporte y comunicación, bufetes, escuelas, espectáculos, bancarias, comerciales, limpieza etc.).
- ✓ Bancarias y Financieras
- ✓ De seguros
- ✓ Agrícolas: silvicultura, ganadería y cultivos
- ✓ Industriales: Fabriles o Manufactureras (de transformación) fábricas y talleres en general.
- ✓ Comerciales
- ✓ Extractivas: mineras, casa, pesca,
- ✓ Se clasifican según la procedencia de su capital:
- ✓ Empresas privadas
- ✓ Empresas estatales o públicas
- ✓ Empresas mixtas

- ✓ Por su radio de acción pudieran clasificarse en:
- ✓ Locales
- ✓ Regionales
- ✓ Nacionales
- ✓ Multinacionales,
- ✓ Transnacionales
- ✓ Mundiales.

- ✓ Características y fines de la empresa

Es misión de la empresa prestar servicios económicos, buscando conseguir un aumento en la producción de los bienes para satisfacer necesidades o un mayor valor de esta producción.

- ✓ La empresa tiene tres fines:

- ✓ Prestación de un servicio económico que justifique su existencia.

- ✓ Obtención de lucro beneficio que retribuya sus esfuerzos.
- ✓ Continuidad del servicio (supervivencia de la empresa)
- ✓ La hacienda o patrimonio de la empresa

Se denomina hacienda al conjunto de los elementos patrimoniales que pertenecen a la empresa; esto es, el conjunto de bienes materiales e inmateriales organizados por el empresario para el ejercicio de su actividad mercantil.

- ✓ Capital humano

Otro elemento de la empresa está constituido por el recurso más importante, que es, el recurso humano, personal al servicio de la misma. Se ha dicho con frecuencia que es fundamental en la empresa la organización del trabajo ajeno. La condición y relaciones de este personal se rigen por la Ley del Código de Trabajo; artículo N0. 1 el presente código regula derechos y obligaciones de los patronos y trabajadores, con ocasión del trabajo, y crea instituciones para resolver sus conflictos.

- ✓ La clientela y el aviamiento o avió.

La buena organización, el conocimiento de los hábitos y gustos del público, las listas de nombres y direcciones de proveedores y consumidores, el buen servicio suministrado por el personal, son los factores que integran la aptitud para producir utilidades y es así como se constituye el avío de una negociación.

La clientela y avío no son elementos (es cierto que le da valor a una negociación pero esto no es suficiente para darles el carácter de elementos constitutivos) sino cualidades de la llamada negociación.

- ✓ Empresario

Es un agente productivo, cuya función consiste en comprar los servicios de todos los agentes para combinarlos en un proceso productivo que engendre un producto cuyo valor es mayor que la suma del valor de otros agentes.

La figura de empresario es una de las más discutidas en los últimos tiempos. Para algunos, el empresario es sólo un trabajador que cumple con la función de coordinar los factores de la producción; para otros es además el principal responsable del triunfo o fracaso de la empresa y, por lo tanto, con funciones diferentes a las de un trabajador.

El empresario es el que toma las decisiones dentro de una unidad de producción. Debe buscar fórmulas mediante las cuales pueda ejercer su autoridad con la mínima coacción y máxima cooperación de sus subordinados.

El empresario en la actualidad, requiere de una preparación científica, es decir, un conocimiento teórico, sistemático y organizado de los fenómenos económicos, además de experiencia y creatividad; pues la empresa, en un mercado competitivo, necesita de cambios e innovaciones tan frecuentes y variables como las necesidades y gustos de los consumidores.

Las principales actividades del empresario son:

- ✓ La organización de la producción.
- ✓ El asumir riesgos.
- ✓ El ejercicio de una función administrativa.
- ✓ Administración de empresa

Cada una de las anteriores definiciones, las analizamos con detalle, llevará a penetrar en la verdadera naturaleza de la administración propiedades distintivas. Como tales, las definiciones son para toda clase de administración (privada, pública, mixta), y para toda especie de organismo (industriales, comerciales o de servicios).

La definición breve de la Administración se puede mencionar como: "la función de lograr que las cosas se realicen por medio de otros", u "obtener resultados a través de otros".

"Proceso integral para planear, organizar e integrar una actividad o relación de trabajo, la que se fundamenta en la utilización de recursos para alcanzar un fin determinado".

La administración también se puede definir como el proceso de crear, diseñar y mantener un ambiente en el que las personas, laborar o trabajando en grupos, alcancen con eficiencia metas seleccionadas. Es necesario ampliar esta definición básica. Como administración, las personas realizan funciones administrativas de planeación, organización, integración de personal, dirección y control.

✓ Proceso administrativo

Se refiere a planear y organizar la estructura de órganos y cargos que componen la empresa, dirigir y controlar sus actividades. Se ha comprobado que la eficiencia de la empresa es mucho mayor que la suma de las eficiencias de los trabajadores, y que ella debe alcanzarse mediante la racionalidad, es decir la adecuación de los medios (órganos y cargos) a los fines que se desean alcanzar, muchos autores consideran que el administrador debe tener una función individual de coordinar, sin embargo parece más exacto concebirla como la esencia de la habilidad general para armonizar los esfuerzos individuales que se encaminan al cumplimiento de las metas del grupo.

✓ Granja

Cuando se habla de granja, se hace referencia al espacio creado por el hombre en áreas rurales sobre todo como centro de producción de bienes agrícolas o de crianza de animales. Una granja también puede servir como espacio habitacional para los individuos que desempeñan allí las actividades productivas, y es por esta razón que la granja cuenta con diferentes áreas.

La granja se establece en el área rural, sobre una porción de tierra que es delimitada y se pone a disposición de quienes la posean para ser trabajada, labrada y utilizada en la producción de cultivos o cría y domesticación de animales. La granja debe contar con una importante parte de su área dedicada a la producción, es decir, un área cultivada en la cual diversos tipos de vegetales o cereales pueden producirse. Al mismo tiempo, la granja debe contar con un espacio para la cría de animales que pueden permanecer al aire libre o en ambientes cerrados (que llevarán por lo general el nombre de establos o cobertizos). La granja cuenta con otras construcciones que pueden tener que ver con el depósito de los productos recolectados (tales como silos) y con la vivienda de las personas que trabajen en ese espacio.

Se puede clasificar a las granjas de acuerdo al tipo de producción que realicen. Mientras algunas se especializan en la producción de cierto tipo de cereales o vegetales, hay otras que se dedican a la cría y producción de alimentos avícolas, a los tambos (dedicados a la producción de leche y sus derivados). También se pueden clasificar en torno al tipo de sistema productivo, algunas de estas granjas de cultivo extensivo o intensivo, cultivo rotativo, orgánico.

Las granjas varían respecto al tipo de propiedad de la tierra:

- ✓ Dueños: trabajan la tierra y se encargan de las actividades productivas de la granja.
- ✓ Arrendadas a terceros, por medio de un contrato o convenio.

Existen diferentes modelos de granjas que se pueden aplicar estas son:

- ✓ Sistema de granja autosuficiente
- ✓ Modelos de granjas
- ✓ Granja familiar
- ✓ Granja demostrativa
- ✓ Granja comercial
- ✓ Granja autosuficiente
- ✓ Granja agroindustrial

✓ Granja integral

En la granja integral se toma varias actividades productivas la cual pueden ser productivas y auto sostenibles se puede producir en la parte agrícola, (maíz, frijoles, arroz hortalizas flores, frutas); Avícola (aves de corral; pollos de engorde, de postura, codornices), Ganadería (ganado bovino, ganado porcino, conejos, cabras, ovejas, borregos); apicultura (abejas), piscicultura (peces).

✓ Conceptos básicos

Es integral desde los siguientes puntos de vista:

a) Económico:

- ✓ Selecciona e integra líneas de producción
- ✓ Desarrolla agroindustria
- ✓ Orienta la capacidad empresarial
- ✓ Participa en mercados
- ✓ Correlaciona ecosistemas

b) Social:

- ✓ Detiene la migración campo-ciudad
- ✓ Permite capacitación a jóvenes y adultos en tecnologías apropiadas.
- ✓ Irradia tecnología a la comunidad
- ✓ Consolida a la familia
- ✓ Genera empleo familiar
- ✓ Fomenta la cohesión grupal

c) Cultural

- ✓ Aprovecha recursos de la región

- ✓ Educa en la conservación del medio ambiente
- ✓ Permite la cohesión interinstitucional
- ✓ Reafirma la aplicación de principios cristianos
- ✓ Mejora la capacidad técnica del campesino
- ✓ Reconoce los valores y las aptitudes del campesino
- ✓ Educación cristiana, agropecuaria, recreativa (car).

Autosuficiente, porque genera ingresos para la subsistencia de una familia media campesina. Produce alimentos para la familia y genera excedentes comercializables.

Es rentable, pues mediante elementos de planeación (estudio de factibilidad) hace que la granja se convierta en una microempresa rural. Con la elevación de los márgenes de rentabilidad, pasa a las unidades agrícolas familiares de la posición de deterioro o de equilibrio a la posición de acumulación económica.

- ✓ Tipos de granja

Algunos programas de Desarrollo Sostenible son las Granjas de Desarrollo Sostenible. Ahí se práctica.

- ✓ La agricultura
- ✓ La acuicultura
- ✓ La apicultura
- ✓ La ganadería.
- ✓ La Avícola:

- ✓ Agricultura (Agrícola)

Adjetivo de tipo calificativo que se usa para denominar a todas aquellas cosas, actividades o circunstancias que tengan que ver con la actividad de cultivar y de cosechar materias primas

que puedan ser luego utilizadas por el ser humano como alimento o con otros fines (como por ejemplo, abrigo o vestimenta). La palabra agrícola proviene de la palabra agricultura, es decir de la cultura de cultivar y de trabajar la tierra, una de las actividades más importantes para la subsistencia humana le permite no depender de manera tan directa de lo que le ofrece la naturaleza si no de proveerse a sí mismo con su propio alimento.

✓ La Piscicultura (acuicultura):

La Piscicultura es la rama de la zootecnia cuyo objeto de estudio es la cría de peces. Su especificidad en relación con la actividad general de la pesca, radica en la Piscicultura, el desarrollo de los peces se da con la intervención, el conocimiento y la acción del hombre, en lo relativo a mejoramiento genético, incubación, reproducción artificial de peces, alimentación y sanidad, entre otros (camarones de agua dulce).

✓ Apicultura.

Se dedican a la cría de abejas para hacer miel, en este tipo de producción existen diferentes tipos de abejas la cual los productores las clasifican por la calidad y cantidad de miel que producen en determinado periodo.

La apicultura es una actividad dedicada a la crianza de las abejas y a prestarles los cuidados necesarios con el objeto de obtener y consumir los productos que son capaces de elaborar y recolectar. El principal producto que se obtiene de esta actividad es la miel.

Un beneficio indirecto producto de la actividad de pecoreo que realizan las abejas corresponde a la polinización que realizan estos insectos. El cultivo similar de otras abejas productoras de miel (melipónidos) se denomina Meliponicultura. La vespicultura es la explotación de las escasas especies de avispa mielífera.

De las abejas se obtiene cera (para varios productos), miel, polen, propóleo, jalea real y veneno de abejas (apitoxina).

✓ Ganadería

Es la actividad de producción agraria que consiste en la cría de animales para la obtención de carne, leche fresca o pieles. Entre estos animales se tiene (ganado bovino, ganado porcino, cabras, ovejas, borregos, conejos, otros).

✓ Ganado bovino

Existen producciones de ganado en diferentes escalas y razas de animales, el ganado bovino es utilizado para la producción de carne, leche, cuero y otros subproductos. Es producido en terrenos no muy aptos para el cultivo y tecnificado (en establo) cuidando la erosión del suelo.

✓ Ganadería Porcina

La granja porcina es la que se dedica a la crianza y comercialización de cerdos, este tipo de producción no requiere espacio grande, funciona en pequeños espacios o instalaciones. Dependiendo del objetivo de su producción, las granjas porcícolas se pueden dividir en:

✓ Granjas productoras de pie de cría

Se dedican a la producción y mejora del ganado porcino, para vender los animales como vientres y sementales.

✓ Granjas de ciclo completo

Tienen sus propios vientres y sementales; los lechones nacen en la granja y ahí mismo son criados y engordados hasta su envío al rastro.

✓ Granjas productoras de lechones

Los lechones nacidos en estas granjas se conservan durante la lactancia y cuando llegan a un peso aproximado de 20 kg. son vendidos a otros criadores que se encargan de engordarlos, hasta su envío al rastro.

✓ Granjas engordadoras

Adquieren los lechones destetados y se dedican a engordarlos hasta que llegan al peso en que son enviados al rastro.

✓ Características e importancia:

El ganado es fuente de alimento: carne, leche y subproductos.

El ganado convierte en carne de valor económico elevado, plantas, hierbas cuyo valor económico directo es menor.

Utiliza tierra no muy apta para la agricultura y por lo tanto hace que su valor económico se incremente.

Contribuye a mantener el equilibrio ecológico ya que devuelve al suelo, mediante excretas, gran parte de la fertilidad de las plantas que consume.

✓ Agropecuario / avícola

Se usa como adjetivo calificativo para designar a un tipo de actividad económica que se basa en la producción de alimentos a partir del cultivo y de la ganadería. Las actividades agropecuarias son entendidas como las actividades primarias o más básicas que el ser humano tiene para poder sobrevivir ya que ambas tienen como objetivo principal el alimento ya sean cultivos, cereales o vegetales o carne y los derivados de los animales.

Se considera que estas son las más relevantes para la vida del ser humano y las que requieren menor inversión suponen el aprovechamiento de la naturaleza sin transformarla como sucede con la industria. De todos modos, las actividades agropecuarias requieren mucho tiempo los productos de calidad que se puede obtener a partir de ellas deben crecer, desarrollarse y madurar hasta estar listos para el consumo humano.

La avicultura es la práctica de cuidar y criar aves como animales domésticos con diferentes fines, y la cultura que existe alrededor de esta actividad de crianza. La avicultura se centra no solo en la crianza de aves, sino en preservar su hábitat y en las campañas de concientización. Dentro de la avicultura se incluye tanto la avicultura de producción para conseguir carne, plumas o huevos; y la avicultura recreativa con la cría de especies por cuestión de afición, como el silvestrismo, la colombofilia, la canaricultura o la cría de loros u otras especies exóticas.

Un ave de corral es un ave domesticada utilizada en la alimentación, ya sea en forma de carne o por sus huevos. La denominación incluye a miembros de los órdenes Galliformes (tales como los pollos y pavos) y Anseriformes (aves acuáticas como patos y gansos). El término puede hacer referencia también a otros tipos de aves que son utilizadas en la cocina, como los pichones o palomas. Para las aves como el faisán, codorniz y los patos salvajes, se utiliza el término aves de caza.

Las aves por su forma de crianza pueden ser criollas (cuando son criadas con productos no químicos). Y de engorde (cuando son mantenidos con productos que aceleran el crecimiento)

- ✓ Pollo de postura.

Ave de corral dedicada a la producción de huevos para la venta, consumo o crianza.

✓ Pollo de engorde

Crianza de pollo para su crecimiento rápido, engorde y destace, el fin principal es la producción de carne. Producto que ha crecido su demanda en los últimos años.

1.3 Selección y presentación de la idea de la empresa

1.3.1 Descripción de la empresa:

1.3.2 Denominación

Granja” La Fortaleza”

1.3.3 Eslogan:

Como nosotros, no hay otros.

1.3.4 Tamaño:

Empresa mediana, y estará enfocado a la atención profesional, especializada y personalizada para atender la demanda; se menciona atención personalizada porque los clientes tendrán la opción de tener servicio a domicilio, así mismo se buscará la efectividad en cada uno de los servicios. El objetivo principal es situar un negocio rentable, estable y reconocido a nivel local en un principio; con la visión de expansión a nivel regional como una distribuidora exclusiva de marcas reconocidas

1.3.5 Mercado objetivo:

Mayoristas vendedores del mercado la económica

1.3.7 Producto o servicio:

Granja La Fortaleza, es una empresa que ofrece al público en general la venta de pollo de engorde por peso, al por mayor y menor, atención adecuada al cliente para su comodidad y seguridad en cuanto al producto. Así mismo las ventas las realizará en una atención personalizada de esta manera dignificar al cliente.

Diferenciación:

Pollo de engorde de primera calidad y precios accesibles acorde al poder de adquisición del cliente mayorista como al minorista con una distribución exclusiva al consumidor final.

1.4 Presentación de la idea:

Ésta idea del proyecto nace en mi mente al ver la necesidad de los clientes y la oportunidad de poder crear una empresa generadora de empleos y productora de carne de pollo de buena calidad y después de un análisis y planteamiento de varias propuestas nace Granaja la Fortaleza de engorde, destace y comercialización de pollos, por lo que se considera factible realizar éste estudio, con ello se busca para identificar mercados y indicadores para una producción, que no solo puede ser un estudio sino que puede ser aplicable de acuerdo a la necesidad o capital de producción de interesados en invertir.

Éste proyecto lo pueden realizar en familias, cooperativas, empresas individuales, empresas privadas, empresas anónimas, todos con el ánimo de producir y generar utilidades para la estabilidad económica y la reproducción de bienes. Para realizar este proyecto es necesaria una administración bien planificada, en donde debe intervenir el proceso administrativo; con base a las funciones, jerarquías, puestos y como parte importante la planeación estratégica la que

define el éxito o fracaso de la misma y como herramientas de evaluación los indicadores de logro. La diversificación en la producción en el área rural es base para una salud y seguridad integral de las familias que quieren buscar nuevos horizontes en el comercio.

1.4.1 Selección de la idea

Es un proyecto que nació con la idea de ser una empresa rentable y sobre todo un proyecto productivo, no descuida la parte del cuidado del medio ambiente, la seguridad alimentaria, además obtener al final utilidades para el desarrollo de la empresa.

La creación de la granja “La Fortaleza” engorde, destace y comercialización de pollos, es un proyecto productivo de generación económica y de empleos a la población para tener una vida más realizable.

1.4.2 Definición de la empresa

1.4.3 Nombre comercial:

Después de una lluvia de ideas se determinó el nombre Granja La Fortaleza de engorde destace y comercialización, un nombre llamativo, elegante a la vez atractivo, permitirá como estrategia para contactar y atraer clientes, dado que es un nombre que representa seguridad y confianza; debido a que la mayor parte de las personas se siente con más confianza tratar a alguien por su nombre.

1.4.4 Logotipo:



El logo surge de la necesidad de respaldar los productos para dar a conocer e identificar a la empresa, el cual los colores del logotipo fueron elegido en relación a su significado y al producto que se está ofrece, en este caso se tomaron cuatro colores que son el blanco, amarillo y negro, lo cuales se consideran ideales para la granja de pollos por el significado y atracción que puedan brindar a los productos.

El color blanco significa la pureza, frescura, paz. El color amarillo significa iluminación color negro representa vida, orden, fuerza, el verde el entorno ecológico.

1.5 Misión

Somos una empresa a nivel municipal a la vanguardia del sector avícola, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes, con productos de alta preferencia por su calidad, precios, valor accesible, sustentada en un equipo humano de experiencia y conductas éticas íntegras.

1.5.1 Visión

Ocupar como empresa el primer lugar en el ramo avícola dedicada al engorde y comercialización pollos de calidad, a través del servicio y la innovación.

1.5.2 Objetivos

- ✓ Producir productos de calidad a través de los procesos de calidad.
- ✓ Velar por el desarrollo integral y la seguridad alimentaria de los clientes.
- ✓ Obtener la legalidad de la empresa para la producción y empaqueo de los productos
- ✓ Abastecer el mercado municipal y centros de comercio con productos de calidad
- ✓ Brindar un buen servicio a clientes y proveedores.
- ✓ Estar a la vanguardia en la producción a través de la innovación de los sistemas de producción

1.5.3 Metas

Obtener un gran número de clientes de nuestro mercado meta aproximadamente el 35% de la población del municipio de Ixcán, y poder ofrecerles la buena atención, los productos de calidad, y cumplir con los objetivos de la empresa en el reconocimiento a nivel local caracterizado por instalaciones modernas, y el buen manejo de la calidad de los productos.

1.5.4 Valores

- ✓ Responsabilidad: como empresa se tendrá la responsabilidad de cumplir con lo que ofrecemos al cliente para que este se mantenga fiel a la empresa.

- ✓ Respeto: los clientes son el porqué de la empresa y es por ello que se les tratará con respeto para que estos se sientan satisfechos con el servicio que la empresa “Abarrotería La Frontera” ofrece.
- ✓ Integridad: se actuará de acuerdo con lo que se dice y con lo que se considera importante, comunicar las intenciones, ideas y sentimiento de forma directa y estar dispuestos a actuar con honestidad

Capítulo 2

2.1 Metodología de la investigación

2.2 Tipo de investigación

Investigación de campo descriptiva, con estas herramientas se recolectan los datos de mayor impacto para interpretar y solucionar algún problema o necesidad. La investigación se realizó en un ambiente natural para constatar la dificultad de movilización entre una comunidad y otra, se interactuó con vendedores de las cabeceras micro regionales para analizar los datos y buscar mejoras.

La información que se obtuvo fue recolectada de manera directa en el área de investigación por medio de entrevistas.

2.3 Sujetos de la investigación

Clientes mayoristas vendedores de pollo de mercado La Económica, Playa Grande de Ixcán, Quiche.

Los sujetos de la investigación fueron los vendedores de pollo y la población del municipio de Ixcán, Quiche. El objetivo principal es determinar la cantidad de consumo de carne de pollo fresca dentro de la población, los consumidores atribuyen el problema al consumo de alimentos congelados como: carne de pollo amarillo, carne de pollo blanco, embutidos, otros. También expresan que los productos refrigerados no conservan el valor nutritivo y no contribuye a una dieta sana de los consumidores, esto derivado de malos procedimientos de manipulación, refrigeración y empaque.

2.4 Instrumento

Entrevista

Se aplico a clientes potenciales del mercado La Económica de la cabecera municipal Playa Grande, Ixcán según su ubicación; se utilizó para ello una tabla de control de ventas diarias expresada en libras por cada vendedor llevándose un registro semanal para establecer las ventas durante un mes de carne de pollo fresco.

La entrevista fue dirigida a clientes vendedores mayoristas de carne de pollo del mercado la económica ubicada en la Zona 1, de Playa Grande Ixcán.

El número de entrevistas realizadas fue un total de cinco entrevistas una por cada vendedor evaluando el total de ventas diarias de cada vendedor y poder establecer las ventas totales del mes.

**UNIVERSIDAD PANAMERICANA
FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS
ENTREVISTA DIRIGIDA A VENDEDORAS DE CARNE DE POLLO DEL
MERCADO LA ECONOMICA**

Como estudiantes del 20 Trimestre de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas de la Universidad PANAMERICANA, sede Playa Grande, Ixcán, Quiché; presenta la siguiente entrevista que tiene como finalidad recopilar información para el estudio de viabilidad de Granja La Fortaleza de engorde, destace y comercialización de pollos.

INSTRUCCIONES: A continuación encontrará una serie de preguntas que usted debe responder de forma correcta.

1) ¿Cuánto tiempo lleva comercializando carne de pollo y sus subproductos?

Seis meses un año más de un año

2) ¿Cuántos días a la semana vende carne de pollo, que cantidad vende expresado en libras?

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo

3) ¿A qué precio compra de la libra de pollo y a qué precio vende?

Precio de compra en pie por libra en quetzales	Precio de venta destazado por libra en quetzales	Precio de Compra destazado por libra en quetzales	Precio de reventa por libra en quetzales

Tabla de ventas diarias de carne de pollo de un sujeto de la entrevista

	Nº. Aves	Cantidad en libras
Lunes	20	100 libras - 120 libras
Martes	16	70 libras - 80 libras
Miércoles	18	90 libras - 95 libras
Jueves	16	70 libras – 80 libras
Viernes	20	100 libras – 120 libras
Sábado	20	100 libras – 120 libras
Domingo		

2.5 Procedimientos

Para llevar a cabo la práctica empresarial dirigida PED, se realizan las siguientes actividades:

Se hizo un análisis sobre una posible empresa y si ésta llenaba los requerimientos mínimos para realizar la práctica, se definió la idea con el asesor asignado, se procedió a la práctica con la creación de una empresa.

Se realizó un cronograma de actividades para establecer los avances en el cual se desarrolló capítulo por capítulo, con la fecha de entrega del proyecto finalizado.

El proyecto inicia con el estudio de mercado para el producto dentro del municipio, se realizan los antecedentes, se desarrolla una entrevista como herramienta para recolectar datos puntuales que contribuyen al desarrollo del proyecto, la selección y presentación de la idea, definición de la empresa, se determina el tipo de investigación y la metodología.

El análisis de gráficas es muy importante, la lectura de la estadística definirá los siguientes aspectos del proyecto: análisis FODA, análisis Porter, análisis de mercado, estrategia competitiva, otros.

Se desarrollará el plan de mercadotecnia, el área de aprovisionamientos e insumos, se presenta la inversión inicial y se tabularán los datos en los estados financieros para verificar la viabilidad del proyecto.

2.6 Aporte esperado

Al municipio

Contribuir a la salud alimentaría del municipio de Ixcán, Quiche, con producción Avícola de Granja la Fortaleza, engorde, destace y comercialización pollo, ofreciendo carne fresca todos

los días, para contribuir con una alimentación sana de los consumidores, mantener una mejora continua en la calidad de pollo de engorde desde su control alimentario y profiláctico.

A la Universidad

Que presente trabajo sirva como proceso a estudiantes de Administración de Empresas y emprendedores productores de carne de pollo, y lo utilicen como instrumento de consulta para la creación de nuevos proyectos. La implementación y actualización de herramientas es vital en el campo administrativo, de producción por lo tanto se espera aportar a futuros administradores y emprendedores.

Al país

El presente estudio tiene como objetivo contribuir con la sociedad del país, analizar las diferentes oportunidades de producción que existen, para crear pequeñas empresas generadoras de desarrollo y oportunidades a familias del área rural presentando nuevos puestos de trabajo a la sociedad.

Capítulo 3

3.1 Análisis e interpretación de resultados

3.2 Análisis FODA:

Fortalezas

- ✓ Terreno amplio para la granja
- ✓ Área para cada actividad
- ✓ Local para vender los productos
- ✓ Recurso humano
- ✓ Experiencia en la crianza de pollos de engorde
- ✓ Información sobre la crianza de cerdos, peces
- ✓ Terreno para sembrar pasto

Oportunidades

- ✓ Establecer la granja como una empresa comercial
- ✓ Demanda de productos de la población (posibles clientes)
- ✓ Existen en el municipio varios centros de comercio (establecernos en cada uno de ellos y aldea circunvecinas de Zona 1 playa Grande Ixcán, Quiché.
- ✓ Sacar el Registro Sanitario para comercialización de productos
- ✓ Oferta de productos por mayor son escasos
- ✓ Población insatisfecha, Lograr satisfacer a la población con los servicios
- ✓ Tener proveedores que abastecen a un costo menor
- ✓ Aprender y especializarse en el ramo
- ✓ Población en aumento constante, por lo tanto necesidad insatisfecha.
- ✓ Proveedores que brindan asesoría
- ✓ Varios proveedores para suministros y materiales

Debilidades

- ✓ Personal no capacitado en cada ramo
- ✓ Recursos económicos escasos para la implementación
- ✓ No se tiene mayor experiencia en la administración
- ✓ Terreno ubicado a 4 kilómetros del centro del municipio

- ✓ No se tiene instalaciones
- ✓ El acceso con transporte es limitado
- ✓ Aprender y especializarse en el ramo

Amenazas

- ✓ Implementación de granjas con mayor capital
- ✓ Atrasos en los suministros
- ✓ Enfermedades
- ✓ Desastres naturales, incendios, lluvias
- ✓ Modificación de leyes
- ✓ Estrategias comerciales de granjas o empresas establecidas que producen o venden el mismo producto.
- ✓ Precios de la materia prima.

3.3 Análisis de porter:

Fuerza 1. Amenaza de entrada de nuevos competidores

- ✓ Capacidad de recursos de nuevos competidores.
- ✓ Estrategias de atracción de nuevos clientes- mayor publicidad
- ✓ Proyecto atractivo por ser auto-sostenible después de un periodo
- ✓ Pequeños productores

Fuerza 2. Rivalidad entre competidores

- ✓ Por crecimiento demográfico se puede competir
- ✓ Competidores fuertes son escasos por el momento, existe uno de cerdos, tres de pollos de engorde de pollos, uno de gallinas ponedoras, uno de ganado lechero, de piscicultura existen pequeños productores.
- ✓ Productos a la venta son estables. Pero por los costos de producción pueden variar, cuando los productores producen por cantidad.
- ✓ La tecnificación del trabajo de producción
- ✓ Por implementación de estrategias de ventas (promociones, publicidad)
- ✓ Granjas no establecidas de manera legal o con un fin a largo plazo, no tienen registro sanitario.

Fuerza 3. Poder de negociación de los proveedores

- ✓ Proveedores actuales son empresas individuales no tiene organización,
- ✓ Existen agro veterinarias, agro servicios.
- ✓ Proveedores pueden ser locales y fuera del municipio.
- ✓ Proveedores locales, pero productos de alto costo (por el transporte y otros factores)
- ✓ Existen proveedores claves, que proveen de los insumos y brindan asesoría
- ✓ Proveedores capaces de abastecer cuando se necesita.

Fuerza 4. Poder de negociación de los compradores.

- ✓ Los clientes exigen, calidad (producto), servicio (calidad y rapidez), precio (valor del producto-precio) y complacer gustos en los productos.
- ✓ Los potenciales clientes están organizados
- ✓ Clientes minoristas y de menudeo son constantes en sus compras.
- ✓ Los sustitutos de estos productos de la granja son: embutidos (consumido en el área urbana) y vegetales (consumido en el área rural).
- ✓ Los productos de la granja pueden ser muy buscados por ser parte de la canasta básica. (Alimentos)
- ✓ Clientes potenciales exigen reducción de precios por lo que existen disminución de utilidades.
- ✓ Los clientes del área urbana tienden a consumir más carnes, lácteos y embutidos.

Fuerza 5. Amenaza de ingresos de productos sustitutos.

- ✓ como sustitutos potenciales están los embutidos y lácteos producidos por empresas industriales de otros lugares, productos consumidos en el área urbana.
- ✓ Otros productos sustitutos son los vegetales o verduras, consumidos en el área rural.
- ✓ Consumo de animales domésticos criados en casa (patos, gansos, pavos, otros).
- ✓ La publicidad constante de nuevas empresas.
- ✓ Empresas (Pio-Lindo, Bremen, otros).

- ✓ Distribuidores

El centro de distribución se encuentra en la zona 1 de Playa Grande en el mercado la económica como mercado meta.

Los distribuidores potenciales son abarroterías, tiendas pequeñas quienes pueden ser varios, porque en la cabecera municipal existen cinco ventas de pollos, treinta y cinco a cuarenta abarroterías, setenta a ochenta pequeñas tiendas de ventas de productos de consumo diario.

Existen tres negocios que son reconocidos a nivel municipal.

3.4 Estrategia competitiva:

Para poder competir en el mercado con las demás empresas ya conformadas o a conformar se realizará en primer lugar las políticas de producción que permiten producir a bajo costo y las políticas y estrategias de ventas. Para la cual se necesita analizar y realizar el plan de marketing en la que se plasmará las estrategias para enfrentar o paralizar a los competidores.

Para poder competir en el ámbito empresarial se diseñará una marca que identificará a la empresa, marca que se impulsará por medio de las políticas, estrategias de producción y ventas (de campañas, promociones, todo en un plan de Marketing). También se diseñara publicidad (publicaciones) promueve la empresa en general. Los productos tendrán una marca en particular

3.4.1 Competidores:

Granja “La Fortaleza”: engorde, destace y comercialización de pollos, es una empresa pequeña, que se dedica a el engorde de pollos, ubicada en la aldea San Luis Vista Hermosa, municipio de Cobán Alta Verapaz.

Granja “La Fortaleza” engorde, destace y comercialización de pollos es una mediana empresa que se dedica al engorde, destace, comercio de carne de pollo en canal y en pie, se encuentra ubicado en la aldea San Luis Vista Hermosa, Cobán, Alta Verapaz, tendrá una participación del 10% del mercado, ya que el producto viene de la granja a las pollerías y consumidor final,

pero con los precios altos, precio de las materias primas y la competencia es un nicho de mercado difícil para competir pero aun con buen nivel de rentabilidad en el corto tiempo.

Todas estas empresas están ubicadas en la zona 1 del municipio de Ixcán para ser específica en la zona 1, mercado la Paz, mercado La Económica y aldeas vecinas, tiene como clientes minoristas y minoristas.

3.4.2 Análisis de mercado

3.4.3 Crecimiento económico y demográfico

El factor de crecimiento económico de la población del municipio de Ixcán se basa en las divisas que provienen del extranjero, movimiento económico que beneficia las familias. Las divisas generan estabilidad económica a las familias por el cambio que se obtiene por el tipo de moneda, (dólar, peso mexicano, euro, otros.) ante la moneda guatemalteca “El Quetzal”; el desarrollo económico local, propicia el establecimiento de bancos, comercios, negocios, empresas grandes, cooperativas y esto fomenta la creación de empleos. El comercio ha sido uno de los pilares del desarrollo de la comunidad proyectado al municipio, lo sigue la actividad agrícola, privada y pública.

Otro de los factores de crecimiento promovidos por bancos, agencias y cooperativas de créditos, es que facilitan la adquisición de capital para la producción de materia prima, el comercio, la construcción, otros.

Los costos de la canasta básica es una de las dificultades de las familias ixcanecas por aumento de precios, debido a los costos que se le agrega a los productos por la distancia al municipio, el acceso que se encuentra en mal estado, aumento de precio del combustible.

3.4.4 Distribución geográfica

La distribución geográfica del municipio se divide en siete microrregiones I, II, III, IV, V, VI y VII. En la que se ubican: un (1) pueblo, (cabecera municipal con seis (6) zonas). -Diecinueve (19) Colonias. -Tres (3) Lotificaciones. -Un (1) Barrio. -Ciento Sesenta y tres (163) aldeas. -Cuatro (4) Caseríos y Cinco (5) Fincas. -ascendiendo un total de 193.

Micro-región I	Playa Grande	<ul style="list-style-type: none"> • Extensión: 394. kms² • No. de Aldeas: 43
Micro-región II	Tzetún	<ul style="list-style-type: none"> • Extensión: 139 kms² • No. de Aldeas: 24
Micro-región III	Santiago Ixcán	<ul style="list-style-type: none"> • Extensión: 262 kms² • No. de Aldeas: 7
Micro-región IV	Valle Candelaria I	<ul style="list-style-type: none"> • Extensión: 122 kms² • No. de Aldeas: 15
Micro-región V	El Recuerdo	<ul style="list-style-type: none"> • Extensión: 126 kms² • No. de Aldeas: 26
Micro-región VI	San Juan Cháctela	<ul style="list-style-type: none"> • Extensión: 123 kms² • No. de Aldeas: 34
Micro-región VII	Maya Land	<ul style="list-style-type: none"> • Extensión: 398.2 kms² • No. de Aldeas: 187

Ilustración 1. Distribución geográfica de Ixcán

Fuente: Plan de Desarrollo Integral del Municipio de Ixcán, 1995.

La distribución geográfica de las ventas se podrá realizar por microrregión, la microrregión II en Primavera del Ixcán, en donde se encuentra la mayor afluencia de clientes por la ubicación con las aldeas circunvecinas este un lugar céntrico que gran parte de la región IV y V de

Cobán A.V. se le hará más accesible este lugar que la cabecera municipal o el lugar más cercano que se tiene hasta estos momentos, seguido a un mediano plazo por la cabecera Micro regional VI San Juan Cháctela, parte de la microrregión III .



Ilustración 2. Mapa de Ixcán

Fuente: Plan de Desarrollo Integral del Municipio de Ixcán, 1995.

3.4.5 Demográfico

Según datos estadísticos que registra el Área de Salud de Ixcán, para el año 2009, la población total es de 90,188 distribuida en 49% mujeres y 51% hombres. La población de Ixcán es joven 64% de la población es menor de 19 años. La tasa de natalidad es de 3.4% anual, una de las más altas del país,

La densidad poblacional es de 87 habitantes por km², mientras que a nivel nacional es de 103 habitantes por km². Ixcán es el tercer municipio con mayor población en el departamento de Quiché después de la cabecera departamental y el municipio de Chichicastenango.

3.4.6 Tamaño de mercado

El tamaño del mercado total del área a trabajar es de 95088 habitantes (dato proporcionado por la municipalidad en diciembre de 2011) no puede llegar a toda esa población, así que se tratará de cubrir el 40 % de la población aumenta proporcional hasta llegar a un 80%. Considerar que la tasa de crecimiento de la población según el INE es de 3.4%.

2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
90,188	91,210	95,088	98,543	102,394	106,356	110,421	114,595	118,886	123,283

Esto implica que existen mayores demandas de la población en general en cuanto a la prestación de los servicios básicos y complementarios para la niñez, juventud, personas adultas e instituciones.

La población se encuentra distribuida y marcada por su organización, el 70% de la población vive en las comunidades y el 30 % en las zonas del municipio, en estos últimos años existen centros de comercios grandes donde se empieza a convertir en pequeños pueblos

✓ Comercio

El comercio es una de las actividades que genera estabilidad financiera, infraestructura y habitacional por el movimiento constante de efectivo, es considerado uno de los pilares de desarrollo que ha llevado a la comunidad a un desarrollo notable visible. Otro de los factores de crecimiento son los bancos, agencias y cooperativas de créditos, quienes facilitan la adquisición de capital para la producción de materia prima, el comercio, la construcción; por la facilidad de créditos y por los intereses que oscilan entre el 12% al 28% Según la empresa financista y depende para que actividad se requiere el crédito.

La evolución de los precios ha cambiado por diversas razones, inflación, aumento de precios en carburantes, aumento de precio en transporte, devaluación de la moneda (poder adquisitivo)

y aumentos de salarios. El precio de los productos está sobre la capacidad adquisitiva de las personas (clientes).

✓ Pobreza

El Quiché es uno de los tres departamentos más pobres del país, por encima del promedio nacional que es de 54.33% de pobreza y de 22.77% de pobreza extrema. Según la Secretaría Nacional de Planificación (SEGEPLAN) el porcentaje de pobreza del Municipio Ixcán es del 82.66% y el porcentaje de pobreza extrema es del 26.89%. (Datos obtenidos base al año 2010)

En lo que respecta las categorías ocupacionales, los datos del censo poblacional realizado por el INE en el año 2002, demuestran que el 27% de la población económica activa del municipio de Ixcán, se emplea con patronos y por cuenta propia el 26%; los patronos en su mayoría finqueros que emplean personas para jornales diarios sin prestaciones. Un 13% se emplea en el sector privado que comprende las empresas que brindan empleos formales con algunas prestaciones. Y solo un 7% con empleos públicos entre los que sobresalen el personal del magisterio, salud, municipal, entre otras organizaciones gubernamentales presentes en el municipio.

✓ Ingreso familiar

Existe poca información al respecto, sin embargo los ingresos por familia dependen de la calidad de la tierra y del comportamiento de los precios de sus cosechas en el año, sobre todo del cardamomo, café, excedentes de maíz y preparación académica. De acuerdo a estimaciones de la Oficina Municipal de Planificación OMP, se deduce que los ingresos mensuales de la mayoría de padres de familia, oscilan entre Q.1000.00, a Q.1600.00, y tiene que alcanzar para cubrir gastos familiares: vestuario, educación, salud y otros. Mientras que

los ingresos de las personas profesionales que laboran en el área pública y privada oscila entre una media de

Q. 2,400.00 a Q. 5,000.00.

✓ Sociocultural

Es aspecto relevante, porque la población tiene costumbres, tradiciones y creencias. Y cada una de las fechas festivas la celebran con una convivencia familiar o comunitaria con alimentos y bebidas. La población de Ixcán (Microrregión II y VI), en su mayoría es del pueblo maya ofrecen ofrendas al Ajaw al sembrar o cosechar los cultivos y celebran sus fiestas de acuerdo al día y la cultura de las familias. En el área de Ixcán tiene muchas tradiciones y fiestas, dentro de ellas están: las fiestas de semana santa, fiestas patronales, ferias, fiestas de fundación, aniversarios, graduaciones, cumpleaños bodas, otros. Aspecto muy importante para la producción y comercialización de los productos.

✓ Clima

La temperatura promedio anual en Ixcán es de 32 C. y la precipitación promedio de 2,632 mm. Oscila entre los 2,136 y los 4,327mm. La humedad relativa anual es del 81%. Existen dos estaciones: verano que es la época seca es de diciembre a abril y el invierno de mayo a noviembre. Los meses más lluviosos suelen ser de junio a noviembre, en los que sobrepasan los 600 mm y los menos lluviosos de febrero a abril, en los que no se llega a los 100 mm.

✓ Suelos y uso potencial

En el departamento se distinguen seis clases agrologicas, de las cuales las dos primeras (clases III y IV), son recomendables para cultivos limpios, con prácticas adecuadas de manejo. En este municipio las microrregiones (V, VI, VII y VIII), se recomiendan para cultivos de

montaña, plantaciones perennes y específica bosques naturales o plantados. La microrregión VIII preferible para bosques nacionales, recreación y protección de cuencas.

Al respecto, es importante observar que aun cuando el uso potencial del suelo es un 86.24% para bosques, el uso actual para este fin es del 46% y la utilización de suelos para cultivos se excede a su capacidad, lo cual genera problemas de erosión y uso intensivo del suelo con aplicaciones de producto químicos.

El uso común que se le da al suelo es una de las dificultades de producción para los habitantes del municipio, pero existen otras opciones de producción; razón que desde el punto de vista implementación de la granja es diversificar la producción y asegurar la seguridad alimentaria de la familia.

✓ Motores de desarrollo

Perfil Socioeconómico de Ixcán

Descripción:	Unidad:
Extensión	1575 Kms ² ., que representa el 18% de la extensión departamental (8,600Kms ²).
Población	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 90,188 habitantes ➤ 3.4% crecimiento poblacional ➤ 78% población indígena ➤ 103 por km² ➤ 82.66% pobreza general ➤ 26.89% Pobreza extrema
Producción	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 63% granos básicos (maíz, frijol y arroz) ➤ 30% cardamomo, café, hule, palma de pejibaye y achiote ➤ 7% ganadería, pecuario, apicultura

Fuente: INE, 2002 PDM.2012 -2025

Motores económicos principales y secundarios que determinan el potencial económico del municipio.

	Principales Actividades Económicas	Productos	Actividades secundarias que generan	Condiciones necesarias para su desarrollo	Ubicación geográfica	Potencial productiva	Mercados
Primario	Producción de granos básicos	Maíz	Comercio y fuentes de trabajo	Diversificación , tecnificación y mercado	A nivel municipal	100,844 quintales (2 cosechas al año)	Local y regional
	Producción de cultivos perennes	Cardamomo	Fuentes de trabajo y comercio	Tecnificación, procesado y mercado	Micro-región I, II, III, IV, VI y VII	10,050 quintales	Local
		Café	Fuentes de trabajo	Procesado y mercado	micro-región IV y VI	3,455 quintales	Local
Secundario	Granos básicos	Frijol	Fuente de trabajo	Tecnificación y mercado	A nivel municipal	2,528 quintales	Local
	Frutales	Cítricos	Ingreso económico familiar	Potenciar y tecnificar la producción	A nivel municipal	¿?	Local
Terciario	Ganadería	Crianza y engorde de ganado	Ingreso económico familiar Derivados	Tecnificación y procesado de los derivados	A nivel municipal	¿?	Local y regional
	Flujo comercial	Diversidad de productos	Empleo y canales de distribución	Ordenamiento territorial y normas sanitarias	A nivel municipal		Local y regional FTN
	Agropecuario	Crianza y producción de pollos d engorde y de postura	Empleo y canales de distribución	Tecnificación del proceso de crianza, producción y procesado de sus derivados.	A nivel municipal	1200 quintales 500000 huevos	Local y regional.

Fuente: INE, 2002 PDM 2012-2025

Analiza los cuadros se puede notar que en el área de ganadería, pecuaria; existe una producción muy baja y no cubre la demanda de la población, lo que obliga a los negocios grandes traer los productos fuera del municipio, la tecnificación de trabajo ha sido uno de las dificultades de desarrollo de la producción. Se ve como una oportunidad de producción es este ámbito.

✓ Red Vial

La red vial es de 328 kilómetros de carretera de terracería en todo el municipio, no existe asfalto, a excepción de la franja transversal del norte que abarca de Playa Grande a Maya Land. Las principales arterias de carretera son:

- ✓ Playa Grande – Mayaland
- ✓ Playa Grande - San Carlos el mirador
- ✓ Playa Grande - Mónaco
- ✓ Playa Grande - Santa María Dolores
- ✓ Playa Grande - San Juan Cháctela
- ✓ Playa Grande - Asunción copón
- ✓ Playa Grande - Tres Ríos
- ✓ Playa Grande - Chiséc - Cobán
- ✓ Medios de Comunicación

Los medios de comunicación más utilizados están de acuerdo a su cobertura

- ✓ TIGO (servicio de telefonía e internet en área urbana y rural)
- ✓ CLARO (servicio de telefonía en área urbana y rural en pocas comunidades, e internet en área urbana no en área rural)
- ✓ TELGUA (teléfonos de línea área urbana)

Las vías de acceso para los centros de comercio están en condiciones transitables se pueden desarrollar actividades de comercio con distribuidores regionales. Los medios de comunicación facilitan la relación más directa con el cliente.

✓ Tecnológico

El entorno tecnológico es actual factor determinante, es una de las fiebres del momento, la empresa adopta lo tecnológico como la herramienta importante dentro de su funcionamiento le servirá para tecnificar la producción lo que significa asegurar la sostenibilidad y rentabilidad de la empresa.

✓ Flujo comercial

En el municipio predominan dos sectores que se dedican al comercio formal y los informales concentrados en su mayoría en el área urbana y el resto se dispersa en el área rural. En lo que respecta la compraventa de indumentaria, mercería, cosméticos, verduras, carne y productos de consumo diario se concentran en el mercado de la cabecera municipal. Cabe señalar que los propietarios de estos negocios son de la iniciativa privada y que en su mayoría provienen de otros municipios, sumados a este acontecimiento el ingreso de productos mexicanos en calidad de contrabando, situación que tiene también sus repercusiones en la economía de la comunidad.

El ingreso de productos mexicanos al país hace que los productos guatemaltecos decaigan en precios, provoca inestabilidad económica y no permite a las empresas locales desarrollarse, porque algunas veces no tiene capacidad de competir con el mercado mexicano y con las empresas grandes que producen por cantidades.

3.4.7 Estrategia competitiva

En este apartado analizar el mercado ayudará a determinar la existencia de un mercado para el producto que vendemos, y mediante la información que se obtenga se podrá diseñar una estrategia de penetración, diferenciación y establecimiento de los mismos para ello se han determinado dos factores de mucha importancia que influyen en la composición y

comportamiento de los mercados, dentro de ello existe mercado de consumo los cuales son los que se comercializan bienes que están destinados al consumo individual o familiar dentro de bienes de conveniencia: Son bienes de uso común que se compran con frecuencia y requieren un mínimo esfuerzo de decisión, según los bienes de especialidad son los productos que tienen ciertas características que permite considerarlos como únicos y sus consumidores están dispuestos a realizar un gran esfuerzo por adquirirlos dentro de ellos están las prendas de vestir.

3.4.8 Segmentación de Mercado

✓ Selección del criterio de segmentación

Granja La Fortaleza, utilizará el criterio de las características de los consumidores ellos son los que buscan los servicios y la atención de la futura empresa, por medio de este apartado se analizarán las características, edades, recursos económicos, comodidad y gustos de los consumidores, esto le servirá a la empresa para realizar la estrategia de venta y saber hacia donde enfocarla.

✓ Selección de la base de segmentación

Se dispone de muchas variables que sirven para fraccionar el mercado general en segmentos significativos. En global se puede clasificar en las siguientes variables:

✓ Segmentación Geográfica

Playa Grande, Ixcán el Quiché

Aldea San Luis Vista Hermosa Cobán, Alta Verapaz

- ✓ Segmentación por microrregiones.

El producto estará clasificado en diferentes grupos y está dirigido de acuerdo a nivel socio económico

- ✓ Segmento Socioeconómico

Dentro de este segmento se enfocará en el ingreso medio, de acuerdo al estudio realizado en el municipio de Ixcán existen personas que devengan un ingreso mensual mínimo de Q 1,900.00 en adelante depende el tipo de trabajo que realicen.

- ✓ Segmentación por ocupación

Estudiantes, profesionales, asalariados, agricultores, industriales, comerciantes.

- ✓ Segmentación por Categoría

Empresas públicas y privadas.

Instituciones educativas y deportivas, damas, caballeros y niños.

- ✓ Segmentación por volumen de consumo

Al por mayor y menor

3.4.9 Mercado Objetivo:

Se orientara a satisfacer los siguientes mercados

Consumidor final

Mayorista

Minoristas

Lo que se espera es llegar a satisfacer las necesidades del cliente en su totalidad.

3.4.10 Precio:

Los precios es un factor importante para la “Granja Fortaleza” no solo valora el estilo del producto sino la calidad, y también incluye la atención prestada para lograr la satisfacción total del cliente, ofrece accesibilidad económica.

3.5 Estructura de capital:

Descripción	Total	%
Aporte inicial	Q. 250,000.00	62.5
Préstamo a Institución Bancaria	Q. 150,000.00	37.5
Total	Q.400,000.00	100.00

El capital será de aportación propio y también de financiamiento bancario, por lo que será el capital con la cual la empresa empezará a funcionar.

3.5.1 Ubicación:

La Empresa estará ubicada en la aldea San Luis Vista Hermosa, Cobán Alta. Verapaz, con un tamaño aproximado de 20 X 40 metros para ubicar bien los mobiliarios y equipos, al mismo tiempo realizar las actividades brinda el mejor servicio. Es un lugar estratégico donde el consumidor tendrá la facilidad de acceso a la empresa el lugar es un punto donde circulan los vehículos que van hacia la terminal de este municipio como un buen lugar para la empresa.

3.5.2 Área de aprovisionamiento e insumos

3.5.3 Proveedores

Analizado los mercados de provisión que pueden facilitar la ejecución e inversión para implementar la granja, de ellos depende la calidad y cantidad de producción que se pueda obtener en un periodo. De acuerdo a la asesoría recibida por Veterinario, por Ingeniero Agrónomo y Agropecuario, en la que enfocan la calidad de la materia y los productos con que se producirá para obtener buenos resultados, se puede tener animales, mejorados si no se utiliza los alimentos correctos, los resultados serán negativos y aumentarán los costos. Se refieren a los alimentos, es donde más se invierte y corresponde al 80% y el otro 20% es en vacunas, mano de obra, administración, instalaciones, otros. Buscar proveedores que cumplan las especificaciones que se quiera. Se recomienda que por cada camada de producción se lleve a cabo la alimentación con productos de un solo proveedor, si se alienta cada producción con diferentes clases de proveedores llevar el control y por último hacer comparaciones de los resultados obtenidos de los dos proveedores.

Según investigación los proveedores más reconocidos están

- ✓ Purina
- ✓ Areca
- ✓ Alianza

Cada proveedor tiene diferentes productos, según para que lo necesite el cliente. Tienen para pollos, cerdos, ganado de engorde, para gallinas ponedoras, ganado lechero, perros otros. El aspecto de cada concentrado varía; existen de harina, granulados, pele tizados. Cada uno de ellos con diferente fin de producción.

3.5.4 Procedimientos (costos de operación)

Para implementar la granja de pollos de engorde se necesita hacer la siguiente inversión

Presupuesto (inversión y gastos de producción avícola de engorde)

Con esta inversión se planea construir siete galpones separados para prevenir enfermedades y asegurar la productividad. Si se construye una sola galera se hacen propagar y que pueden ser afectados los pollitos recién llegados, lo que equivale a pérdida para la granja; que se recomienda todo adentro - todo afuera significa que cuando se saca una producción se saca todo para darle el tratamiento adecuado de limpieza a las instalaciones para estar lista a una nueva producción.

3.5.5 Proyección de producción

Datos para producir pollos de engorde

AÑO	TOTAL DE CICLOS	UNIDADES POR CICLO	TOTAL
2013	52	100	5200
2014	52	100	5200
2015	52	150	7800
2016	52	150	7800
2017	52	200	10400
TOTAL		700	36,400

Plan de compras anuales

Compras Proyectadas.

Descripción	Ingresos	Crecimiento Anual (2%)
Año 1	Q. 300,000.00	Q. 6,000.00
Año 2	Q. 306,000.00	Q. 6,120.00
Año 3	Q. 312,120.00	Q. 6,242.40
Año 4	Q. 318,362.40	Q. 6,367.25
Año 5	Q. 324,729.65	

3.6 Área de comercialización

3.6.1 Plan de mercadotecnia

3.6.2 Productos y servicios (alternativas, diversificación)

3.6.3 Definición del servicio

Granja La Fortaleza.

destace y comercialización de pollos es una empresa que ofrece al público en general la venta de pollos de engorde, brinda una atención adecuada al cliente para su comodidad y seguridad en cuanto al producto así mismo las ventas las realizará con una atención personalizada de esta manera agradar al cliente.

3.6.4 Características comerciales del producto

Se ofrecerán un gran surtido de pollo para consumo en canal, vivos, de diferentes precios, pollo de máxima calidad.

También existe un área de atención al cliente, la cual pondrá a disposición del público las herramientas y de esta forma ampliar la calidad del servicio en la venta de pollos de engorde

3.6.5 Tamaño del producto

La granja de pollo La Fortaleza ofrecerá diferentes tamaños de pollo de acuerdo a las necesidades y expectativas de los clientes. Pollos de seis y siete semanas de edad.

Tabla de peso por unidad y precio por libra

Edad	Peso	Precio por libra	Q
6 semanas	5 libras	Carne mixta	Q.9.00
7 semanas	6 libras	Pechuga	Q.14.00
		Menudo	Q. 8.00

Tabla de Composición nutricional de la carne de pollo (en 100 gramos de sustancia comestible).

	Carne Pollo
calorías	125
Proteínas (g)	20
Lípidos (g)	5
Ac. Grasos saturados (g)	1,3
Ac. Grasos mono insaturados (g)	2,5
Ac. Grasos poli insaturados (g)	1,2
Colesterol (mg)	76
Hierro (mg)	0,7
Calcio (mg)	11
Potasio (mg)	208
Sodio (mg)	119
Potasio (mg)	292
Vit. A (U.I.)	107
Vit. B1 (ug)	100
Vit. B2 (ug)	200
Vit. B3 (mg)	9
Vita. C (mg)	5

3.6.6 Precio (establecimiento del precio)

Los precios es un factor importante para la empresa “Granja La Fortaleza”, engorde, destace y comercialización de pollos, no solo valora el tamaño del producto sino la calidad, precio incluye la atención prestada para lograr la satisfacción total del cliente, ofrece accesibilidad económica.

Como se ha mencionado el precio se adecua dependiendo a la calidad y el tamaño de los mismos toma en cuenta los precios de la competencia, y como criterio precios actuales de mercado local.

A continuación se presentan algunos precios de pollo de engorde que varía el precio de acuerdo al tamaño. Toma en cuenta que estos precios son un promedio de todos los proveedores quienes proporcionarán la mercadería a vender.

✓ Pollo de engorde cuatro semanas la libra	Q	9:00
✓ Pollo de engorde cinco semanas la libra	Q	11.00
✓ Pollo de engorde de siete semanas	Q	13.00

3.6.7 Plaza (canales de distribución)

La venta de los productos de “ Granja La Fortaleza” engorde, destaque y comercialización de pollos, llevará a cabo en la granja, ubicada en aldea San Luis Vista Hermosa del municipio de Cobán y local comercial ubicado en el interior del mercado la Económica Zona 1 de Playa Grande Ixcán , para ofrecer al público en general los productos en un ambiente agradable así mismo exhibe bien los artículos que motive al consumidor a realizar sus compras dentro de la empresa, haciéndole sentir satisfecho y en confianza a nuestros clientes mayoristas vendedores de pollo del mercado la económica.

Otra forma de llevar a cabo la comercialización del producto, con los consumidores finales por unidades en el futuro.

3.6.8 Promoción y publicidad

La promoción estará enfocada a la publicidad la que se realizara por medio de trifoliales, vallas publicitarias, medios de comunicación como radio, televisión, otros.

Trifoliales tamaño media carta productor dentro de la misma empresa

Vallas publicitaras de 1.20 metros de ancho x 4 metros largo

Medios radiales a través de radio la franja en horario de noticioso y radio sensación en horarios de preferencia de los radio escuchas.

Promociones

Se lanzaran promociones de acuerdo a diferentes épocas feria patronal, semana santa, navidad y otros, realizando descuentos por volumen de compra, dando bonificaciones, participando en el patrocinio de eventos locales de importancia.

3.6.9 Estrategias de comunicación

- ✓ El objetivo es implantar sectores de nichos en diferentes nuevos mercados. El primer mercado local a conquistar será la cabecera municipal de Ixcán, aprovecha el poder de convocatoria de la próxima celebración de la feria, que se trata de un municipio cada vez más visitado por los vecinos del municipio y dado también al costo de la carne de res es favorable al cliente el consumo de carne de pollo.

- ✓ La idea que se desea transmitir es que ofrece un producto de diferenciada calidad, a precio accesible.

- ✓ Utilizar para dar a conocer, distintos canales personalizados: envíos publicitarios, promotores localizados en instituciones educativas, otros. como Canales masivos para poder llegar a un público muy amplio en poco tiempo (el plazo de respuesta acostumbra a ser más largo) como son las apariciones promocionales en actos públicos y eventos deportivos (en especial los relacionados a los eventos deportivos de la Feria Titular del municipio).

Capítulo 4

4.1 Aspectos legales o legalización de la Empresa

De acuerdo al artículo 334 del Código de Comercio, decreto 2-70 del congreso de la república de Guatemala todos los comerciantes individuales que tengan un capital de dos mil quetzales o más quedan obligados a inscribirse en el registro mercantil. Las empresas para funcionar legalmente deben estar autorizadas por las autoridades respectivas. El Registro Mercantil. En artículo N0. 2, dice literalmente, tiene por objeto la inscripción de los empresarios y demás sujetos establecidos por la ley; la Superintendencia de Administración Tributaria-SAT- bajo la ley de registro tributario unificado y control general de contribuyentes, según decreto 25-71, artículo N0. 3 dice literalmente: a cada persona o entidad que se inscriba en el registro tributario unificado le será asignando un número de identificación tributaria NIT. Son las principales entidades gubernamentales donde se realizan todas las operaciones necesarias para inscribir y legalizar una empresa. En Guatemala existen dos procedimientos necesarios para llevar a cabo la inscripción de una empresa en el Registro Mercantil, uno es el Proceso Tradicional en el cual el interesado realiza todos los trámites legales de manera individual, y el de Ventanilla Ágil en donde los interesados llevan a cabo el proceso de inscripción a través de un trámite integrado.

Para la inscripción de una empresa o comerciante individual ante el Registro Mercantil se necesitan varios trámites en primer lugar se procede a la solicitud de inscripción de comerciante individual con formulario No. RM-03 que sea autenticado 2 copias originales, hacer el pago de inscripción de comerciante individual y presentar una copia de recibos No. 63-A1 y el recibo No. 63-A1 de pago de la empresa en original, ó el vigente.

Requisitos para llenar el formulario SAT- No. 0014

Escriba los datos solicitados en “Datos de identificación para persona individual” en las casillas de la No.05 a la 16 y en “Datos generales” en las casilla de la No.27 a la 43, en el caso de que proceda. De lo contrario escriba una línea para anular el espacio NO utilizado del formulario SAT- No. 0014.

Los requisitos de Inscripción para los contribuyentes tipificados dentro de estos regímenes son:

- ✓ Formulario de Inscripción SAT-14
- ✓ Original o fotocopia legalizada y fotocopia simple de DPI.
- ✓ Certificación de calidad de residente en el país, extendida por la dirección General de Migración, en caso de ser extranjero.
- ✓ Constancia de colegiado activo (profesionales liberales) queda en poder de la Oficina o Agencia Tributaria.

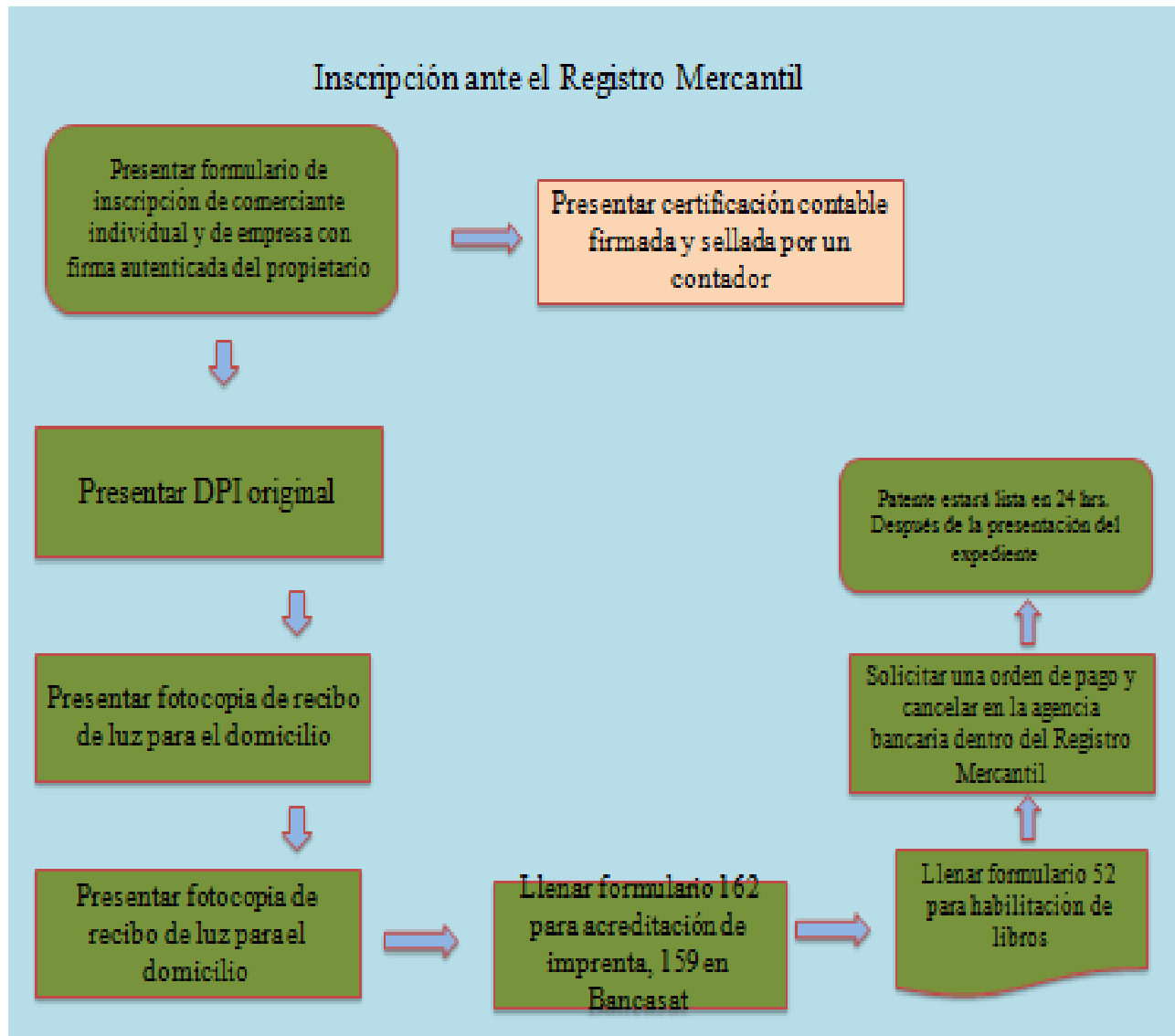
Inscripción del negocio (Datos Generales)

En el formulario SAT- No. 0014, en el reverso del mismo del numeral No.88 al 104 (Inscripción del Negocio -Datos Generales) se deberá de escribir los datos solicitados:

- ✓ Nombre comercial.
- ✓ Dirección.
- ✓ Departamento.
- ✓ Municipio.
- ✓ Teléfono
- ✓ Apdo. Postal.
- ✓ Fecha de Inicio de Operaciones.
- ✓ Fecha de cambio (Domicilio comercial).

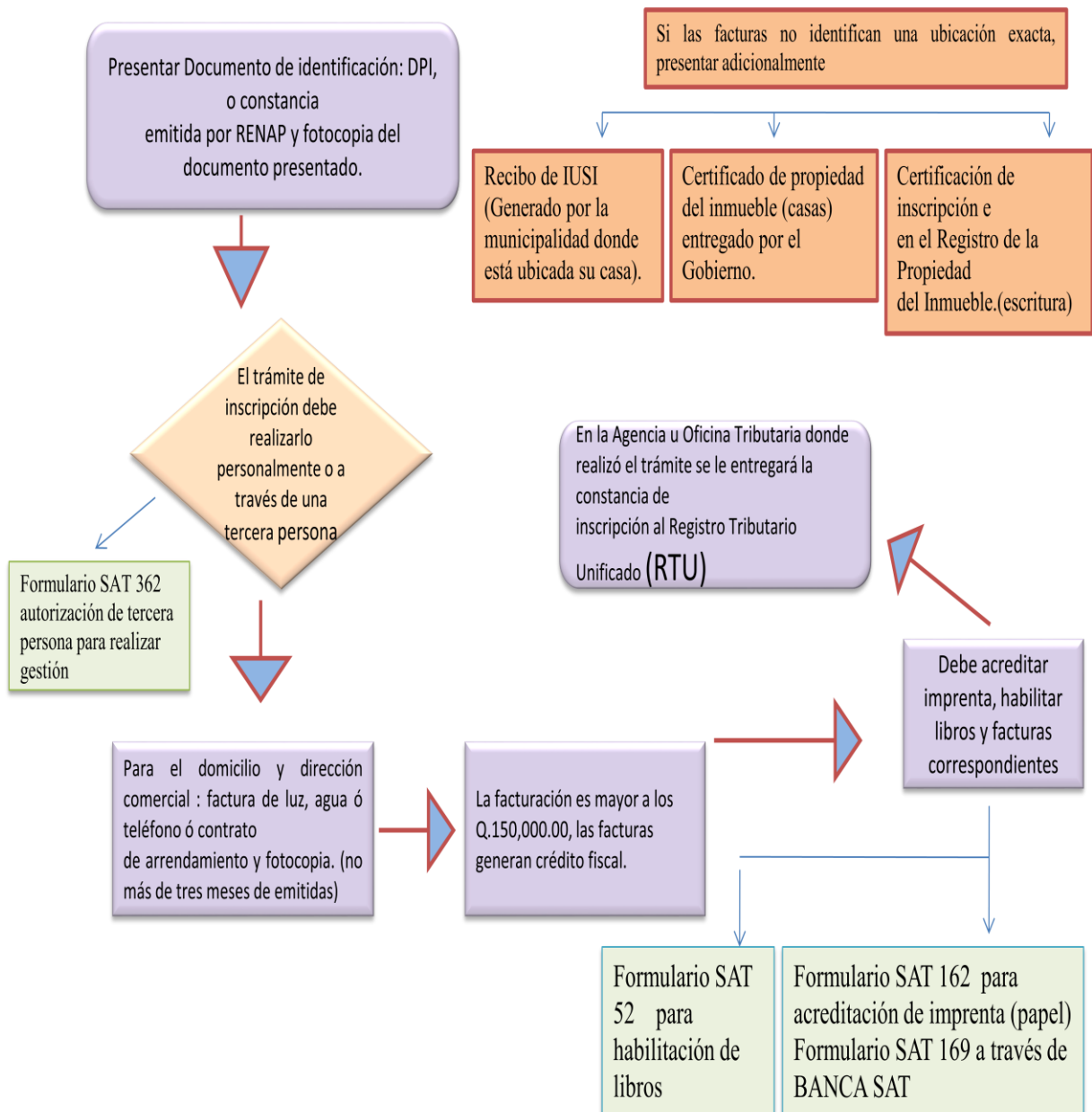
Flujo gramas del procedimiento general de inscripción de una empresa.

4.1.1 Flujo gramas de inscripción de empresa.



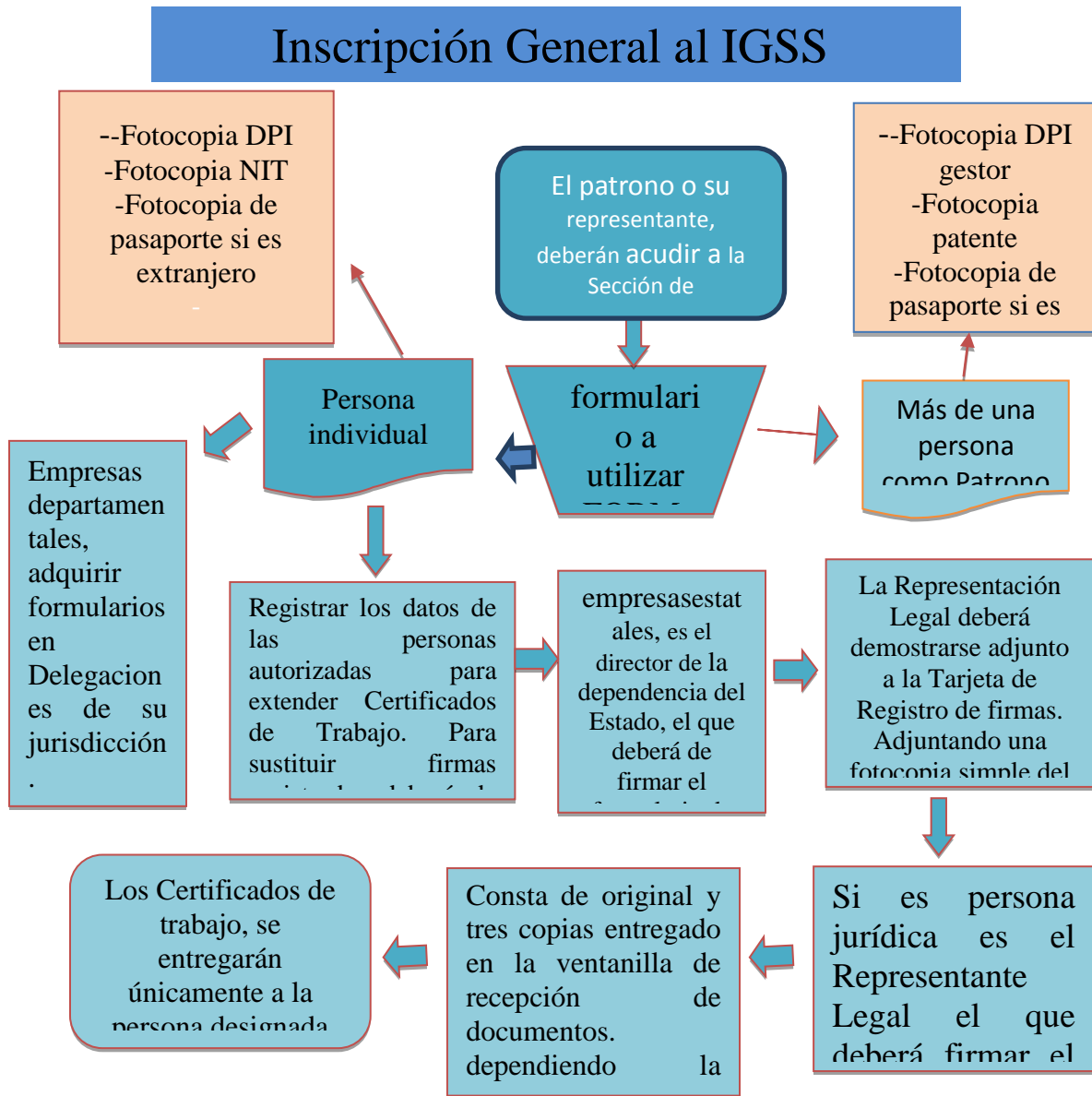
Fuente de elaboración: Propia

INSCRIPCIÓN CONTRIBUYENTE NORMAL



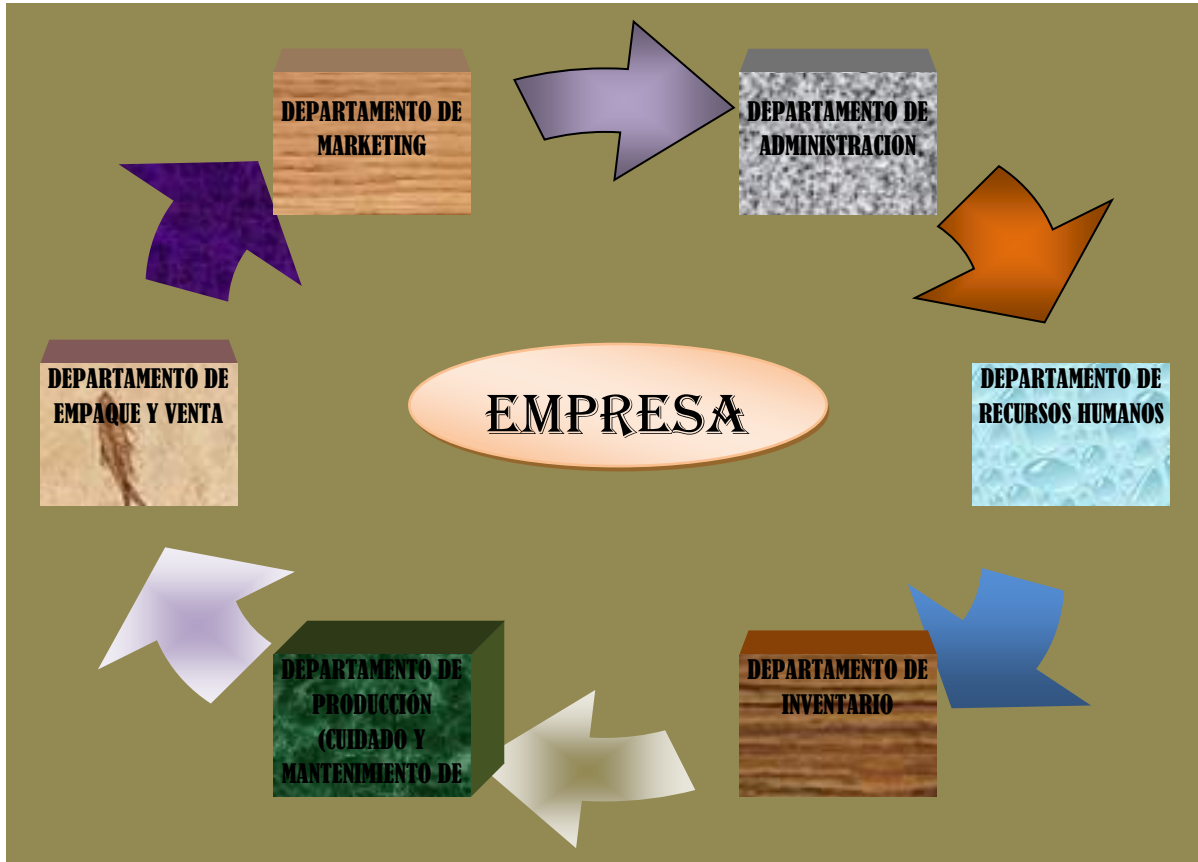
Fuente elaboración: propia

Procedimiento de Inscripción al IGSS



Fuente: elaboración propia

Nota: Se explica que es el procedimiento vigente en las diferentes dependencias el que puede cambiar según la regulación de leyes de gobierno vigentes.



4.2 Área de organización y recursos humanos

4.2.1 Estructura Organizacional de la empresa

Fuente: Elaboración Propia

4.2.2 Organización del recurso humano

4.2.3 Estructura Organizacional

4.2.4 Estructura lineal

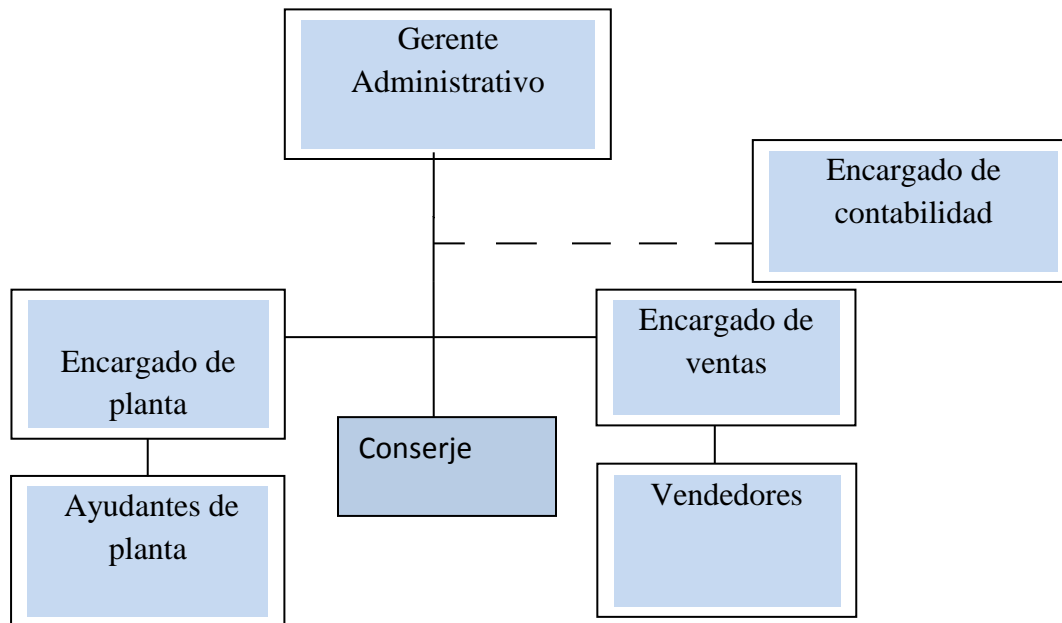
El gerente administrativo tendrá la unidad de mando dentro de la organización, será el encargado de definir las funciones y responsabilidades de cada elemento dentro de la empresa

4.2.5 Organigrama

Ilustración No. 1

Figura 1

Organigrama de Granja “La Fortaleza”



Fuente: elaboración propia.

4.2.6 Organización del recurso humano

Ilustración de puestos

Puesto de Trabajo	Empleados
Gerente Administrativo	1
Encargado de contabilidad	1
Encargado de planta	1
Ayudantes de planta	1
Conserje	1
Encargado de ventas	1
Vendedores	2

Fuente: Elaboración propia.

4.2.7 Descripción y especificación de puestos

Descripción y especificación del puesto “Gerente administrativo”

Gerente administrativo y/o propietario	
Perfil	
Grado Académico	Administrador de Empresas/ Profesional a fin
Edad	De 25 en adelante
Sexo	Masculino
Estado Civil	Casado o soltero
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planificar: establecer los objetivos de la empresa; programar en el espacio y el tiempo las acciones para alcanzar los objetivos. ✓ Presupuestar: distribuir y asignar los recursos de la empresa. ✓ Organizar: crear y mantener las estructuras operativas y funcionales. ✓ Personal: delegarle sus respectivas obligaciones al personal de cada área. ✓ Control: verificar los resultados, compararlos con lo previsto en la planificación para evaluar el alcance de los objetivos. ✓ Solucionar problemas: determinar las desviaciones que se produzcan entre el plan y lo realizado, luego prever y organizar. ✓ Negociar con los proveedores el abastecimiento de insumos. 	
Responsabilidades	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Puntualidad en horarios especificados por la empresa. ✓ Responsabilidad en las funciones asignadas. ✓ Velar por el mejoramiento continuo de la empresa. ✓ Motivar al Personal en todas las áreas. ✓ Evaluar el entorno interno y externo de la empresa. ✓ Dirigir a sub-alternos: contador externo, encargado de producción, Y de ventas 	
Salario	Q.3,752.58

Fuente: Elaboración propia.

Descripción y especificación del puesto “Encargado de contabilidad”

Gerente administrativo y/o propietario	
Perfil	
Grado Académico	Perito Contador con orientación en computación
Edad	De 20 en adelante
Sexo	Masculino/Femenino
Estado Civil	Casado o soltero
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Velar por el registro y orden contable. ✓ Realizar trámites legales de la empresa. ✓ Presentar informes contables al gerente administrativo3. ✓ Realizar el pago de planillas. ✓ Evaluar riegos financieros. 	
Responsabilidades	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Puntualidad en horarios especificados por la empresa. ✓ Responsabilidad en las funciones asignadas. ✓ Velar por el cumplimiento en el pago de impuestos. 	
Salario	Q.2.896.05

Fuente: Elaboración propia.

Descripción y especificación del puesto “Encargado de planta”

Encargado de planta	
Perfil	
Grado Académico	De preferencia técnico zootecnista/ perito agrónomo
Edad	De 20 en adelante
Sexo	Masculino
Estado Civil	Casado o soltero

Las habilidades requeridas para esta plaza es ser proactivo, extrovertido, acostumbrado a trabajar bajo presión con el fin de alcanzar los objetivos establecidos por la empresa.	
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planificar vacunación, desparasitación, vitaminas, antibióticos, mantenimiento de galpones, otros. ✓ Motivar a sus subordinados a realizar buenas prácticas de avicultura. ✓ Dar seguimiento del plan de manejo por lotes de levante. ✓ Coordinar con el encargado de ventas para no producir más de lo que se vende. ✓ Ejecutar programación de trabajo. 	
Responsabilidades	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Lograr un óptimo desarrollo en la conversión del consumo de alimento comparado con ganancia de peso semanal que manifiesten las aves. ✓ Verificar que los ayudantes en producción sigan el plan de manejo correspondiente para no tener problemas en la producción. ✓ Mejora continua del manejo de la granja. ✓ Reducir al mínimo la mortandad de aves, para que afecta la rentabilidad de la empresa. ✓ Instruir a sus subalternos para ejecutar programa de trabajo 	
Salario	Q.2.705.71

Fuente: Elaboración propia.

Descripción y especificación del puesto “Ayudante de planta”

Ayudante de planta	
Perfil	
Grado Académico	Mínimo tercero básico/ con experiencia en el ramo
Edad	Entre 18 y 50 años
Sexo	Masculino
Estado Civil	Casado o soltero
✓ Dentro de las habilidades requeridas esta ser atento, honesto, respetuoso, sincero,	

trabajador, dedicado, eficiente, otros.	
✓ Acostumbrado a trabajar bajo presión.	
Funciones	
✓ Seguir las instrucciones del encargado de producción para mantenimiento de galpones.	
✓ Realizar reportes sobre la salida del producto para la venta en conjunto con el repartidor.	
✓ Verificación constante de los niveles de agua en el depósito principal y aplicación de medicamentos acorde al plan establecido por el encargado de producción.	
Responsabilidades	
✓ Su jefe inmediato es el encargado de producción.	
✓ Cumplir con el plan técnico de producción.	
✓ Cuidar el equipo de avicultura.	
✓ Pesar el pollo para entregar a clientes.	
✓ Dar mantenimiento a galpones y mantener desinfectados.	
Salario	Q.2.634.33

Fuente: Elaboración propia.

Descripción y especificación de conserje

Encargado de Contabilidad	
Perfil	
Grado Académico	Mínimo tercero
Edad	Mayor de 18 años en adelante.
Sexo	Masculino
Estado Civil	Casado o soltero
Experiencia	No es indispensable.
Funciones	
✓ Velar por la limpieza e imagen de la empresa	
✓ Ordenamiento adecuado de mobiliario y equipo	

Responsabilidades	
Cumplir con itinerario de labores. Informar sobre mantenimiento de mobiliario y equipo en mal estado.	
Salario	Q.2.539.16

Fuente: Elaboración propia.

Descripción y especificación del puesto “Encargado de ventas”

Encargado de ventas (supervisor)	
Perfil	
Grado Académico	Cursos aprobados en Administración de Empresas
Edad	Mayor 18 años en adelante
Sexo	Masculino
Estado Civil	Casado o soltero
Experiencia	En ventas, mínimo un año
Dentro de las cualidades se requiere una persona amigable, respetuosa, extrovertida, dinámica y social. Acostumbrado a trabajar bajo presión.	
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tomar las sugerencias del cliente, eso permite mejor la técnica con base a trabajo. ✓ Establecer rutas de distribución para surtir a clientes en las comunidades. ✓ Siempre estará al cuidado de la granja. ✓ Ubicar nuevos clientes minoristas así como mayoristas. ✓ Velar porque la distribución del pollo sea eficiente. ✓ Promocionar la granja para dar a conocer el producto. ✓ Realizar cualquier otra actividad afín que se le sea asignada. ✓ Ordenar itinerario de entregas. ✓ Monitorear comportamiento de mercado. 	
Responsabilidades	

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacitar a sus subalternos para el buen desempeño de sus funciones. ✓ Puntualidad en horarios de trabajo. ✓ Velar por cuidado del producto e incremento de ventas. ✓ Atención personalizada para dar un mejor servicio e imagen de la empresa. ✓ Poder de convencimiento con el cliente o consumidor final. 	
Salario	Q.2.681.92

Fuente: Elaboración propia.

Descripción y especificación del puesto “Vendedores”

Vendedores	
Perfil	
Grado Académico	Mínimo tercero básico con experiencia en ventas
Edad	Mayor 18 años en adelante
Sexo	Masculino
Estado Civil	Casado o soltero
Experiencia	No es indispensable.
Debe de contar con licencia de conducir clase “C”, debe de ser responsable, comprometido con su trabajo, honrado, atento, servicial y muy disciplinado.	
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recibir pagos en efectivo y/o cheques. ✓ Elaboración de facturas. ✓ Tomar pedidos al igual que el vendedor, luego transferirlos para que les den la orden de despacho. ✓ Cargar y descargar el producto. ✓ Dar mantenimiento a vehículos de la empresa. ✓ Liquidar a diario las ventas con su jefe inmediato. 	
Responsabilidades	

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cumplir con especificaciones asignadas por jefe inmediato. ✓ Entregar los pedidos en el lugar y hora acordado. ✓ Están relacionados con producción. ✓ Cumplir con las rutas establecidas para mejor la distribución en las comunidades. ✓ Cuidar vehículos ✓ Dar mantenimiento adecuado a vehículos. 	
Salario	Q.2.610.54

Fuente: Elaboración propia.

4.3 Reglamento interno de trabajo

4.3.2 Disposiciones generales

Dentro del presente reglamento que busca satisfacer las necesidades de la empresa pero a su vez la integridad de los trabajadores se formula de conformidad con lo establecido dentro del código de trabajo de Guatemala, en la sección del Título II Capítulo IV. Artículos 57 al 60, con el objetivo de regular las condiciones precisas y obligatorias que regirán las prestaciones de servicios y realizaciones concretas del trabajo, de los trabajadores de la empresa: Granja La Fortaleza.

4.3.3 Condiciones de ingreso

Para dar inicio a la relación laboral entre trabajadores y empleador, se deberá formalizar este vínculo a través de la elaboración de un contrato individual de trabajo, de conformidad con las leyes laborales respectivas, y una vez el trabajador cumpla con los requisitos establecidos por la empresa.

Los dos primeros meses de trabajo se consideran de prueba conforme a la ley lo establece, salvo que por mutua conveniencia las parte involucradas pacten un periodo menor.

El empleador o empleado durante el periodo de prueba puede dar por terminado el contrato, por su propia voluntad, con justa causa o sin ella sin incurrir en responsabilidad alguna. Por lo que durante dicho periodo la terminación de la relación laboral se produce sin responsabilidad de las partes.

Toda persona para ingresar como trabajador en la empresa deberá de cumplir con los requisitos siguientes:

- ✓ Ser mayor de edad, presentar cedula de vecindad.
- ✓ Llenar una solicitud de empleo en los formularios que la empresa para tal efecto le proporcionara. Deberá rellenar todos los renglones, contestar con veracidad a todas y cada una de las preguntas.
- ✓ Demostrar su capacidad para el trabajo que solicita, sometiéndose a las pruebas que la empresa determine. La calificación de dichas pruebas es inapelable y la selección del personal es un derecho de la empresa.
- ✓ Carecer de antecedentes penales y policiaicos.

Toda persona que desee entrar a laborar al servicio de Granja La Fortaleza, está obligada a llenar una solicitud en el formulario aprobado por la empresa, en el cual se pide información relativa a la educación, experiencia laboral, aptitudes y aspiraciones del interesado.

Se exigirá que el solicitante proporcione referencias sobre sus condiciones como persona y como trabajador, cartas de recomendación personal, extendidas y firmadas por personas honorables, constancias laborales, de las empresas en donde laboro con anterioridad, cuatro fotografías recientes; hasta una vez se les notifique que ha sido contratado.

Los trabajadores contratados a plazo fijo o para obra determinada terminarán su relación laboral con la empresa al vencimiento del plazo estipulado o conclusión de la obra para el que fueron contratados, sin responsabilidad para las partes.

4.3.4 Jornada laboral de todo el personal

- ✓ Hora de entrada 7:00 am.
- ✓ Salida 4:00 horas.
- ✓ El descanso y hora de almuerzo será de 12:00 a 13:00 horas.

4.3.5 Intereses particulares

Los trabajadores que por asuntos de interés particular necesiten licencias o permisos para no concurrir a sus labores, lo solicitaran al empleador o jefe inmediato personalmente o por escrito y con la suficiente anticipación, debiendo el trabajador expresar el motivo que justifique este permiso para los efectos de su calificación.

Una vez examinada la solicitud el responsable con facultad para la autorización, en caso de considerarla, deberá ser expreso y además deberá indicar si se concede con o sin goce de salario. Sin esta constancia escrita el trabajador no podrá dejar de asistir al trabajo, y caso de que no asistiera la empresa podrá tomar las medidas disciplinarias pertinentes, perdiendo además el derecho al pago del día de trabajo.

La empresa se compromete a conceder las siguientes licencias de descanso con goce de sueldo:

- ✓ Cuando ocurriere el fallecimiento del cónyuge o de la persona con la cual estuviese unida de hecho al trabajador, o de los padres o hijos, tres días.
- ✓ Cuando contrajera matrimonio, cinco días.
- ✓ Por nacimiento de hijo, dos días.
- ✓ Para responder a citaciones judiciales, por el tiempo que tome la comparecencia y siempre que no exceda de medio día dentro de la jurisdicción y un día fuera del Departamento de que se trate.
- ✓ Por desempeño de una función sindical, siempre que ésta se limite a los Miembros del Comité Ejecutivo y no exceda de seis días en el mismo mes calendario, para cada uno de ellos. No obstante lo anterior el patrono deberá conceder licencia sin goce de salario a los

miembros del referido Comité Ejecutivo que así lo soliciten por el tiempo necesario para atender las atribuciones de su cargo.

El patrono está obligado a pagar el día de descanso semanal, aun cuando en una misma semana coincidan uno o más días de asueto, y así mismo cuando coincida un día de asueto pagado y un día de descanso semanal.

4.3.6 Peticiones y Reclamos

Todo trabajador de la empresa podrá formular reclamos y peticiones relacionados con las condiciones de trabajo. Estos reclamos podrán hacerse verbalmente o por escrito ante el jefe inmediato si los asuntos son de carácter colectivo o de interés general, podrán gestionarlo por medio de tres representantes debidamente facultados para aceptar cualquier decisión que se adopte.

En el caso que no puedan ser resueltos inmediatamente los reclamos o peticiones se debe notificar a los trabajadores lo resuelto en un tiempo no mayor de quince días.

4.3.7 Obligaciones de los trabajadores

Son obligaciones de los trabajadores de la empresa Granja La Fortaleza, además de las que determina el Código de Trabajo, las siguientes:

- ✓ Ejecutar los trabajos para los que hayan sido contratados y los que le asigne el gerente o jefe inmediato, con toda diligencia y máxima eficiencia.
- ✓ Seguir las instrucciones recibidas de sus jefes inmediatos para el desempeño de las labores encomendadas.
- ✓ Desempeñar cualquier obligación contraída en la empresa bajo las condiciones contratadas y con todo sentido de responsabilidad y cooperación.
- ✓ Guardar los secretos técnicos, comerciales y financieros de la empresa.
- ✓ Mantener una conducta ejemplar y los principios de moralidad en el centro de trabajo.

- ✓ Mantener en buen estado las herramientas, útiles, vehículos, otros. Todo equipo de la empresa que le fuera entregado para su uso.
- ✓ Guardar el debido respeto a sus superiores y jefes inmediatos y prestar toda colaboración necesaria a sus compañeros de trabajo y personal en general.
- ✓ Atender con buenos modales y consideración a la clientela de la empresa.
- ✓ Presentarse diariamente a sus labores cuidando de su aseo y aspecto personal.
- ✓ Llenaran los reportes respectivos en las jornadas establecidas.
- ✓ El desacato a órdenes y indisciplina se amonestara, al acumular tres llamadas de atención se le suspenderá 5 días sin goce de salario.
- ✓ Los empleados deberán portar el uniforme que se le asigne identificado con el logo de la empresa.
- ✓ Queda totalmente prohibido el uso de sustancias nocivas para la salud como licor y drogas dentro y fuera de la empresa, cabe recalcar que el incumplimiento causara el despido inmediato por parte de la empresa.

4.3.8 Obligaciones de la empresa

La empresa con el fin de brindarles un ambiente agradable a sus empleados se compromete a cumplir, además de las obligaciones que establece el Código de Trabajo y disposiciones legales en vigor, se determinan las siguientes obligaciones:

- ✓ Considerar a los trabajadores absteniéndose de malos tratos de palabra o de obra.
- ✓ Cancelar a los trabajadores sus salarios.
- ✓ Conceder a los trabajadores el tiempo necesario para el ejercicio del voto a las elecciones populares sin reducción de salario.
- ✓ Hacer las deducciones que autorice la ley, de los salarios de los trabajadores.

Estas obligaciones de la empresa hacia sus trabajadores fueron creadas buscando el beneficio de los empleados, para que estos al momento necesario tengan fundamento para hacer valer sus derechos.

4.4 Estudio económico Financiero

4.4.1 Estimación inversión inicial o plan de inversión

Plan de inversión (financiamiento) de la empresa Granja La Fortaleza

Costo de Mercadería			
Unidad	Descripción	Precio	Total
800	Pollos engorde	5.00	4,000.00
20	Quintales de alimento fase 1	215.00	4,300.00
60	Quintales de alimento fase 2	215.00	12,900.00
1	Vacuna new castle por 1000 dosis	40.00	40.00
1	Vacuna doble aviar 1000 dosis	40.00	40.00
1	Vacuna Gumboro 1000 dosis	45.00	45.00
25	Sacos de viruta	2.50	62.50
1/4	Vitamina en polvo	110.00	110.00
1/4	Kilo de antibiótico	200.00	200.00
1	Desparasitante de 8 onzas	60.00	60.00
1/2	Electrolito de libra	25.00	25.00
		Total	21,782.50
Meses	Sueldos sala de ventas		
12	Sueldos de vendedores	7,228.00	86,736.00
12	Bonificación incentivo vendedores	675.00	8,100.00
1	Aguinaldo de vendedores		7,591.02
12	Cuota patronal de vendedores	952.28	11,427.36
1	Indemnización de vendedores		6,841.02
1	Bono 14 vendedores		7,591.02
		Total	128,286.42
Cantidad	Gastos publicidad anual		
300	Volantes de propaganda	0.55	165.00
2	Rótulos identificativo de 3x2 metros cuadrados	2,000.00	4,000.00
12	Publicidad en radio (5 spot diarios a 3.80 c/u) por 6 meses	570.00	6,840.00
12	Publicidad en Televisión 6 meses consecutivos	550.00	6,600.00
		Total	17,605.00

Meses	Sueldos de operación		
12	Sueldos de administración	11,977.83	143,733.96
12	Bonificación incentivo administración	2,550.00	30,600.00
1	Aguinaldo de administración		12,651.70
12	Cuota patronal de administración	1,767.68	21,212.16
1	Indemnización de administración	11,401.70	11,401.70
1	Bono 14 administración	12,651.70	12,651.70
		Total	232,251.22
Meses	Otros gastos administrativos		
12	Pagos a contador	300.00	3,600.00
		Total	3,600.00
Meses	Gastos generales anuales		
12	Agua entubada	30.00	360.00
12	Energía eléctrica	225.00	2,700.00
12	Recolección de basura	30.00	360.00
12	Telefonía e internet	300.00	3,600.00
12	Papelería y útiles de oficina	100.00	1,200.00
12	Desinfectantes y accesorios	150.00	1,800.00
10	Mantenimiento de vehículos de sala de ventas	1,000.00	10,000.00
12	Fletes sobre compras	150.00	1,800.00
	17820	Total	21,820.00
Servicios	Gastos de constitución		
1	Trámite patente de comercio	900.00	900.00
1	Autorización de Libros	150.00	150.00
1	Facturas contables e inscripción	155.00	155.00
		Total	1,205.00
Unidad	Mobiliario y equipo		
1	Escritorio	500.00	500.00
1	Silla giratoria	300.00	300.00
		Total	800.00
Unidad	Herramientas		
1	Criadora o campana	800.00	800.00
40	Comederos de 10 kilos	68.00	2,720.00

40	Bebedores automáticos	118.00	4,720.00
20	Jaulas de transporte de sala de ventas	220.00	4,400.00
		Total	12,640.00
Unidad	Equipo de Computación		
1	Impresora	300.00	300.00
1	Unidad de poder ininterrumpido (ups)	800.00	800.00
1	Computadora	4,500.00	4,500.00
		Total	5,600.00
Unidad	Vehículos		
1	Vehículos tipo pick-up 4*4 de sala de ventas	40,000.00	40,000.00
		Total	40,000.00
Unidad	Terreno		
1	Terreno de 2 manzanas	30,000.00	30,000.00
		Total	30,000.00
Unidad	Inmuebles		
2	Edificio (Galpones de 12 x 25 metros ²)	49,405.20	98,810.40
1	Edificio (Bodega para insumos)	13,549.00	13,549.00
1	Edificio (Oficina)	13,759.00	13,759.00
		Total	126,118.40

Cifras en Quetzales

Fuente: elaboración propia.

Financiamiento del proyecto

Descripción	Total	%
Aporte inicial	Q. 250,000.00	62.50
Préstamo a Institución Bancaria	Q. 150,000.00	37.50
Total	Q. 400,000.00	100.00

Institución	BANCO
T asa de Interés	14%
Años.	5

Está previsto que para financiar el proyecto se tienen fuentes propias constituidas con un aporte inicial Q. 250,000.00 y un financiamiento bancario Q. 150.000.00 a una tasa de interés del 14% anual, pagadero a 5 años

Proyección de pagos de financiamiento

Año	Crédito	Tasa de Interés	Capital Anual	Saldo Capital	Intereses
1	Q 150,000.00	14%	Q 30,000.00	Q 150,000.00	Q 11,882.88
2			Q 30,000.00	Q 120,000.00	Q 11,882.88
3			Q 30,000.00	Q 90,000.00	Q 11,882.88
4			Q 30,000.00	Q 60,000.00	Q 11,882.88
5			Q 30,000.00	Q 30,000.00	Q 11,882.88
TOTALES:			Q 150,000.00	Q -	Q59,414.40

4.4.2 Crecimiento anual

Determinación de los ingresos anuales es el porcentaje de 2% de incremento anual, en base a estudio de mercado, tamaño de mercado, demanda, y crecimiento poblacional.

4.4.3 Planilla mensual de pago de la empresa Granja La Fortaleza

Planilla mensual de pago al personal de la empresa "Granja La Fortaleza"													
operación													
Ordén No.	Cargo	Salario mínimo	Bonificación Dec. 37-2001	Sueldo mensual	Bono profesional	Bono monetario	Bono personal	Total Devengado	Bono 14	Aguinaldo	Cuota patronal	Cuota laboral	Salario líquido
1	Gerente administrativo	Q 2,280.34	Q 250.00	Q 2,530.34	Q 200.00	Q 1,000.00	Q 200.00	Q 3,930.34	Q 2,530.34	Q 2,530.34	Q 466.30	Q 177.76	Q 3,752.58
2	Encargado de contabilidad	Q 2,280.34	Q 250.00	Q 2,530.34	Q 100.00	Q 250.00	Q 150.00	Q 3,030.34	Q 2,530.34	Q 2,530.34	Q 352.27	Q 134.29	Q 2,896.05
3	Encargado de Planta	Q 2,280.34	Q 250.00	Q 2,530.34	Q 50.00	Q 150.00	Q 100.00	Q 2,830.34	Q 2,530.34	Q 2,530.34	Q 326.93	Q 124.63	Q 2,705.71
4	Ayudante de planta	Q 2,280.34	Q 250.00	Q 2,530.34	Q 50.00	Q 100.00	Q 75.00	Q 2,755.34	Q 2,530.34	Q 2,530.34	Q 317.43	Q 121.01	Q 2,634.33
5	Conserje	Q 2,280.34	Q 250.00	Q 2,530.34	Q 50.00	Q 25.00	Q 50.00	Q 2,655.34	Q 2,530.34	Q 2,530.34	Q 304.76	Q 116.18	Q 2,539.16
Total Salarios de Admón.		Q 11,401.70	Q 1,250.00	Q 12,651.70	Q 450.00	Q 1,525.00	Q 575.00	Q 15,201.70	Q 12,651.70	Q 12,651.70	Q 1,767.68	Q 673.87	Q 14,527.83
ventas													
Ordén No.	Cargo	Salario Mínimo	Bonificación Dec. 37-2001	Sueldo mensual	Bono profesional	Bono monetario	Bono personal	Total Devengado	Bono 14	Aguinaldo	Cuota patronal	Cuota laboral	Salario líquido
1	Encargado de ventas	Q 2,280.34	Q 250.00	Q 2,530.34	Q 75.00	Q 100.00	Q 100.00	Q 2,805.34	Q 2,530.34	Q 2,530.34	Q 323.76	Q 123.42	Q 2,681.92
2	Vendor	Q 2,280.34	Q 250.00	Q 2,530.34	Q 50.00	Q 100.00	Q 50.00	Q 2,730.34	Q 2,530.34	Q 2,530.34	Q 314.26	Q 119.80	Q 2,610.54
3	Vendor	Q 2,280.34	Q 250.00	Q 2,530.34	Q 50.00	Q 100.00	Q 50.00	Q 2,730.34	Q 2,530.34	Q 2,530.34	Q 314.26	Q 119.80	Q 2,610.54
Total Salarios de Admón.		Q 6,841.02	Q 750.00	Q 7,591.02	Q 175.00	Q 300.00	Q 200.00	Q 8,266.02	Q 7,591.02	Q 7,591.02	Q 952.28	Q 363.02	Q 7,903.00
		Q 18,242.72	Q 2,000.00	Q 20,242.72	Q 625.00	Q 1,825.00	Q 775.00	Q 23,467.72	Q 20,242.72	Q 20,242.72	Q 2,719.96	Q 1,036.89	Q 22,430.83

4.4.4 Estados financieros (proyectados a 5 años)

Para proyectar los ingresos a cinco años se consideró un incremento anual 2% a partir del segundo año de operaciones debido a la oferta y la demanda de los productos tomando en cuenta el crecimiento poblacional.

Descripción	Ingresos	Crecimiento Anual (2%)
Año 1	Q 666,462.05	Q 13,329.24
Año 2	Q 679,791.29	Q 13,595.83
Año 3	Q 693,387.12	Q 13,867.74
Año 4	Q 707,254.86	Q 14,145.10
Año 5	Q 721,399.95	

Fuente: según cálculo realizado en la investigación

4.4.5 Estado de resultados

Con base a la proyección de gastos fijos y a la proyección de ingresos se elaboró el estado de resultados proyectado, considera siguientes premisas:

- a). Los gastos se clasificaron en administración y operación, éstos últimos incluyen los gastos por depreciación.
- b). Existen intereses gastos originados por la adquisición de un préstamo
- c). El análisis se proyecta en un período económico de 5 años.
- d). Se tiene previsto un incremento del 2% en el volumen de ingresos a partir del segundo año, en base a estudio de mercado, demanda y crecimiento poblacional.
- e). El proyecto se registrará bajo el régimen del 5% ISR por pagar, 12% del IVA, régimen opcional simplificado más una declaración anual.

Granja La Fortaleza
Estado de resultado proyectado
Periodo 2013-2017

Estado de Resultados					
Concepto	año 1	año2	año 3	año 4	año 5
INGRESOS DE OPERACIÓN					
Ventas	Q 666,462.05	Q 679,791.29	Q 693,387.12	Q 707,254.86	Q 721,399.95
(-) Devolución y rebajas sobre ventas	Q 6,664.62	Q 6,797.91	Q 6,933.87	Q 7,072.55	Q 7,214.00
Ventas netas	Q 659,797.43	Q 672,993.38	Q 686,453.25	Q 700,182.31	Q 714,185.95
COSTO DE VENTAS					
Inventario inicial de mercaderías	Q 196,069.50	Q 203,912.28	Q 212,068.77	Q 220,551.52	Q 229,373.58
Compras	Q 300,000.00	Q 306,000.00	Q 312,120.00	Q 318,362.40	Q 324,729.65
(+) Gastos sobre compras	Q 1,800.00	Q 1,836.00	Q 1,872.72	Q 1,910.17	Q 1,948.38
Compras brutas	Q 301,800.00	Q 307,836.00	Q 313,992.72	Q 320,272.57	Q 326,678.03
(-) Devolución y rebajas sobre compras	Q 3,000.00	Q 3,060.00	Q 3,121.20	Q 3,183.62	Q 3,247.30
Compras netas	Q 298,800.00	Q 304,776.00	Q 310,871.52	Q 317,088.95	Q 323,430.73
Mercaderías disponibles	Q 494,869.50	Q 508,688.28	Q 522,940.29	Q 537,640.47	Q 552,804.31
(-) Inventario final de mercaderías	Q 196,069.50	Q 203,912.28	Q 212,068.77	Q 220,551.52	Q 229,373.58
Costo de ventas	Q 14,400.00	Q 14,688.00	Q 14,981.76	Q 15,281.40	Q 15,587.02
Margen bruto	Q 645,397.43	Q 658,305.38	Q 671,471.49	Q 684,900.92	Q 698,598.93
GASTOS DE OPERACIÓN					
Distribución					
Sueldos de vendedores	Q 86,736.00	Q 86,736.00	Q 86,736.00	Q 86,736.00	Q 86,736.00
Bonificación incentivo vendedor	Q 8,100.00	Q 8,100.00	Q 8,100.00	Q 8,100.00	Q 8,100.00
Aguinaldo de vendedor	Q 7,591.02	Q 7,591.02	Q 7,591.02	Q 7,591.02	Q 7,591.02
Cuota patronal de vendedor	Q 11,427.36	Q 11,427.36	Q 11,427.36	Q 11,427.36	Q 11,427.36
Depreciación vehículos Sala de ventas	Q 7,142.86	Q 7,142.86	Q 7,142.86	Q 7,142.86	Q 7,142.86
Depreciación herramientas Sala de ventas	Q 982.14	Q 982.14	Q 982.14	Q 982.14	Q -
Indemnización de vendedor	Q 6,841.02	Q 6,841.02	Q 6,841.02	Q 6,841.02	Q 6,841.02
Bono 14 de vendedor	Q 7,591.02	Q 7,591.02	Q 7,591.02	Q 7,591.02	Q 7,591.02
Publicidad o propaganda	Q 17,605.00	Q 17,605.00	Q 17,605.00	Q 17,605.00	Q 17,605.00
Total de gastos de distribución	Q 154,016.42	Q 154,016.42	Q 154,016.42	Q 154,016.42	Q 153,034.28
Administración					
Sueldo de administración	Q 143,733.96	Q 143,733.96	Q 143,733.96	Q 143,733.96	Q 143,733.96
Bonificación incentivo administración	Q 30,600.00	Q 73,800.00	Q 73,800.00	Q 73,800.00	Q 73,800.00
Aguinaldo de administración	Q 12,651.70	Q 12,651.70	Q 12,651.70	Q 12,651.70	Q 12,651.70
Cuota patronal de administración	Q 21,212.16	Q 26,685.60	Q 26,685.60	Q 26,685.60	Q 26,685.60
Depreciación mobiliario y equipo de oficina	Q 142.86	Q 142.86	Q 142.86	Q 142.86	Q 142.86
Depreciación herramientas de oficina	Q 1,839.29	Q 1,839.29	Q 1,839.29	Q 1,839.29	Q -
Depreciación equipo de computación de oficina	Q 1,666.50	Q 1,666.50	Q 1,666.50	Q -	Q -
Depreciación edificios de oficina	Q 5,630.29	Q 5,630.29	Q 5,630.29	Q 5,630.29	Q 5,630.29
Gastos de constitución	Q 1,205.00				
Papelera y útiles consumidos	Q 1,200.00	Q 1,224.00	Q 1,248.48	Q 1,273.45	Q 1,298.92
Gastos diversos de oficina	Q 8,820.00	Q 8,996.40	Q 9,176.33	Q 9,359.85	Q 9,547.05
Indemnización de administración	Q 11,401.70	Q 11,401.70	Q 11,401.70	Q 11,401.70	Q 11,401.70
Bono 14 administración	Q 12,651.70	Q 12,651.70	Q 12,651.70	Q 12,651.70	Q 12,651.70
Total de gastos de administración	Q 252,755.15	Q 300,423.99	Q 300,628.40	Q 299,170.39	Q 297,543.77
Suma gastos de operación	Q 406,771.57	Q 454,440.41	Q 454,644.82	Q 453,186.81	Q 450,578.05
Resultado de operación positivo	Q 238,625.86	Q 203,864.97	Q 216,826.67	Q 231,714.10	Q 248,020.88
GASTOS FINANCIEROS					
Intereses gasto	Q 11,882.88	Q 11,882.88	Q 11,882.88	Q 11,882.88	Q 11,882.88
Diferencia positiva	Q 226,742.98	Q 191,982.09	Q 204,943.79	Q 219,831.22	Q 236,138.00
OTROS GASTOS DE OPERACIÓN					
(-) Impuesto al Valor Agregado por pagar	Q 27,209.16	Q 23,037.85	Q 24,593.26	Q 26,379.75	Q 28,336.56
(-) Impuesto Sobre la Renta por pagar	Q 13,604.58	Q 11,518.93	Q 12,296.63	Q 13,189.87	Q 14,168.28
GANANCIA después de los Impuestos	Q 185,929.24	Q 157,425.31	Q 168,053.91	Q 180,261.60	Q 193,633.16

Ley del ISR
ISR 28% AÑO 2014

Se puede observar que, para el primer año se obtendrá una utilidad neta de Q. 175,726.25 incrementándose para los siguientes años proyectados, se puede observar que el proyecto tendrá capacidad financiera para cubrir todos sus gastos operativos; vale la pena mencionar que no se utiliza toda la capacidad instalada, lo que en un futuro podría significar un incremento en la utilidad neta, si se llega a cubrir más ventas a los mismos clientes o amplia el nicho de mercado a otras instituciones educativas, entidades públicas y privadas.

4.4.6 Balance general

Balance general proyectado a 5 años

Descripción	año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS					
ACTIVOS CORRIENTES	Q 512,513.78	Q 334,632.60	Q 351,801.14	Q 369,397.03	Q 387,421.42
Caja y Bancos	Q 360,036.14	Q 177,580.63	Q 190,037.61	Q 202,780.60	Q 215,806.49
Mercadería	Q 152,477.64	Q 157,051.97	Q 161,763.53	Q 166,616.43	Q 171,614.93
ACTIVOS NO CORRIENTES	Q 180,916.07	Q 166,812.14	Q 153,038.21	Q 141,293.29	Q 132,769.59
Vehículos Sala de Ventas	Q 35,714.29	Q 28,571.43	Q 21,428.57	Q 14,285.71	Q 7,142.86
(-) Dep. Acum. Vehículos Sala de Ventas	Q 7,142.86	Q 7,142.86	Q 7,142.86	Q 7,142.86	Q 7,142.86
Herramientas de Sala de Ventas	Q 3,928.57	Q 2,946.43	Q 1,964.29	Q 982.14	
(-) Dep. Acum. Herramientas de Sala de Ventas	Q 982.14	Q 982.14	Q 982.14	Q 982.14	
Mobiliario y Equipo de Oficina	Q 714.29	Q 571.43	Q 428.57	Q 285.71	Q 142.86
(-) Dep. Acum. Mob. y Eq. de Oficina	Q 142.86	Q 142.86	Q 142.86	Q 142.86	Q 142.86
Herramientas de Oficina	Q 7,357.14	Q 5,517.86	Q 3,678.57	Q 1,839.29	
(-) Dep. Acum. Herramientas de Oficina	Q 1,839.29	Q 1,839.29	Q 1,839.29	Q 1,839.29	
Equipo de Computación de Oficina	Q 5,000.00	Q 3,333.50	Q 1,667.00		
(-) Dep. Acum. Equipo de Computación	Q 1,666.50	Q 1,666.50	Q 1,666.50		
Edificios de Oficina	Q 112,605.71	Q 106,975.43	Q 101,345.14	Q 95,714.86	Q 90,084.57
(-) Dep. Acum. Edificios de Oficina	Q 5,630.29	Q 5,630.29	Q 5,630.29	Q 5,630.29	Q 5,630.29
Terrenos	Q 30,000.00	Q 33,000.00	Q 36,300.00	Q 39,930.00	Q 43,923.00
Plusvalía	Q 3,000.00	Q 3,300.00	Q 3,630.00	Q 3,993.00	Q 4,392.30
Total de Activos	Q 693,429.85	Q 501,444.74	Q 504,839.35	Q 510,690.32	Q 520,191.00
Pasivo					
Capital inicial	Q 489,416.15	Q 323,180.27	Q 313,804.13	Q 307,132.99	Q 304,244.39
Cuentas por pagar	Q 30,000.00	Q 30,000.00	Q 30,000.00	Q 30,000.00	Q 30,000.00
Utilidad del ejercicio	Q 174,013.70	Q 148,264.47	Q 161,035.22	Q 173,557.33	Q 185,946.62
Suma activo = pasivo	Q 693,429.85	Q 501,444.74	Q 504,839.35	Q 510,690.32	Q 520,191.00

Para los primeros tres años de operación se reportaron gastos de depreciaciones por Q. 52,211.59 que incluyen los rubros de mobiliario y equipo, herramientas s/ventas y oficina, equipo de cómputo, vehículo y edificio.

Depreciaciones:

Depreciación anual mobiliario y equipo salas de ventas 20%

Depreciación anual equipo de computación 33.33%

Depreciación anual vehículo 20%

Depreciación anual herramientas 25%

Depreciación anual edificio 5%

4.4.7 Flujo de caja proyectado

Con los análisis realizados en este estudio financiero, se procedió a elaborar el flujo de efectivo proyectado, el cual arrojó la siguiente información

Granja La Fortaleza

Flujo de caja proyectado

Periodo 2013-2017 (cifras expresadas en quetzales)

Flujo de caja					
Concepto	año 1	año2	año 3	año 4	año 5
INGRESOS					
Ventas	Q 666,462.05	Q 679,791.29	Q 693,387.12	Q 707,254.86	Q 721,399.95
Prestamo bancario	Q 150,000.00				
EGRESOS					
Sueldos de vendedores	Q 86,736.00	Q 86,736.00	Q 86,736.00	Q 86,736.00	Q 86,736.00
Bonificación incentivo vendedor	Q 8,100.00	Q 8,100.00	Q 8,100.00	Q 8,100.00	Q 8,100.00
Aguinaldo de vendedor	Q 7,591.02	Q 7,591.02	Q 7,591.02	Q 7,591.02	Q 7,591.02
Cuota patronal de vendedor	Q 11,427.36	Q 11,427.36	Q 11,427.36	Q 11,427.36	Q 11,427.36
Depreciación vehículos Sala de ventas	Q 7,142.86	Q 7,142.86	Q 7,142.86	Q 7,142.86	Q 7,142.86
Depreciación herramientas Sala de ventas	Q 982.14	Q 982.14	Q 982.14	Q 982.14	Q 982.14
Indemnización de vendedor	Q 6,841.02	Q 6,841.02	Q 6,841.02	Q 6,841.02	Q 6,841.02
Bono 14 de vendedor	Q 7,591.02	Q 7,591.02	Q 7,591.02	Q 7,591.02	Q 7,591.02
Publicidad o propaganda	Q 17,605.00	Q 17,605.00	Q 17,605.00	Q 17,605.00	Q 17,605.00
Sueldo de administración	Q 143,733.96	Q 143,733.96	Q 143,733.96	Q 143,733.96	Q 143,733.96
Bonificación incentivo administración	Q 30,600.00	Q 30,600.00	Q 30,600.00	Q 30,600.00	Q 30,600.00
Aguinaldo de administración	Q 12,651.70	Q 12,651.70	Q 12,651.70	Q 12,651.70	Q 12,651.70
Cuota patronal de administración	Q 21,212.16	Q 26,685.60	Q 26,685.60	Q 26,685.60	Q 26,685.60
Depreciación mobiliario y equipo de oficina	Q 142.86	Q 142.86	Q 142.86	Q 142.86	Q 142.86
Depreciación herramientas de oficina	Q 1,839.29	Q 1,839.29	Q 1,839.29	Q 1,839.29	Q 1,839.29
Depreciación equipo de computación de oficina	Q 1,666.50	Q 1,666.50	Q 1,666.50		
Depreciación edificios de oficina	Q 5,630.29	Q 5,630.29	Q 5,630.29	Q 5,630.29	Q 5,630.29
Amortización gastos de constitución	Q 1,205.00				
Papelería y útiles consumidos	Q 1,200.00	Q 1,224.00	Q 1,248.48	Q 1,273.45	Q 1,298.92
Gastos diversos de oficina	Q 8,820.00	Q 8,996.40	Q 9,176.33	Q 9,359.85	Q 9,547.05
Indemnización de administración	Q 11,401.70	Q 11,401.70	Q 11,401.70	Q 11,401.70	Q 11,401.70
Bono 14 administración	Q 12,651.70	Q 12,651.70	Q 12,651.70	Q 12,651.70	Q 12,651.70
Total gastos fijos	Q 406,771.57	Q 411,240.41	Q 411,444.82	Q 409,986.81	Q 407,378.05
Utilidad bruta de ventas	Q 409,690.48	Q 268,550.88	Q 281,942.30	Q 297,268.05	Q 314,021.90
Gastos financieros					
Intereses gasto	Q 11,882.88	Q 11,882.88	Q 11,882.88	Q 11,882.88	Q 11,882.88
Utilidad antes del impuesto	Q 397,807.60	Q 256,668.00	Q 270,059.42	Q 285,385.17	Q 302,139.02
OTROS INGRESOS					
(-) Impuesto al Valor Agregado por pagar	Q 27,209.16	Q 23,037.85	Q 24,593.26	Q 26,379.75	Q 28,336.56
(-) Impuesto Sobre la Renta por pagar	Q 13,604.58	Q 11,518.93	Q 12,296.63	Q 13,189.87	Q 14,168.28
Utilidad o perdida	Q 356,993.86	Q 222,111.23	Q 233,169.54	Q 245,815.55	Q 259,634.18
Inversión					
(+) Depreciación	Q 17,403.93	Q 17,403.93	Q 17,403.93	Q 15,737.43	Q 12,916.00
(-) Amortización de capital	Q 30,000.00	Q 30,000.00	Q 30,000.00	Q 30,000.00	Q 30,000.00
Flujo neto de efectivo	Q 344,397.79	Q 209,515.15	Q 220,573.47	Q 231,552.98	Q 242,550.18

Inversión (400,000.00)

(+) Depreciaciones

Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año
Q 17,403.93	Q 17,403.93	Q 17,403.93	Q 15,737.43	Q 12,916.00

(-) Pago de deuda

Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año
Q 30,000.00	Q 30,000.00	Q 30,000.00	Q 30,000.00	Q 30,000.00

Flujo neto efectivo

Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año
Q 344,397.79	Q 209,515.15	Q 220,573.47	Q 231,552.98	Q 242,550.18

El financiamiento de capital se pagará una letra anual por Q. 30,000.00 5 años = Q. 150,000.00 de capital.

4.5 Razones Financieras

4.5.1 Tiempo de retorno de capital

Debido a que los flujos netos de efectivo del proyecto son variables, se utilizó el siguiente método para calcular el período de recuperación de la inversión, estableciéndose que la misma se recupera en 1 años, 5 meses y 3 días.

Año	0	1 año	1 meses	28 días
Flujo Neto de Efectivo	Q. (400,000.00)	Q. 344,397.79	Q. 28,699.81	Q. 26,902.40

$$Q. (400,000.00) - Q. 344,397.79 - 28,699.81 = Q. 26,902.40 \text{ Año, 1 meses y 28 días}$$

$$Q. 28,699.81 \text{ ----- } 30 \text{ días} \quad 55,602.21$$

$$Q. 960.80 \text{ -- -- } X = 28$$

$$28/30 \text{ días} = 0.93 \quad \text{Meses}$$

$$0.93 * 30 = 28 \quad \text{Días}$$

Plazo de recuperación de inversión **1año=1 mes =28 días**

Viabilidad del proyecto

4.5.2 Conceptual (aceptación del producto o servicio)

El proyecto busca ser innovador en cuanto a la venta del producto pollo de engorde en (Playa Grande) y satisfacer las necesidades del consumidor exigente de hoy.

Para cumplir con las necesidades de los clientes con buenos productos de calidad y de bajo y accesible precio en el mercado para obtener el mayor reconocimiento entre competidores. El negocio en una mejor y efectiva satisfacción del cliente como única fuente de ingreso para la empresa mediante el expendio a ellos, hace que la clientela se sienta mejor y la empresa surja, desarrolle de las expectativas preestablecidas.

Como empresa adaptarse al mercado, buscar adquirir productos de garantía. Y así tener el respaldo como proveedores, para dar seguridad a los clientes.

La entidad se creó con finalidad de brindar atención y comercialización de productos de acuerdo a la demanda del consumidor.

4.5.3 Operacional (logística del proyecto necesario)

- ✓ Recursos humanos
- ✓ Infraestructura disponible y necesaria para el buen funcionamiento de la empresa
- ✓ Requisitos legales

4.5.4 De mercado (apertura cobertura de mercado)

- ✓ Un estimado del mercado potencial (la cantidad total del producto o servicio que puede ser vendido en el área de mercado).
- ✓ La participación proyectada en el mercado (el por ciento del mercado potencial a ser capturado o que puede ser capturado por la empresa).
- ✓ Las proyecciones de ventas

4.5.5 Económica (factibilidad con base a indicadores financieros y económicos)

- ✓ Análisis de las fuentes y usos de los fondos con el desglose partida por partida de la inversión inicial requerida para poder establecer la empresa.
- ✓ Proyecciones de ingresos y gastos y flujo de efectivo para el primer año de actividad de la empresa. Tiempo de recuperación de la inversión inicia

4.6 Estudio de impacto ambiental

Entorno del proyecto

4.6.1 Entorno físico

La producción de pollos de engorde se ubicará en la Aldea de San Luis Vista Hermosa, Cobán Alta Verapaz.

La empresa avícola tendrá un área de producción de 14,000m²

Tiene una altitud de 200 metros sobre el nivel del mar.

- ✓ Topografía.

El relieve topográfico del área en la cual se establecerá el proyecto es ligeramente plana con poca pendiente.

- ✓ Hidrología.

Para el abastecimiento de los galpones se cuenta con pozos superficiales.

4.6.2 Entorno social

- ✓ Economía regional

La economía de los pobladores se basa principalmente en la agricultura, pecuaria y el comercio.

- ✓ Religión

La religión que más predomina, es el catolicismo.

También existen diferentes iglesias evangélicas.

- ✓ Cultura.

En la aldea San Luis Vista Hermosa Cobán A. V. se hablan muchos idiomas como castellano, queqchi, mam y Quiche.

4.6.3 Descripción del entorno ambiental.

- ✓ Clima

El clima cálido es el que predomina.

- ✓ Vegetación

Predomina el bosque sub tropical húmedo.

- ✓ Fauna

Existen diversas especies de animales, reptiles mamíferos y ovíparos, algunos predadores y depredadores.

- ✓ Salud

Los habitantes cuentan con un centro de convergencia.

- ✓ Paisajismo

Cuenta con un extenso potencial eco turístico.

- ✓ Calidad del aire

Existe muy poca contaminación del aire ya que cuenta con bosques y no existen empresas industriales.

4.6.4 Metodología aplicada

Se visitó el área en donde se llevará a cabo el proyecto para verificar cómo está la diversidad de vida vegetal y animal en el lugar como también se observó el tipo de suelo y la disponibilidad de agua necesaria para el abastecimiento de los estanques y envase a esto se evaluó los impactos positivos y negativos que va causar el proyecto durante su ejecución.

- ✓ Identificación de impactos

Después del recorrido en el área se llegó a determinar los factores que van a ser impactados ya sea positiva o negativamente en el momento de realizar cada actividad en la construcción de los galpones. Los factores que se determinaron que si van a ser impactados son los siguientes.

Cuadro Identificación de impactos

FACTOR IMPACTADO	Al modificar el hábitat	Eliminación de cubierta del suelo	Al excavar y rellenado	Excavación superficial	Control de erosión	paisajismo	Aplicación de fertilizante

Suelos	X	X	X	X	X		
Subsuelo			X				
Calidad de agua	X		X	X			X
Árboles, arbustos y gramas	X	X	X	X		X	
Micro flora	X	X		X		X	
Aves	X						
Animales terrestres y reptiles	X	X		X		X	
Peces y moluscos	X	X					
Micro fauna	X	X	X	X			
Tierras húmedas	X						
Composición del paisaje	X	X	X			X	
Empleo	X	X	X	X	X	X	

Fuente: Estudios realizados (EIA).

✓ Impactos positivos

Son todas aquellas actividades que alteran positivamente en el proyecto aunque de alguna manera esto también tiene sus impactos negativos todo esto depende de qué punto de vista se observa.

✓ Impactos negativos

Van a ser todas aquellas actividades que alteraran negativamente al ambiente en sí, ó directamente al proyecto.

✓ Ambiente impactado

Agua

El agua será impactada negativamente, porque al hacer uso la construcción de los galpones va impedir a que el nacimiento de agua se distribuya como lo hace naturalmente.

✓ Suelo

Será impactando negativamente cuando se construyen los galpones, esto permitirá que se erosioné el suelo, el cual antes a de ser nicho ecológico de algún organismo. Para reducir este impacto negativo se estará colocando piedras, restos de madera, alrededor del galpón para evitar la erosión.

✓ Flora

Será impactada cuando se va a realizar la limpia del área donde se van a construir los galpones, cuando se elimina la vegetación existente esto afecta en si a la flora del área.

✓ Fauna

Eliminando le vegetación del lugar o área a utilizar se destruye el hábitat de la fauna que habita en el lugar, pero esto se puede mitigar plantando árboles en la circunferencia del área y esto implica que durante un tiempo no existirá nichos ecológicos, pero cuando las especies plantadas se desarrollen el lugar será habitado nuevamente por la fauna.

✓ Matriz de Leopold

Esta matriz es muy importante y puntual en las evaluación de estudios de impactos ambientales, ya que son una de las herramientas bases para ejecutar un proyecto.

Las calificaciones se ponderaron a cada factor tomando como criterio el tomando del área, y la importancia que tiene cada factor en el proyecto. El rango de calificación es de 0 a 10 puntos. Si el factor calificado es muy importante la calificación en lo que es importancia seria 9 o 10, pero en este caso el área de producción que se evaluó es muy pequeña por eso los valores son muy bajos.

Cuadro Matriz de Leopold

		Factores impactantes						
		Alteración de hábitat	Cubierta del suelo	Excavar y rellenar	Alteración superficial	Erosión	Paisajismo	Uso de fertilizantes
factores impactados								
Tierra	Suelos	-2	-2	-1	-2	-1		
	Subsuelo	-2	-1	-1	-2	0		
Agua	Calidad			-1				
				-1	-1			
Flora	Árboles, arbustos y gramas	-1	-1	-1	-1		-1	
		0	0	-1	-1		-1	

	Micro flora	-1	-1					
	.	-1	-1					
Fauna	Aves	-1						
	Animales terrestres y reptiles	-1	-1		-1		-1	
		-1	-1		0		-1	
	Peces y moluscos	-1	0					
	Micro fauna	-1	-1	-1	-1			
		-1	0	-1	0			
Uso de la tierra	Tierras húmedas	-1						
		-1						
	Composición del paisaje	-1	-1	-1			-1	
		0	0	-1			-1	
Estética e interés humano		5	3	3	7	2	2	
Estatus cultural	Empleo	5	3	3	7	2	2	

Fuente: Estudio de EIA.

✓ Resultados de la evaluación según la matriz de Leopold

Los resultados obtenidos durante la elaboración de E.I.A se discuten en la siguiente tabla, obteniendo -25 de importancia y -35 de magnitud haciendo un total de -60.

Importancia +25 y con una magnitud de +25 haciendo un total de +50, a los cuales se les establecerán sus respectivas medidas de mitigación.

Cuadro Resultados de la evaluación según el Matriz de Leopold

	NEGATIVOS	POSITIVOS
IMPORTANCIA	-25	25
MAGNITUD	-35	25
Σ	-60	50

Fuente: Evaluación de Impacto Ambiental

✓ Operación del proyecto

Según el estudio de evaluación de impacto ambiental (E.I.A) realizado para cuantificar el impacto que va a ocasionar el proyecto ya sea positivo o negativo. Se llegó a una conclusión de que el proyecto si se puede ejecutar, ya que se van a establecer sus respectivas medidas de mitigación para cada impacto negativo ocasionado por el proyectos.

Medidas de mitigación

Cuadro Medidas de mitigación

FACTORES IMPACTADOS		MEDIDAS DE MITIGACION
TIERRA	Suelos.	Tener un control de erosión estableciendo barreras vivas y muertas alrededor de los Galpones
	Subsuelos	Excavar solo lo necesario y evitar la compactación innecesaria del mismo.
AGUA	Calidad del agua.	Utilizar la cantidad apropiada de agua
FLORA	Árboles, arbustos y gramas.	Plantar árboles en la circunferencia del lugar impactado.
	Micro flora.	No utilizar herbicidas para la eliminación de hierbas no deseadas.
FAUNA	Aves.	Evitar la eliminación total de la especie floral que está a su alrededor del área.
	Animales terrestres y reptiles.	Excavar solo en el área a utilizar.
	Peces y moluscos.	Evitar la utilización de productos químicos.
	Micro fauna.	No utilizar productos químicos
USO DE LA TIERRA	Tierras húmedas.	Zanjar solo lo necesario para

		los drenajes.
ESTETICA E INTERES HUMANO	Composición del paisaje.	Plantar especies forestales alrededor del área del proyecto.
ESTATUS CULTURAL	Empleo.	Fortalecer e incrementara el empleo para así mantener y mejorar los impactos positivos.

Fuente: Estudio de EIA.

Conclusiones

- 1) La implementación de la granja de pollos engorde La Fortaleza es una opción de desarrollo económico y de generadora de empleo a nivel del municipio.
- 2) Se estableció que granja de pollos de engorde la fortaleza es un proyecto económico productivo que se proyecta auto sostenible en un periodo de 1 año cinco meses aproximadamente.
- 3) El ciclo de engorde de pollos oscila de entre 6 semanas a 7 semanas, que propicia la recuperación de la inversión en el corto tiempo obteniendo disponibilidad de capital para su reinversión y crecimiento de la empresa
- 4) La demanda de carne de pollo es constante esto debido al precio de venta al consumidor comprado con la carne de res es de mayor su costo, sus beneficios nutricionales son de buena calidad respecto a proteína de carne animal para consumo humano.

Recomendaciones

- 1) Se recomienda la implementación del presente proyecto ya que presenta al propietario una unidad económica productiva rentable de fácil implementación esto debido a disponibilidad de terreno, material, equipo asistencia técnica por parte de proveedores.
- 2) Estudio promete una buena fuente de ingresos al propietario, ofreciendo oportunidad de empleo y desarrollo en el entorno.
- 3) Se recomienda la ejecución del proyecto granja de pollos de engorde La Fortaleza en base a que su rotación entre camadas es rápido y el precio de venta por libra de pollo en competitivo en relación a la carne de res y cerdo.
- 4) Se recomienda la implementación de Granja La Fortaleza de pollos de engorde por ser un proyecto productivo, generador de utilidades al propietario, con recuperación de capital en el corto tiempo, brindando desarrollo a las familias del área de impacto del proyecto a través de la generación de empleo y de creación de nuevos proyectos a menor escala para pequeños productores

Referencia bibliográfica

- 1) Tipos de empresas <http://www.promonegocios.net/empresa/pequena-empresa.html>
- 2) El proceso administrativo
http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/procesoadministrativo/http://uploadmon.blogspot.com/2007/02/matriz-foda.html
- 3) http://www.segeplan.gob.gt/2.0/index.php?option=com_k2&view=itemlist&task=category&id=218:ixcan&Itemid=333&opc=2&opc=1
- 4) Que es una Empresa <http://consejos-empleo.monster.es/trucos-busqueda-empleo/tendencias-industriales/que-es-una-empresa-hoy/article.aspx>
- 5) Concepto económico sobre empresa publica y privada
http://html.rincondelvago.com/concepto-economico-de-empresa_publica-y-privada.html
- 6) <http://www.abcpedia.com/diccionario/definicion-empresa.html>
- 7) Programa de diversificación de ingresos en la empresa cafetalera Anacafe, piscicultura, julio de 2004.
- 8) El Gallo Vrs Gallina. Consultado 13/012012
<http://www.monografias.com/trabajos12/acti/acti.shtml>
- 9) http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Especial:Libro&bookcmd=rendering&return_to=Gallus+gallus+domesticus&collection_id=7a254b012466329a&writer=rl
- 10) Proyectos de inversión formulación y evaluación
Nassir Sapag Chain, segunda edición
- 11) <http://www.industriaavicola-digital.com/industriaavicola/201201#pg42>
- 12) http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/Registro/formalizar_mi_empresa.htm

Anexos



SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN DE COMERCIANTE INDIVIDUAL Y EMPRESA

Señor, Registrador Mercantil General de la República.

YO, _____ de _____ años,

de: _____ con domicilio en el Departamento

de: _____, con residencia en: _____

con cédula de vecindad extendida por la Municipalidad de: _____

Departamento de: _____, No. de Orden: _____ y de Registro: _____

bajo juramento de que los datos son exactos, atentamente:

PIDO:

- 1) Que se me inscriba como comerciante individual
- 2) Que se inscriba la siguiente empresa de mi propiedad (o propiedad de: _____)

NOMBRE COMERCIAL: _____

DIRECCION COMPLETA: _____

OBJETO: _____

Fecha de inicio de actividades: _____ de _____ de _____ al inscribirse

Capital: Q. _____ Categoría: Unica Sucursal Agencia Otra: _____

_____, Administrador, Gerente o factos:

- 1) Si es casado, indique régimen matrimonial _____
- 2) Si ya está inscrito como comerciante, indique No. _____ Folio: _____ Libro: _____
- 3) Si es persona jurídica, indique No. _____ Folio: _____ Libro: _____
 Guatemala, _____ de _____ de _____

(f) _____

AUTÉNTICA: _____

F) _____ ANTE MÍ:

PARA USO EXCLUSIVO DEL REGISTRO

Fecha Inscripción: _____ Fecha Inscripción: _____

Expediente: _____ Expediente: _____

Registro: _____ Folio: _____ Libro: _____ Registro: _____ Folio: _____ Libro: _____

DOCUMENTOS QUE DEBEN ACOMPAÑARSE

- a) Adjuntar Balance o Certificación en Giro.
- b) Si es representante legal adjuntar fotocopia legalizada del documento donde conste su representación
- c) **LLENARSE EXCLUSIVAMENTE A MÁQUINA.**

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN DE COMERCIANTE INDIVIDUAL Y EMPRESA

EXPEDIENTE No. _____ FORMULARIO: _____

Nota: utilizar el presente formulario ó el vigente.



SOLICITUD DE HABILITACION DE LIBROS

LUGAR Y FECHA DE PRESENTACION:

DIA: MES: AÑO:

SAT - No.0052

DATOS DE IDENTIFICACION

NUMERO DE IDENTIFICACION TRIBUTARIA (NIT): <input type="text"/>					ADMINISTRACION: <input type="text"/>	
APELLIDOS Y NOMBRES O RAZON SOCIAL: <input type="text"/>						
NUMERO O NOMBRE DE CALLE O AVENIDA DEL DOMICILIO FISCAL: <input type="text"/>		NUMERO (CASA): <input type="text"/>	APTO. O SIMILAR: <input type="text"/>	ZONA: <input type="text"/>	COLONIA O BARRIO: <input type="text"/>	
MUNICIPIO: <input type="text"/>		TELEFONO: <input type="text"/>	FAX: <input type="text"/>	AFDO. POSTAL: <input type="text"/>	E-MAIL: <input type="text"/>	

ESTABLECIMIENTO PARA EL QUE SOLICITA LA AUTORIZACION (Unicamente Libros de Compras y Ventas)

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO: <input type="text"/>			ESTABLECIMIENTO No.: <input type="text"/>			
NUMERO O NOMBRE DE CALLE O AVENIDA: <input type="text"/>		ZONA: <input type="text"/>	COLONIA, BARRIO, CASERIO, OTROS: <input type="text"/>		MUNICIPIO: <input type="text"/>	DEPARTAMENTO: <input type="text"/>

DETALLE DE LIBROS A UTILIZAR

LIBRO DE	MARQUE CON "X" EL SISTEMA A UTILIZAR		CANTIDAD DE HOJAS
	MANUAL	COMPUTARIZADO	
COMPRAS Y VENTAS PEQUEÑO CONTRIBUYENTE			
COMPRAS			
VENTAS			
INVENTARIOS			
DIARIO			
MAYOR			
DE ESTADOS FINANCIEROS			
DIARIO MAYOR GENERAL			
OTROS, ESPECIFIQUE: <input type="text"/>			
OTROS, ESPECIFIQUE: <input type="text"/>			
OTROS, ESPECIFIQUE: <input type="text"/>			
OTROS, ESPECIFIQUE: <input type="text"/>			
OTROS, ESPECIFIQUE: <input type="text"/>			

FIRMA:
NOMBRE DEL PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL

FECHA, FIRMA Y SELLO DE RECEPCION Y GRABACION:

Nota: utilizar el presente formulario ó el vigente.



INSTITUTO GUATEMALTECO DE SEGURIDAD SOCIAL
INSCRIPCION PATRONAL

FORM.DRPT-001

PARA USO I.G.S.S.
NUMERO PATRONAL

DATOS DEL PATRONO

1 NOMBRES Y APELLIDOS (CASO DE PERSONA JURIDICA: RAZON SOCIAL):		2 NIT.	
3 DIRECCION DEL PATRONO:			
MUNICIPIO:		DEPARTAMENTO:	
4 TELEFONO:	5 FAX:	6 E-MAIL:	7 APTO.POSTAL:
PATRONO: PERSONA INDIVIDUAL			
8 CEDULA DE VECINDAD	NUMERO DE ORDEN:	NUMERO DE REGISTRO:	
MUNICIPIO:		DEPARTAMENTO:	
9 OTROS COPROPIETARIOS:			
NOMBRE Y APELLIDOS		CEDULA DE VECINDAD	EXTENDIDA (MUNICIPIO)
PATRONO: PERSONA JURIDICA			
10 PATENTE DE COMERCIO DE SOCIEDAD:		FECHA DE INSCRIPCION DEFINITIVA:	
NUMERO:	FOLIO:	LIBRO:	FECHA DE PATENTE:
11 REPRESENTANTE LEGAL		NOMBRE:	
CARGO DEL REPRESENTANTE LEGAL:		FECHA DE INSCRIPCION EN REGISTRO	
FECHA ACTA NOTARIAL:		NOTARIO:	
		MERCANTIL:	
12 OTRO DOCUMENTO:			

DATOS DE LA EMPRESA

13 NOMBRE o ESPECIFICACION: (CASO DE PERSONA JURIDICA: RAZON COMERCIAL.)			
14 DIRECCION DE LA EMPRESA:			
MUNICIPIO:		DEPARTAMENTO:	
15 TELEFONO:	16 FAX:	17 E-MAIL:	18 APTO.POSTAL:
19 PATENTE DE COMERCIO DE EMPRESA:		CATEGORIA:	
NUMERO:	FOLIO:	LIBRO:	FECHA:
20 OTRO DOCUMENTO:			
21 ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL: (PROPIA DE LA EMPRESA REFERIDA EN No.13)			

DATOS ADICIONALES RELATIVOS AL PATRONO Y/O EMPRESA

22 FECHA DE OBLIGACION DE INSCRIPCION EN IGSS	23 TOTAL DE TRABAJADORES	24 MONTO TOTAL DE SALARIOS
		Q
25 PERIODO BASE DE INSCRIPCION (SEMANA o CATORCENA - QUINCENA o MES): DEL		
26 DIRECCION PARA RECIBIR NOTIFICACIONES, CITACIONES o EMPLAZAMIENTOS:		
MUNICIPIO:		DEPARTAMENTO:

NOTA: EL IGSS EN CUMPLIMIENTO DEL ARTICULO 21 DEL ACUERDO 97 DE JUNTA DIRECTIVA, SE RESERVA EL DERECHO DE COMPROBAR LA INFORMACION CONSIGNADA EN LOS NUMERALES 22, 23 Y 24, RELACIONADA CON LA OBLIGACION QUE TIENE EL PATRONO DE INSCRIBIRSE EN EL REGIMEN DE SEGURIDAD SOCIAL, QUE PUEDE SER CON ANTERIORIDAD A LA FECHA DECLARADA EN ESTA INSCRIPCION.

DECLARO Y JURO QUE LA INFORMACION CONTENIDA EN EL PRESENTE PORRULARIO, ES VERIDICA Y SE FUNDAMENTA EN LA DOCUMENTACION APORTADA Y REGISTROS SALARIALES Y CONTABLES DE LA EMPRESA.

LUGAR Y FECHA		FIRMA:
PATRONO (Persona Individual) o REPRESENTANTE LEGAL (Persona Juridica)		

IMPORTANTE: ESTE FORMULARIO DEBE SER LLENADO A MAQUINA POR LA PARTE PATRONAL.

Nota: Utilizar el presente formulario o el vigente.

CONTRATO DE TRABAJO

En _____ (Ciudad o Lugar) a _____ de _____ Año _____
entre don _____ (Nombre de la Firma o Persona Empleadora) R.U.T. _____ con domicilio
en _____ (Ciudad o Lugar) calle _____ N° _____
y don _____ (Nombre Completo del Trabajador) R.U.T. _____ de nacionalidad _____
nacido el _____ de _____ Año _____, domiciliado en calle _____
N° _____ de estado civil _____ y procedente de _____

se ha convenido en el siguiente CONTRATO DE TRABAJO, para cuyos efectos las partes convienen denominarse, respectivamente, EMPLEADO Y TRABAJADOR.

1° El Trabajador se compromete a ejecutar el trabajo de _____ (Indicar lo Concretamente)
_____ en el establecimiento de _____ (Indicar el año del Negocio)

_____ denominad _____
y ubicada en _____ (Ciudad o Lugar) calle _____ N° _____

pudiendo ser trasladado a otro domicilio, o labores similares, dentro de la ciudad, por causa justificada, sin que ello importe menoscabo para el Trabajador.

2° La jornada de trabajo será la siguiente _____

3° El tiempo extraordinario se pagará con el recargo legal y se cancelará conjuntamente con el respectivo sueldo-

4° El Empleador se compromete a remunerar al Trabajador con la suma de \$ _____ (En Letras) _____ (Unidad de Tiempo)
como sueldo fijo por _____ (Expresar cantidad e indicar sobre que se basa)

además se asigna al Trabajador una comisión de _____

Las remuneraciones se pagarán _____ por _____ períodos vencidos, en dinero en efectivo, moneda nacional y del monto de ellas el Empleador hará las deducciones que establecen las leyes vigentes.

5° El Empleador se compromete a suministrar al Trabajador los siguientes beneficios que aprecian las partes en la forma que se indica: (casa, luz, alimentación, combustible, etc.)

6° El presente contrato durará _____ (Indicar el tiempo de duración o si este es indefinido)

y podrá ponerse término cuando concurren para ello causas justificadas que, en conformidad a la ley, puedan producir su caducidad, o sea permitido dar al Trabajador el aviso de desahucio con 30 días de anticipación, a lo menos.

7° Se entienden incorporadas al presente contrato todas las disposiciones legales que se dicten con posterioridad a la fecha de suscripción y que tengan relación con él.

8° Se deja constancia que don _____
ingresó al servicio el _____ de _____ Año _____

FIRMA DEL TRABAJADOR

FIRMA DEL EMPLEADOR

CED. NAC. IDENTIDAD

CED. NAC. IDENTIDAD R.U.T.

Nota: Formato con fines de ilustración

**Cuestionario de promedio de venta semanal de clientes potenciales del mercado la Económica, Zona 1 Playa Grande
Ixcán Quiché**

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Total Venta Semana en libras	% Venta diario en libras	Total ventas Mes en libras
Vendedor # 1	120	80	90	80	115	112	597	99.5	2388
Vendedor # 2	110	80	95	70	110	114	579	96.5	2316
Vendedor # 3	100	75	92	75	110	110	562	93.67	2248
Vendedor # 4	105	75	90	80	105	110	565	94.17	2260
Vendedor # 5	108	78	95	80	110	110	581	96.83	2324
								Venta total clientes potenciales en quintales	115.36

Cuadro de precios promedio de compra y venta de carne de pollo

1	Precio de compra de carne de pollo de engorde en pie precio en libras	Q.8.70
2	Precio de venta de carne de pollo de engorde destazado listo para la venta	Q.13.00
3	Utilidad bruta	Q.4.30
4	Promedio de utilidad bruta relación compra venta	33.07%

Precio de compra	Q.8.70
Precio de venta	Q.13.00
Utilidad Bruta	Q.4.30

